



Universidad César Vallejo

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**

Gestión de quejas en una institución de educación superior
universitaria, Lima Centro, 2024

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Administración de Empresas

AUTORA:

Saavedra Urbina, Catherine Marion (orcid.org/0000-0002-5607-2121)

ASESORA:

Dra. Mairena Fox, Petronila Liliana (orcid.org/0000-0001-9402-5601)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA – PERÚ

2024

Declaratoria de Autenticidad del Asesor



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, MAIRENA FOX PETRONILA LILIANA, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "Gestión de quejas en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024", cuyo autor es SAAVEDRA URBINA CATHERINE MARION, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 18%, 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 la 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, 19 de Junio del 2024

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
MAIRENA FOX PETRONILA LILIANA DNI: 16631152 ORCID: 0000-0001-9402-5601	Firmado electrónicamente por: MFOXPL el 21-06- 2024 09:29:21

Código documento Trilce: TRI - 0766099



Declaratoria de Originalidad del Autor



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Declaratoria de Originalidad del Autor

Yo, SAAVEDRA URBINA CATHERINE MARION estudiante de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Gestión de quejas en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024", 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 César Vallejo.

Nombres y Apellidos	Firma
CATHERINE MARION SAAVEDRA URBINA DNI: 42573167 ORCID: 0000-0002-5607-2121	Firmado electrónicamente por: CSAAVEDRAU el 19- 06-2024 11:48:16

Código documento Trilce: TRI - 0766101

Dedicatoria

A todas las personas que me apoyaron en la realización de la investigación.

Agradecimiento

A la doctora Liliana Mairena por su asesoramiento oportuno y dedicación en el desarrollo exitoso de la tesis, así como a la institución de educación superior universitaria por el acceso a la información.

Índice de contenidos

Carátula	i
Declaratoria de autenticidad del asesor	ii
Declaratoria de autenticidad del autor	iii
Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Índice de contenidos	vi
Índice de tablas	vii
Índice de figuras	xi
Resumen	xii
Abstract	xiii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. METODOLOGÍA	13
III. RESULTADOS	22
IV. DISCUSIÓN	63
V. CONCLUSIONES	78
VI. RECOMENDACIONES	81
VII. PROPUESTA	83
REFERENCIAS	85
ANEXOS	93

Índice de tablas

Tabla 3	Nivel de gestión de quejas en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024	22
Tabla 4a	Nivel de comunicación desarrollada en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024	23
Tabla 4b	Interpretación de los componentes de las brechas de la comunicación en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024	24
Tabla 4c	Objetivos y estrategias generadas favoreciendo la comunicación en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024	25
Tabla 5a	Nivel de recepción de la queja desarrollada en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024	26
Tabla 5b	Interpretación de los componentes de las brechas de la recepción de la queja en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024	27
Tabla 5c	Objetivos y estrategias generadas favoreciendo la recepción de las quejas en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024	28
Tabla 6a	Nivel de seguimiento desarrollada en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024	29
Tabla 6b	Interpretación de los componentes de las brechas del seguimiento en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024	30
Tabla 6c	Objetivos y estrategias generadas favoreciendo al seguimiento en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024	31

Tabla 7a	Nivel de acuse de recibo desarrollada en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024	32
Tabla 7b	Interpretación de los componentes de las brechas del acuse de recibo en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024	33
Tabla 7c	Objetivos y estrategias generadas favoreciendo al acuse de recibo en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024	34
Tabla 8a	Nivel de evaluación inicial desarrollada en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024	35
Tabla 8b	Interpretación de los componentes de las brechas de la evaluación inicial en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024	36
Tabla 8c	Objetivos y estrategias generadas favoreciendo a la evaluación inicial en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024	37
Tabla 9a	Nivel de investigación desarrollada en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024	38
Tabla 9b	Interpretación de los componentes de las brechas de la investigación en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024	39
Tabla 9c	Objetivos y estrategias generadas favoreciendo a la investigación en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024	40
Tabla 10a	Nivel de continuación de la resolución desarrollada en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024	41
Tabla 10b	Interpretación de los componentes de las brechas de la continuación de la resolución en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024	42

Tabla 10c	Objetivos y estrategias generadas favoreciendo a la continuación de la resolución en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024	43
Tabla 11a	Nivel de activación del proceso desarrollada en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024	44
Tabla 11b	Interpretación de los componentes de las brechas de la activación del proceso en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024	45
Tabla 11c	Objetivos y estrategias generadas favoreciendo a la activación del proceso en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024	46
Tabla 12a	Nivel de cierre desarrollada en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024	47
Tabla 12b	Interpretación de los componentes de las brechas del cierre en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024	48
Tabla 12c	Objetivos y estrategias generadas favoreciendo al cierre en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024	49
Tabla 13	Estadísticos descriptivos de la variable gestión de quejas y sus dimensiones	50
Tabla 14	Relación de las dimensiones de la variable GQ	51
Tabla 15	Prueba de hipótesis entre la comunicación y recepción de la queja de la gestión de quejas en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024	53
Tabla 16	Prueba de hipótesis entre comunicación y seguimiento de la gestión de quejas en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024	54

Tabla 17	Prueba de hipótesis entre comunicación y acuse de recibo de la gestión de quejas en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024	55
Tabla 18	Prueba de hipótesis entre comunicación y evaluación inicial de la gestión de quejas en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024	56
Tabla 19	Prueba de hipótesis entre comunicación e investigación de la gestión de quejas en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024	57
Tabla 20	Prueba de hipótesis entre comunicación y continuación de la resolución de la gestión de quejas en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024	58
Tabla 21	Prueba de hipótesis entre comunicación y activación del proceso de la gestión de quejas en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024	59
Tabla 22	Prueba de hipótesis entre comunicación y cierre de la gestión de quejas en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024	59
Tabla 23	Prueba de hipótesis entre recepción de la queja y activación del proceso de la gestión de quejas en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024	60
Tabla 24	Prueba de hipótesis entre recepción de la queja y cierre de la gestión de quejas en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024	61
Tabla 25	Prueba de hipótesis entre activación del proceso y cierre de la gestión de quejas en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024	62

Índice de figuras

Figura 2	Diagrama de las etapas de la investigación	20
Figura 3	Nivel de gestión de quejas en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024	22
Figura 4a	Nivel de comunicación desarrollada en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024	23
Figura 5a	Nivel de recepción de la queja desarrollada en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024	26
Figura 6a	Nivel de seguimiento desarrollada en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024	29
Figura 7a	Nivel de acuse de recibo desarrollada en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024	32
Figura 8a	Nivel de evaluación inicial desarrollada en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024	35
Figura 9a	Nivel de investigación desarrollada en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024	38
Figura 10a	Nivel de continuación de la resolución desarrollada en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024	41
Figura 11a	Nivel de activación del proceso desarrollada en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024	44
Figura 12a	Nivel de cierre desarrollada en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024	47

Resumen

La investigación en una universidad de Lima Centro se centró en la gestión de quejas estudiantiles, identificando problemas y proponiendo soluciones para mejorar la satisfacción. Esto fue importante porque se alineó con el ODS 8, que promueve trabajo decente y crecimiento económico. Mejorar la gestión de quejas aumentó la confianza de los estudiantes y contribuyó a un entorno educativo más equitativo y de calidad. El objetivo general fue establecer la relación de la gestión de quejas con las dimensiones comunicación, recepción de la queja, seguimiento, acuse de recibo, evaluación inicial, investigación, continuación del proceso, activación del proceso y cierre en una institución de educación superior universitaria en Lima Centro, 2024. Metodológicamente, fue una investigación cuantitativa, descriptiva, no experimental y de diseño transversal. La población incluyó a estudiantes de una IESU en Lima Centro, con muestreo probabilístico y encuestas como instrumento de recolección de datos. Los resultados mostraron que la gestión de quejas en la institución fue deficiente, con problemas en la comunicación, recepción y seguimiento. La falta de un sistema efectivo generó insatisfacción estudiantil. Se concluyó que implementar un sistema centralizado y eficiente, junto con la capacitación del personal y la mejora de la comunicación, podría mejorar significativamente la experiencia educativa, aumentando la satisfacción y confianza de los estudiantes.

Palabras clave: Gestión de quejas, reclamos, portal web, satisfacción

Abstract

The research at a university in Lima Centro focused on student complaint management, identifying problems and proposing solutions to improve satisfaction. This was important because it aligned with SDG 8, which promotes decent work and economic growth. Improving complaint management increased student confidence and contributed to a more equitable and quality educational environment. The general objective was to establish the relationship of complaint management with the dimensions of communication, receipt of the complaint, follow-up, acknowledgement of receipt, initial evaluation, investigation, continuation of the process, activation of the process and closure in a higher education institution in Lima Centro, 2024. Methodologically, it was a quantitative, descriptive, non-experimental and cross-sectional design research. The population included students from an IESU in Lima Centro, with probability sampling and surveys as a data collection instrument. The results showed that complaint management at the institution was deficient, with problems in communication, reception and follow-up. The lack of an effective system generated student dissatisfaction. It was concluded that implementing a centralized and efficient system, together with staff training and improved communication, could significantly improve the educational experience, increasing student satisfaction and confidence.

Keywords: Complaint management, claims, web portal, satisfaction

I. INTRODUCCIÓN

En el último siglo, postpandemia, la educación superior universitaria busca no solo impartir conocimientos, sino también desarrollar habilidades de pensamiento crítico y participación ciudadana. Por esta razón, las insatisfacciones de los usuarios con los servicios educativos son oportunidades cruciales a fin de elevar el nivel de la experiencia educativa. Lamentablemente, muchas instituciones descuidan este enfoque, resultando la pérdida de confianza por parte de los estudiantes. Por lo tanto, es crucial gestionar de manera adecuada las percepciones y opiniones expresadas por los clientes sobre los servicios recibidos, ya que esto brindará a la compañía la oportunidad de mejorar.

En este contexto, el Centro Especial de Monitoreo de Indecopi ha identificado cinco comportamientos más frecuentes en la prestación de servicios educativos universitarios. Estos incluyen la inconformidad de los estudiantes debido a la falta de reducción en las pensiones, la ausencia de reembolso de matrículas y pensiones, la falta de atención a solicitudes de gestión, problemas con el proceso de obtener el grado de bachiller, y deficiencias en la idoneidad de las clases virtuales (Indecopi, 2021).

La investigación aborda una problemática que se ha identificado y situado en una entidad educativa que ofrece servicios universitarios, centrándose en programas académicos de nivel superior, como carreras universitarias y posgrados. Su audiencia objetivo abarca a jóvenes que han finalizado la educación secundaria y aspiran a obtener un título universitario o cursar estudios de posgrado. También se orienta hacia profesionales que buscan perfeccionar sus habilidades a través de programas de educación continua. Esta institución tiene su sede en Lima Centro (ver Anexo 7: Figura 1).

La institución de educación superior universitaria (IESU) presenta un elevado número de incidentes reportados por los estudiantes en relación con los servicios ofrecidos. Esto se debe a la falta de transparencia o información insuficiente sobre cómo expresar su insatisfacción con aspectos como cambios de horario o docente sin previo aviso, el cierre de secciones que afecta económicamente a los estudiantes (ya que la pensión se determina por rangos de créditos), los procedimientos para obtener el bachiller y título profesional están experimentando retrasos, y la falta de una comunicación adecuada por parte de los colaboradores en el área de atención al

estudiante. Además, el sistema de resolución de problemas es ineficiente, hay una falta de seguimiento y acción en relación con las preocupaciones planteadas por los estudiantes. Como resultado, los estudiantes sienten que sus inquietudes no se abordan de manera adecuada y perciben una demora significativa en la resolución de problemas, lo que intensifica la percepción de una administración de incidentes ineficaz.

La gestión de quejas (GQ) en la institución de educación superior IESU refleja un panorama complejo, evidenciando áreas de mejora significativas en diversos indicadores clave. En primer lugar, la comunicación se fija como un pilar fundamental debido a la falta de transparencia e información insuficiente sobre el proceso de presentar quejas lo cual contribuye a una visión desfavorable experimentada por los alumnos. En segundo lugar, la recepción de quejas (RQ) se ve comprometida por la ineficacia en el área de atención al estudiante, donde la carencia de una comunicación adecuada por parte de los colaboradores dificulta el proceso, generando frustración y desconfianza entre los estudiantes.

En tercer lugar, el seguimiento, acuse de recibo y evaluación inicial son elementos esenciales en el manejo de quejas, y la institución muestra deficiencias al no brindar un seguimiento adecuado, un acuse de recibo pertinente y una evaluación inicial que transmita a los estudiantes la certeza de que sus inquietudes son consideradas seriamente. En cuarto lugar, la etapa de investigación también se ve afectada, dado que la carencia de un método efectivo para resolver problemas limita la capacidad de la institución para abordar exhaustivamente las quejas de los estudiantes.

Finalmente, la activación del proceso y el cierre de las quejas enfrentan desafíos significativos, con la demora en los trámites para obtener el licenciatura y título universitario reflejando una falta de activación efectiva del proceso. La percepción de una administración ineficaz intensifica la sensación de falta de cierre satisfactorio para los estudiantes afectados. Por ende, abordar estas áreas críticas no solo mejorará la experiencia estudiantil, sino que también fortalecerá la reputación y eficacia administrativa de la institución.

La investigación sobre la GQ en una institución de educación superior en Lima Centro durante 2024 se centra en la mejora de la administración y eficiencia institucional. Este estudio aborda un tema crucial con implicaciones directas en el ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico. Un entorno educativo deficiente

puede obstaculizar el desarrollo económico y la generación de empleo, por lo que un sistema educativo eficaz es fundamental para equipar a los individuos con las aptitudes y competencias requeridas para acceder al mundo laboral y aportar al desarrollo económico. Sin embargo, cuando los estudiantes se enfrentan a obstáculos como los mencionados anteriormente, su capacidad para completar sus estudios y alcanzar su potencial se ve comprometida, lo que a su vez afecta su participación en la fuerza laboral y su capacidad para contribuir al crecimiento económico.

Por lo tanto, abordar la gestión ineficiente de quejas en la IESU no solo mejorará la experiencia educativa de los estudiantes, sino que también contribuirá a generar un ambiente más favorable para el progreso económico y desarrollo sostenible. Al mejorar la transparencia, la comunicación y la capacidad para resolver problemas de manera eficiente, la institución puede fomentar un ambiente de trabajo más productivo y un mejor clima para el aprendizaje, lo que a su vez promueve el logro de los objetivos del ODS 8.

Frente a la problemática antes expuesta, se planteó el siguiente **problema de investigación**, ¿Cuál es la relación de la GQ con la interacción de las dimensiones comunicación (C), recepción de la queja (RQ), seguimiento (S), acuse de recibo (AR), evaluación inicial (EI), investigación (I), continuación de la resolución (CR), activación del proceso (AP) y cierre (Ci) en una IESU, Lima Centro, 2024?; igualmente, los **problemas específicos** fueron (1) ¿Cuál es la relación entre C y RQ de la GQ en una IESU, Lima Centro, 2024?; (2) ¿Cuál es la relación entre C y S de la GQ en una IESU, Lima Centro, 2024?; (3) ¿Cuál es la relación entre C y AR de la GQ en una IESU, Lima Centro, 2024?; (4) ¿Cuál es la relación entre C y EI de la GQ en una IESU, Lima Centro, 2024?; (5) ¿Cuál es la relación entre C e I de la GQ en una IESU, Lima Centro, 2024?; (6) ¿Cuál es la relación entre C y CR de la GQ en una IESU, Lima Centro, 2024?; (7) ¿Cuál es la relación entre C y AP de la GQ en una IESU, Lima Centro, 2024?; (8) ¿Cuál es la relación entre C y Ci de la GQ en una IESU, Lima Centro, 2024?; (9) ¿Cuál es la relación entre RQ y AP de la GQ en una IESU, Lima Centro, 2024?; (10) ¿Cuál es la relación entre RQ y Ci de la GQ en una IESU, Lima Centro, 2024?; y (11) ¿Cuál es la relación entre AP y Ci de la GQ en una IESU, Lima Centro, 2024?

En relación con la **justificación teórica**, la variable de GQ abordo la Teoría de Colas, propuesta por Agner Krarup Erlang en 1909. Esta teoría ofreció un marco

conceptual valioso para comprender y analizar los procesos de espera en sistemas, como aquellos involucrados en la GQ en instituciones educativas.

En relación con la **justificación metodológica**, se elaboró un cuestionario de 29 ítems la cual fue dimensionada por C (2 ítems), RQ (2 ítems), S (4 ítems), AR (2 ítems), EI (2 ítems), I (6 ítems), CR (3 ítems), AP (4 ítems) y Ci (4 ítems).

En relación con la **justificación práctica**, la investigación desarrollo una metodología para la disminución de las quejas generadas en el servicio de atención al cliente en todas las universidades, la cual fue una estrategia efectiva para mejorar la calidad, retener clientes y mantener una reputación positiva a nivel organizacional.

De otro lado, el **objetivo de la investigación** fue orientado a establecer la relación de la GQ con la interacción de las dimensiones C, RQ, S, AR, EI, I, CR, AP y Ci en una IESU, Lima Centro, 2024; los **objetivos específicos** fueron (1) Determinar la relación entre C y RQ de la GQ en una IESU, Lima Centro, 2024; (2) Determinar la relación entre C y S de la GQ en una IESU, Lima Centro, 2024; (3) Determinar la relación entre C y AR de la GQ en una IESU, Lima Centro, 2024; (4) Determinar la relación entre C y EI de la GQ en una IESU, Lima Centro, 2024; (5) Determinar la relación entre C e I de la GQ en una IESU, Lima Centro, 2024; (6) Determinar la relación C y CR de la GQ en una IESU, Lima Centro, 2024; (7) Determinar la relación entre C y AP de la GQ en una IESU, Lima Centro, 2024; (8) Determinar la relación entre C y Ci de la GQ en una IESU, Lima Centro, 2024; (9) Determinar la relación entre RQ y AP de la GQ en una IESU, Lima Centro, 2024; (10) Determinar la relación entre RQ y Ci de la GQ en una IESU, Lima Centro, 2024 y; (11) Determinar la relación entre AP y Ci de la GQ en una IESU, Lima Centro, 2024.

En el **contexto internacional**, López y Miranda (2014) propusieron la creación de una plataforma en línea para manejar el sistema de GQ. Esto permitió que La Naviera El Salvador aprovechará la flexibilidad y accesibilidad de estas herramientas, así como los bajos costos de inversión. Además, se abrió la oportunidad de adaptar y programar la aplicación en el futuro para abordar nuevas necesidades, ajustarse a cambios en el entorno y cumplir con proyectos futuros.

Quintana (2014) mencionó que el propósito de la investigación había sido evaluar el Sistema de Atención Mexiquense en el ámbito educativo, analizando quejas a lo largo de dos ciclos escolares. Se buscaba comprender las respuestas, el género prevalente en las quejas, los destinatarios, el tiempo de respuesta y las dinámicas de poder. El interés académico había residido en las tecnologías de información para la

gestión pública. La hipótesis sugerida había sido la predominancia de relaciones de poder en la resolución de quejas. Se habían analizado 1883 quejas, destacando que muchas habían sido falsas y que los abusos de autoridad habían sido la principal causa. También se había observado una mayor incidencia de quejas en primarias. Otros datos habían indicado que Toluca y Netzahualcóyotl habían generado más quejas, que los hombres habían presentado más quejas que las mujeres, y que Internet había sido el medio preferido para interponer quejas.

Espín (2017) elaboró un plan de manejo de quejas y reclamos fundamentado en los lineamientos establecidos por la normativa ISO 10002-2004 para la empresa Óptica O. M. Visión. La investigación se centró en un enfoque cuantitativo, que incluyó un análisis de causa y efecto, así como la formulación de hipótesis mediante la identificación de variables medibles. Se llevó a cabo tanto investigación documental como de campo, combinando revisión bibliográfica con la recopilación directa de información a través de encuestas y entrevistas en la empresa. La metodología empleada fue descriptiva, analizando los datos a través de tabulaciones estadísticas para establecer estrategias destinadas a reducir las quejas y reclamos. La muestra incluyó a la alta gerencia, colaboradores y proveedores, con un total de 9 clientes internos, sin aplicar un modelo probabilístico debido al tamaño de la población. Se identificó un problema en Óptica O. M. Visión donde la falta de atención debida a las disconformidades y demandas afectaba la reputación de la compañía al no abordar las inquietudes de los clientes.

Monroy (2016) tuvo como objetivo definir una propuesta que permitiera a la DIPOA gestionar eficazmente las quejas. La propuesta incluyó el diseño e implementación de un sistema que utilizaba recursos disponibles en la empresa y aprovechaba una herramienta web, evitando así una gran inversión económica. En caso de aceptación, la implementación se realizaría en un periodo a corto-mediano plazo, con la necesidad de capacitar en el uso de la herramienta. La conclusión destacó la falta de una sistemática en la GQ en DIPOA/MAG, así como la ausencia de métricas para evaluar la eficiencia del proceso actual, lo que afectaba la capacidad de cumplir con los servicios proporcionados.

Cóndor (2020) tuvo como objetivo presentar un modelo de gestión para abordar y administrar quejas surgidas en el área de atención al cliente y en los talleres de la empresa Casabaca S.A. Se utilizaron diversos instrumentos, como cuadernos de notas y fichas de trabajo recopiladas mediante observación, así como encuestas

aplicadas a colaboradores a través de formularios web en Google Drive. La tabulación de los resultados se realizó con Excel, y la interpretación se facilitó mediante tablas y gráficos dinámicos. La elaboración de procesos en el nuevo modelo de gestión se llevó a cabo con Bizagi Modeler, brindando información clara, y Microsoft Project se empleó para definir cronogramas y tareas de planificación.

Carías et al. (2010) propusieron la implementación de un Modelo de GQ para estudiantes basado en la ISO 10002:2004. Realizaron un diagnóstico de la gestión actual de quejas en la UDB, evaluando la alineación con la norma ISO. Desarrollaron estrategias a corto, mediano y largo plazo para mejorar áreas identificadas como débiles. El diseño del modelo para estudiantes en Soyapango se fundamentó en un análisis detallado de necesidades y evaluación de respuestas. Utilizaron un enfoque documental y de campo para establecer un diseño que impactara positivamente en los resultados para los clientes y promoviera la mejora continua.

Küster (2020) propuso tres objetivos: identificar variables clave en la GQ y reclamos B2B, estudiar su impacto en el comportamiento empresa-cliente, y destacar implicaciones gerenciales y estrategias empresariales a nivel internacional. Utilizando un análisis bibliométrico, examinó la evolución conceptual de las quejas y reclamos a lo largo del tiempo, identificando nueve áreas temáticas principales relacionadas con la satisfacción y fidelidad del cliente en el contexto de reclamos B2B. La investigación posterior se centró en la internacionalización de las empresas-cliente y la influencia del contexto cultural en las relaciones empresa-empresa, analizando cómo la GQ y reclamos afectaba la fidelidad y satisfacción del cliente en entornos B2B internacionales. Un tercer estudio exploró la asociación entre diferentes tipos de clientes y atributos relacionados con la GQ y reclamos, satisfacción y lealtad del cliente distribuidor. En conjunto, los hallazgos proporcionaron valiosas implicaciones teóricas y prácticas para mejorar la GQ y reclamos en entornos B2B internacionales.

Solano (2023) llevó a cabo un análisis preliminar del estado de la organización en cuanto a la GQ y retroalimentaciones, con el objetivo de identificar deficiencias y áreas de mejora continua. Luego, se desarrolló el procedimiento y todos los documentos necesarios para la implementación, los cuales fueron revisados, mejorados e incorporados, seguidos de la capacitación final del personal en el tema y enfoque. Finalmente, se calcularon indicadores medir el logro de objetivos y metas futuras de la empresa, permitiendo a Makol OCR.S.A. optimizar sus recursos y ofrecer un servicio mejorado centrado en el cliente.

Gómez (2019) propuso un enfoque de gestión de calidad diseñado para pequeñas y medianas empresas (PYMES), utilizando la distribuidora DAHEN como caso de estudio. Este modelo se fundamentó en las normas internacionales ISO 10002:2018 e ISO 9001:2015, centrándose específicamente en la gestión eficiente de quejas y reclamos de clientes. El objetivo principal fue alcanzar la satisfacción del cliente mediante la implementación de prácticas de mejora continua. La metodología de investigación empleada abarcó analizar detalladamente todos los trabajos de investigación ya publicados y la aplicación de técnicas de recopilación de datos provenientes de fuentes tanto primarias como secundarias. La exitosa implementación de este modelo en la distribuidora tuvo como finalidad abordar de manera eficiente las quejas y reclamos, contribuyendo así a una mejora institucional significativa en la organización.

Chanthalay y Phabmisay (2015) abordaron una revisión de la literatura, resaltando la prevalencia de estudios centrados en la GQ desde la perspectiva del consumidor. Se identificó un enfoque mecanicista que consideraba el sistema de quejas como una estructura normativa. Simultáneamente, surgió un enfoque orgánico, más flexible y adaptable a entornos cambiantes. La propuesta de investigación fusionó ambos enfoques, reconociendo la necesidad de normas en el sistema, pero también la importancia de permitir adaptaciones. Se analizó la influencia de los enfoques mecanicista y orgánico, así como la cultura empresarial y los objetivos del sistema de quejas. Se incorporaron variables menos exploradas, como la cultura (orientación al mercado y a la innovación) y los objetivos del sistema (defensivos, centrados en resultados comerciales o de aprendizaje y mejora). El objetivo fue comprender cómo estos factores afectan los comportamientos organizacionales y, en última instancia, contribuyeron a mejorar los resultados empresariales.

Preuss et al. (2022) propusieron examinar la satisfacción con la GQ, explorando las percepciones de justicia organizacional y su consecuente impacto en el compromiso organizacional, la participación y el compromiso laboral de los clientes internos en los centros de servicios compartidos (SSC). La investigación, de naturaleza cuantitativo-descriptiva y diseño transversal, se basó en la recolección de información mediante un cuestionario dirigida a clientes internos de la CSS (trabajadores de las sucursales). Se obtuvieron 172 respuestas válidas, que fueron sometidas a exámenes a través de SEM. Los resultados evidenciaron que las

percepciones de justicia distributiva y procesal influyeron en el agrado de los clientes internos con la GQ. Asimismo, se observó que el compromiso, la implicación y el compromiso organizacional se vieron directamente afectados por la satisfacción con la gestión de las quejas.

Bendall-Lyon y Powers (2001) destacaron que la mejora en la retención de pacientes se logró mediante la implementación de programas efectivos de recuperación del servicio, capaces de identificar y abordar las quejas y puntos débiles en el sistema de atención. Aprovechar las quejas expresadas por los pacientes permitió a las organizaciones de atención médica orientarse más hacia el cliente, aumentando tanto la satisfacción como la retención de los pacientes. El proceso de GQ constó de seis pasos, que incluyeron fomentar las quejas como herramienta de mejora, establecer un equipo de representantes para su manejo, resolver problemas de manera rápida y eficaz, desarrollar una base de datos de quejas, comprometerse a identificar fallas en el sistema de servicio, y rastrear tendencias para mejorar los procesos de atención.

Angelovska et al. (2022) manifestaron sobre la efectividad de la GQ en la retención de clientes, centrándose en el caso de la plataforma de compras grupales Grouper.mk. Destacaron que la supervivencia y rentabilidad empresarial requerían una gestión cuidadosa de las relaciones con los clientes, considerándolos esenciales. La llegada del comercio electrónico había simplificado la interacción con los clientes, permitiéndoles expresar insatisfacciones, incluso en redes sociales. El estudio defendió una atención especial a la GQ, analizando correos electrónicos en Grouper para entender cómo esto afecta la lealtad del cliente. Las preguntas de investigación exploraron la continuidad de clientes insatisfechos, el impacto de compensaciones y la probabilidad de retener clientes frecuentes tras experiencias insatisfactorias.

En el **contexto nacional**, Guerrero y Trujillo (2014) propusieron una mejora en la GQ y reclamos, así como en el servicio en general, reconociendo su importancia para mejorar la experiencia del cliente. En este estudio descriptivo y no experimental, se empleó la norma ISO 10002 como guía, centrándose en comprender las razones detrás de eventos no directamente observables. Se analizaron tres tipos de muestras: clientes con quejas encuestados, clientes seleccionados del libro de reclamaciones entrevistados y colaboradores de la empresa entrevistados. Los resultados resaltaron un tratamiento deficiente de quejas y reclamos, lo que evidenció la insatisfacción de

los clientes y la falta de compromiso de Cineplanet Chiclayo para ofrecer soluciones efectivas.

Ríos (2019) investigó la relación entre la GQ y el tiempo de respuesta a reclamos en el establecimiento de salud ubicado en Carabayllo, durante el año 2018. Se empleó un método que emplea medidas numéricas y busca establecer relaciones entre variables mediante la descripción de sus correlaciones, analizando una muestra de 66 usuarios. Se encontró una conexión significativa entre ambas variables, respaldada por una muestra piloto y el cálculo del Alfa de Cronbach a través del sistema SPSS, obteniendo calificaciones de 0.821 y 0.721 para las variables relacionadas con la GQ y tiempo de respuesta, en ese orden.

Bartolo et al. (2021) realizaron una investigación sobre la interacción entre la forma en que el Project Management Institute aborda la calidad y cómo se manejan las quejas en una empresa especializada en inteligencia empresarial en Perú durante el año 2020. Se llevaron a cabo encuestas en un diseño no experimental, revelando una conexión significativa con un coeficiente de correlación de 0.802. Además, se demostró que la planificación, gestión y control de calidad también estaban correlacionados de manera significativa con la GQ, con coeficientes de correlación de 0.636, 0.757 y 0.872 respectivamente.

Gironda (2016) investigó la GQ en un centro médico, utilizando un enfoque básico y un diseño no experimental correlacional. Se analizaron 93 formularios de quejas y encuestas sobre la percepción de la atención de quejas. Los resultados, evaluados con estadística descriptiva y correlación de Rho-Spearman, mostraron relaciones positivas entre la GQ y las dimensiones 'Tiempos de espera y demora' ($r = 0,779$) y 'Trato del personal hacia los pacientes' ($r = 0,685$). En resumen, se estableció una relación positiva y fuerte ($r = 0,893$) entre la GQ y la percepción de usuarios externos, sugiriendo que mejorar esta gestión contribuye a una mejor percepción por parte de los pacientes o usuarios externos.

Huaita (2018) llevó a cabo un estudio que exploró la conexión entre la GQ y la complacencia del usuario en la Dirección del Trabajo y Promoción del Empleo en Tarapoto en 2018. La investigación, diseñada como correlacional, se basó en una muestra de 80 usuarios y empleó un cuestionario para la recopilación de datos, mientras que el análisis se llevó a cabo utilizando SPSS 24. Los resultados respaldaron la hipótesis al exhibir una significancia bilateral de (0,000), situándose por debajo del umbral aceptable de 0,05. Se llegó a la conclusión de que hay una

conexión entre la manera en que se manejan las quejas y la satisfacción del cliente en dicho contexto durante el año señalado.

Basilio y Sánchez (2020) examinaron la conexión entre la GQ y la complacencia del cliente en el ámbito financiero. Optaron por un enfoque de investigación no experimental y transversal, evaluando a 169 clientes de una entidad financiera en Trujillo que habían presentado reclamos en el tercer trimestre de 2019. Los datos fueron recopilados a través de la realización de una encuesta de 18 preguntas. Los datos estadísticos confirmaron que hay una conexión importante entre la GQ y la satisfacción del cliente. Esto se respalda con un nivel de significancia de $p = 0.05$ y un coeficiente de correlación de Spearman de 0.53.

Garboza y Rivera (2019) exploraron la conexión entre la GQ y la felicidad del cliente en Makro Supermayorista S.A. Chiclayo en 2017. Utilizando un diseño descriptivo correlacional y encuestando a 50 personas con quejas, identificaron una conexión significativa, respaldada por un coeficiente de correlación de Pearson de 0.726. Concluyeron que el 52.7% de la satisfacción del cliente se explicaba mediante la GQ de la compañía en 2017.

Patricio (2021) exploró la conexión entre la GQ y reclamos y la satisfacción de los usuarios en la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones La Libertad durante el año 2020. Mediante la adopción de una metodología cuantitativa con un enfoque aplicado y un diseño correlacional, el investigador encuestó a 191 usuarios en febrero de 2020 utilizando cuestionarios validados. Los resultados, sometidos a análisis a través del software SPSS V24, indicaron una relación significativa ($Rho = 0.961$, $p < 0.01$) entre la GQ y reclamos con la satisfacción del usuario. A pesar de que el 64.4% de los participantes percibió la gestión como regular y la satisfacción como media, se subrayó la importancia de examinar detenidamente las quejas como un medio para mejorar la satisfacción general del servicio.

Cienfuegos y Torres (2021) llevaron a cabo una investigación cuantitativa de alcance correlacional para explorar la conexión entre la GQ y la calidad de servicio en una institución pública en Lima, Perú. La encuesta, realizada a 90 clientes seleccionados mediante muestreo no probabilístico, respaldó una relación significativa ($p = 0,000$). Los coeficientes de confiabilidad, como el Alfa de Cronbach (0,947) y el coeficiente de correlación Rho de Spearman (0,432), fortalecieron los resultados. Todas las cinco hipótesis específicas fueron confirmadas, destacando la dimensión de fiabilidad como la más influyente en la GQ.

Saldaña (2017) examinó la conexión entre la excelencia en el servicio y el manejo efectivo de las quejas en una cadena de farmacias en 2017. Utilizando un enfoque no experimental y un diseño de corte transversal, encuestó a una muestra censal de 30 empleados mediante cuestionarios validados. Los resultados, respaldados por coeficientes de confiabilidad como Alfa de Cronbach (0.800) y (0.845), indicaron una alta confiabilidad. Llegó a la conclusión de que hay una conexión importante entre la calidad del servicio y el manejo de quejas, con un nivel de significancia de ($p = 0.001$) y una correlación (Pearson $r = 0.889$).

El **enfoque teórico**, fue desarrollado de acuerdo con la Teoría de colas de Agner Krarup Erlang (Moya, 1999), la cual se centró en el análisis matemático de las colas y la eficiencia de los sistemas que implican la llegada y el servicio de clientes. Aplicada a la GQ, esta teoría permitió analizar los tiempos de espera, la capacidad del sistema para atender las peticiones de los alumnos y la eficacia en la resolución de problemas. Al utilizar este enfoque teórico, se pudieron identificar áreas de mejora, como la optimización de la RQ, reorganizar la distribución de recursos de manera efectiva y disminuir los periodos de espera percibidos por los estudiantes. Además, proporcionó una base sólida para mejorar la eficiencia en el manejo de quejas en la institución educativa, contribuyendo a una experiencia estudiantil más positiva.

Por otro lado, en el **enfoque conceptual**, la GQ definida por la ISO 10002:2004 proporcionó pautas para establecer un procedimiento de GQ eficaz y eficiente, aplicable a diversas actividades, ya sean comerciales o no, incluidas aquellas relacionadas con el comercio electrónico. Su finalidad era beneficiar tanto a la organización como a sus clientes, quienes presentaban quejas, así como a otras partes interesadas. Además, López (2000) resaltó la importancia de evaluar la satisfacción del cliente en una empresa, tarea fundamental que implicaba abordar quejas, reclamaciones y sugerencias para identificar y corregir deficiencias. Se sugirió ver las quejas como oportunidades para corregir errores y prevenir su repetición, enfatizando que una respuesta satisfactoria no solo mejoraba la calidad del servicio, sino que también fomentaba la lealtad del cliente. Arenal (2019) señaló que gestionar adecuadamente una queja o reclamación aumentaba la fidelización y la tasa de repetición de compra de la clientela. Estudios indicaron que resolver la insatisfacción del cliente de manera correcta mostraba un índice de reincidencia en compras de compra del 91%, mientras que no atender adecuadamente a un consumidor durante

una queja podía resultar en la pérdida de su lealtad y posiblemente acciones negativas contra la empresa.

Asimismo, fue importante resaltar las **dimensiones** vinculadas a la variable GQ, las cuales se presentaron como una secuencia estructurada. Las dimensiones comprendieron procesos administrativos relacionados y destinados a ofrecer respuestas tanto al cliente interno como externo. En este contexto, Muñoz (2017) destacó a las dimensiones propuestas para la GQ, las cuales fueron (1) C, (2) RQ, (3) S, (4) AR, (5) EI, (6) I, (7) CR, (8) AP y (9) Ci como un procedimiento estándar para la resolución interna de quejas, donde la empresa, en caso de no hallar respuesta dentro de su ámbito de acción, debería pasar a la solución externa.

Finalmente, la **hipótesis de investigación** consistió en existe la interacción entre C, RQ, S, AR, EI, I, CR, AP y Ci de la GQ en una IESU, Lima Centro, 2024; de la misma forma las **hipótesis específicas** fueron (1) Existe relación entre C y RQ de la GQ en una IESU, Lima Centro, 2024; (2) Existe relación entre C y S de la GQ en una IESU, Lima Centro, 2024; (3) Existe relación entre C y AR de la GQ en una IESU, Lima Centro, 2024; (4) Existe relación entre C y EI de la GQ en una IESU, Lima Centro, 2024; (5) Existe relación entre C e I de la GQ en una IESU, Lima Centro, 2024; (6) Existe relación entre C y CR de la GQ en una IESU, Lima Centro, 2024; (7) Existe relación entre C y AP de la GQ en una IESU, Lima Centro, 2024; (8) Existe relación entre C y Ci de la GQ en una IESU, Lima Centro, 2024; (9) Existe relación entre RQ y AP de la GQ en una IESU, Lima Centro, 2024; (10) Existe relación entre RQ y Ci de la GQ en una IESU, Lima Centro, 2024 y; (11) Existe relación entre AP y Ci de la GQ en una IESU, Lima Centro, 2024.

II. METODOLOGÍA

El estudio se centró en un **enfoque** cuantitativo, significa recopilar y examinar datos con el fin de investigar interrogantes y respaldar hipótesis preexistentes. Este método se fundamentaba en la utilización de medidas numéricas, el recuento y el análisis estadístico para detectar tendencias particulares dentro de un grupo (Gómez, 2006).

Además, se utilizó el **método** hipotético – deductivo, formulando hipótesis sobre posibles soluciones al problema propuesto y luego verificándolas mediante los datos disponibles si concordaban ellas (Cegarra, 2012).

Igualmente, el **tipo** de investigación fue de naturaleza aplicada, sustentándose en los hallazgos de la investigación básica. Durante este periodo, surgieron interrogantes y posibles soluciones con el fin de analizar temas vinculados a la dinámica social de la comunidad a nivel regional o nacional (Ñaupas et al, 2018).

El **nivel** de estudio fue correlacional, buscando entender la conexión entre dos o más variables sin manipularlas directamente. Este tipo de investigación analizó y cuantificó las relaciones entre conceptos, categorías o variables en una muestra específica. La evaluación de la asociación se basó en la medición, análisis y establecimiento de relaciones respaldadas por hipótesis sometidas a prueba (Hernández et al, 2014).

El **diseño** fue no experimental, implicando la observación de fenómenos en su entorno natural sin la manipulación intencional de variables. Además, se llevó a cabo con un **corte** transversal, recolectando datos en un único momento y evaluando la relación entre variables (Hernández et al., 2014).

La variable analizada fue **gestión de quejas**, la cual se procede a definirla de forma conceptual y operacional, respectivamente, pasando a detallar los indicadores y la escala de medición desarrollada (ver Anexo 1).

Conceptualmente, la gestión de quejas y reclamos debe priorizar fundamentalmente la satisfacción del cliente. En este contexto, es esencial que la empresa u organización comprenda las expectativas del cliente, evaluando el mensaje expresado, y, además, reduzca los tiempos de respuesta al abordar las quejas con un alto grado de profesionalismo (AEC, 2003). De otro lado, Muñoz (2017) manifiesta que la GQ se presenta como una herramienta eficaz para fortalecer la lealtad de los clientes, ya que puede mejorar la percepción que tienen respecto a la utilidad del producto o servicio que han adquirido. Además, el uso de una carta de

reclamación se presenta como una herramienta altamente eficaz; aproximadamente entre un 55% y 70% de los clientes insatisfechos volverán a utilizar el servicio si reciben una respuesta de manera rápida. Este índice se eleva significativamente, alcanzando un 95%, cuando la respuesta proporcionada es adecuada (Proceso de venta, 2018).

En relación con la **definición operacional**, se llevó a cabo una evaluación de la variable a través de un cuestionario que constaba de 29 ítems. Además, se había desglosado en 9 dimensiones operativas que abarcaban aspectos como comunicación, RQ, seguimiento, acuse de recibo, evaluación inicial, investigación, continuación de la resolución, activación del proceso y cierre.

La variable GQ fue dimensionado en (D1) comunicación; (D2) recepción de la queja; (D3) seguimiento; (D4) acuse de recibo; (D5) evaluación inicial; investigación; (D6) investigación; (D7) continuación de la resolución; (D8) activación del proceso y; (D9) cierre.

En la **primera dimensión**, Muñoz (2017) define a la **comunicación** como la etapa inicial, se definen las responsabilidades relacionadas con la comunicación y divulgación del proceso. El propósito es garantizar que tanto el personal como los usuarios de la organización estén informados acerca de la existencia del procedimiento de GQ. Esto incluye comprender sus funciones, identificar a las personas encargadas, conocer la ubicación de los puntos para presentar quejas, comprender el proceso para informar sobre incidencias, entender los plazos de resolución y conocer las diversas opciones de solución disponibles, entre otros aspectos. Se propusieron dos indicadores **(1) Visibilidad** que debe entidad debe comunicar, de manera amplia, sus protocolos de manejo de quejas tanto dentro como fuera de la organización, proporcionando detalles sobre cómo presentar quejas y a quién dirigirlas, incluyendo información como nombres de contacto, números telefónicos, direcciones de correo electrónico, entre otros (Muñoz, 2017). **(2) Accesibilidad** que la empresa debe garantizar que sus procedimientos estén accesibles en los diversos idiomas en los que se ofrecen sus productos o servicios. En aquellas sedes ubicadas en áreas con múltiples lenguas oficiales, es imperativo que los mecanismos de quejas estén disponibles para los usuarios en los idiomas en los que se ofrezcan los productos o servicios. Asimismo, el personal que interactúe con los usuarios debe estar capacitado para responder a sus consultas en el idioma oficial de su elección (Muñoz, 2017).

La **segunda dimensión** determinada por la **recepción de la queja** que es la expresión de insatisfacción puede llevarse a cabo utilizando varios medios, ya sea de forma presencial, telefónica, por escrito, vía correo electrónico, y otros. Es esencial que estas diversas opciones se adapten al formato convencional de quejas (Muñoz, 2017). Se propusieron dos indicadores orientados a **(1) Omnicanalidad** que implica la unificación de todos los canales disponibles en el mercado, creando conexiones que permitan a un cliente que ha iniciado una comunicación a través de un canal seguir esa interacción por otros medios (Alcaide, Díez, y Almorza, 2019). **(2) Estandarización** mediante la uniformidad de los productos proporciona beneficios tanto a los compradores como a los productores. Los compradores pueden disfrutar de la simplicidad y comodidad al adquirir productos estandarizados (Adam y Ebert, 1991).

La **tercera dimensión** denominada **seguimiento** se define como la información recopilada será almacenada y organizada de manera que facilite su consulta y seguimiento en el futuro. Con este propósito, se llevará a cabo una actualización periódica del estado de la incidencia en el sistema de registro (Muñoz, 2017). Se propusieron cuatro indicadores **(1) Almacenamiento** que es el dispositivo, método o sistema diseñado para almacenar información (Soler García y Soler, 2009). **(2) Clasificación** implica realizar un proceso de distinción dicotómica entre cosas u objetos que comparten una característica específica y aquellos que no la tienen. Luego, se agrupan en una categoría aquellos que comparten una característica o propiedad común (Caro-Castro, 2010). **(3) Seguimiento**, las organizaciones necesitan supervisar el proceso de GQ, evaluando los criterios de rendimiento y analizando los datos recopilados durante dicho proceso (Sánchez y Morón, 2019). **(4) Actualización** implica el proceso y el resultado de poner algo al día. El término se refiere a la acción de llevar a cabo los cambios necesarios para asegurar que algo esté al día. Desde este punto de vista, el concepto de actualización puede aplicarse en diversos contextos (Pérez y Gardey, 2021).

La **cuarta dimensión** es **acuse de recibo**, la cual se basa en emitir una comunicación al individuo que presentó la queja, informándole que su reclamación ha sido recibida y que actualmente se encuentra en curso el proceso de resolución (Muñoz, 2017). Asimismo, se formularon dos indicadores **(1) Confirmación de recepción** se refiere a la comunicación acerca de la recepción de bienes, mensajes o documentos (Soler García y Soler, 2009). **(2) Proceso de resolución** es el

procedimiento que involucra una vivencia que integra investigación, innovación, reflexión y aplicación práctica (Fried y Schnitman, 2001).

La **quinta dimensión** determinada **evaluación inicial** implica que cada reclamación que se reciba debe ser analizada y categorizada de acuerdo con los estándares definidos por la organización, siguiendo sus criterios internos establecidos (Muñoz, 2017). Por otro lado, se plantearon dos indicadores **(1) Inicio de proceso** se examinan los eventos expuestos por el cliente para evaluar la seriedad del asunto y determinar las medidas que se tomarán (Campaña y Fernández, 2016). **(2) Criterios de evaluación** representan una descripción precisa de las características o criterios que se evalúan de manera favorable en una actuación o en un producto de aprendizaje (López, Martín, Esteve y Atienza, 2019).

La **sexta dimensión** definida como **investigación** implica el nivel de profundidad de la investigación a realizar dependerá de la clasificación asignada a cada incidencia. Para cada incidente, será necesario investigar exhaustivamente sus causas, las situaciones que lo rodean, las personas involucradas y las circunstancias que lo contextualizan (Muñoz, 2017). Se formularon seis indicadores **(1) Incidencia** es un asunto secundario pero vinculado al principal, que se soluciona mediante un procedimiento específico (RAE, 2023). **(2) Complejidad** se refiere a la variedad de componentes presentes en una situación, constituyendo un conjunto de partes que interactúan entre sí y, a su vez, mantienen conexión con su entorno (Cornejo, 1997). **(3) Causas** aquello que se percibe como el principio o la base de algo (RAE, 2023). **(4) Situaciones** es el conjunto de elementos o condiciones que inciden en alguien o algo en un momento específico (RAE, 2023). **(5) Personas implicadas** implica provocar que varias personas se vean involucradas o comprometidas en una situación (RAE, 2023). **(6) Circunstancias** son aspectos o atributos no esenciales (como el tiempo, el lugar, manera, etc.) que rodean a una persona o cosa y ejerce influencia en ellas o en eventos asociados (RAE, 2023).

La **séptima dimensión**, Muñoz (2017) define a la **continuación de la resolución** como necesaria para evaluar si la información recopilada durante la investigación es adecuada para avanzar en el proceso de resolución. En el caso de que la información resulte insuficiente, se requerirá una investigación más exhaustiva. Posteriormente, se examinará la factibilidad de abordar la queja; si se determina que es posible resolverla, el proceso continuará. En caso contrario, se deberá tomar la decisión de seguir adelante con el procedimiento y remitir la queja a un nivel superior

para su resolución. Se plantearon tres indicadores **(1) Relevancia de información** radica en la adecuación, valía y relevancia del recurso informativo en relación con el proyecto o investigación en curso. Se requiere respaldar su confiabilidad mediante la presentación de pruebas verificables (BVSUV, 2023). **(2) Viabilidad de la queja** se refiere a la posibilidad de que esta queja pueda ser atendida o resuelta (RAE, 2023). **(3) Toma de decisiones** es la capacidad de decidir es esencial en la vida cotidiana, requiriendo un proceso de razonamiento que abarca disciplinas como la filosofía, la ciencia y la creatividad para lograr decisiones acertadas (Amaya, 2010).

La **octava dimensión** es la **activación del proceso**, durante este paso, es necesario definir las actividades a llevar a cabo en colaboración con el equipo designado y la dirección de la compañía. La resolución adoptada será comunicada al usuario al término de este proceso (Muñoz, 2017). Se presentaron cuatro indicadores **(1) Coordinación de áreas** es el desarrollo efectivo de una organización requiere la definición clara de las responsabilidades y funciones de cada uno de sus departamentos. Sin embargo, igualmente crucial es la implementación de mecanismos y canales de comunicación para garantizar la máxima eficiencia (Dokify comunicación, 2022). **(2) Responsable** es el que muestra dedicación y concentración en sus acciones o decisiones (RAE, 2023). **(3) Decisión** se refiere a la acción de tomar o proporcionar una resolución en relación con una situación incierta (RAE, 2023). **(4) Comunicación al usuario** se refiere a la decisión adoptada debe ser comunicada al cliente o consumidor a través de los medios de notificación que haya seleccionado (Campiña y Fernández, 2016).

La **novena dimensión** determinada **cierre** se refiere a que, si la resolución ha cumplido las expectativas del usuario, el procedimiento se dará por concluido. En caso contrario, se evaluará la posibilidad de continuar el proceso mediante un nivel superior de resolución. En el evento de obtener, en última instancia, una respuesta satisfactoria, se llevará a cabo la clausura y el registro oficial de la incidencia (Muñoz, 2017). Asimismo, se propusieron tres indicadores **(1) Solución** es la respuesta que la empresa considera más apropiada frente a una queja, ya sea reconociendo la validez de la preocupación del cliente o refutándola (Campiña y Fernández, 2016). **(2) Satisfacción del usuario** constituye uno de los principales objetivos al ofrecer servicios de alta calidad. Dado que esta satisfacción impacta significativamente en el comportamiento del usuario, se convierte en una meta sumamente valiosa (Rojas, 2000). **(3) Fin del proceso** es la conclusión del proceso de sanciones debido a la

imposibilidad práctica de continuar, surgida por causas que ocurrieron después de su inicio (DPEJ, 2023).

La **escala de medición** que se aplicó fue Likert, el cual se inspiró en la teoría factorial de aptitudes de Spearman y cuestionó la complejidad de la escala de Thurstone. Esta técnica, más sencilla y que prescindía de la necesidad de expertos, consistió en presentar a los participantes un conjunto de afirmaciones o proposiciones. Estos debieron responder en una escala de 3, 5 o 7 opciones, asignando valores de mayor a menor o viceversa (Ñaupas, et al., 2018).

Arias (2012) mencionó que la población, también denominada población objetivo, se refería a un conjunto de elementos que compartían características comunes y para los cuales se aplicarían las conclusiones de la investigación. En este estudio, la **población** consistió en 5,892 estudiantes que presentaron quejas en la IESU de Lima Centro.

Yuni y Urbano (2014) señalaron que la mayoría de las investigaciones obtuvieron información a partir de muestras, las cuales representaban una porción espacialmente seleccionada de un conjunto más amplio con el propósito de deducir conclusiones. Para determinar la **muestra** se aplicó la fórmula de poblaciones finitas para conocer el tamaño de la muestra (ver Anexo 7). Dado que el tamaño de muestra no puede ser fraccional, se redondeó hacia arriba, resultando en la necesidad de encuestar a 361 estudiantes para lograr un nivel de confianza del 95%.

El proceso se llevó a cabo mediante un **muestreo** aleatorio simple. Para utilizar este método, fue necesario tener información sobre todos los elementos que integraban la población. Se asignó un número secuencial a cada sujeto y, mediante algún método aleatorio, se procedió a seleccionar individualmente a cada persona hasta alcanzar el tamaño deseado de la muestra (Hernández y Carpio, 2019).

Álvarez (2007) señaló que los criterios de inclusión y exclusión, también conocidos como criterios de selección, establecieron los límites de la población en estudio, que constituía un subgrupo de la población objetivo. En este sentido, se tuvo en cuenta como **criterios de inclusión** a los estudiantes que asistían a clases en la sede central de la IESU de Lima Centro, 2024. Por otro lado, se consideraron como **criterios de exclusión** a todos los alumnos matriculados en sedes distintas.

La **técnica** seleccionada para llevar a cabo la investigación implicó el uso de encuestas, donde los participantes proporcionaron información directa al investigador (Yuni y Urbano, 2014). El **instrumento** específico que se utilizó fue un cuestionario

(ver Anexo 2), el cual consistió en preguntas organizadas por escrito, vinculadas a las hipótesis de trabajo, así como a las variables e indicadores del estudio, su propósito principal era reunir datos para confirmar las hipótesis propuestas (Ñaupas et al.,2018).

El instrumento de investigación adoptó la forma de un cuestionario basado en la escala de Likert. Este cuestionario, constó de ítems diseñados para evaluar la variable de GQ. Cada ítem presentó cinco opciones de respuesta que iban desde "TD" hasta "TA". Esta estructura se seleccionó con el propósito de comprender y determinar en qué medida se cumplían los objetivos establecidos en el estudio. Además, se proporcionó un desglose detallado de la evaluación en la escala de Likert.

Por otro lado, la **validez** del cuestionario fue validada mediante el juicio de tres expertos con especialidad en Gestión de Organizaciones (ver Anexo 3), quienes revisaron y opinaron respecto a la estructura de dicho instrumento, el cual debía tener contenido, criterio y constructo (ver Anexo 7).

El instrumento mencionado fue evaluado inicialmente a través de una Prueba Piloto utilizando datos recopilados de 33 estudiantes pertenecientes a diversas sedes de la IESU. Los resultados obtenidos fueron posteriormente analizados utilizando Microsoft Excel en su versión 365. Sánchez (2023) afirmó que Microsoft Excel destacaba como el principal software de hojas de cálculo en el ámbito y se presentaba como una herramienta avanzada para analizar y visualizar datos. Esto se debía a su notable utilidad en simplificar tareas relacionadas con información numérica, como presupuestos, modelos económicos, balances y estadísticas.

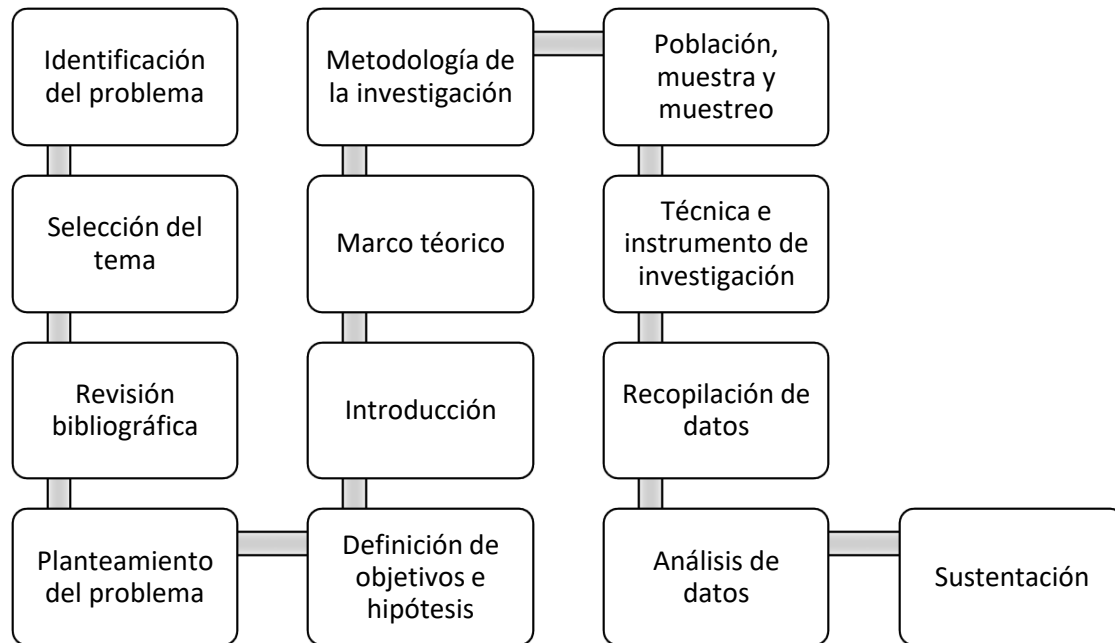
Después de recopilar datos, se había calculado la confiabilidad del cuestionario con el Alfa de Cronbach, obteniendo un valor alto de 0.73 para la variable de GQ (ver Anexo 4). Oviedo y Campo-Arias (2005) lo habían descrito como el promedio de correlaciones entre elementos del instrumento, indicando la presencia del constructo en cada elemento.

El **procedimiento** para la recolección de datos de la investigación inició identificando un problema específico en una IESU. Se seleccionó un tema y se revisó material bibliográfico para construir la matriz de operacionalización y la matriz de consistencia, donde se planteó el problema y se definieron los objetivos. La introducción incluyó la búsqueda de antecedentes nacionales e internacionales sobre la variable de GQ, y se desarrolló el marco teórico. Se determinó la metodología del estudio, la población, la muestra y el muestreo, así como la técnica e instrumento utilizados, validados por tres expertos en gestión de organizaciones. Tras la validación

y confiabilidad, se aplicó la encuesta, se recopilaron datos procesados con Microsoft Excel y se analizaron mediante el coeficiente de Alfa de Cronbach, contrastando los resultados con la hipótesis planteada en la investigación.

Figura 2

Diagrama de las etapas de la investigación



García et al. (2009) argumentaron que, dentro del marco del método científico, el **método estadístico** implicaba seguir una secuencia de pasos con el objetivo de lograr una comprensión auténtica en el ámbito estadístico. Se llevaron a cabo varios procesos, que abarcaron desde la recopilación de datos hasta la presentación en tablas o gráficos, pasando por el cálculo de medidas para resumir los datos. Además, se plantearon suposiciones sobre los patrones identificados y se realizaron pruebas estadísticas formales para verificarlas.

Fernández et al. (2002) afirmaron que la estadística descriptiva utilizaba diversas técnicas con el propósito de exponer y simplificar la diversidad de datos observados. En esta investigación, se empleó el análisis **estadístico descriptivo** para examinar los hallazgos de la encuesta. Los datos recolectados fueron analizados utilizando el programa informático Microsoft Excel, el cual generó tablas y gráficos para simplificar la interpretación y análisis de la información recopilada.

Guerrero et al. (2007) afirmaron que la estadística inferencial tenía como objetivo alcanzar conclusiones robustas y detalladas a través del análisis de muestras, seguido por la extrapolación de resultados con el propósito de respaldar la toma de decisiones y la formulación de conclusiones sólidas. Por lo tanto, en este trabajo, se aplicó la **estadística inferencial** para llevar a cabo un análisis correlacional mediante el coeficiente del Alfa de Cronbach, con el fin de corroborar la hipótesis planteada.

En relación con los **aspectos éticos**, en este estudio, la ética jugó un papel importante para preservar el bienestar de los participantes y la integridad de la investigación. Tanto a nivel nacional como internacional, se siguieron criterios éticos comunes redactados por comités de ética de investigación.

El principio de beneficencia busca aumentar los beneficios y reducir los riesgos para todas las partes implicadas. En este contexto, se procuró diseñar una investigación que generara conocimiento valioso para la institución educativa superior, mientras se aseguraba la protección y el cuidado de los participantes.

La no maleficencia implicaba que los investigadores tenían la responsabilidad de evitar causar daño innecesario a los participantes, anticipando posibles riesgos y tomando medidas para reducirlos. Fue fundamental que los participantes comprendieran los riesgos potenciales y dieran su consentimiento informado de manera consciente.

Respetar la autonomía de los participantes fue otro principio ético crucial. Se garantizó que las personas tomaran decisiones conscientes y de su propia voluntad acerca de si deseaban participar en el estudio. El consentimiento informado (ver Anexo 5), tuvo una importancia crucial al explicar el objetivo de la investigación, los métodos empleados, así como los posibles riesgos y beneficios involucrados.

III. RESULTADOS

3.1. Análisis descriptivo

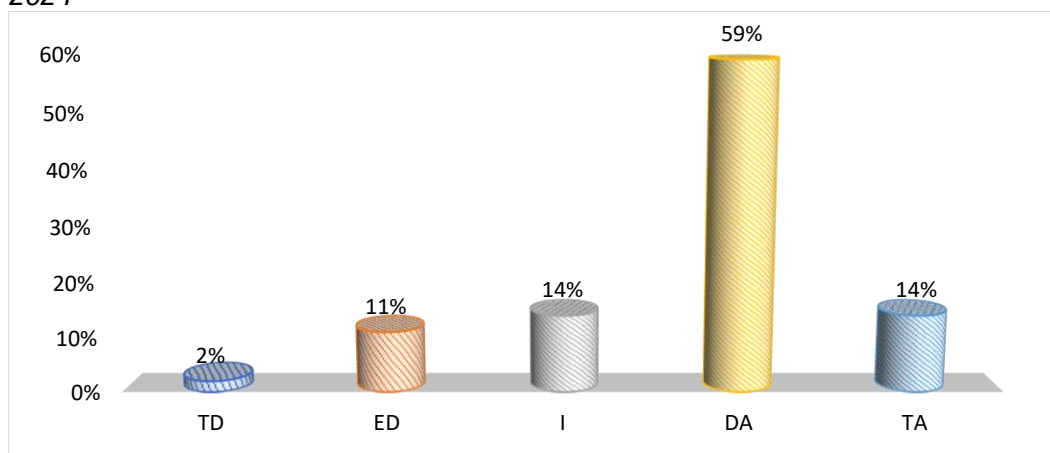
Tabla 3

Nivel de gestión de quejas en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024

	Frecuencia (Frec.)	Porcentaje (%)	Porcentaje válido (% val.)	Porcentaje acumulado (% acum.)
TD	202	2%	2%	2%
ED	1103	11%	11%	13%
I	1440	14%	14%	27%
DA	5966	59%	59%	86%
TA	1397	14%	14%	100%
Total	10108	100%	100%	

Figura 3

Nivel de gestión de quejas en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024



Interpretación

En la tabla 3 y figura 3, el 59% de los encuestados expreso estar de acuerdo (**DA**) con el compromiso que muestra la IESU en mantener informado al usuario en todo momento con respecto a su queja o reclamo ya que realiza una actualización periódica del estado de la queja, garantizando una comunicación fluida y transparente, asegurando que el usuario esté al tanto de los avances y acciones tomadas para resolver su queja de manera satisfactoria; el 14% determinó que se encuentra en total acuerdo (**TA**) debido a que el usuario es informado mediante correo institucional sobre la clausura oficial de la incidencia y se registra en sistema; el 14% muestra ser indiferente (**I**) al momento que la institución recepciona su solicitud ya que solo se les proporciona un código de atención del sistema de registro de quejas y reclamos

brindando el plazo de atención; el 11% se muestra en desacuerdo (**DA**) frente al poco interés del área encargada de indagar mayor detalle de la insatisfacción que presenta el usuario y el 2% determinó que se encuentra en total desacuerdo (**TD**) debido a que la institución extiende el plazo de atención establecido por el área encargada de gestionar las quejas y reclamos de los usuarios esto por no tener información más detallada del caso. **Muñoz (2017)** refiere que la gestión de quejas emerge como un instrumento efectivo para reforzar la fidelidad de los clientes, dado que tiene el potencial de elevar la percepción que estos tienen acerca de la calidad y utilidad del producto o servicio que han adquirido. **Si** la institución universitaria implementa un método efectivo y ágil para gestionar las quejas de los estudiantes; **entonces**, se elevará al 100% la lealtad y satisfacción de los clientes, y también la calidad de los servicios ofrecidos.

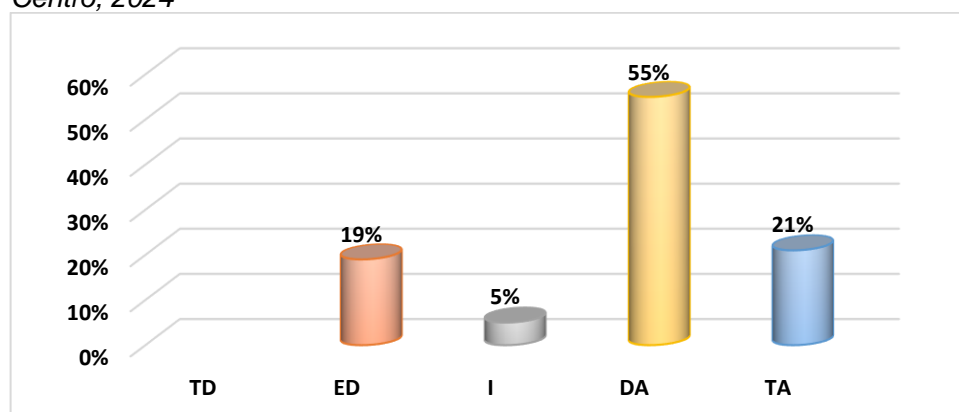
Tabla 4a

Nivel de comunicación desarrollada en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024

	Frec.	%	% val.	% acum.
TD	0	0%	0%	0%
ED	136	19%	19%	19%
I	35	5%	5%	24%
DA	397	55%	55%	79%
TA	154	21%	21%	100%
Total	722	100%	100%	

Figura 4a

Nivel de comunicación desarrollada en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024



Interpretación

El 76% de los encuestados manifestó estar de acuerdo **(DA)** y total acuerdo **(TA)** que la institución educativa informa cuáles son los canales de comunicación para colocar un reclamo de cualquier índole; mientras que el 19% expresó estar en desacuerdo **(ED)** y 21% en total desacuerdo **(TD)** las quejas que se realizan de manera virtual carecen de atención debido a que no obtienen ninguna respuesta frente al reclamo ejecutado y; un 5% muestra ser indiferente **(I)** frente a la virtualidad de las solicitudes generadas por la organización para los reclamos de los estudiantes. **Muñoz (2017)** refiere que la comunicación en el sistema universitario es la primera etapa de contacto de cara al usuario o cliente donde se debe tomar en cuenta la responsabilidad que ejerce el primer contacto de la empatía de la comunicación y satisfacción del cliente mediante el proceso de inicio de un reclamo. **Si** la institución comunica los pasos, procedimientos y el tiempo de respuesta de una queja de manera virtual; **entonces**, la comunicación expresada de manera virtual al solicitante para procesar la queja será de acuerdo con el procedimiento establecido por la institución llegando a la atención del 100%. En el corto plazo, el 5% de los encuestado indiferente **(I)** se acogerán a las estrategias que genera la institución para el procesamiento de las quejas y, el 19% de encuestado que se encuentran en desacuerdo **(ED)** se acogerá a las estrategias a las estrategias generadas durante el mediano plazo.

Tabla 4b

Interpretación de los componentes de las brechas de la comunicación en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024

%	CRITERIO (CR)	OBJETIVO (OBJ)	NIVEL DE ESFUERZO PARA CUBRIR LAS BRECHAS (metas) – (NECB)	EVENTO ESPERADO (EE)
5%	I	CORTO PLAZO (CP)	5% POCO ESFUERZO (PE)	0.05
19%	ED	MEDIANO PLAZO (MP)	24% REGULAR ESFUERZO (RE)	0.24

Tabla 4c

Objetivos y estrategias generadas favoreciendo la comunicación en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024

PORCENTAJE	CONCEPTO												
100%	Muñoz (2017) menciona que la comunicación constituye la fase inicial donde se establecen las responsabilidades vinculadas a la transmisión y difusión del proceso. El objetivo es asegurar que tanto el personal como los usuarios de la organización estén al tanto del procedimiento de gestión de quejas. Esto abarca la comprensión de sus roles, la identificación de los responsables, la ubicación de los puntos de presentación de quejas, el entendimiento del proceso para reportar incidencias, los plazos de resolución y las diferentes opciones de solución disponibles, entre otros aspectos.												
RESALTAR LOS BENEFICIOS Y CARACTERÍSTICAS DE LA COMUNICACIÓN EN LA GESTIÓN DE QUEJAS													
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>ACTIVIDADES</th> <th>MEDIOS DE VERIFICACIÓN</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1. Identificar y documentar los puntos de presentación de quejas.</td> <td>Listado actualizado de puntos de presentación de quejas (físicos y virtuales).</td> </tr> <tr> <td>2. Capacitar al personal.</td> <td>Registros de asistencia.</td> </tr> <tr> <td>3. Desarrollar y actualizar el sistema virtual de quejas.</td> <td>Reporte de las actualizaciones del sistema virtual.</td> </tr> <tr> <td>4. Crear material informativo para los usuarios.</td> <td>Métricas de alcance (número de vistas, descargas, interacciones).</td> </tr> <tr> <td>5. Monitorear y evaluar continuamente.</td> <td>Reporte de feedback de usuarios.</td> </tr> </tbody> </table>	ACTIVIDADES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	1. Identificar y documentar los puntos de presentación de quejas.	Listado actualizado de puntos de presentación de quejas (físicos y virtuales).	2. Capacitar al personal.	Registros de asistencia.	3. Desarrollar y actualizar el sistema virtual de quejas.	Reporte de las actualizaciones del sistema virtual.	4. Crear material informativo para los usuarios.	Métricas de alcance (número de vistas, descargas, interacciones).	5. Monitorear y evaluar continuamente.	Reporte de feedback de usuarios.
ACTIVIDADES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN												
1. Identificar y documentar los puntos de presentación de quejas.	Listado actualizado de puntos de presentación de quejas (físicos y virtuales).												
2. Capacitar al personal.	Registros de asistencia.												
3. Desarrollar y actualizar el sistema virtual de quejas.	Reporte de las actualizaciones del sistema virtual.												
4. Crear material informativo para los usuarios.	Métricas de alcance (número de vistas, descargas, interacciones).												
5. Monitorear y evaluar continuamente.	Reporte de feedback de usuarios.												
	REALIZAR UN PLAN DE DIFUSIÓN DE LA COMUNICACIÓN VIRTUAL EN LA GESTIÓN DE QUEJAS												
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>ACTIVIDADES</th> <th>MEDIOS DE VERIFICACIÓN</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1. Desarrollar contenido informativo.</td> <td>Registro de versiones actualizadas del material informativo con fechas de creación y revisión.</td> </tr> <tr> <td>2. Difundir en plataformas digitales.</td> <td>Reporte de publicaciones en redes sociales y sitio web oficial.</td> </tr> <tr> <td>3. Enviar email marketing y boletines informativos.</td> <td>Registro de envíos de email marketing y boletines.</td> </tr> <tr> <td>4. Integrar con aplicaciones móviles.</td> <td>Documento de registro de integración de la aplicación móvil con el sistema de quejas.</td> </tr> <tr> <td>5. Capacitar y ofrecer soporte.</td> <td>Registro de asistencia a las sesiones de capacitación y solicitudes de soporte recibidas.</td> </tr> </tbody> </table>	ACTIVIDADES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	1. Desarrollar contenido informativo.	Registro de versiones actualizadas del material informativo con fechas de creación y revisión.	2. Difundir en plataformas digitales.	Reporte de publicaciones en redes sociales y sitio web oficial.	3. Enviar email marketing y boletines informativos.	Registro de envíos de email marketing y boletines.	4. Integrar con aplicaciones móviles.	Documento de registro de integración de la aplicación móvil con el sistema de quejas.	5. Capacitar y ofrecer soporte.	Registro de asistencia a las sesiones de capacitación y solicitudes de soporte recibidas.
ACTIVIDADES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN												
1. Desarrollar contenido informativo.	Registro de versiones actualizadas del material informativo con fechas de creación y revisión.												
2. Difundir en plataformas digitales.	Reporte de publicaciones en redes sociales y sitio web oficial.												
3. Enviar email marketing y boletines informativos.	Registro de envíos de email marketing y boletines.												
4. Integrar con aplicaciones móviles.	Documento de registro de integración de la aplicación móvil con el sistema de quejas.												
5. Capacitar y ofrecer soporte.	Registro de asistencia a las sesiones de capacitación y solicitudes de soporte recibidas.												
76% DA + TA	ALIADOS												

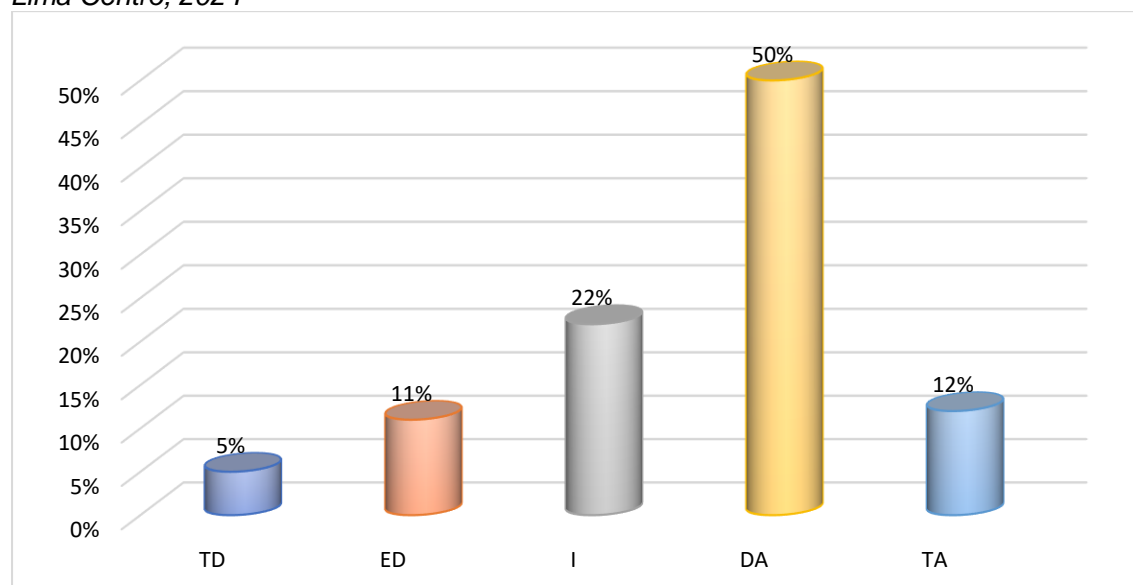
Tabla 5a

Nivel de recepción de la queja desarrollada en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024

	Frec.	%	% val.	% acum.
TD	18	5%	5%	5%
ED	47	11%	11%	16%
I	120	22%	22%	38%
DA	410	50%	50%	88%
TA	127	12%	12%	100%
Total	722	100%	100%	

Figura 5a

Nivel de recepción de la queja desarrollada en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024



Interpretación

El 62% de los encuestados mostró estar de acuerdo (**DA**) y total acuerdo (**TA**) que la institución educativa brinde una notificación vía correo de la recepción de la queja realizada; mientras que el 22% manifiesta ser indiferente (**I**) frente a la notificación automática que es sistema envía al momento de recibir la queja y; un 11% expresó estar en desacuerdo (**ED**) y 5% en total desacuerdo (**TD**) con el sistema de recepción debido a que es de forma automática y general para cualquier tipo de reclamo. **Muñoz (2017)** señala que la recepción de una queja, entendida como una manifestación de insatisfacción, puede realizarse a través de múltiples canales: en persona, por teléfono, por escrito, por correo electrónico, entre otros. Es fundamental que estas diferentes opciones se ajusten al formato estándar de quejas. **Si** la institución recibiera

los reclamos mediante el correo electrónico personal; **entonces**, la recepción de la queja será mejor para los estudiantes de distintas edades conllevando esto al 100% de atención. En el corto plazo, el 22% de los encuestados indiferentes (**I**) se adoptarán a las estrategias establecidas por la institución para el manejo de las quejas, el 11% de encuestados que se encuentran en desacuerdo (**ED**) se acogerán a las estrategias generadas durante el mediano plazo y, el 5% de los encuestados se muestran en total desacuerdo (TD) los cuales se acogerán a las estrategias definidas por la institución a largo plazo.

Tabla 5b

Interpretación de los componentes de las brechas de la recepción de la queja en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024

%	CR	OBJ	metas – NECB	EE
22%	I	CP	22% PE	0.22
11%	ED	MP	38% RE	0.38
5%	TD	LP	5% ME	0.05

Tabla 5c

Objetivos y estrategias generadas favoreciendo la recepción de las quejas en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024

PORCENTAJE	CONCEPTO	
100%	<p>Muñoz (2017) señala que la presentación de una queja representa una expresión de insatisfacción, puede realizarse a través de varios canales: presencialmente, por teléfono, por escrito, mediante correo electrónico, entre otros. Es fundamental que estas opciones se ajusten al formato tradicional de quejas.</p>	
RESALTAR LOS BENEFICIOS Y CARACTERÍSTICAS DE LA RECEPCIÓN DE LAS QUEJAS EN LA GESTIÓN DE QUEJAS		
	ACTIVIDADES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
22% I	<ol style="list-style-type: none"> 1. Establecer un sistema de respuesta inmediata para todas las quejas registradas. 2. Configurar respuestas automáticas por correo electrónico. 	<p>Registro de tiempo de respuesta.</p> <p>Registro de correos electrónicos enviados automáticamente con detalles de fecha y hora de envío, y confirmación de recepción por parte del usuario.</p>
APLICAR UN PLAN DE DIFUSIÓN DE LA RECEPCIÓN DE LAS QUEJAS EN LA GESTIÓN DE QUEJAS		
	ACTIVIDADES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
22% I + 11% ED + 5% TD	<ol style="list-style-type: none"> 1. Evaluar la satisfacción de los usuarios con el sistema de recepción de quejas y respuestas automáticas. 2. Monitorear las métricas de uso de los diferentes canales de presentación de quejas y las respuestas automáticas. 3. Recolectar y analizar el feedback de los usuarios para hacer ajustes necesarios en el sistema. 	<p>Encuestas de satisfacción.</p> <p>Análisis de uso del sistema.</p> <p>Feedback de usuarios</p>
62% DA + TA	ALIADOS	

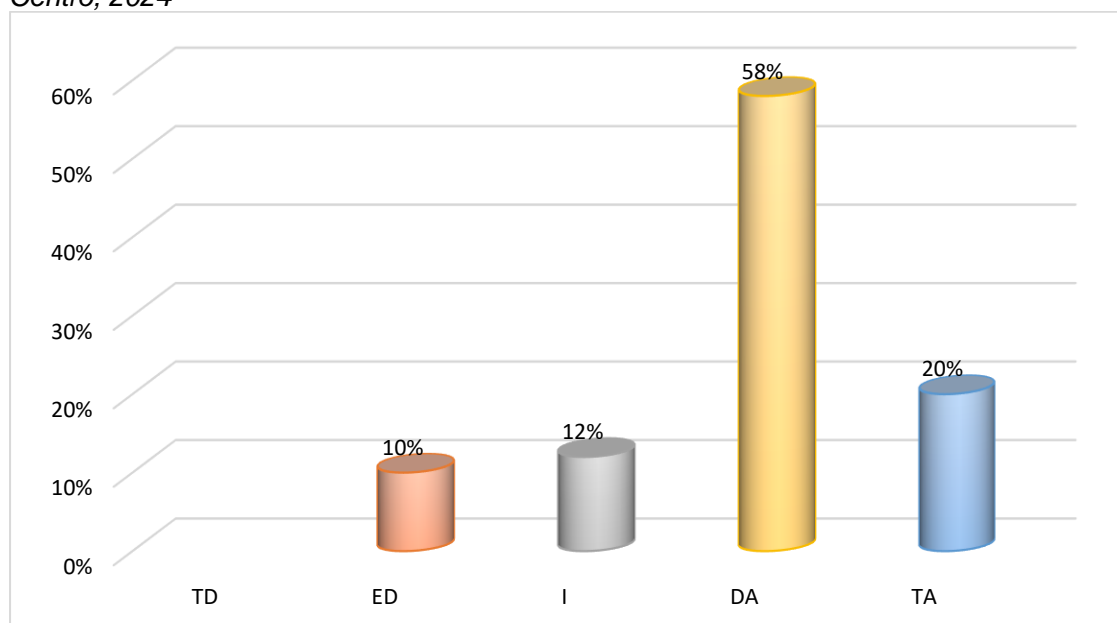
Tabla 6a

Nivel de seguimiento desarrollada en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024

	Frec.	%	% val.	% acum.
TD	0	0%	0%	0%
ED	148	10%	10%	10%
I	177	12%	12%	22%
DA	830	58%	58%	80%
TA	289	20%	20%	100%
Total	1444	100%	100%	

Figura 6a

Nivel de seguimiento desarrollada en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024



Interpretación

El 78% de los encuestados manifestó estar de acuerdo (**DA**) y total acuerdo (**TA**) que la institución educativa tenga distintos tipos de reclamos al realizar el proceso; mientras que el 12% muestra ser indiferente (**I**) frente a la forma en que la institución informa al usuario sobre el estado de su queja y; un 10% expresó estar en desacuerdo (**ED**) y en total desacuerdo (**TD**) referente a la manera de informar al usuario sobre el avance de su queja. **Muñoz (2017)** establece que el seguimiento implica almacenar y organizar la información recopilada de manera que sea fácilmente accesible y consultable en el futuro. Para ello, se realizará una actualización periódica del estado

de la incidencia en el sistema de registro. **Si** la institución universitaria informará al estudiante sobre cada actualización de su caso; **entonces**, el seguimiento del reclamo sería menos tedioso generado que el 100% de los estudiantes estén informados. En el corto plazo, el 12% de los encuestados indiferentes (**I**) aceptarán las estrategias que genera la institución para la administración de las quejas y, el 10% de encuestados que se encuentran en desacuerdo (**ED**) se acogerán a las estrategias generadas durante el mediano plazo.

Tabla 6b

Interpretación de los componentes de las brechas del seguimiento en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024

%	CR	OBJ	metas – NECB	EE
12%	I	CP	12% PE	0.12
10%	ED	MP	10% RE	0.10

Tabla 6c

Objetivos y estrategias generadas favoreciendo al seguimiento en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024

PORCENTAJE	CONCEPTO	
100%	<p>Muñoz (2017) describe el seguimiento como el proceso en el cual la información recopilada se almacena y organiza para facilitar su consulta y monitoreo futuro. Para ello, se realizará una actualización periódica del estado de la incidencia en el sistema de registro.</p>	
RESALTAR LOS BENEFICIOS Y CARACTERÍSTICAS DEL SEGUIMIENTO EN LA GESTIÓN DE QUEJAS		
12% I	ACTIVIDADES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
	1. Permitir al usuario buscar opciones según su interés.	Registro de uso del sistema de filtrado y búsqueda.
	2. Informar al usuario sobre el seguimiento de su queja.	Registro de notificaciones enviadas a los usuarios.
	3. Actualizar al usuario en cada revisión del proceso y trámite de la queja.	Registro de notificaciones automáticas enviadas, con detalles.
REALIZAR UN PLAN DE DIFUSIÓN DEL SEGUIMIENTO EN LA GESTIÓN DE QUEJAS		
12% I + 10% ED	ACTIVIDADES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
	1. Diseñar infografías y folletas que resuman el proceso de gestión y seguimiento de quejas.	Registro y archivo digital de todas las infografías y folletos diseñados.
	2. Incluir enlaces a tutoriales y guías en los boletines mensuales de la institución.	Registro de los boletines mensuales enviados con los enlaces a tutoriales y guías.
	3. Ofrecer un servicio de soporte técnico sobre el uso del sistema de seguimiento.	Base de datos de tickets de soporte o sistema de gestión de incidencias.
78% DA + TA	ALIADOS	

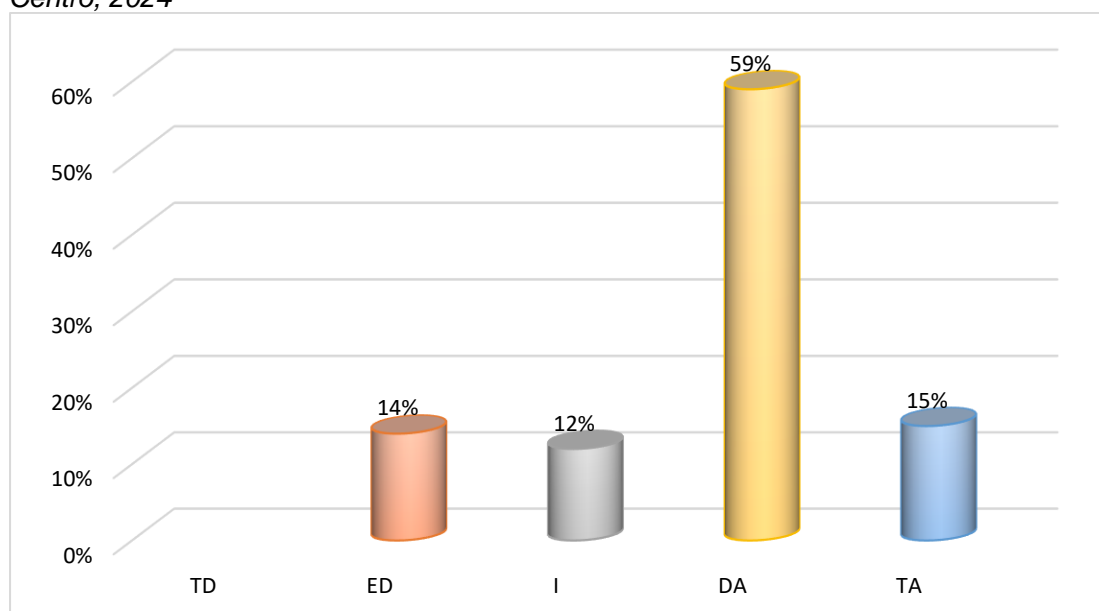
Tabla 7a

Nivel de acuse de recibo desarrollada en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024

	Frec.	%	% val.	% acum.
TD	0	0%	0%	0%
ED	104	14%	14%	14%
I	85	12%	12%	26%
DA	427	59%	59%	85%
TA	106	15%	15%	100%
Total	722	100%	100%	

Figura 7a

Nivel de acuse de recibo desarrollada en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024



Interpretación

El 74% de los encuestados expresaron estar de acuerdo (**DA**) y total acuerdo (**TA**) que la institución educativa envíe un comunicado de conformidad al usuario; mientras que el 14% manifestó estar en desacuerdo (**ED**) y en total desacuerdo (**TD**) frente a la poca información que se le brinda con respecto al estado de su proceso de quejas y; un 12% muestra ser indiferente (**I**) con el procedimiento que tiene la organización en referencia al acuse de recibo. **Muñoz (2017)** indica que el acuse de recibo consiste en enviar una notificación a la persona que presentó la queja, informándole que su reclamación ha sido recibida y que el proceso de resolución está en marcha. **Si** la

institución universitaria notificará oportunamente al estudiante sobre su recepción y evaluación; **entonces**, los estudiantes estarían 100% conformes con la información recibida por parte de la institución. En el corto plazo, el 12% de los encuestados indiferentes (**I**) se acogerán a las estrategias que genera la institución para la gestión de los reclamos y, el 14% de encuestados que se encuentran en desacuerdo (**ED**) se acogerán a las estrategias planteadas durante el mediano plazo.

Tabla 7b

Interpretación de los componentes de las brechas del acuse de recibo en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024

%	CR	OBJ	metas – NECB	EE
12%	I	CP	12% PE	0.12
14%	ED	MP	14% RE	0.14

Tabla 7c

Objetivos y estrategias generadas favoreciendo al acuse de recibo en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024

PORCENTAJE	CONCEPTO	
100%	Muñoz (2017) indica que el acuse de recibo consiste en enviar una notificación a la persona que presentó la queja, informándole que su reclamación ha sido recibida y que el proceso de resolución está en marcha.	
RESALTAR LOS BENEFICIOS Y CARACTERÍSTICAS DEL ACUSE DE RECIBO EN LA GESTIÓN DE QUEJAS		
	ACTIVIDADES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
12% I	1. Emitir un comunicado de conformidad al solicitante al registra la queja.	Registro de correos electrónicos enviados con acuse de recibo.
	2. Desarrollar un portal en línea para verificar el estado de la queja en tiempo real.	Registro de accesos de los usuarios al portal en línea.
REALIZAR UN PLAN DE DIFUSIÓN DEL ACUSE DE RECIBO EN LA GESTIÓN DE QUEJAS		
	ACTIVIDADES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
12% I + 14% ED	1. Recibir la queja a través de los canales habilitados.	Registro en el sistema de gestión de quejas.
	2. Verificar que todos los datos necesarios estén completos y correctos.	Lista de verificación de datos completada.
	3. Generar un documento de acuse de recibo personalizado.	Registro del acuse de recibo en el sistema.
	4. Enviar el acuse de recibo al cliente por el medio correspondiente.	Confirmación de entrega.
74% DA + TA	ALIADOS	

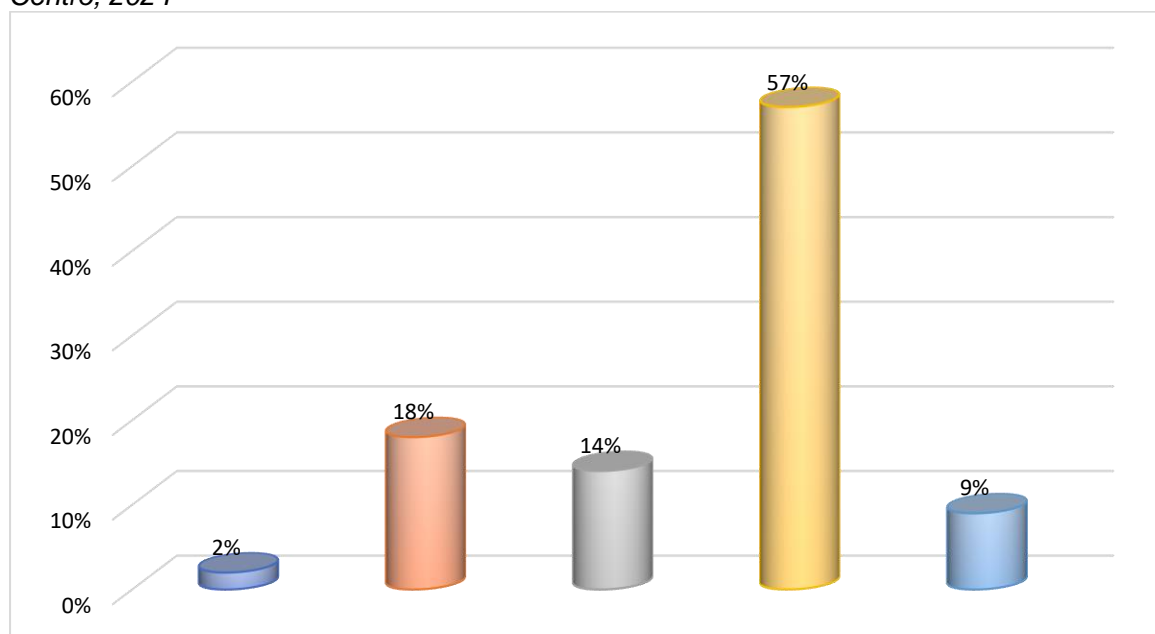
Tabla 8a

Nivel de evaluación inicial desarrollada en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024

	Frec.	%	% val.	% acum.
TD	17	2%	2%	2%
ED	131	18%	18%	20%
I	101	14%	14%	34%
DA	409	57%	57%	91%
TA	64	9%	9%	100%
Total	722	100%	100%	

Figura 8a

Nivel de evaluación inicial desarrollada en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024



Interpretación

El 66% de los encuestados expresaron estar de acuerdo (**DA**) y total acuerdo (**TA**) que la institución educativa universitaria solicite mayor detalle del reclamo y por lo cual se contacte con los estudiantes; mientras que el 10% manifestó estar en desacuerdo (**ED**) y en total desacuerdo (**TD**) frente a los plazos de atención establecidos por la institución y; un 14% muestra ser indiferente (**I**) con respecto al incumplimiento en los plazos de atención que informa la organización. **Muñoz (2017)** indica que la evaluación inicial requiere que cada queja recibida sea examinada y clasificada conforme a los estándares y criterios internos definidos por la organización.

Si la institución universitaria se contactará con el estudiante para conocer mayor detalle; **entonces**, se les brindaría un correcto plazo de atención al estudiante lo conllevará a que el 100% de los estudiantes estén satisfechos. En el corto plazo, el 14% de los encuestados indiferentes (**I**) se acogerán a las estrategias que genera la institución para la gestión de los reclamos, el 18% de encuestados que se encuentran en desacuerdo (**ED**) se acogerán a las estrategias planteadas durante el mediano plazo y, un 2% de encuestados en total desacuerdo (**TD**) se acogerán a largo plazo.

Tabla 8b

Interpretación de los componentes de las brechas de la evaluación inicial en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024

%	CR	OBJ	metas – NECB	EE
14%	I	CP	14% PE	0.14
18%	ED	MP	18% RE	0.18
2%	TD	LP	2% ME	0.02

Tabla 8c

Objetivos y estrategias generadas favoreciendo a la evaluación inicial en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024

PORCENTAJE	CONCEPTO	
100%	Muñoz (2017) indica que la evaluación inicial requiere que cada reclamación recibida sea examinada y clasificada conforme a los estándares establecidos por la organización, siguiendo sus criterios internos previamente definidos.	
RESALTAR LOS BENEFICIOS Y CARACTERÍSTICAS DE LA EVALUACIÓN INICIAL EN LA GESTIÓN DE QUEJAS		
14% I	ACTIVIDADES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar una revisión preliminar de cada queja. 2. Categorizar la queja según los estándares definidos por la institución. 3. Designar al equipo responsable para manejar la queja específica. 4. Informar al cliente sobre la recepción y categorización de su queja. 5. Documentar todos los detalles de la evaluación inicial. 	<p>Informe de revisión preliminar documentado.</p> <p>Etiquetas o categorías asignadas en la base de datos de quejas.</p> <p>Registro de asignación de responsables.</p> <p>Confirmación de notificación enviada al cliente.</p> <p>Informe de evaluación inicial registrado.</p>
REALIZAR UN PLAN DE DIFUSIÓN DE LA EVALUACIÓN INICIAL EN LA GESTIÓN DE QUEJAS		
14% I + 18% ED + 2% TD	ACTIVIDADES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Desarrollar y documentar procedimientos estandarizados para la evaluación inicial. 2. Implementar un sistema de monitoreo y control. 3. Informar a todo el personal sobre la importancia y el proceso de la evaluación inicial. 4. Elaborar reportes periódicos sobre el estado de las quejas recibidas y su evaluación inicial. 	<p>Manual de procedimientos y guías de evaluación inicial distribuidas entre el personal encargado.</p> <p>Informes de auditoría interna y registro de monitoreo y control.</p> <p>Correos electrónicos informativos y actas de reuniones.</p> <p>Informes mensuales o trimestrales sobre la gestión de quejas.</p>
66% DA + TA	ALIADOS	

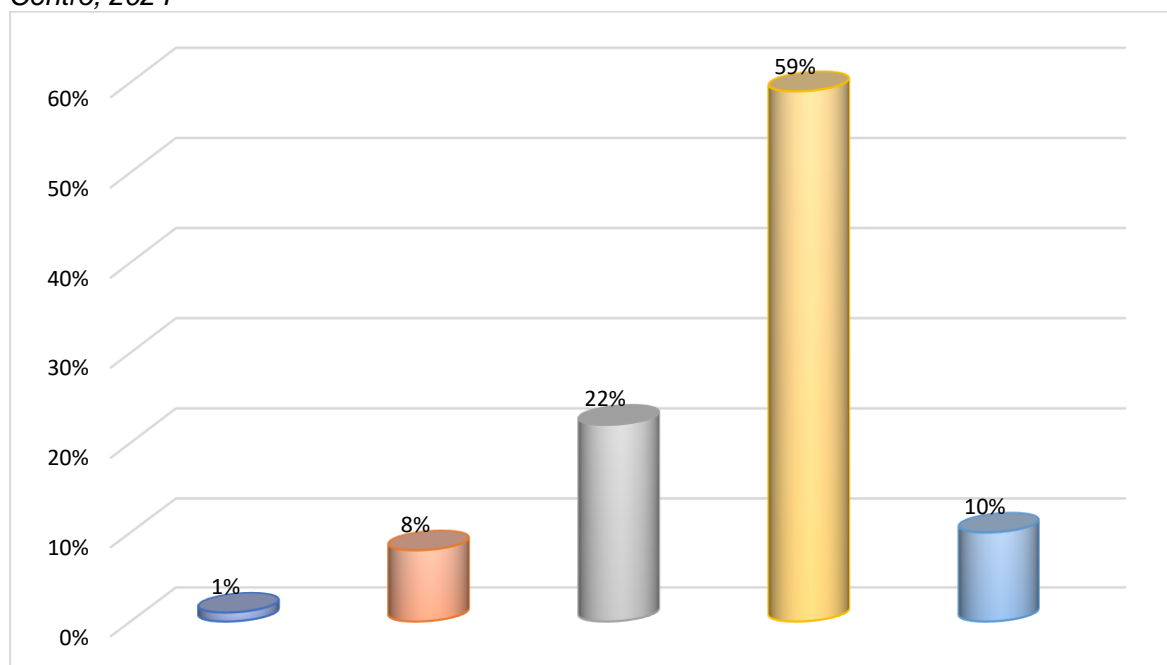
Tabla 9a

Nivel de investigación desarrollada en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024

	Frec.	%	% val.	% acum.
TD	27	1%	1%	1%
ED	172	8%	8%	9%
I	475	22%	22%	31%
DA	1278	59%	59%	90%
TA	214	10%	10%	100%
Total	722	100%	100%	

Figura 9a

Nivel de investigación desarrollada en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024



Interpretación

El 69% de los encuestados expresaron estar de acuerdo (**DA**) y total acuerdo (**TA**) que la institución educativa universitaria haya implementado el portal de quejas y reclamos con tipificaciones para cada caso de insatisfacción que tenga el estudiante; mientras que un 22% muestra ser indiferente (**I**) frente al proceso administrativo entre áreas involucradas y; el 9% manifestó estar en desacuerdo (**ED**) y en total desacuerdo (**TD**) con referencia a que la institución no cuenta con un apartado de quejas frecuentes. **Muñoz (2017)** sostiene que la profundidad de la investigación requerida dependerá de la clasificación asignada a cada incidente. Para cada caso, será

necesario realizar una investigación exhaustiva que abarque las causas, las situaciones circundantes, las personas involucradas y las circunstancias contextuales. **Si** la institución universitaria contará con un apartado en la página web de quejas frecuentes; **entonces**, los estudiantes tendrían mayor opción a conocer el proceso de su queja conllevando a que el 100% de los estudiantes estén satisfechos con la atención. En el corto plazo, el 22% de los encuestados indiferentes **(I)** se aceptarán las estrategias que genera la institución para una eficiente gestión de reclamos, el 8% de los encuestados en desacuerdo **(ED)** se acogerán en mediano plazo y, el 1% de encuestados que se encuentran en total desacuerdo **(TD)** se acogerán a las estrategias planteadas durante largo plazo.

Tabla 9b

Interpretación de los componentes de las brechas de la investigación en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024

%	CR	OBJ	metas – NECB	EE
22%	I	CP	22% PE	0.22
8%	ED	MP	8% RE	0.08
1%	TD	LP	1% ME	0.01

Tabla 9c

Objetivos y estrategias generadas favoreciendo a la investigación en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024

PORCENTAJE	CONCEPTO	
100%	<p>Muñoz (2017) argumenta que la extensión de la investigación necesaria dependerá de la clasificación asignada a cada incidente. En cada caso, se deberá llevar a cabo una investigación detallada que cubra las causas, las circunstancias circundantes, las personas involucradas y el contexto del incidente.</p>	
22% I	<p>RESALTAR LOS BENEFICIOS Y CARACTERÍSTICAS DE LA INVESTIGACIÓN EN LA GESTIÓN DE QUEJAS</p>	
	ACTIVIDADES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Clasificar la queja según su gravedad. 2. Asignar un equipo especializado. 3. Reunir datos relevantes. 4. Analizar causas raíz y contexto. 5. Formular conclusiones y acciones correctivas. 	<p>Registros de clasificación.</p> <p>Registros de asignación.</p> <p>Informes de recopilación.</p> <p>Informes de análisis.</p> <p>Informes finales.</p>
22% I + 8% ED + 1% TD	<p>REALIZAR UN PLAN DE DIFUSIÓN DE LA INVESTIGACIÓN EN LA GESTIÓN DE QUEJAS</p>	
	ACTIVIDADES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Establecer un sistema para registrar y hacer seguimiento de las investigaciones de quejas. 2. Realizar auditorías internas para asegurar el cumplimiento de los procedimientos de investigación. 3. Organizar sesiones periódicas para revisar y mejorar el proceso de investigación. 4. Informar al personal sobre los resultados de las investigaciones y las acciones correctivas tomadas. 	<p>Base de datos actualizada con registros de quejas.</p> <p>Planes de acción correctiva.</p> <p>Documentación de mejoras implementadas.</p> <p>Informes de resultados de investigaciones.</p>
69% DA + TA	ALIADOS	

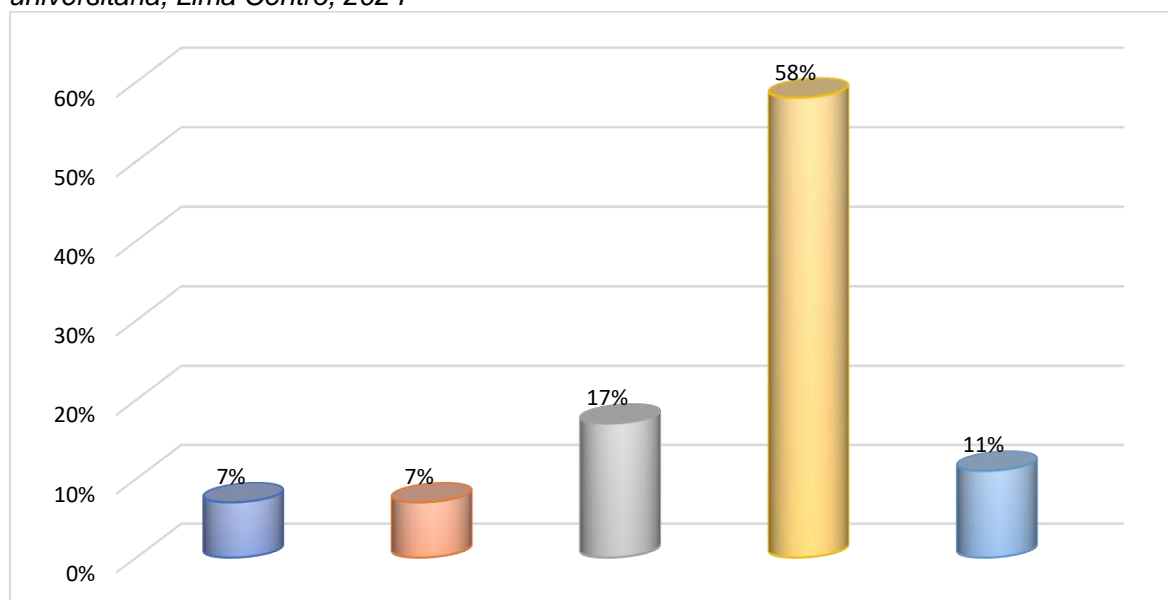
Tabla 10a

Nivel de continuación de la resolución desarrollada en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024

	Frec.	%	% val.	% acum.
TD	68	7%	7%	7%
ED	77	7%	7%	14%
I	187	17%	17%	31%
DA	630	58%	58%	90%
TA	121	11%	11%	100%
Total	1083	100%	100%	

Figura 10a

Nivel de continuación de la resolución desarrollada en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024



Interpretación

El 69% de los encuestados expresaron estar de acuerdo (**DA**) y total acuerdo (**TA**) que la institución educativa universitaria comunique al estudiante que faltan algunos datos en el reclamo realizado; mientras que un 17% muestra ser indiferente (**I**) frente a la demora en la atención del reclamo por falta de información y; el 14% manifestó estar en desacuerdo (**ED**) y en total desacuerdo (**TD**) con respecto a que tengan que citar al alumno para esclarecer datos de la queja. **Muñoz (2017)** expone que la continuación de la resolución es crucial para determinar si la información obtenida durante la investigación es suficiente para avanzar en la resolución del problema. Si la información resulta insuficiente, será necesaria una investigación más detallada.

Luego, se evaluará la viabilidad de resolver la queja; si es posible, el proceso continuará. Si no es viable, se deberá decidir si seguir adelante con el procedimiento y escalar la queja a un nivel superior para su resolución. **Si** la institución universitaria contará con un apartado en la página web de quejas frecuentes; **entonces**, los estudiantes tendrían mayor opción a conocer el proceso de su queja conllevando a que el 100% de los estudiantes estén satisfechos con la atención. En el corto plazo, el 22% de los encuestados indiferentes (**I**) se aceptarán las estrategias que genera la institución para una eficiente gestión de reclamos, el 8% de los encuestados en desacuerdo (**ED**) se acogerán en mediano plazo y, el 1% de encuestados que se encuentran en total desacuerdo (**TD**) se acogerán a las estrategias planteadas durante largo plazo.

Tabla 10b

Interpretación de los componentes de las brechas de la continuación de la resolución en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024

%	CR	OBJ	metas – NECB	EE
17%	I	CP	17% PE	0.17
7%	ED	MP	7% RE	0.07
7%	TD	LP	7% ME	0.07

Tabla 10c

Objetivos y estrategias generadas favoreciendo a la continuación de la resolución en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024

PORCENTAJE	CONCEPTO	
100%	Muñoz (2017) señala que la continuación de la resolución implica evaluar si la información obtenida durante la investigación es suficiente para avanzar. Si no lo es, se requiere una investigación más exhaustiva. Posteriormente, se determina si la queja puede ser resuelta; de ser viable, se continúa el proceso, y si no, la queja se remite a un nivel superior para su resolución.	
17% I	RESALTAR LOS BENEFICIOS Y CARACTERÍSTICAS DE LA CONTINUACIÓN DE LA RESOLUCIÓN EN LA GESTIÓN DE QUEJAS	
	ACTIVIDADES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
	1. Realizar investigaciones adicionales.	Informes adicionales y registros de entrevistas.
	2. Evaluar la posibilidad de resolver la queja.	Documentos de análisis de factibilidad.
	3. Decidir si continuar o escalar la queja.	Registros de decisiones y documentación de escalamiento.
	4. Informar al cliente sobre el estado de su queja.	Registros de comunicaciones.
17% I + 7% ED + 7% TD	REALIZAR UN PLAN DE DIFUSIÓN DE LA CONTINUACIÓN DE LA RESOLUCIÓN EN LA GESTIÓN DE QUEJAS	
	ACTIVIDADES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
	1. Revisar la información obtenida.	Informe de evaluación inicial
	2. Realizar una investigación más profunda si la información inicial no es suficiente.	Registro de investigación adicional.
	3. Evaluar si la queja puede ser resuelta.	Actas de comités de evaluación.
	4. Informar a los niveles pertinentes dentro de la organización sobre el estado de la resolución de la queja.	Boletines de comunicación interna.
	5. Informar al estudiante y, si es necesario, al público sobre la resolución de la queja.	Comunicados externos.
69% DA + TA	ALIADOS	

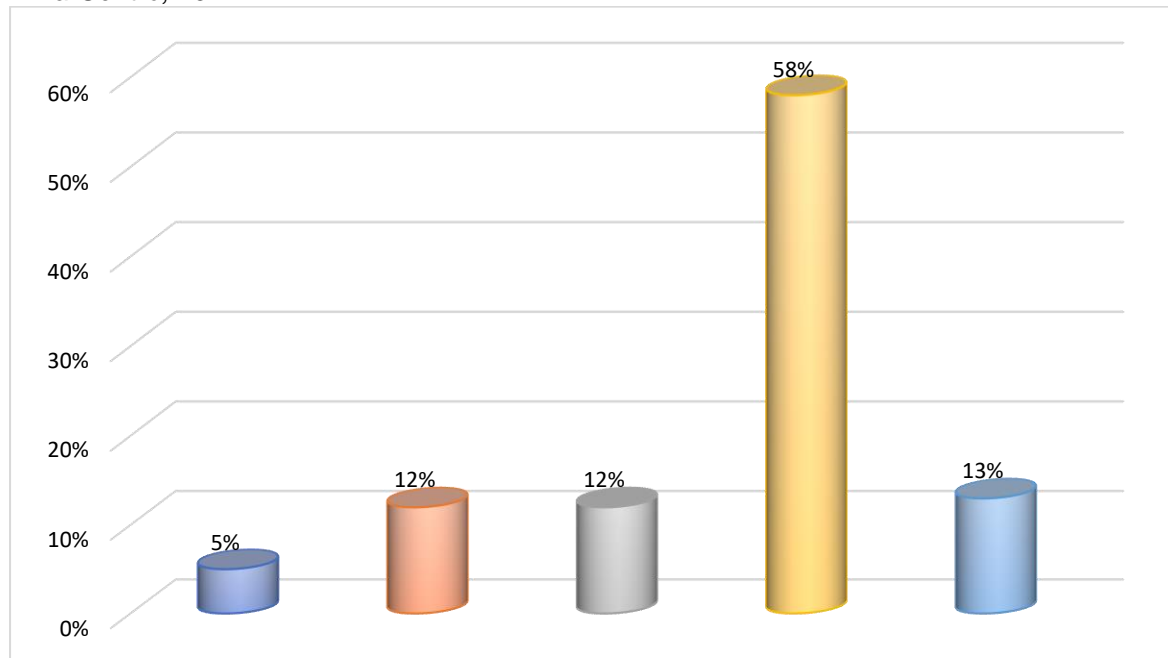
Tabla 11a

Nivel de activación del proceso desarrollada en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024

	Frec.	%	% val.	% acum.
TD	72	5%	5%	5%
ED	177	12%	12%	17%
I	168	12%	12%	29%
DA	843	58%	58%	87%
TA	184	13%	13%	100%
Total	1444	100%	100%	

Figura 11a

Nivel de activación del proceso desarrollada en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024



Interpretación

El 71% de los encuestados expresaron estar de acuerdo (**DA**) y total acuerdo (**TA**) que la institución educativa universitaria indique al alumno que área esta encargada de su reclamo; mientras que un 17% expresó su desacuerdo (**ED**) y total desacuerdo (**TD**) debido a que consideran que la organización no es objetiva al evaluar las alternativas de solución y; el 12% muestra ser indiferente (**I**) frente a la falta de comunicación del área o persona encargada de su reclamo. **Muñoz (2017)** indica que, para activar el proceso, es esencial definir las actividades a realizar en conjunto con el equipo designado y la dirección de la empresa. La decisión tomada se comunicará

al usuario al finalizar este proceso. **Si** la institución universitaria realizará correctamente la activación del proceso de quejas; **entonces**, definirá las actividades a llevar a cabo en colaboración con el equipo designado y la dirección de la organización, y al término de este proceso, se le comunicará al 100% de los alumnos la resolución adoptada. En el corto plazo, el 12% de los encuestados indiferentes (**I**) accederán a las estrategias que elabora la institución para una eficiente gestión de reclamos, el 12% de los encuestados en desacuerdo (**ED**) se acogerán en mediano plazo y, el 5% de encuestados que se encuentran en total desacuerdo (**TD**) aceptarán las estrategias planteadas a largo plazo.

Tabla 11b

Interpretación de los componentes de las brechas de la activación del proceso en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024

%	CR	OBJ	metas – NECB	EE
12%	I	CP	12% PE	0.12
12%	ED	MP	12% RE	0.12
5%	TD	LP	5% ME	0.05

Tabla 11c

Objetivos y estrategias generadas favoreciendo a la activación del proceso en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024

PORCENTAJE	CONCEPTO	
100%	Muñoz (2017) señala que para poner en marcha el proceso, es crucial establecer las actividades que se llevarán a cabo en colaboración con el equipo designado y la dirección de la empresa. La resolución final será comunicada al usuario una vez concluido este proceso.	
RESALTAR LOS BENEFICIOS Y CARACTERÍSTICAS DE LA ACTIVACIÓN DEL PROCESO EN LA GESTIÓN DE QUEJAS		
	ACTIVIDADES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
12% I	<ol style="list-style-type: none"> 1. Establecer procedimientos en colaboración con el equipo y la dirección. 2. Capacitar al personal sobre los procedimientos y beneficios. 3. Introducir herramientas para mejorar la eficiencia. 4. Supervisar y ajustar el proceso según sea necesario. 	<p>Manual de procedimientos actualizado.</p> <p>Registros de asistencia y evaluaciones de capacitación.</p> <p>Informe de introducción y uso de herramientas tecnológicas.</p> <p>Informes de rendimiento y ajustes del proceso.</p>
REALIZAR UN PLAN DE DIFUSIÓN DE LA ACTIVACIÓN DEL PROCESO EN LA GESTIÓN DE QUEJAS		
	ACTIVIDADES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
12% I + 12% ED + 5% TD	<ol style="list-style-type: none"> 1. Evaluar los procedimientos existentes. 2. Encontrar áreas de mejora. 3. Desarrollar o modificar procedimientos. 4. Aplicar los nuevos procedimientos. 5. Supervisar y ajustar según sea necesario. 	<p>Informe de revisión de procedimientos actuales.</p> <p>Registro de identificación de mejoras.</p> <p>Nuevo manual de procedimientos.</p> <p>Medición de la satisfacción.</p> <p>Informe de monitoreo y evaluación.</p>
71% DA + TA	ALIADOS	

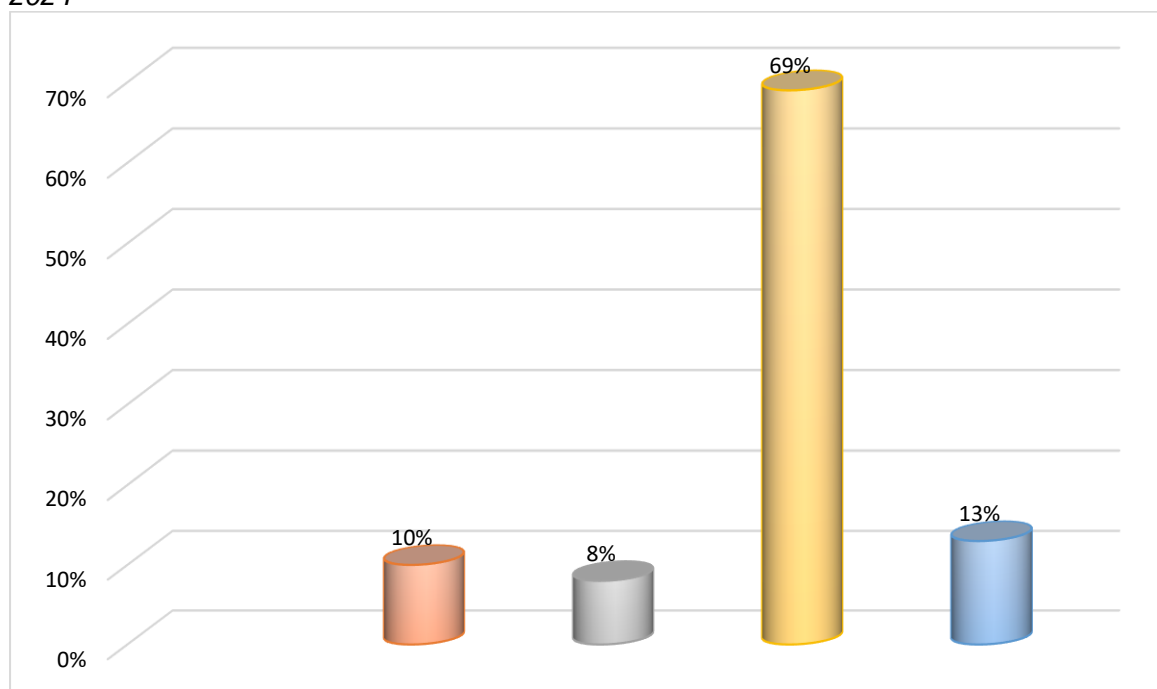
Tabla 12a

Nivel de cierre desarrollada en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024

	Frec.	%	% val.	% acum.
TD	0	0%	0%	0%
ED	111	10%	10%	10%
I	92	8%	8%	18%
DA	742	69%	69%	87%
TA	138	13%	13%	100%
Total	1083	100%	100%	

Figura 12a

Nivel de cierre desarrollada en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024



Interpretación

El 82% de los encuestados expresaron estar de acuerdo (**DA**) y total acuerdo (**TA**) que la institución educativa pueda calificar la atención brindada; mientras que un 10% expresó su desacuerdo (**ED**) y total desacuerdo (**TD**) debido a que consideran que la organización informe solo por correo institucional el cierre del reclamo y; el 8% muestra ser indiferente (**I**) con referencia a la comunicación del reclamo. **Muñoz (2017)** indica que el cierre implica que, si la resolución satisface al usuario, se considerará que el procedimiento ha finalizado. Sin embargo, si no cumple con las expectativas, se considerará la opción de remitir el asunto a un nivel superior para su

resolución. En caso de que finalmente se obtenga una respuesta satisfactoria, se procederá con el cierre oficial del incidente y se registrará debidamente. **Si** la institución educativa universitaria realizará de forma eficaz la finalización del proceso de la queja; **entonces**, el reclamo no escalaría a otra instancia y el alumnado estaría satisfecho con la atención brindada al 100%. En el corto plazo, el 8% de los encuestados indiferentes **(I)** accederán a las estrategias que elabora la institución para que el proceso de gestión de quejas finalice correctamente, y el 10% de los encuestados en desacuerdo **(ED)** y en total desacuerdo **(TD)** se acogerán a las estrategias planteadas a mediano plazo.

Tabla 12b

Interpretación de los componentes de las brechas del cierre en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024

%	CR	OBJ	metas – NECB	EE
8%	I	CP	8% PE	0.08
10%	ED	MP	10% RE	0.10

Tabla 12c

Objetivos y estrategias generadas favoreciendo al cierre en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024

PORCENTAJE	CONCEPTO	
100%	<p>Muñoz (2017) señala que, al concluir el proceso, si la resolución es satisfactoria para el usuario, se dará por terminado el procedimiento. No obstante, si la resolución no cumple con las expectativas, se contemplará la posibilidad de remitir el asunto a un nivel superior para su solución. En caso de que se logre una respuesta satisfactoria posteriormente, se procederá con el cierre oficial del incidente y se registrará adecuadamente.</p>	
RESALTAR LOS BENEFICIOS Y CARACTERÍSTICAS DEL CIERRE EN LA GESTIÓN DE QUEJAS		
	ACTIVIDADES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
8% I	<ol style="list-style-type: none"> 1. Evaluar la satisfacción del usuario sobre la resolución de la queja. 2. Documentar las quejas resueltas satisfactoriamente. 3. Analizar las quejas resueltas para identificar patrones y áreas de mejora. 4. Formalizar el cierre del caso y archivar la documentación correspondiente. 	<p>Encuestas de satisfacción del usuario.</p> <p>Registros de casos resueltos.</p> <p>Informe de análisis de tendencias.</p> <p>Documentación de cierre del caso.</p>
REALIZAR UN PLAN DE DIFUSIÓN DEL CIERRE EN LA GESTIÓN DE QUEJAS		
	ACTIVIDADES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
8% I + 10% ED	<ol style="list-style-type: none"> 1. Revisar procedimientos de cierre actuales. 2. Analizar la retroalimentación del usuario. 3. Identificar mejoras potenciales. 4. Diseñar e implementar mejoras. 5. Monitorear y evaluar continuamente. 	<p>Informe de revisión de procedimientos actuales.</p> <p>Análisis de retroalimentación.</p> <p>Registro de mejoras potenciales.</p> <p>Nuevo manual de procedimientos de cierre.</p> <p>Informe de monitoreo y evaluación.</p>
82% DA + TA	ALIADOS	

Tabla 13*Estadísticos descriptivos de la variable gestión de quejas y sus dimensiones*

	Desv. Est.	\bar{x}	Coef. Variab.
GESTIÓN DE QUEJAS	0.89	3.72	0.24
Comunicación	0.98	3.79	0.26
Recepción de la queja	0.82	3.80	0.22
Seguimiento	0.83	3.87	0.22
Acuse de recibo	0.87	3.74	0.23
Evaluación inicial	0.96	3.52	0.27
Investigación	0.76	3.68	0.21
Continuación de la resolución	0.96	3.61	0.27
Activación del proceso	1.01	3.62	0.28
Cierre	0.76	3.84	0.20

Interpretación

El análisis de la gestión de quejas permitió conocer el promedio general, que obtuvo un valor de 3.72, con una desviación estándar de 0.89 y un coeficiente de variación de 0.24. En particular, destacó la dimensión del seguimiento con un promedio de 3.87, que manifestaron los colaboradores como una parte crucial para asegurar la resolución efectiva de las quejas.

Por otro lado, la dimensión de cierre obtuvo el valor más alto, con un promedio de 3.84, lo que indica una percepción positiva sobre el proceso final de gestión de quejas. La desviación estándar más baja, de 0.76, también se observó en esta dimensión, señalando una mayor consistencia en las respuestas de los encuestados.

La comunicación, con un promedio de 3.79 y una desviación estándar de 0.98, y el acuse de recibo, con un promedio de 3.74 y desviación estándar de 0.87, muestran áreas clave en las que la gestión es percibida positivamente, aunque con una variabilidad ligeramente mayor que en el cierre.

La evaluación inicial y la activación del proceso presentaron los coeficientes de variación más altos, de 0.27 y 0.28 respectivamente, indicando mayor dispersión en las respuestas y posibles áreas de mejora en términos de consistencia.

Finalmente, la investigación y la recepción de la queja, con promedios de 3.68 y 3.80 respectivamente, y coeficientes de variación de 0.21 y 0.22, muestran que son áreas donde la gestión es considerada bastante sólida, aunque siempre susceptible a optimización.

3.2. Análisis inferencial

Prueba de hipótesis general

H₀: No existe interacción entre comunicación, recepción de la queja, seguimiento, acuse de recibo, evaluación inicial, investigación, continuación de la resolución, activación del proceso y cierre de la gestión de quejas en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024.

H₁: Existe interacción entre comunicación, recepción de la queja, seguimiento, acuse de recibo, evaluación inicial, investigación, continuación de la resolución, activación del proceso y cierre de la gestión de quejas en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024.

Tabla 14

Relación de las dimensiones de la variable GQ

GQ = 24.70% C + RQ; 49.70% C + S; 40.45% C + AR; 29.70% C + EI; 26.32% C + I; 26.73% C + CR; 38.44% C + AP; 62.41% C + Ci; 34.22% RQ + AP; 29.81% RQ + Ci; 75.69% AP + Ci;

Comunicación (C) x Recepción de la queja (RQ) = 24.70%

Comunicación (C) x Seguimiento (S) = 49.70%

Comunicación (C) x Acuse de recibo (AR) = 40.45 %

Comunicación (C) x Evaluación inicial (EI) = 29.70 %

Comunicación (C) x Investigación (I) = 26.32 %

Comunicación (C) x Continuación de la resolución (CR) = 26.73%

Comunicación (C) x Activación del proceso (AP) = 38.44%

Comunicación (C) x Cierre (Ci) = 62.41%

Recepción de la queja (RQ) x Activación del proceso (AP) = 34.22%

Recepción de la queja (RQ) x Cierre (Ci) = 29.81%

Activación del proceso (AP) x Cierre (Ci) = 75.69%

Interpretación

La tabla 14 se observa que la relación entre la comunicación y la recepción de la queja influye en un 24.70% de la GQ. Esto indica que la efectividad de la comunicación inicial al recibir una queja es crucial para la gestión global de la calidad.

En cuanto al seguimiento de las quejas, la comunicación tiene una influencia significativa del 49.70% lo cual sugiere que mantener una comunicación constante y clara durante el proceso de seguimiento es esencial para asegurar una gestión de calidad. La relación entre la comunicación y el acuse de recibo de las quejas afecta un 40.45% a la GQ resaltando la importancia de confirmar la recepción de las quejas

a los usuarios, lo cual contribuye a la percepción de una gestión eficiente y transparente.

En la etapa de evaluación inicial, la comunicación influye en un 29.70, subrayando la necesidad de una comunicación clara y precisa durante la evaluación preliminar de las quejas para garantizar un análisis adecuado y oportuno. La investigación de las quejas, cuando se gestiona con una comunicación efectiva, impacta en un 26.32%, indicando que una buena comunicación durante la investigación es esencial para resolver las quejas de manera eficaz. Por su parte, la continuación de la resolución se ve afectada en un 26.73% por la calidad de la comunicación, sugiriendo que mantener a las partes informadas y comunicadas durante todo el proceso de resolución es vital para la gestión de la calidad.

La activación del proceso de resolución está influenciada en un 38.44% por la comunicación, esto destaca la importancia de una comunicación rápida y efectiva al activar el proceso de resolución para asegurar una respuesta ágil y adecuada. Por otro lado, la etapa de cierre de las quejas es significativamente influenciada por la comunicación, con un impacto del 62.41%, este alto porcentaje indica que cerrar una queja de manera comunicativa y satisfactoria es fundamental para la percepción de la gestión de quejas.

La relación entre la recepción de la queja y la activación del proceso afecta un 34.22% en la GQ, señalando que una buena recepción de la queja y una activación rápida del proceso son cruciales para una gestión eficaz. Asimismo, la relación entre la recepción de la queja y su cierre influye en un 29.81% a la GQ, lo que sugiere que el manejo inicial de la queja impacta directamente en su resolución final.

Finalmente, la activación del proceso y el cierre de la queja están altamente correlacionados, con un 75.69% de influencia en la GQ. Este dato destaca la importancia de activar el proceso de resolución de manera efectiva para asegurar un cierre satisfactorio y eficiente de las quejas.

Hipótesis específica 1

(a) Prueba de hipótesis

H₀: No existe relación entre la comunicación y recepción de la queja de la gestión de quejas en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024.

HE₁: Existe relación entre la comunicación y recepción de la queja de la gestión de quejas en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024.

(b) Valores críticos

p < 0,05 entonces se rechaza la hipótesis nula

p > 0,05 entonces se acepta la hipótesis nula

(c) Decisión

p = 0.001

p (0.001) < 0,05 entonces se rechaza la hipótesis nula

Las correlaciones se calcularon siguiendo los valores establecidos por Martínez y Campos (2015). Estas correlaciones varían entre -1, indicando una correlación negativa fuerte y perfecta, y 1, que representa una correlación positiva fuerte y perfecta (ver Anexo 7: Tabla 26).

Tabla 15

Prueba de hipótesis entre la comunicación y recepción de la queja de la gestión de quejas en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024

		C	RQ
C	Rho de Spearman	—	0.497***
	valor p	—	< .001
	N	—	361
RQ	Rho de Spearman	0.497 ***	—
	valor p	< .001	—
	N	361	—

Nota. * p < .05, ** p < .01, *** p < .001

Interpretación

La dimensión de comunicación está vinculada con la dimensión de recepción de la queja en la gestión de quejas de una institución de educación superior universitaria en Lima Centro, dado que se halló una significancia de $p < 0.001$. Esto conlleva al rechazo de la hipótesis nula (H_0) y la aceptación de la hipótesis alternativa (HE_1), lo que sugiere una relación moderada entre ambas dimensiones. De acuerdo con la correlación de Rho de Spearman, que es de 0.497, se concluye que existe una correlación positiva moderada entre la comunicación y la recepción de la queja

Hipótesis específica 2

H₀: No existe relación entre la comunicación y seguimiento de la gestión de quejas en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024.

HE₂: Existe relación entre la comunicación y seguimiento de la gestión de quejas en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024.

Tabla 16

Prueba de hipótesis entre comunicación y seguimiento de la gestión de quejas en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024

		C	S
C	Rho de Spearman	—	0.705***
	valor p	—	< .001
	N	—	361
S	Rho de Spearman	0.705 ***	—
	valor p	< .001	—
	N	361	—

Nota. * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

Interpretación

La dimensión comunicación está relacionada con la dimensión seguimiento en la gestión de quejas de una institución de educación superior universitaria en Lima Centro, porque hay una significancia de $p < 0.001$. Esto permite rechazar la hipótesis nula (H_0) y aceptar la hipótesis alterna (HE_2), indicando que existe una relación alta entre ambas dimensiones. De acuerdo con la correlación de Rho de Spearman, que

es de 0.705, se establece que hay una correlación positiva alta entre la comunicación y el seguimiento en la gestión de quejas.

Hipótesis específica 3

H₀: No existe relación entre la comunicación y acuse de recibo de la gestión de quejas en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024.

HE₃: Existe relación entre la comunicación y acuse de recibo de la gestión de quejas en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024.

Tabla 17

Prueba de hipótesis entre comunicación y acuse de recibo de la gestión de quejas en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024

		C	AR
C	Rho de Spearman	—	0.636***
	valor p	—	< .001
	N	—	361
AR	Rho de Spearman	0.636 ***	—
	valor p	< .001	—
	N	361	—

Nota. * p < .05, ** p < .01, *** p < .001

Interpretación

La dimensión comunicación está relacionada con la dimensión acuse de recibo en la gestión de quejas de una institución de educación superior universitaria en Lima Centro. Hay una significancia de $p < 0.001$, lo que permite rechazar la hipótesis nula (H_0) y aceptar la hipótesis alterna (HE_3), indicando que existe una relación significativa entre ambas dimensiones. La correlación de Rho de Spearman es de 0.636, estableciendo una correlación positiva alta entre la comunicación y el acuse de recibo en la gestión de quejas.

Hipótesis específica 4

H₀: No existe relación entre la comunicación y evaluación inicial de la gestión de quejas en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024.

HE₄: Existe relación entre la comunicación y evaluación inicial de la gestión de quejas en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024.

Tabla 18

Prueba de hipótesis entre comunicación y evaluación inicial de la gestión de quejas en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024

		C	EI
C	Rho de Spearman	—	0.545***
	valor p	—	< .001
	N	—	361
EI	Rho de Spearman	0.545 ***	—
	valor p	< .001	—
	N	361	—

Nota. * p < .05, ** p < .01, *** p < .001

Interpretación

La dimensión comunicación está relacionada con la dimensión evaluación inicial en la gestión de quejas. Con una significancia de $p < 0.001$, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (HE_4). La correlación de Rho de Spearman es de 0.545, indicando una correlación positiva moderada entre la comunicación y la evaluación inicial.

Hipótesis específica 5

H₀: No existe relación entre la comunicación e investigación de la gestión de quejas en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024.

HE₄: Existe relación entre la comunicación e investigación de la gestión de quejas en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024.

Tabla 19

Prueba de hipótesis entre comunicación e investigación de la gestión de quejas en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024

		C	I
C	Rho de Spearman	—	0.513***
	valor p	—	< .001
	N	—	361
I	Rho de Spearman	0.513 ***	—
	valor p	< .001	—
	N	361	—

Nota. * p < .05, ** p < .01, *** p < .001

Interpretación

La dimensión comunicación está relacionada con la dimensión investigación en la gestión de quejas. Hay una significancia de $p < 0.001$, lo que permite rechazar la hipótesis nula (H_0) y aceptar la hipótesis alterna (HE_5). La correlación de Rho de Spearman es de 0.513, indicando una correlación positiva moderada entre la comunicación y la investigación.

Hipótesis específica 6

H₀: No existe relación entre la comunicación y continuación de la resolución de la gestión de quejas en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024.

HE₆: Existe relación entre la comunicación y continuación de la resolución de la gestión de quejas en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024.

Tabla 20

Prueba de hipótesis entre comunicación y continuación de la resolución de la gestión de quejas en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024

		C	CR
C	Rho de Spearman	—	0.513***
	valor p	—	< .001
	N	—	361
CR	Rho de Spearman	0.513 ***	—
	valor p	< .001	—
	N	361	—

Nota. * p < .05, ** p < .01, *** p < .001

Interpretación

La dimensión comunicación está relacionada con la dimensión continuación de la resolución en la gestión de quejas. Con una significancia de $p < 0.001$, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (HE_6). La correlación de Rho de Spearman es de 0.517, lo que indica una correlación positiva moderada entre la comunicación y la continuación de la resolución.

Hipótesis específica 7

H₀: No existe relación entre la comunicación y activación del proceso de la gestión de quejas en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024.

HE₇: Existe relación entre la comunicación y activación del proceso de la gestión de quejas en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024.

Tabla 21

Prueba de hipótesis entre comunicación y activación del proceso de la gestión de quejas en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024

		C	AP
C	Rho de Spearman	—	0.620***
	valor p	—	< .001
	N	—	361
AP	Rho de Spearman	0.620 ***	—
	valor p	< .001	—
	N	361	—

Nota. * p < .05, ** p < .01, *** p < .001

Interpretación

La dimensión comunicación está relacionada con la dimensión activación del proceso en la gestión de quejas. La significancia es $p < 0.001$, permitiendo rechazar la hipótesis nula (H_0) y aceptar la hipótesis alterna (HE_7). La correlación de Rho de Spearman es de 0.620, indicando una correlación positiva alta entre la comunicación y la activación del proceso.

Hipótesis específica 8

H₀: No existe relación entre la comunicación y cierre de la gestión de quejas en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024.

HE₈: Existe relación entre la comunicación y cierre de la gestión de quejas en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024.

Tabla 22

Prueba de hipótesis entre comunicación y cierre de la gestión de quejas en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024

		C	Ci
C	Rho de Spearman	—	0.790***
	valor p	—	< .001
	N	—	361
Ci	Rho de Spearman	0.790 ***	—
	valor p	< .001	—
	N	361	—

Nota. * p < .05, ** p < .01, *** p < .001

Interpretación

La dimensión comunicación está altamente relacionada con la dimensión cierre en la gestión de quejas. Con una significancia de $p < 0.001$, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (HE_8). La correlación de Rho de Spearman es de 0.790, estableciendo una correlación positiva muy alta entre la comunicación y el cierre en la gestión de quejas.

Hipótesis específica 9

H₀: No existe relación entre la recepción de la queja y activación del proceso de la gestión de quejas en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024.

HE₉: Existe relación entre la recepción de la queja y activación del proceso de la gestión de quejas en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024.

Tabla 23

Prueba de hipótesis entre recepción de la queja y activación del proceso de la gestión de quejas en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024

		RQ	AP
RQ	Rho de Spearman	—	0.585***
	valor p	—	< .001
	N	—	361
AP	Rho de Spearman	0.585 ***	—
	valor p	< .001	—
	N	361	—

Nota. * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

Interpretación

La dimensión recepción de la queja está relacionada con la dimensión activación del proceso en la gestión de quejas. Hay una significancia de $p < 0.001$, lo que permite rechazar la hipótesis nula (H_0) y aceptar la hipótesis alterna (HE_9). La correlación de Rho de Spearman es de 0.585, indicando una correlación positiva moderada entre la recepción de la queja y la activación del proceso.

Hipótesis específica 10

H₀: No existe relación entre la recepción de la queja y cierre de la gestión de quejas en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024.

HE₁₀: Existe relación entre la recepción de la queja y cierre de la gestión de quejas en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024.

Tabla 24

Prueba de hipótesis entre recepción de la queja y cierre de la gestión de quejas en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024

		RQ	Ci
RQ	Rho de Spearman	—	0.546***
	valor p	—	< .001
	N	—	361
Ci	Rho de Spearman	0.546 ***	—
	valor p	< .001	—
	N	361	—

Nota. * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

Interpretación

La dimensión recepción de la queja está relacionada con la dimensión cierre en la gestión de quejas. Con una significancia de $p < 0.001$, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (HE_{10}). La correlación de Rho de Spearman es de 0.546, indicando una correlación positiva moderada entre la recepción de la queja y el cierre.

Hipótesis específica 11

H₀: No existe relación entre la activación del proceso y cierre de la gestión de quejas en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024.

HE₁₁: Existe relación entre la activación del proceso y cierre de la gestión de quejas en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024.

Tabla 25

Prueba de hipótesis entre activación del proceso y cierre de la gestión de quejas en una institución de educación superior universitaria, Lima Centro, 2024

		AP	Ci
AP	Rho de Spearman	—	0.870***
	valor p	—	< .001
	N	—	361
Ci	Rho de Spearman	0.870 ***	—
	valor p	< .001	—
	N	361	—

Nota. * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

Interpretación

La dimensión activación del proceso está altamente relacionada con la dimensión cierre en la gestión de quejas. Hay una significancia de $p < 0.001$, lo que permite rechazar la hipótesis nula (H_0) y aceptar la hipótesis alterna (HE_{11}). La correlación de Rho de Spearman es de 0.870, estableciendo una correlación positiva muy alta entre la activación del proceso y el cierre.

IV. DISCUSIÓN

Primera

Como hipótesis general se determinó que, si existe la interacción entre comunicación, recepción de la queja, seguimiento, acuse de recibo, evaluación inicial, investigación, continuación de la resolución, activación del proceso y cierre de la GQ en una IESU, Lima Centro, 2024. El objetivo general fue establecer la relación de la GQ con la interacción de las dimensiones comunicación, RQ, seguimiento, acuse de recibo, evaluación inicial, investigación, continuación de la resolución, activación del proceso y cierre en una IESU, Lima Centro, 2024. Los resultados más resaltantes revelaron interacciones significativas entre las dimensiones comunicación, seguimiento, activación del proceso y cierre de la gestión de queja. Dónde la interacción de las dimensiones comunicación y seguimiento tiene 49.70% de asociación; comunicación y cierre de la queja una asociación de 62.41% y; finalmente, con 75.69% de asociación entre las dimensiones activación del proceso y cierre de la queja. Quedando demostrado estadísticamente que las interacciones entre dimensiones más relevantes fueron comunicación, seguimiento, activación del proceso y cierre de la gestión de queja.

Esta investigación se puede comparar con el trabajo de Carías et al. (2010) quienes también investigaron la mejora de la gestión de quejas para aumentar la satisfacción estudiantil. Ambos estudios identificaron la falta de un sistema estructurado y eficiente para gestionar las quejas de los estudiantes como un problema crucial que impacta negativamente en la satisfacción estudiantil y la percepción de la calidad del servicio educativo. Tanto el presente trabajo como el de Carías et al. concluyeron que es esencial implementar un modelo estructurado de gestión de quejas para mejorar la satisfacción estudiantil y la calidad del servicio educativo. Además, ambos estudios subrayan la correlación positiva entre la activación del proceso de gestión de quejas y su cierre efectivo, y resaltan la importancia del seguimiento continuo para asegurar la eficiencia del modelo implementado. Por otro lado, Moya (1999) hace referencia a la teoría de colas de Agner Krarup Erlang, propuesta en 1909, aplicándola al análisis de los procesos de espera en la gestión de quejas en instituciones educativas. Esta aplicación es útil para entender y mejorar los tiempos de respuesta y la eficacia en la resolución de quejas, contribuyendo así a una mejor calidad del servicio educativo. Finalmente, la Asociación Española de la Calidad (2003) define la gestión de quejas

como un proceso que debe priorizar fundamentalmente la satisfacción del cliente. Esto implica evaluar sus expectativas y reducir los tiempos de respuesta con profesionalismo, lo que es consistente con los hallazgos de la presente investigación y la de Carías et al., subrayando la importancia de un enfoque estructurado y profesional en la gestión de quejas para mejorar la satisfacción y la percepción de calidad en el servicio educativo.

Segunda

Se investigó si existe una relación entre la comunicación y la recepción de quejas en una institución de educación superior universitaria en Lima Centro, año 2024. El objetivo fue determinar esta relación. Se utilizó la prueba Rho de Spearman, encontrando un p-valor menor a 0.05 ($< .001$), lo cual lleva al rechazo de la hipótesis nula. Se observó una correlación positiva moderada de 0.497 entre la comunicación y la recepción de quejas. Por lo tanto, se confirma la hipótesis de trabajo, indicando que hay una correlación positiva moderada entre estos dos aspectos en la institución mencionada. El objetivo específico 1 se respalda con esta correlación estadísticamente significativa. Quintana (2014) destaca la importancia crucial de la comunicación efectiva y la gestión de quejas, subrayando cómo estos procesos impactan la percepción y la resolución de los problemas reportados. Ambos estudios coinciden en que, aunque las respuestas a las quejas no siempre satisfacen plenamente a los usuarios, el acto de ser escuchado puede servir como un medio de desahogo satisfactorio para ellos. Además, Moya (1999) refiere que la teoría de colas de Agner Krarup Erlang propuesta en 1909 proporciona herramientas matemáticas y modelos que son esenciales para diseñar y gestionar sistemas de atención al cliente eficientes. Estos modelos permiten a las empresas gestionar mejor la comunicación y recepción de quejas, asegurando que los clientes reciban una atención rápida y eficiente, lo que a su vez mejora la satisfacción del cliente y la eficiencia operativa de la empresa. Muñoz (2017) define la comunicación como la etapa inicial del proceso de gestión de calidad, cuyo objetivo es informar al personal y a los usuarios sobre sus funciones, responsables, puntos de queja, proceso de incidencias, plazos de resolución y opciones de solución. Asimismo, señala que La recepción de quejas puede realizarse por diversos medios: presencial, telefónico, escrito, por correo electrónico, y otros, adaptándose siempre al formato convencional de quejas. Para cumplir con los objetivos estratégicos de mejorar la comunicación de la GQ e

incrementar la eficiencia en la recepción de quejas, se sugiere llevar a cabo las siguientes actividades: actualizar y mantener un listado de los puntos físicos y virtuales donde se pueden presentar quejas, realizar sesiones de formación para el personal sobre el manejo y recepción de quejas, mejorar continuamente el sistema virtual para la recepción y gestión de quejas e integrar el sistema de gestión de quejas con aplicaciones móviles para mayor accesibilidad.

Tercera

La hipótesis específica 2 investiga la relación entre la comunicación y el seguimiento en la gestión de quejas en una institución de educación superior ubicada en Lima Centro en 2024. Según el análisis utilizando la prueba Rho de Spearman, con un valor de p menor a 0.05 ($< .001$), se rechaza la hipótesis nula. Se encontró una correlación positiva alta de 0.705 entre la comunicación y el seguimiento. Por consiguiente, se confirma la hipótesis de trabajo, indicando una relación significativa entre una comunicación efectiva y el seguimiento en la gestión de quejas. Esto valida el objetivo específico 2, respaldado por la correlación estadísticamente significativa obtenida. Espin (2017) explica la implementación de normativas como la ISO 10002-2004 para mejorar la gestión de quejas, destacando la importancia de estrategias claras de comunicación y seguimiento para satisfacer las expectativas de los clientes o usuarios en un entorno específico como una óptica. Ambos enfoques buscan mejorar la calidad del servicio mediante una gestión eficiente de quejas. Moya (1999) menciona que la teoría de colas de Erlang proporciona un marco matemático y analítico para optimizar la comunicación inicial y el seguimiento de quejas, asegurando una atención rápida y resoluciones efectivas para los clientes. Muñoz (2017) subraya que la comunicación no solo implica la transmisión clara de información, sino también un seguimiento constante a las quejas recibidas, lo cual garantiza respuestas oportunas y satisfactorias para los estudiantes.

Para mejorar la comunicación y el seguimiento en la gestión de quejas en la institución de educación superior en Lima Centro, se han establecido objetivos estratégicos. Esto incluye la implementación de un sistema integral de comunicación, capacitación del personal en técnicas efectivas, desarrollo de protocolos de seguimiento, establecimiento de un sistema de monitoreo en tiempo real, promoción de la transparencia mediante informes trimestrales y formación de un comité de

seguimiento de quejas, así como la mejora continua basada en la retroalimentación estudiantil a través de encuestas de satisfacción y programas específicos.

Cuarta

La prueba de hipótesis realizada entre las dimensiones de comunicación y acuse de recibo en la gestión de quejas mostró una significancia estadística de $p < 0.001$. Esto condujo al rechazo la hipótesis nula (H_0) y a la aceptación de la hipótesis alternativa (H_{E3}), indicando una relación significativa entre ambas dimensiones. La correlación de Spearman fue de 0.636, lo que evidencia una correlación positiva alta entre la comunicación y el acuse de recibo. Los resultados obtenidos muestran que la dimensión comunicación está fuertemente relacionada con la dimensión acuse de recibo en la gestión de quejas dentro de la institución de educación superior universitaria en Lima Centro. Este hallazgo resalta la importancia de una comunicación efectiva para asegurar que las quejas recibidas sean reconocidas y procesadas adecuadamente, lo que es crucial para mantener la confianza y satisfacción de los estudiantes. Este estudio coincide con los hallazgos de investigaciones previas, como el trabajo de Carías et al. (2010), que también identificaron la necesidad de un sistema estructurado para la gestión de quejas y subrayaron la importancia de la comunicación en este proceso. Ambos estudios destacan que la comunicación efectiva y el acuse de recibo de las quejas son esenciales para mejorar la percepción de calidad del servicio educativo y la satisfacción estudiantil. Moya (1999) refiere que la teoría de colas de Erlang proporciona herramientas y modelos matemáticos cruciales para optimizar la comunicación y acuse de recibo en la gestión de quejas. Al aplicar estos principios, las empresas pueden asegurar que las quejas se reciban y acusen de recibo rápidamente, lo que mejora la satisfacción del cliente y la eficiencia operativa del sistema de gestión de quejas. Según, Muñoz (2017) la comunicación se describe como el primer paso en la gestión de quejas, destinado a proporcionar información al personal y a los usuarios acerca de sus roles, los individuos responsables, los puntos críticos de las quejas, el procedimiento de manejo de incidencias, los tiempos estimados para la resolución y las alternativas disponibles para solucionarlas. Además, señala que el acuse de recibo implica enviar una comunicación al solicitante de la queja, para informarle que su reclamación ha sido recibida y que estamos trabajando en su resolución. Para mejorar la comunicación institucional en la gestión

de quejas, se propone aumentar la claridad y disponibilidad de la información relevante, así como fortalecer el sistema de acuse de recibo para asegurar el reconocimiento adecuado de todas las quejas recibidas. Esto podría lograrse mediante la implementación de canales claros y accesibles, campañas informativas periódicas y capacitación en comunicación efectiva para el personal. Asimismo, se sugiere fortalecer el sistema de acuse de recibo mediante la implementación de un sistema automatizado que genere acuses de recibo inmediatos, envíe confirmaciones al solicitante al registrar la queja, desarrolle notificaciones automáticas y establezca un monitoreo regular del sistema para garantizar su eficacia.

Quinta

La hipótesis específica 4 investiga la relación entre la comunicación y la evaluación inicial en la gestión de quejas en una institución de educación superior ubicada en Lima Centro en el año 2024. Según el análisis mediante la prueba Rho de Spearman, con un p-valor menor a 0.05 ($< .001$), se rechaza la hipótesis nula. Se encontró una correlación positiva moderada de 0.545 entre la comunicación y la evaluación inicial. Por lo tanto, se confirma la hipótesis de trabajo, sugiriendo que hay una relación significativa entre la comunicación efectiva y la evaluación inicial en la gestión de quejas. Esto valida el objetivo específico 4, respaldado por la correlación estadísticamente significativa obtenida. La presente investigación y la tesis de Cienfuegos y Torres (2021) exploran la gestión de quejas enfocándose en la comunicación inicial y la evaluación de reclamos. Ambos subrayan la importancia de una comunicación clara para facilitar una evaluación precisa de las quejas, lo cual mejora la eficiencia del proceso y la satisfacción del cliente. Además, se presenta datos que respaldan la relación positiva entre una comunicación efectiva y una evaluación inicial adecuada en la gestión de quejas. Moya (1999) refiere que la teoría de colas de Agner Krarup Erlang propuesta en 1909 optimiza la gestión de quejas en sistemas con alto volumen de solicitudes. Facilita la asignación eficiente de recursos para una evaluación inicial rápida, minimiza los tiempos de espera, y prioriza las quejas críticas. Su aplicación mejora la eficiencia del proceso y la satisfacción del cliente mediante análisis continuo del desempeño y ajustes según la carga de trabajo. Por otra parte, Muñoz (2017) refiere que la comunicación en el proceso inicial de gestión de quejas implica informar tanto al personal como a los usuarios acerca de sus roles, los responsables involucrados, los puntos de queja específicos, el

procedimiento para manejar incidentes, los tiempos esperados para resolver problemas y las posibles soluciones disponibles. Respecto a la evaluación inicial, explica que este paso requiere que cada reclamación recibida sea revisada y clasificada según los estándares y criterios internos establecidos por la organización. Las estrategias de comunicación y evaluación inicial en la gestión de quejas están estrechamente relacionadas y son esenciales para un manejo eficiente de las reclamaciones. La comunicación informa al personal y a los usuarios sobre los procedimientos y responsabilidades en la gestión de quejas, esto incluye la capacitación continua del personal, el desarrollo y actualización del sistema virtual de quejas, y la creación de material informativo. Una buena comunicación asegura que todos comprendan el proceso y que los usuarios sepan cómo presentar quejas adecuadamente. La evaluación inicial clasifica y examina cada queja de acuerdo con los estándares establecidos. Depende de una comunicación clara para garantizar que cada queja se maneje correctamente desde el principio. Este proceso incluye la revisión preliminar, la categorización de las quejas, la asignación de equipos responsables y la documentación detallada. Ambas estrategias se complementan ya que la comunicación eficaz facilita una evaluación inicial precisa y consistente, mientras que una evaluación inicial bien ejecutada proporciona información crucial que mejora la comunicación y la satisfacción del cliente.

Sexta

La hipótesis específica 5 investiga la conexión entre la comunicación y la investigación en la gestión de quejas en una institución de educación superior ubicada en Lima Centro en el año 2024. Según el análisis mediante la prueba Rho de Spearman, con un p-valor menor a 0.05 ($< .001$), se rechaza la hipótesis nula. Se encontró una correlación positiva moderada de 0.513 entre la comunicación y la investigación. Por lo tanto, se confirma la hipótesis de trabajo, sugiriendo que hay una relación significativa entre la comunicación efectiva y la investigación en la gestión de quejas. Esto valida el objetivo específico 5, respaldado por la correlación estadísticamente significativa obtenida. Espín (2017) y la presente investigación coinciden en la importancia de implementar la norma ISO 10002-2004 para gestionar quejas y reclamos. Ambos destacan la necesidad de un enfoque normativo claro, un plan estructurado de gestión de quejas, comunicación efectiva, mejora continua y análisis sistemático para mejorar la calidad del servicio y la satisfacción del cliente. La teoría

de colas de Agner Krarup Erlang, mencionada por Moya (1999), se relaciona estrechamente con la etapa de comunicación e investigación en la gestión de quejas. Esta teoría proporciona herramientas matemáticas para modelar y optimizar sistemas donde hay procesos secuenciales de atención, como la recepción y el análisis inicial de quejas. Utilizando modelos de colas, es posible determinar la cantidad óptima de recursos necesarios, como personal y tiempo, para gestionar eficazmente la comunicación inicial y la investigación de quejas. Esto permite reducir los tiempos de espera para los clientes, mejorar la eficiencia del proceso de gestión de quejas y asegurar una atención adecuada y oportuna a cada caso, lo cual es fundamental para la satisfacción del cliente y la calidad del servicio ofrecido. Muñoz (2017) describe la comunicación como la fase inicial en la gestión de quejas, cuyo propósito es informar a personal y usuarios sobre roles, responsables, puntos de queja, procedimientos, tiempos de resolución y opciones de solución. En cuanto a la investigación, menciona que se refiere al análisis detallado y sistemático de las quejas o reclamaciones recibidas, con el propósito de identificar las causas raíz, evaluar el impacto y determinar las acciones correctivas necesarias para resolver el problema. La relación entre los objetivos estratégicos y actividades de las dimensiones de comunicación e investigación es sinérgica. Una comunicación efectiva informa a las partes interesadas sobre los procedimientos de quejas, facilitando colaboración y transparencia en la investigación. Actividades como la capacitación y difusión de información aseguran una investigación eficiente y participativa. A su vez, una investigación bien ejecutada produce datos y hallazgos que deben comunicarse claramente a todas las partes interesadas. Compartir los resultados y acciones correctivas a través de los canales de comunicación cierra el ciclo de gestión de quejas y asegura una mejora continua. Así, la comunicación facilita investigaciones efectivas, y los resultados de estas nutren la comunicación con información valiosa para la mejora continua y la satisfacción del usuario.

Séptima

La hipótesis específica 6 explora la relación entre la comunicación y la continuación de la resolución en la gestión de quejas en una institución de educación superior ubicada en Lima Centro en el año 2024. Según el análisis mediante la prueba Rho de Spearman, con un p-valor menor a 0.05 ($< .001$), se rechaza la hipótesis nula. Se encontró una correlación positiva moderada de 0.513 entre la comunicación y la

continuación de la resolución. Por lo tanto, se confirma la hipótesis de trabajo, indicando una relación significativa entre la comunicación efectiva y la continuación de la resolución en la gestión de quejas. Esto valida el objetivo específico 6, respaldado por la correlación estadísticamente significativa obtenida. Espín (2017) se centra en la implementación de un plan de gestión de quejas basado en la norma ISO 10002-2004. Ambas investigaciones enfatizan la necesidad de una gestión estructurada de quejas, la comunicación efectiva para registrar y resolver quejas apropiadamente, la mejora continua en los procesos de gestión de quejas para mantener y mejorar la satisfacción del cliente, y la evaluación constante para medir la efectividad y hacer ajustes necesarios en el servicio. Moya (1999) menciona que la teoría de colas de Agner Krarup Erlang, creada en 1909, es fundamental para la etapa de comunicación y continuación de la resolución en la gestión de quejas. Proporciona un marco matemático para optimizar sistemas donde se gestionan secuencias de interacciones, como el seguimiento y la resolución de quejas. Utilizando modelos de colas, se determina la cantidad óptima de recursos, como agentes de servicio al cliente, para manejar eficientemente las interacciones post-queja, asegurando tiempos de espera adecuados y una resolución efectiva. Facilita la planificación de recursos para mantener una comunicación fluida, mejorando así la satisfacción del cliente y la eficacia en la gestión de quejas. Muñoz (2017) define la comunicación como la etapa inicial del proceso de gestión de calidad, cuyo objetivo es informar al personal y a los usuarios sobre sus funciones, los responsables, los puntos de queja, el proceso de incidencias, los plazos de resolución y las opciones de solución disponibles. Con respecto a la continuación de la resolución, menciona que se trata de la fase donde se realiza un seguimiento de las acciones correctivas implementadas, verificando su efectividad y asegurando que la solución del problema se mantenga a lo largo del tiempo. La relación entre comunicación y resolución en la gestión de quejas es esencial para un proceso efectivo. Una comunicación clara y accesible, desde la recepción hasta la resolución, promueve la transparencia y facilita la implementación de acciones correctivas. La capacitación en habilidades de comunicación mejora la gestión de quejas y el seguimiento de resoluciones. El monitoreo asegura la adecuación de ambos procesos, permitiendo ajustes necesarios. La evaluación continua de la satisfacción del usuario brinda retroalimentación crucial, garantizando que las acciones correctivas sean efectivas y satisfactorias.

Octava

La hipótesis específica 7 investiga la conexión entre la comunicación y activación del proceso en la gestión de quejas en una institución de educación superior ubicada en Lima Centro en el año 2024. Según el análisis mediante la prueba Rho de Spearman, con un p-valor menor a 0.05 ($< .001$), se rechaza la hipótesis nula. Se encontró una correlación positiva alta de 0.620 entre la comunicación y la activación del proceso. Por lo tanto, se confirma la hipótesis de trabajo, sugiriendo que hay una relación significativa entre la comunicación efectiva y la activación del proceso en la gestión de quejas. Esto valida el objetivo específico 7, respaldado por la correlación estadísticamente significativa obtenida. Cienfuegos y Torres (2021) y esta investigación coinciden en la importancia crucial de la comunicación efectiva y la activación del proceso en la gestión de reclamos para mejorar la calidad del servicio. Ambos estudios destacan cómo una adecuada evaluación inicial y la resolución eficiente de quejas contribuyen significativamente a la satisfacción del cliente en instituciones públicas, subrayando la relevancia de estas prácticas para optimizar la gestión de servicios públicos en Lima, Perú. Asimismo, Moya (1999) señala que la teoría de colas de Agner Krarup Erlang, formulada en 1909, es crucial para la gestión de quejas en la etapa de comunicación y activación del proceso. Proporciona un marco matemático para optimizar la capacidad de recursos necesarios, como personal y sistemas automáticos, para gestionar eficazmente el flujo de quejas. Esto incluye la predicción de la carga de trabajo y la planificación para asegurar una activación oportuna y eficaz del proceso de resolución. En conjunto, esta teoría mejora la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente al garantizar respuestas rápidas y efectivas en el manejo inicial de las quejas. Según Muñoz (2017), la comunicación en el proceso inicial de gestión de quejas consiste en informar tanto al personal como a los usuarios sobre sus roles, los responsables, los puntos de queja, el procedimiento para reportar incidencias, los tiempos estimados de resolución y las posibles soluciones disponibles. La activación de este proceso implica la ejecución efectiva de estos procedimientos para asegurar que las quejas se manejen de manera apropiada y eficiente. Esto garantiza que todas las partes involucradas estén bien informadas y se sigan los pasos establecidos para resolver los problemas. La relación entre los objetivos estratégicos y las actividades en ambas dimensiones se centra en asegurar una comunicación efectiva y la correcta activación de los procesos de gestión de quejas, lo cual incluye la capacitación del personal, el desarrollo de

herramientas y procedimientos adecuados, y la supervisión y ajuste continuo de los procesos para mejorar la satisfacción del usuario y la eficiencia operativa. Estas estrategias se apoyan en la necesidad de una difusión adecuada, tanto de los beneficios de la comunicación como de la activación del proceso, para garantizar que todos los actores involucrados estén informados y comprometidos con las mejoras propuestas

Novena

La hipótesis específica 8 explora la relación entre la comunicación y el cierre de la gestión de quejas en una institución de educación superior universitaria ubicada en Lima Centro en el año 2024. La prueba de hipótesis mostró una significancia estadística con un p-valor menor a 0.05 ($< .001$), lo que permitió rechazar la hipótesis nula. Se encontró una correlación positiva muy alta de 0.790 entre la comunicación y el cierre de la gestión de quejas. Por lo tanto, se confirma la hipótesis de trabajo, indicando una relación significativa entre la comunicación efectiva y el cierre en la gestión de quejas. Esto valida el objetivo específico 8, respaldado por la correlación estadísticamente significativa obtenida. Ríos (2019) coincide en varios aspectos clave con esta tesis debido a que ambas se centran en la gestión de quejas dentro de instituciones las cuales destacan dimensiones específicas de la gestión de quejas como comunicación, recepción, seguimiento, evaluación inicial, investigación y cierre, relevantes para ambas investigaciones. Ambas investigaciones buscan mejorar la calidad del servicio a través de una gestión efectiva de quejas, lo cual también influye positivamente en la satisfacción del usuario y la lealtad del cliente. Asimismo, utilizan un enfoque cuantitativo para analizar datos relacionados con la gestión de quejas, evaluando su impacto en la calidad del servicio y los tiempos de respuesta. Además, Moya (1999) menciona que la teoría de colas de Agner Krarup Erlang, desarrollada en 1909, es crucial para la gestión de quejas en la etapa de comunicación y cierre. Proporciona herramientas matemáticas para optimizar sistemas donde se gestionan flujos de trabajo secuenciales, como la comunicación y la resolución final de quejas. Permite calcular y gestionar eficazmente recursos como personal y sistemas automatizados, asegurando tiempos de respuesta y resolución mínimos. Facilita la planificación de carga de trabajo y recursos para mantener una comunicación eficiente durante el cierre de quejas, mejorando la satisfacción del cliente y la eficiencia operativa. Muñoz (2017) define la dimensión de comunicación como la

etapa inicial donde se establecen las responsabilidades relacionadas con la comunicación y divulgación del proceso. El propósito es asegurar que tanto el personal como los usuarios de la organización estén informados sobre la existencia del procedimiento de gestión de quejas (GQ). Esto incluye comprender sus funciones, identificar a las personas encargadas, conocer la ubicación de los puntos para presentar quejas, entender el proceso para informar sobre incidencias, conocer los plazos de resolución y las diversas opciones de solución disponibles. En cuanto a la dimensión de cierre, señala que, si la resolución ha cumplido con las expectativas del usuario, el procedimiento se dará por concluido. En caso contrario, se evaluará la posibilidad de continuar el proceso mediante un nivel superior de resolución. Finalmente, si se obtiene una respuesta satisfactoria, se llevará a cabo la clausura y el registro oficial de la incidencia. La relación entre los objetivos estratégicos y las actividades en las dimensiones de comunicación y cierre se basa en la necesidad de asegurar una comunicación efectiva durante todo el proceso de gestión de quejas, así como en la correcta finalización y documentación de las quejas resueltas. En ambas dimensiones, las actividades incluyen la capacitación del personal, el desarrollo y la actualización de herramientas y procedimientos, y la evaluación continua para identificar áreas de mejora. La comunicación efectiva garantiza que todos los involucrados estén informados y capacitados para manejar las quejas adecuadamente, mientras que el cierre adecuado de las quejas asegura que se tomen en cuenta las opiniones de los usuarios y se realicen mejoras continuas en el proceso

Décima

La hipótesis específica 9 investiga la relación entre la recepción de la queja y la activación del proceso en la gestión de quejas en una institución de educación superior ubicada en Lima Centro en el año 2024. Según el análisis realizado mediante la prueba Rho de Spearman, con un p-valor menor a 0.05 ($< .001$), se rechaza la hipótesis nula. Se encontró una correlación positiva moderada de 0.585 entre la recepción de la queja y la activación del proceso. Por lo tanto, se confirma la hipótesis de trabajo, indicando una relación significativa entre la recepción efectiva de la queja y la activación del proceso de resolución. Esto valida el objetivo específico 9, respaldado por la correlación estadísticamente significativa obtenida.

Gironda (2016) comparte el mismo enfoque que la presente investigación el cual radica en la gestión de quejas y la percepción de los usuarios. Ambos se centran en

la importancia de una gestión estructurada y eficiente de las quejas, resaltando la necesidad de una comunicación clara y procesos bien definidos para asegurar la satisfacción de los usuarios, ya sean pacientes en un hospital o estudiantes en una institución educativa. Por otra parte, Moya (1999) refiere que la teoría de colas de Erlang, desarrollada en 1909, es clave en la gestión de quejas al optimizar la recepción inicial y la activación del proceso de resolución. Permite determinar los recursos necesarios, como personal y sistemas, para gestionar eficazmente las quejas entrantes, minimizando tiempos de espera y asegurando una respuesta rápida. Facilita la planificación de carga de trabajo y el inicio oportuno del proceso de resolución, mejorando la satisfacción del cliente y la eficiencia operativa. Muñoz (2017) define la dimensión de recepción de la queja como la expresión de insatisfacción que puede llevarse a cabo utilizando varios medios, ya sea de forma presencial, telefónica, por escrito, vía correo electrónico y otros. La dimensión de activación del proceso implica definir las actividades a llevar a cabo en colaboración con el equipo designado y la dirección de la compañía. La resolución adoptada será comunicada al usuario al término de este proceso. La relación entre los objetivos estratégicos y las actividades en las dimensiones de recepción de la queja y activación del proceso se fundamenta en asegurar una gestión eficiente desde el momento en que se recibe la queja hasta la activación del proceso de resolución. La recepción de la queja es el primer punto de contacto con el usuario, donde se deben establecer canales accesibles y efectivos, capacitar al personal, y garantizar que las quejas sean registradas adecuadamente. Esto establece una base sólida para la activación del proceso, donde se deben definir procedimientos claros, asignar responsabilidades, coordinar acciones entre las áreas involucradas, y mantener una comunicación abierta con el usuario. Ambas dimensiones requieren una evaluación continua para identificar áreas de mejora y asegurar la satisfacción del usuario.

Decimoprimer

La hipótesis específica 10 investiga la conexión entre la recepción de la queja y el cierre en la gestión de quejas en una institución de educación superior ubicada en Lima Centro en el año 2024. Según el análisis mediante la prueba Rho de Spearman, con un p-valor menor a 0.05 ($< .001$), se rechaza la hipótesis nula. Se encontró una correlación positiva moderada de 0.546 entre la recepción de la queja y el cierre. Por lo tanto, se confirma la hipótesis de trabajo, indicando una relación significativa entre

la recepción efectiva de la queja y el cierre en la gestión de quejas. Esto valida el objetivo específico 10, respaldado por la correlación estadísticamente significativa obtenida. Córdor (2020) se centra en varios aspectos clave de la gestión de quejas empresariales. Ambos trabajos destacan la importancia de establecer un sistema organizado y eficiente para la recepción inicial de quejas, así como la implementación de modelos estructurados para gestionarlas desde la recepción hasta la resolución. Utilizan herramientas tecnológicas y metodológicas para mejorar la eficiencia en la gestión de quejas y subrayan la necesidad de la mejora continua para mantener altos estándares de calidad en el servicio postventa y la satisfacción del cliente. Por otro lado, Moya (1999) refiere que la teoría de colas de Agner Krarup Erlang, propuesta en 1909, optimiza la gestión de quejas desde la recepción hasta el cierre. Proporciona herramientas matemáticas para gestionar eficientemente flujos de trabajo secuenciales como la recepción inicial y la resolución final de quejas. Ayuda a determinar la capacidad necesaria de recursos, como personal y sistemas automatizados, para asegurar una respuesta rápida y efectiva, minimizando tiempos de espera. Muñoz (2017) describe la dimensión de recepción de quejas como la manifestación de descontento que puede ser comunicada a través de diversos medios, ya sea de manera presencial, telefónica, por escrito, por correo electrónico, entre otros. Es fundamental que estas alternativas se adapten al formato estándar de quejas.

La dimensión de cierre se refiere a que, si la resolución cumple con las expectativas del usuario, el proceso se da por finalizado. De lo contrario, se considerará la posibilidad de continuar con un nivel superior de resolución. Si se obtiene una respuesta satisfactoria, se procederá con la clausura y el registro oficial de la incidencia. La relación entre los objetivos estratégicos y las actividades en las dimensiones de recepción de la queja y cierre se centra en la continuidad y eficiencia del proceso de gestión de quejas. Un registro adecuado durante la recepción permite un seguimiento efectivo y una documentación completa, fundamentales para un cierre satisfactorio. La capacitación del personal y una comunicación efectiva aseguran que las quejas se reciban correctamente y se resuelvan eficientemente. Ambas fases requieren una evaluación continua para medir la eficiencia y satisfacción del usuario, identificando áreas de mejora. La satisfacción del usuario es el objetivo común, logrando un buen comienzo con una recepción eficiente y un cierre positivo mediante una resolución bien documentada. Así, los objetivos estratégicos y actividades de

ambas dimensiones se interrelacionan para una gestión integral y eficiente de las quejas.

Decimosegunda

La hipótesis específica 11 investiga la conexión entre la activación del proceso y el cierre en la gestión de quejas en una institución de educación superior ubicada en Lima Centro en el año 2024. Según el análisis mediante la prueba Rho de Spearman, con un p-valor menor a 0.05 ($< .001$), se rechaza la hipótesis nula. Se encontró una correlación positiva muy alta de 0.870 entre la activación del proceso y el cierre. Por lo tanto, se confirma la hipótesis de trabajo, sugiriendo que hay una relación significativa entre la activación efectiva del proceso y el cierre en la gestión de quejas. Esto valida el objetivo específico 11, respaldado por la correlación estadísticamente significativa obtenida. Bartolo et al. (2021) explora la interacción entre la gestión de la calidad según el PMI y la gestión de quejas y reclamos. Ambos trabajos de investigación se enfocan en la activación del proceso y el cierre de la gestión de quejas como puntos clave. Coincidiendo en la importancia de establecer actividades colaborativas con el equipo y la dirección para garantizar una resolución efectiva de las quejas. También resaltan la aplicación de la teoría de colas de Erlang para optimizar recursos y mejorar la satisfacción del cliente durante todo el proceso, asegurando procedimientos claros y eficientes desde el inicio hasta el cierre del proceso de gestión de quejas. Asimismo, Moya (1999) refiere que la teoría de colas de Agner Krarup Erlang, propuesta en 1909, es crucial para la etapa de activación del proceso y cierre en la gestión de quejas. Proporciona herramientas matemáticas para optimizar la capacidad de recursos necesarios, como personal o sistemas automatizados, asegurando una atención eficiente y rápida. La teoría de Erlang optimiza tanto la activación inicial como el cierre de las quejas, mejorando la satisfacción del cliente y la eficiencia operativa. Muñoz (2017) define la dimensión de activación del proceso como el paso en el que es necesario definir las actividades a llevar a cabo en colaboración con el equipo designado y la dirección de la compañía. La resolución adoptada será comunicada al usuario al término de este proceso. La dimensión de cierre se refiere a que, si la resolución ha cumplido las expectativas del usuario, el procedimiento se dará por concluido. En caso contrario, se evaluará la posibilidad de continuar el proceso mediante un nivel superior de resolución. Finalmente, si se obtiene una respuesta satisfactoria, se llevará a cabo la clausura y

el registro oficial de la incidencia. La eficacia en la gestión de quejas se asegura mediante la implementación de procedimientos claros y la capacitación en la activación del proceso. Además, la capacitación del personal y el uso de herramientas tecnológicas no solo mejoran la eficiencia inicial, sino que también establecen una base sólida para el seguimiento y cierre de casos, asegurando estándares de calidad consistentes. La supervisión continua durante la activación permite resolver problemas tempranamente, lo que agiliza la resolución y asegura un cierre satisfactorio. La satisfacción del usuario al final del proceso depende directamente de una activación bien gestionada, que cumple con expectativas y promueve un cierre positivo. La documentación detallada y el análisis de tendencias durante la activación y cierre identifican áreas de mejora, optimizando continuamente el proceso de gestión de quejas.

V. CONCLUSIONES

Primera

Se estableció que la relación de la gestión de queja con la interacción de las dimensiones tuvo más asociación porcentual entre la activación y el cierre del proceso (75.69%) y, la comunicación con el cierre del proceso (62.41%). De otro lado, las asociaciones más bajas porcentualmente fueron la comunicación con la recepción de la queja (24.70%) y; la comunicación y la investigación (26.32%) generada en una queja en una IESU, Lima Centro, 2024.

Segunda

Se determinó una correlación positiva moderada de 0.497 entre la comunicación y recepción de la queja en la gestión de quejas. Estadísticamente, se estableció la correlación significativa evidenciando una correlación positiva moderada entre las dimensiones comunicación y recepción de la queja de la gestión de quejas en una IESU, Lima Centro, 2024.

Tercera

Se determinó una correlación positiva alta de 0.705 entre la comunicación y el seguimiento en la gestión de quejas. Estadísticamente, se estableció la correlación significativa evidenciando una correlación positiva alta entre la comunicación y el seguimiento de la gestión de quejas en una IESU, Lima Centro, 2024.

Cuarta

Se determinó una correlación positiva alta de 0.636 entre la comunicación y el acuse de recibo en la gestión de quejas. Estadísticamente se estableció una correlación significativa comprobando una correlación positiva alta entre la comunicación y el acuse de recibo en la gestión de quejas en una institución de educación superior en Lima Centro en el año 2024.

Quinta

Se determinó una correlación positiva alta de 0.545 entre la comunicación y la evaluación inicial en la gestión de quejas. Estadísticamente se estableció una correlación significativa demostrando correlación positiva moderada entre la

comunicación y la evaluación inicial en la gestión de quejas en una institución de educación superior en Lima Centro en el año 2024.

Sexta

Se determinó una correlación positiva alta de 0.513 entre la comunicación e investigación en la gestión de quejas. Estadísticamente se determinó una correlación demostrando una correlación positiva moderada entre la comunicación e investigación en la gestión de quejas en una institución de educación superior en Lima Centro en el año 2024.

Séptima

Se determinó una correlación positiva alta de 0.513 entre la comunicación y la continuación de la resolución en la gestión de quejas. Estadísticamente se comprobó una correlación significativa probando una correlación positiva moderada entre la comunicación y la continuación de la resolución en la gestión de quejas en una institución de educación superior en Lima Centro en el año 2024.

Octava

Estadísticamente se determinó una correlación significativa de 0.620 (correlación positiva alta) entre la comunicación y la activación del proceso en la gestión de quejas en una institución de educación superior en Lima Centro en el año 2024

Novena

Estadísticamente se determinó una correlación significativa de 0.790 (correlación positiva alta) entre la comunicación y el cierre en la gestión de quejas en una institución de educación superior en Lima Centro en el año 2024.

Décima

Estadísticamente se determinó una correlación significativa de 0.585 (correlación positiva moderada) entre la recepción de la queja y la activación del proceso en la gestión de quejas en una institución de educación superior en Lima Centro en el año 2024.

Decimoprimera

Estadísticamente se determinó una correlación significativa de 0.546 (correlación positiva moderada) entre la recepción de la queja y el cierre en la gestión de quejas en una institución de educación superior en Lima Centro en el año 2024.

Decimosegunda

Estadísticamente se determinó una correlación significativa de 0.870 (correlación positiva muy alta) entre la activación del proceso y el cierre en la gestión de quejas en una institución de educación superior en Lima Centro en el año 2024.

VI. RECOMENDACIONES

Primera

Se recomienda a los coordinadores del Servicio de Atención al Estudiante presencial y virtual que apliquen las estrategias desarrolladas mediante objetivos y actividades estratégicas propuestas a través del plan de estrategias para la mejora de la gestión de quejas en el sector educación.

Segunda

Se recomienda que la institución comunique de manera clara y detallada los pasos, procedimientos y tiempo de respuesta de una queja de manera virtual, para asegurar que los solicitantes entiendan el proceso y tengan expectativas realistas.

Tercera

Se recomienda que la institución establezca un sistema de recepción de quejas a través del correo electrónico personal, ya que esto facilitará a los estudiantes de distintas edades presentar sus reclamos de manera efectiva.

Cuarta

Se recomienda que la institución informe al estudiante sobre cada actualización de su caso, para mantenerlos informados y hacer el seguimiento del reclamo menos tedioso.

Quinta

Se recomienda que la institución notifique oportunamente al estudiante sobre la recepción y evaluación de su queja, para mantenerlos informados y conformes con el proceso.

Sexta

Se recomienda que la institución se contacte con el estudiante para conocer mayor detalle sobre su queja, lo que ayudará a brindar un correcto plazo de atención y satisfacer las necesidades del estudiante.

Séptima

Se recomienda que la institución cuente con un apartado en la página web de quejas frecuentes, para que los estudiantes tengan acceso a información sobre el proceso de su queja y estén más satisfechos con la atención recibida.

Octava

Se recomienda que la institución realice correctamente la activación del proceso de quejas, definiendo las actividades a llevar a cabo en colaboración con el equipo designado y la dirección de la organización, y comunicando la resolución adoptada a los alumnos al término del proceso.

Novena

Se recomienda que la institución realice de forma eficaz la finalización del proceso de la queja, para evitar que el reclamo escale a otra instancia y garantizar la satisfacción del alumnado con la atención brindada.

Décima

Se recomienda que la institución establezca un sistema de seguimiento de quejas que permita a los estudiantes verificar el estado de su reclamo en todo momento, lo que contribuirá a una mayor transparencia y confianza en el proceso.

Decimoprimera

Se recomienda que la institución realice encuestas de satisfacción a los estudiantes que hayan presentado quejas, para recopilar información sobre su experiencia y detectar áreas de mejora en el proceso de gestión de quejas.

Decimosegunda

Se recomienda que la institución promueva la cultura de la retroalimentación y la comunicación abierta, para que los estudiantes se sientan más cómodos al presentar sus quejas y se fomente una mejora continua en la atención al cliente.

VII. PROPUESTA

La gestión eficiente de quejas es fundamental en el sector educativo para asegurar la satisfacción de estudiantes, padres y personal docente. La imagen (ver Anexo 7: Figura 13) muestra un servicio de atención al estudiante, destacando la importancia del soporte en línea y la interacción multicanal. Basándose en esta representación, se ha desarrollado un plan de estrategias con el objetivo de implementar mejoras significativas en la gestión de quejas dentro del sector educativo.

El objetivo principal del plan es optimizar la atención al cliente, brindando un soporte eficiente que permita resolver quejas de manera rápida y efectiva. Además, se busca incrementar la satisfacción de los usuarios con respuestas personalizadas y soluciones adecuadas, reducir el tiempo de respuesta y el número de quejas sin resolver, mejorar la comunicación interna entre departamentos para una gestión integral e implementar tecnologías avanzadas para facilitar la gestión de quejas y mejorar la accesibilidad.

Para lograr estos objetivos, se propone centralizar el sistema de gestión de quejas mediante una plataforma única donde se registren, gestionen y se dé seguimiento a todas las quejas recibidas. Esta plataforma debe estar disponible 24/7, permitiendo el acceso tanto en línea como a través de una aplicación móvil. Asimismo, se ofrecerá formación continua al personal encargado de la atención al cliente en habilidades de comunicación, resolución de conflictos y manejo de estrés. Se realizarán talleres de sensibilización para que el personal comprenda la importancia de su rol y cómo su desempeño impacta en la percepción de la institución.

Es esencial establecer múltiples vías para la recepción de quejas, incluyendo llamadas telefónicas, correo electrónico, chat en línea y redes sociales. Todos estos canales deben integrarse en la plataforma central para una gestión coherente. Se creará un canal de comunicación interno entre departamentos para garantizar que las quejas que involucren múltiples áreas sean gestionadas de manera colaborativa. También se llevarán a cabo reuniones periódicas para revisar casos complejos y compartir mejores prácticas.

Por otro parte, se establecerá un sistema de seguimiento visible para los usuarios, donde puedan verificar el estado de sus quejas en tiempo real. Se creará un protocolo de escalación claro para asegurar que las quejas no resueltas en un tiempo determinado sean revisadas por un nivel superior de gestión.

La implementación de este plan de estrategias para la mejora de la gestión de quejas en el sector educativo tiene el potencial de transformar la experiencia de los usuarios, elevando la satisfacción y la confianza en las instituciones educativas. Al centralizar la gestión, capacitar al personal, utilizar tecnologías avanzadas y fomentar la comunicación interna, se puede asegurar una respuesta rápida y efectiva a las quejas, contribuyendo a un ambiente educativo más positivo y productivo.

REFERENCIAS

- Adam, E. E., y Ebert, R. J. (1991). *Administración de la producción y las operaciones: conceptos, modelos y funcionamiento*. México: Prentice Hall.
https://www.google.com.pe/books/edition/Administraci%C3%B3n_de_la_producci%C3%B3n_y_las/FI1wYyoz8-oC?hl=es-419&gbpv=0
- Alcaide, J. C., Díez, M., y Almorza, C. (2019). *Customer Experience*. Colombia: Alpha Editorial.
https://www.google.com.pe/books/edition/Customer_Experience/p6F4EAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=0
- Álvarez, R. (2007). *Estadística aplicada a las ciencias de la salud*. España: Editorial Díaz de Santos, S.A.
https://www.google.com.pe/books/edition/Estad%C3%ADstica_aplicada_a_las_ciencias_de/V2ZosgPYI0kC?hl=es&gbpv=1&dq=que%20es%20criterios%20de%20inclusi%C3%B3n&pg=PA884&printsec=frontcover
- Amaya, J. (2010). *Toma de decisiones gerenciales: Métodos cuantitativos para la administración*. Colombia: Ecoe Ediciones.
https://www.google.com.pe/books/edition/Toma_de_decisiones_gerenciales/1ZvFAQAAQBAJ?hl=es&gbpv=0
- Angelovska, N., Josimovski, S., & Pulevska Ivanovska, L. (2022). How effective complaint management affects customer retention: The case of group-buying site grouper.mk. *Management*, 27(1), 151–166.
<https://doi.org/10.30924/mjcmi.27.1.9>
- Arenal, C. (2019). *GQ y reclamaciones en materia de consumo*. MF0245. España: Editorial Tutor Formación.
https://www.google.com.pe/books/edition/Gesti%C3%B3n_de_quejas_y_reclamaciones_en_ma/6XC_DwAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=que+es+gestion+de+quejas&printsec=frontcover
- Arias, F. G. (2012). *El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica*. (6° Ed.). Venezuela: Editorial Episteme
- Asociación Española para la Calidad. (2003). *Guía para la gestión de quejas y reclamaciones*. España.
https://www.google.com.pe/books/edition/Gu%C3%ADa_para_la_gesti%C3%B3n_de_quejas_y_recla/K6CoxK5qOskC?hl=es&gbpv=0

- Bartolo, S. M., Martínez, J. L., Manzano, O. E., Salgado, J. C. y Tigrero, K. E. (2021). *Relación de la gestión de la calidad bajo el enfoque del PMI y la GQ y reclamos en una empresa consultora en inteligencia de negocios Sede Perú – 2020*. [Trabajo de investigación de maestría, Universidad Tecnológica del Perú]. Repositorio institucional. <https://repositorio.utp.edu.pe/handle/20.500.12867/4957>
- Basilio, A. M., y Sanchez, A. J. (2020). *Gestión de reclamos y satisfacción del cliente en el área de consultas generales de una entidad financiera de la ciudad de Trujillo, 2019*. [Tesis de pregrado, Universidad Privada del Norte]. Repositorio institucional. <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/27811>
- Bendall-Lyon, D. & Powers T.L. (2001). The role of complaint management in the service recovery process. *The Joint Commission journal on quality improvement*, 27 (5), pp. 278-286. [https://doi.org/10.1016/S1070-3241\(01\)27024-2](https://doi.org/10.1016/S1070-3241(01)27024-2)
- Biblioteca Virtual del Sistema de Universidad Virtual. (2023, 25 de setiembre). *Utilidad vs. Relevancia de la información*. Universidad de Guadalajara. <http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/portal/utilidad-vs-relevancia-de-la-informacion>
- Campiña, G., y Fernández, M. J. (2016). *Gestión de quejas y reclamaciones en materia de consumo*. España: Ediciones Paraninfo, S.A. https://www.google.com.pe/books/edition/Gesti%C3%B3n_de_quejas_y_reclamaciones_en_ma/3JzgDAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=0
- Carías, H., Sosa, R. y Urrutia, J. (2010). *Diseño del modelo de gestión quejas de los estudiantes de la Universidad Don Bosco*. [Tesis de Maestría no publicada, Universidad Don Bosco, San Salvador, El Salvador, C.A.]. Repositorio institucional. <https://rd.udb.edu.sv/items/8238f288-3186-402e-a1f4-695b63177375>
- Caro-Castro, E. (2010). *Las clasificaciones bibliográficas: de los estantes a la web*. <http://hdl.handle.net/10366/121954>
- Cegarra, J. (2012). *Los métodos de investigación*. España: Editorial Díaz de Santos, S.A. https://www.google.com.pe/books/edition/Los_m%C3%A9todos_de_investigaci%C3%B3n/YROO_q6-wzgC?hl=es&gbpv=0

- Chanthalay, S. y Phabmisay, S. (2015). *Gestión empresarial del sistema de reclamaciones y quejas bajo los enfoques mecanicista y orgánico. Antecedentes y Resultados*. [Tesis doctoral, Universidad de Valladolid]. Repositorio institucional. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/16798>
- Cienfuegos, L. D. y Torres, E. (2021). *La gestión de reclamos y su relación con la calidad de servicio en el área de atención al ciudadano en una institución pública, Lima - Perú 2021*. [Tesis de pregrado, Universidad Privada del Norte]. Repositorio institucional. <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/29366>
- Cóndor, W. R. (2020). *Modelo de GQ generadas en el área de postventa – talleres en la empresa Casabaca S.A. en la Ciudad de Quito*. [Tesis de maestría, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador]. Repositorio institucional. <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/18766>
- Cornejo, A. (1997). *Complejidad y Caos: Guía para la administración del Siglo XXI*. https://www.google.com.pe/books/edition/Complejidad_y_Caos_Gu%C3%ADa_para_la_adminis/kmTCrhr0BysC?hl=es&gbpv=0
- Diccionario panhispánico del español jurídico. (Fecha de acceso: 21 de septiembre de 2023). Diccionario de la lengua española, 23.^a ed., [versión 23.6 en línea]. <https://dpej.rae.es/>
- Dokify comunicación. (2022, 26 de octubre). *Aumenta la eficiencia en tu empresa: Coordinación entre departamentos*. <https://www.dokify.net/blog/aumenta-la-eficiencia-en-tu-empresa-coordinacion-entre-departamentos>
- El proceso de venta. (2008). España: Publicaciones Vértice, S.L. https://www.google.com.pe/books/edition/El_proceso_de_venta/5l9Cz_7fM2MC?hl=es&gbpv=0
- Espín, J. A. (2017). *Plan de GQ y Reclamos mediante ISO 10002-2004 en Óptica O. M. Visión*. [Tesis de pregrado, Universidad de Guayaquil]. Repositorio institucional. <https://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/32455>
- Fernández, S., Cordero, J. M., Córdoba, A. y Córdoba, A. (2002). *Estadística descriptiva*. España: ESIC. https://www.google.com.pe/books/edition/Estad%C3%ADstica_descriptiva/31d5cGxXUnEC?hl=es&gbpv=1&dq=estad%C3%ADstica%20descriptiva&pg=PA17&printsec=frontcover

- Fornell, C. (1992). A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience. *Journal of Marketing*, 56(1), 6-21.
<https://doi.org/10.1177/002224299606000403>
- Fried, D. y Schnitman, J. (2001). Resolución de conflictos. Nuevos diseños, nuevos contextos. Argentina: Granica.
https://www.google.com.pe/books/edition/Resoluci%C3%B3n_de_conflictos_Nuevos_dise%C3%B1o/qnkkPgujBHcC?hl=es-419&gbpv=0
- Garboza, M. M. y Rivera, M. J. F. (2019). *Manejo de quejas y satisfacción de los clientes de la empresa Makro Supermayorista Chiclayo 2017*. [Tesis pregrado, Universidad Nacional Pedro Ruíz Gallo]. Repositorio institucional.
<https://repositorio.unprg.edu.pe/handle/20.500.12893/4331>
- García, J. A., Ramos, C. D. y Ruiz, G. (2009). Estadística empresarial. España: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cádiz.
https://www.google.com.pe/books/edition/Estad%C3%ADstica_empresarial/rPii6fh-HKgc?hl=es&gbpv=1&dq=estad%C3%ADstica%20descriptiva&pg=PP1&prints ec=frontcover
- Gironda, B. (2016). *GQ y percepción de los usuarios externos del Hospital Carlos Lanfranco La Hoz, 2016*. [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo]. Repositorio institucional.
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/6953>
- Gómez, E. J. (2019). *Modelo de gestión de calidad enfocado al proceso de manejo de quejas en Pymes Caso – Dahan*. [Tesis pregrado, Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil, Ecuador]. Repositorio institucional.
<http://biblioteca.uteg.edu.ec:8080/handle/123456789/1080>
- Gómez, M. M. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Argentina: Brujas.
https://www.google.com.pe/books/edition/Introducci%C3%B3n_a_la_metodolog%C3%ADa_de_la_in/9UDXPe4U7aMC?hl=es&gbpv=0
- Grönroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implications. *European Journal of Marketing*, 18(4), 36-44.
<https://doi.org/10.1108/EUM0000000004784>
- Guerrero, A. Buitrago, M. V. y Curieses, M. A. (2007). Estadística Básica. Colombia: ITM.

https://www.google.com.pe/books/edition/Estad%C3%ADstica_B%C3%A1sica/pLF16E8nF6gC?hl=es&gbpv=1&dq=estad%C3%ADstica%20inferencial%20concepto&pg=PA23&printsec=frontcover

- Guerrero, S. B. y Trujillo, F. (2014). *Propuesta de mejora de la GQ y reclamos en la empresa Cineplanet, Chiclayo* [Tesis de pregrado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo]. Repositorio institucional. <https://tesis.usat.edu.pe/handle/20.500.12423/71>
- Hernández, C. E. y Carpio, N. (2019). Introducción a los tipos de muestreo. *Alerta, Revista científica del Instituto Nacional de Salud*. 2(1). 76. <https://doi.org/10.5377/alerta.v2i1.7535>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. P. (2014). *Metodología de la investigación*. 6^{ta} Edición. México: Editorial McGraw-Hill. <https://www.icmujeres.gob.mx/wp-content/uploads/2020/05/Sampieri.Met.Inv.pdf>
- Huaita, C. P. A. (2018). *Relación de la GQ o reclamos y mejora de la satisfacción del usuario en la Dirección del trabajo y promoción del empleo, Tarapoto 2018*. [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo]. Repositorio institucional. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/26043>
- Indecopi. (2021, 11 de marzo). *Centro Especial de Monitoreo del Indecopi registró más de 4 mil reportes del servicio educativo universitario durante la pandemia*. Plataforma digital única del Estado Peruano. <https://www.gob.pe/institucion/indecopi/noticias/346169-centro-especial-de-monitoreo-del-indecopi-registro-mas-de-4-mil-reportes-del-servicio-educativo-universitario-durante-la-pandemia>
- International Organization for Standardization. (2004). *ISO 10002:2004 Quality management. Customer satisfaction. Guidelines for complaints handling organizations*. <https://www.informacionpublicapgr.gob.sv/descargables/sia/normativa-internacional/ISO%2010002%20Ed%202004QUEJAS.pdf>
- Küster, M. A. (2020). *La GQ y reclamaciones B2B en el contexto internacional*. [Tesis doctoral, Universitat de València]. Repositorio institucional. <https://roderic.uv.es/handle/10550/76082>
- López, C., Martín, E., Esteve, O. y Atienza, E. (2019). La competencia discursiva en sus constelaciones: glosario. <https://www.upf.edu/web/ecodal/glosario>

- López, J. y Miranda, C. (2014). *Diseño de un modelo de GQ para la empresa "La Naviera El Salvador"*. [Tesis de maestría, Universidad Don Bosco, San Salvador, El Salvador, C.A]. Repositorio institucional. <http://hdl.handle.net/11715/1031>
- López, S. (2000). Conceptos que hay que recordar. In *Recepción y Atención al Cliente*. pp. 151-157. Gale eBooks. <https://go.gale.com/ps/i.do?p=GVRL&u=univcv&id=GALE|CX2647400016&v=2.1&it=r&sid=bookmark-GVRL&asid=1c9658ae>.
- Lovelock, C. H. (1983). Classifying services to gain strategic marketing insights. *Journal of Marketing*, 47(3), 9-20. <https://doi.org/10.1177/002224298304700303>
- Monroy, J. (2016). *Propuesta de un sistema de GQ para la división de inocuidad de productos de origen animal del Ministerio de Agricultura y Ganadería (DIPOAMAG)*. [Tesis de maestría no publicada, Universidad Don Bosco, Soyapango, El Salvador]. Repositorio institucional. <https://rd.udb.edu.sv/items/5bd720fa-e3b3-42e9-aacb-b0da56b52f9c>
- Moya, M. J. (1999). *Control de Inventarios y teoría de colas*. Editorial Universidad Estatal a Distancia.
- Muñoz, M. R. (2017). *Manual: Tratamiento y GQ y reclamaciones (ADGD268PO). Especialidades formativas*. EDITORIAL CEP. https://www.google.com.pe/books/edition/_/nOtCDwAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=0
- Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E. y Villagómez, A. (2018). *Metodología de la investigación cuantitativa - cualitativa y redacción de la tesis*. 5^{ta} Edición. Colombia: Ediciones de la U.
- Oviedo, H. C. y Campo-Arias, A. (2005). Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach. *rev.colomb.psiquiatr.* [online]. 2005, vol.34, n.4, pp.572-580. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-74502005000400009
- Patricio, R. P. (2021). *GQ y reclamos y satisfacción del usuario en la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones La Libertad, 2020*. [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo]. Repositorio institucional. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/57056>

- Pérez, J. y Gardey, A. (2021). Actualización - Qué es, en la informática, definición y concepto. Definición. <https://definicion.de/actualizacion/>
- Preuss, M., Santini, F. O., & Marconatto, D. A. B. (2022). Complaint management: The impact of post-complaint satisfaction on organizational behavior. *RAM. Revista De Administração Mackenzie*, 1-33. <https://doi.org/10.1590/1678-6971/eRAMG220145.en>
- Quintana, V. (2014). *Alcances y limitaciones del Sistema de Atención Mexiquense en la gestión de las quejas sobre la Secretaría de Educación*. [Tesis pregrado, Universidad Autónoma del Estado de México]. Archivo digital. <https://core.ac.uk/reader/55530940>
- Real Academia Española. (Fecha de acceso: 21 de septiembre de 2023). Diccionario de la lengua española, 23.^a ed., [versión 23.6 en línea]. <https://dle.rae.es>
- Ríos, I. M. (2019). *GQ y el tiempo de respuesta ante el reclamo en el Centro Materno Infantil El Progreso. Carabayllo 2018*. [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo]. Repositorio institucional. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/38952>
- Rojas, J. L. (2000). *Gestión por procesos y atención del usuario en los establecimientos del sistema nacional de salud*. España: B - EUMED. https://www.google.com.pe/books/edition/_/vy9fOeJ0FccC?hl=es-419&gbpv=0
- Saldaña, M. S. (2017). *Calidad de servicio y GQ y reclamos en el área de atención al cliente de la Cadena de Boticas Inkafarma sede Quilca – Callao 2017*. [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo]. Repositorio institucional. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/21653>
- Sánchez, A. y Morón, V. A. (2019). ADGD268PO Tratamiento y GQ y reclamaciones. España: Ideaspropias Editorial. https://www.google.com.pe/books/edition/ADGD268PO_Tratamiento_y_gesti%C3%B3n_de_quej/o43cDwAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=0
- Sánchez, Ó. (2023). Aplicaciones informáticas de hojas de cálculo. Microsoft Excel 365. España: Ediciones Paraninfo, S.A. https://www.google.com.pe/books/edition/Aplicaciones_inform%C3%A1ticas_de_hojas_de_c/DhPTEAAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=microsoft%20excel%20365&pg=PA2&printsec=frontcover

- Solano, N. (2023). *Creación e implementación de un sistema de GQ y retroalimentaciones del cliente externo en Makol OCR en el Periodo 2023*. [Tesis de posgrado, Universidad de Costa Rica]. Repositorio institucional. <https://www.kerwa.ucr.ac.cr/handle/10669/89671>
- Soler García, D. y Soler, D. (2009). *Diccionario de logística*. ICG Marge, SL. https://www.google.com.pe/books/edition/Diccionario_de_log%C3%ADstica/fnk1AgAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=0
- Yuni, J. A. y Urbano, C. A. (2014). *Técnicas para Investigar: recursos metodológicos para la preparación de proyectos de investigación*. Argentina: Editorial Brujas. https://www.google.com.pe/books/edition/Tecnicas_Para_Investigar_2/XWIkBfrJ9SoC?hl=es&gbpv=0

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de operacionalización de variables

Variables de estudio	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Escala de medición
Gestión de quejas	El manejo de quejas y reclamaciones debe centrarse en la satisfacción del cliente. En este sentido, la empresa u organización debe entender las expectativas del cliente (evaluando el mensaje), reducir los tiempos de respuesta y abordar las quejas con un alto nivel de profesionalismo (AEC, 2003).	Para evaluar la variable se llevará a cabo un cuestionario que consta de 28 ítems, asimismo, se operacionalizó en 9 dimensiones: comunicación, recepción de la queja, seguimiento, acuse de recibo, evaluación inicial, investigación, continuación de la resolución, activación del proceso y cierre.	Comunicación	Visibilidad	Escala de Likert, con la siguiente asignación de valores: <ul style="list-style-type: none"> • Totalmente en desacuerdo (valor: 1) • En desacuerdo (valor: 2) • Ni de acuerdo ni en desacuerdo (valor: 3) • De acuerdo (valor: 4) • Totalmente de acuerdo (valor: 5)
				Accesibilidad	
			Recepción de quejas	Omnicanalidad	
				Estandarización	
			Seguimiento	Almacenamiento	
				Clasificación	
				Seguimiento	
				Actualización	
			Acuse de recibo	Confirmación de recepción	
				Proceso de resolución	
			Evaluación inicial	Inicio de proceso	
				Criterios de evaluación	
			Investigación	Incidencia	
				Complejidad	
				Causas	
				Situaciones	
				Personas implicadas	
				Circunstancias	
			Continuación de la resolución	Relevancia de información	
				Viabilidad de la queja	
				Toma de decisiones	
Activación del proceso	Coordinación de áreas				
	Responsable				
	Decisión				
	Comunicación al usuario				
Cierre	Solución				
	Satisfacción del usuario				
	Fin del proceso				

Anexo 2. Instrumento de recolección de datos

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

GQ

OBJETIVO: Establecer la relación de la GQ con la interacción de las dimensiones comunicación, recepción de la queja, seguimiento, acuse de recibo, evaluación inicial, investigación, continuación de la resolución, activación del proceso y cierre en una IESU, Lima Centro, 2024.

INSTRUCCIONES: ¿Está dispuesto a completar el formulario? Marque SI () o NO (). En caso sea afirmativo, a continuación, se presentan una serie de enunciados que deberá evaluar según su criterio o lo que considere apropiado.

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

Ítem		1	2	3	4	5
1	La institución comunica al usuario los medios donde pueden realizar su reclamo (queja).					
2	La comunicación a través de un sistema virtual para realizar la queja es de fácil acceso para su registro.					
3	Cualquiera sea el canal de registro de la queja, se obtienen la respuesta inmediata.					
4	Al realizar el registro de queja, el solicitante obtiene un ticket del registro para darle seguimiento.					
5	El usuario que registro la queja puede consultar que su queja ha sido registrada.					
6	Cuando se realiza una queja, el usuario puede buscar opciones de acuerdo a su interés.					
7	Como parte del seguimiento de una queja, la institución informa al interesado.					
8	Cada vez que va generando la revisión, el proceso y el trámite de la queja, el usuario es informado.					
9	Cuando la queja es registrada, la institución emite un comunicado de conformidad al solicitante.					

10	El usuario esta informado permanentemente cuando ha sido evaluado su proceso.						
11	La institución se pone en contacto con el solicitante de la queja para conocer a detalle su solicitud.						
12	La institución comunica cual es el tiempo que demorará una queja realizada por un usuario.						
13	La página web de la institución cuenta con un espacio de acciones de ocurrencia para conocimiento del usuario.						
14	La institución escasamente informa de las actualizaciones que ha sufrido el sistema de quejas para la operatividad del usuario.						
15	La institución tiene tipificado el tipo de servicio que puede realizar el usuario a través de una queja.						
16	La institución ha implementado un servicio personalizado para escuchar al solicitante de acuerdo a la tipificación de la queja.						
17	La queja solicitada esta articulada con todas las unidades académicas y administrativas de la institución.						
18	Las quejas que tienen poca implicancia son absueltas a la brevedad.						
19	Cuando la queja aún sigue su proceso es debido a la poca información emitida por el usuario.						
20	La institución informa al usuario de la queja que le faltan datos para continuar con el proceso.						
21	El usuario es citado por la institución para escuchar cual es el punto preciso de su reclamo.						
22	El usuario es informado respecto a su reclamo con el área indicada del proceso.						
23	El usuario recibe una comunicación directa de la persona que resolverá su proceso de reclamo.						
24	La institución ofrece alternativas de solucionar en beneficio del usuario.						
25	La institución comunica paso a paso de los esfuerzos realizados para solucionar la queja del usuario.						
26	Cuando el proceso de la queja ha concluido, el usuario es informado.						
27	Al finalizar el proceso del reclamo, el usuario puede calificar la atención mediante una encuesta.						
28	La institución comunica a través de una mensajería formal la finalización del proceso de la queja.						

¡Gracias por su participación !

Anexo 3: Fichas de validación de instrumentos para la recolección de datos

Evaluación por juicio de expertos

RESOLUCIÓN DE VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN N°062-2023-VI-UCV

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “**Medición de la gestión de quejas**”. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	William Ricardo Díaz Torres		
Grado profesional:	Maestría (X)	Doctor	()
Área de formación académica:	Clínica ()	Social	()
	Educativa ()	Organizacional	(X)
Áreas de experiencia profesional:	Gestión de organizaciones		
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo		
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años	()	
	Más de 5 años	(X)	
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	No corresponde		

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala: (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	Medición de la gestión de quejas
Autor:	Catherine Marión Saavedra Urbina
Procedencia:	Campus Los Olivos – Filial Lima UCV
Administración:	Catherine Marión Saavedra Urbina
Tiempo de aplicación:	10 minutos
Ámbito de aplicación:	Lima Centro
Significación:	Recopilar datos en un cuestionario de 28 ítems dimensionada por la comunicación (2 ítems), recepción de quejas (2 ítems), seguimiento (4 ítems), acuse de recibo (2 ítems), evaluación inicial (2 ítems), investigación (6 ítems), continuación de la resolución (3 ítems), activación del proceso (4 ítems) y cierre (3 ítems). La medición ser en escala de Likert (1 – TD, 2 – D, 3 – I, 4 – A y 5 - TA)

4. **SopORTE teórico**

(describir en función al modelo teórico)

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Gestión de quejas	Comunicación Dimensión 1	En la etapa inicial, se definen las responsabilidades relacionadas con la comunicación y divulgación del proceso. El propósito es garantizar que tanto el personal como los usuarios de la organización estén informados acerca de la existencia del procedimiento de gestión de quejas. Esto incluye comprender sus funciones, identificar a las personas encargadas, conocer la ubicación de los puntos para presentar quejas, comprender el proceso para informar sobre incidencias, entender los plazos de resolución y conocer las diversas opciones de solución disponibles, entre otros aspectos (Muñoz, 2017).
	Recepción de la queja Dimensión 2	La queja puede ser presentada mediante diversos canales, como personalmente, por teléfono, por escrito, a través de correo electrónico, entre otros. Estas distintas modalidades deben ajustarse para completar el formulario estándar de quejas (Muñoz, 2017).
	Seguimiento Dimensión 3	La información recopilada será almacenada y organizada de manera que facilite su consulta y seguimiento en el futuro. Con este propósito, se llevará a cabo una actualización periódica del estado de la incidencia en el sistema de registro (Muñoz, 2017).
	Acuse de recibo Dimensión 4	Es necesario emitir una comunicación al individuo que presentó la queja, informándole que su reclamación ha sido recibida y que actualmente se encuentra en curso el proceso de resolución (Muñoz, 2017).
	Evaluación inicial Dimensión 5	Cada reclamación que se reciba debe ser analizada y categorizada de acuerdo con los estándares definidos por la organización, siguiendo sus criterios internos establecidos (Muñoz, 2017).
	Investigación Dimensión 6	El nivel de profundidad de la investigación a realizar dependerá de la clasificación asignada a cada incidencia. Para cada incidente, será necesario investigar exhaustivamente sus causas, las situaciones que lo rodean, las personas involucradas y las circunstancias que lo contextualizan (Muñoz, 2017).
	Continuación de la resolución Dimensión 7	Ahora es necesario evaluar si la información recopilada durante la investigación es adecuada para avanzar en el proceso de resolución. En el caso de que la información resulte insuficiente, se requerirá una investigación más exhaustiva. Posteriormente, se examinará la factibilidad de abordar la queja; si se determina que es posible resolverla, el proceso continuará. En caso contrario, se deberá tomar la decisión de seguir adelante con el procedimiento y remitir la queja a un nivel superior para su resolución (Muñoz, 2017).
	Activación del proceso Dimensión 8	Durante este paso, es necesario definir las actividades a llevar a cabo en colaboración con el equipo designado y la dirección de la compañía. La resolución adoptada será comunicada al usuario al término de este proceso (Muñoz, 2017).
	Cierre Dimensión 9	Si la resolución ha cumplido las expectativas del usuario, el procedimiento se dará por concluido. En caso contrario, se evaluará la posibilidad de continuar el proceso mediante un nivel superior de resolución. En el evento de obtener, en última instancia, una respuesta satisfactoria, se llevará a cabo la clausura y el registro oficial de la incidencia (Muñoz, 2017).

5. **Presentación de instrucciones para el juez:**

A continuación, le presentamos el cuestionario “**Medición de la gestión de quejas**” elaborado por **Catherine Marión Saavedra Urbina** en el año 2023, de acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Dimensiones del instrumento: Medición de la gestión de quejas

- Primera dimensión: **Comunicación**
- Objetivos de la Dimensión: **Medir el nivel en que se encuentra la comunicación**

Indicadores	Ítem		Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Visibilidad	1	La institución comunica al usuario los medios donde pueden realizar su reclamo (queja).	4	4	4	
Accesibilidad	2	La comunicación a través de un sistema virtual para realizar la queja es de fácil acceso para su registro.	4	4	4	

- Segunda dimensión: **Recepción de la queja**
- Objetivos de la Dimensión: **Medir el nivel en que se encuentra la recepción de la queja**

Indicadores	Ítem		Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Omnicanalidad	3	Cualquiera sea el canal de registro de la queja, se obtienen la respuesta inmediata.	4	4	4	
Estandarización	4	Al realizar el registro de queja, el solicitante obtiene un ticket del registro para darle seguimiento.	4	4	4	

- Tercera dimensión: **Seguimiento**
- Objetivos de la Dimensión: **Medir el nivel en que se encuentra el seguimiento**

Indicadores	Ítem		Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Almacenamiento	5	El usuario que registro la queja puede consultar que su queja ha sido registrada.	4	4	4	
Clasificación	6	Cuando se realiza una queja, el usuario puede buscar opciones de acuerdo a su interés.	4	4	4	
Seguimiento	7	Como parte del seguimiento de una queja, la institución informa al interesado.	4	4	4	
Actualización	8	Cada vez que va generando la revisión, el proceso y el trámite de la queja, el usuario es informado.	4	4	4	

- Cuarta dimensión: **Acuse de recibo**
- Objetivos de la Dimensión: **Medir el nivel en que se encuentra el acuse de recibo**

Indicadores	Ítem		Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Confirmación de recepción	9	Cuando la queja es registrada, la institución emite un comunicado de conformidad al solicitante.	4	4	4	
Proceso de resolución	10	El usuario esta informado permanentemente cuando ha sido evaluado su proceso.	4	4	4	

- Quinta dimensión: **Evaluación inicial**
- Objetivos de la Dimensión: **Medir el nivel en que se encuentra la evaluación inicial**

Indicadores	Ítem		Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Inicio de proceso	11	La institución se pone en contacto con el solicitante de la queja para conocer a detalle su solicitud.	4	4	4	
Criterios de evaluación	12	La institución comunica cual es el tiempo que demorará una queja realizada por un usuario.	4	4	4	

- Sexta dimensión: **Investigación**
- Objetivos de la Dimensión: **Medir el nivel en que se encuentra la investigación**

Indicadores	Ítem		Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Incidencia	13	La pagina web de la institución cuenta con un espacio de acciones de ocurrencia para conocimiento del usuario.	4	4	4	
Complejidad	14	La institución escasamente informa de las actualizaciones que ha sufrido el sistema de quejas para la operatividad del usuario.	4	4	4	
Causas	15	La institución tiene tipificado el tipo de servicio que puede realizar el usuario a través de una queja.	4	4	4	
Situaciones	16	La institución ha implementado un servicio personalizado para escuchar al solicitante de acuerdo a la tipificación de la queja.	4	4	4	
Personas implicadas	17	La queja solicitada esta articulada con todas las unidades académicas y administrativas de la institución.	4	4	4	
Circunstancias	18	Las quejas que tienen poca implicancia son absueltas a la brevedad.	4	4	4	

- Séptima dimensión: **Continuación de la resolución**
- Objetivos de la Dimensión: **Medir el nivel en que se encuentra la continuación de la resolución**

Indicadores	Ítem		Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Relevancia de la información	19	Cuando la queja aun sigue su proceso es debido a la poca información emitida por el usuario.	4	4	4	
Viabilidad de la queja	20	La institución informa al usuario de la queja que le faltan datos para continuar con el proceso.	4	4	4	
Toma de decisiones	21	El usuario es citado por la institución para escuchar cual es el punto preciso de su reclamo.	4	4	4	

- Octava dimensión: **Activación del proceso**
- Objetivos de la Dimensión: **Medir el nivel en que se encuentra la activación del proceso**

Indicadores	Ítem		Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Coordinación de áreas	22	El usuario es informado respecto a su reclamo con el área indicada del proceso.	4	4	4	
Responsable	23	El usuario recibe una comunicación directa de la persona que resolverá su proceso de reclamo.	4	4	4	
Decisión	24	La institución ofrece alternativas de solucionar en beneficio del usuario.	4	4	4	
Comunicación al usuario	25	La institución comunica paso a paso de los esfuerzos realizados para solucionar la queja del usuario.	4	4	4	

- Novena dimensión: **Cierre**
- Objetivos de la Dimensión: **Medir el nivel en que se encuentra el cierre**

Indicadores	Ítem		Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Solución	26	Cuando el proceso de la queja ha concluido, el usuario es informado.	4	4	4	
Satisfacción del usuario	27	Al finalizar el proceso del reclamo, el usuario puede calificar la atención mediante una encuesta.	4	4	4	
Fin del proceso	28	La institución comunica a través de una mensajería formal la finalización del proceso de la queja.	4	4	4	



Mgtr. William Ricardo Díaz Torres
DNI: 18140172

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de 2 hasta 20 expertos, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que 10 expertos brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía

Evaluación por juicio de expertos

RESOLUCIÓN DE VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN N°062-2023-VI-UCV

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “**Medición de la gestión de quejas**”. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	César Eduardo Jiménez Calderón		
Grado profesional:	Maestría ()	Doctor	(X)
Área de formación académica:	Clínica ()	Social	()
	Educativa ()	Organizacional	(X)
Áreas de experiencia profesional:	Gestión de organizaciones		
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo		
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años ()		
	Más de 5 años (x)		
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	No corresponde		

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala: (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	Medición de la gestión de quejas
Autor:	Catherine Marión Saavedra Urbina
Procedencia:	Campus Los Olivos – Filial Lima UCV
Administración:	Catherine Marión Saavedra Urbina
Tiempo de aplicación:	10 minutos
Ámbito de aplicación:	Lima Centro
Significación:	Recopilar datos en un cuestionario de 28 ítems dimensionada por la comunicación (2 ítems), recepción de quejas (2 ítems), seguimiento (4 ítems), acuse de recibo (2 ítems), evaluación inicial (2 ítems), investigación (6 ítems), continuación de la resolución (3 ítems), activación del proceso (4 ítems) y cierre (3 ítems). La medición ser en escala de Likert (1 – TD, 2 – D, 3 – I, 4 – A y 5 - TA)

4. SopORTE teóRico

(describir en función al modelo teórico)

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Gestión de quejas	Comunicación Dimensión 1	En la etapa inicial, se definen las responsabilidades relacionadas con la comunicación y divulgación del proceso. El propósito es garantizar que tanto el personal como los usuarios de la organización estén informados acerca de la existencia del procedimiento de gestión de quejas. Esto incluye comprender sus funciones, identificar a las personas encargadas, conocer la ubicación de los puntos para presentar quejas, comprender el proceso para informar sobre incidencias, entender los plazos de resolución y conocer las diversas opciones de solución disponibles, entre otros aspectos (Muñoz, 2017).
	Recepción de la queja Dimensión 2	La queja puede ser presentada mediante diversos canales, como personalmente, por teléfono, por escrito, a través de correo electrónico, entre otros. Estas distintas modalidades deben ajustarse para completar el formulario estándar de quejas (Muñoz, 2017).
	Seguimiento Dimensión 3	La información recopilada será almacenada y organizada de manera que facilite su consulta y seguimiento en el futuro. Con este propósito, se llevará a cabo una actualización periódica del estado de la incidencia en el sistema de registro (Muñoz, 2017).
	Acuse de recibo Dimensión 4	Es necesario emitir una comunicación al individuo que presentó la queja, informándole que su reclamación ha sido recibida y que actualmente se encuentra en curso el proceso de resolución (Muñoz, 2017).
	Evaluación inicial Dimensión 5	Cada reclamación que se reciba debe ser analizada y categorizada de acuerdo con los estándares definidos por la organización, siguiendo sus criterios internos establecidos (Muñoz, 2017).
	Investigación Dimensión 6	El nivel de profundidad de la investigación a realizar dependerá de la clasificación asignada a cada incidencia. Para cada incidente, será necesario investigar exhaustivamente sus causas, las situaciones que lo rodean, las personas involucradas y las circunstancias que lo contextualizan (Muñoz, 2017).
	Continuación de la resolución Dimensión 7	Ahora es necesario evaluar si la información recopilada durante la investigación es adecuada para avanzar en el proceso de resolución. En el caso de que la información resulte insuficiente, se requerirá una investigación más exhaustiva. Posteriormente, se examinará la factibilidad de abordar la queja; si se determina que es posible resolverla, el proceso continuará. En caso contrario, se deberá tomar la decisión de seguir adelante con el procedimiento y remitir la queja a un nivel superior para su resolución (Muñoz, 2017).
	Activación del proceso Dimensión 8	Durante este paso, es necesario definir las actividades a llevar a cabo en colaboración con el equipo designado y la dirección de la compañía. La resolución adoptada será comunicada al usuario al término de este proceso (Muñoz, 2017).
	Cierre Dimensión 9	Si la resolución ha cumplido las expectativas del usuario, el procedimiento se dará por concluido. En caso contrario, se evaluará la posibilidad de continuar el proceso mediante un nivel superior de resolución. En el evento de obtener, en última instancia, una respuesta satisfactoria, se llevará a cabo la clausura y el registro oficial de la incidencia (Muñoz, 2017).

5. **Presentación de instrucciones para el juez:**

A continuación, le presentamos el cuestionario “**Medición de la gestión de quejas**” elaborado por **Catherine Marión Saavedra Urbina** en el año 2023, de acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Dimensiones del instrumento: Medición de la gestión de quejas

- Primera dimensión: **Comunicación**
- Objetivos de la Dimensión: **Medir el nivel en que se encuentra la comunicación**

Indicadores	Ítem		Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Visibilidad	1	La institución comunica al usuario los medios donde pueden realizar su reclamo (queja).	4	4	4	
Accesibilidad	2	La comunicación a través de un sistema virtual para realizar la queja es de fácil acceso para su registro.	4	4	4	

- Segunda dimensión: **Recepción de la queja**
- Objetivos de la Dimensión: **Medir el nivel en que se encuentra la recepción de la queja**

Indicadores	Ítem		Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Omnicanalidad	3	Cualquiera sea el canal de registro de la queja, se obtienen la respuesta inmediata.	4	4	4	
Estandarización	4	Al realizar el registro de queja, el solicitante obtiene un ticket del registro para darle seguimiento.	4	4	4	

- Tercera dimensión: **Seguimiento**
- Objetivos de la Dimensión: **Medir el nivel en que se encuentra el seguimiento**

Indicadores	Ítem		Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Almacenamiento	5	El usuario que registro la queja puede consultar que su queja ha sido registrada.	4	4	4	
Clasificación	6	Cuando se realiza una queja, el usuario puede buscar opciones de acuerdo a su interés.	4	4	4	
Seguimiento	7	Como parte del seguimiento de una queja, la institución informa al interesado.	4	4	4	
Actualización	8	Cada vez que va generando la revisión, el proceso y el trámite de la queja, el usuario es informado.	4	4	4	

- Cuarta dimensión: **Acuse de recibo**
- Objetivos de la Dimensión: **Medir el nivel en que se encuentra el acuse de recibo**

Indicadores	Ítem		Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Confirmación de recepción	9	Cuando la queja es registrada, la institución emite un comunicado de conformidad al solicitante.	4	4	4	
Proceso de resolución	10	El usuario esta informado permanentemente cuando ha sido evaluado su proceso.	4	4	4	

- Quinta dimensión: **Evaluación inicial**
- Objetivos de la Dimensión: **Medir el nivel en que se encuentra la evaluación inicial**

Indicadores	Ítem		Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Inicio de proceso	11	La institución se pone en contacto con el solicitante de la queja para conocer a detalle su solicitud.	4	4	4	
Criterios de evaluación	12	La institución comunica cual es el tiempo que demorará una queja realizada por un usuario.	4	4	4	

- Sexta dimensión: **Investigación**
- Objetivos de la Dimensión: **Medir el nivel en que se encuentra la investigación**

Indicadores	Ítem		Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Incidencia	13	La pagina web de la institución cuenta con un espacio de acciones de ocurrencia para conocimiento del usuario.	4	4	4	
Complejidad	14	La institución escasamente informa de las actualizaciones que ha sufrido el sistema de quejas para la operatividad del usuario.	4	4	4	
Causas	15	La institución tiene tipificado el tipo de servicio que puede realizar el usuario a través de una queja.	4	4	4	
Situaciones	16	La institución ha implementado un servicio personalizado para escuchar al solicitante de acuerdo a la tipificación de la queja.	4	4	4	
Personas implicadas	17	La queja solicitada esta articulada con todas las unidades académicas y administrativas de la institución.	4	4	4	
Circunstancias	18	Las quejas que tienen poca implicancia son absueltas a la brevedad.	4	4	4	

- Séptima dimensión: **Continuación de la resolución**
- Objetivos de la Dimensión: **Medir el nivel en que se encuentra la continuación de la resolución**

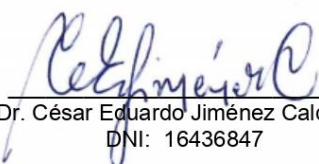
Indicadores	Ítem		Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Relevancia de la información	19	Cuando la queja aun sigue su proceso es debido a la poca información emitida por el usuario.	4	4	4	
Viabilidad de la queja	20	La institución informa al usuario de la queja que le faltan datos para continuar con el proceso.	4	4	4	
Toma de decisiones	21	El usuario es citado por la institución para escuchar cual es el punto preciso de su reclamo.	4	4	4	

- Octava dimensión: **Activación del proceso**
- Objetivos de la Dimensión: **Medir el nivel en que se encuentra la activación del proceso**

Indicadores	Ítem		Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Coordinación de áreas	22	El usuario es informado respecto a su reclamo con el área indicada del proceso.	4	4	4	
Responsable	23	El usuario recibe una comunicación directa de la persona que resolverá su proceso de reclamo.	4	4	4	
Decisión	24	La institución ofrece alternativas de solucionar en beneficio del usuario.	4	4	4	
Comunicación al usuario	25	La institución comunica paso a paso de los esfuerzos realizados para solucionar la queja del usuario.	4	4	4	

- Novena dimensión: **Cierre**
- Objetivos de la Dimensión: **Medir el nivel en que se encuentra el cierre**

Indicadores	Ítem		Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Solución	26	Cuando el proceso de la queja ha concluido, el usuario es informado.	4	4	4	
Satisfacción del usuario	27	Al finalizar el proceso del reclamo, el usuario puede calificar la atención mediante una encuesta.	4	4	4	
Fin del proceso	28	La institución comunica a través de una mensajería formal la finalización del proceso de la queja.	4	4	4	


 Dr. César Eduardo Jiménez Calderón
 DNI: 16436847

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de 2 hasta 20 expertos, Hyrkás et al. (2003) manifiestan que 10 expertos brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkás et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía

Evaluación por juicio de expertos

RESOLUCIÓN DE VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN N°062-2023-VI-UCV

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “**Medición de la gestión de quejas**”. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Abraham José García Yovera		
Grado profesional:	Maestría ()	Doctor	(X)
Área de formación académica:	Clínica ()	Social	()
	Educativa ()	Organizacional	(X)
Áreas de experiencia profesional:	Gestión de organizaciones		
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo		
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años ()		
	Más de 5 años (x)		
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	No corresponde		

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala: (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	Medición de la gestión de quejas
Autor:	Catherine Marión Saavedra Urbina
Procedencia:	Campus Los Olivos – Filial Lima UCV
Administración:	Catherine Marión Saavedra Urbina
Tiempo de aplicación:	10 minutos
Ámbito de aplicación:	Lima Centro
Significación:	Recopilar datos en un cuestionario de 28 ítems dimensionada por la comunicación (2 ítems), recepción de quejas (2 ítems), seguimiento (4 ítems), acuse de recibo (2 ítems), evaluación inicial (2 ítems), investigación (6 ítems), continuación de la resolución (3 ítems), activación del proceso (4 ítems) y cierre (3 ítems). La medición ser en escala de Likert (1 – TD, 2 – D, 3 – I, 4 – A y 5 - TA)

4. SopORTE teóRico

(describir en función al modelo teórico)

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Gestión de quejas	Comunicación Dimensión 1	En la etapa inicial, se definen las responsabilidades relacionadas con la comunicación y divulgación del proceso. El propósito es garantizar que tanto el personal como los usuarios de la organización estén informados acerca de la existencia del procedimiento de gestión de quejas. Esto incluye comprender sus funciones, identificar a las personas encargadas, conocer la ubicación de los puntos para presentar quejas, comprender el proceso para informar sobre incidencias, entender los plazos de resolución y conocer las diversas opciones de solución disponibles, entre otros aspectos (Muñoz, 2017).
	Recepción de la queja Dimensión 2	La queja puede ser presentada mediante diversos canales, como personalmente, por teléfono, por escrito, a través de correo electrónico, entre otros. Estas distintas modalidades deben ajustarse para completar el formulario estándar de quejas (Muñoz, 2017).
	Seguimiento Dimensión 3	La información recopilada será almacenada y organizada de manera que facilite su consulta y seguimiento en el futuro. Con este propósito, se llevará a cabo una actualización periódica del estado de la incidencia en el sistema de registro (Muñoz, 2017).
	Acuse de recibo Dimensión 4	Es necesario emitir una comunicación al individuo que presentó la queja, informándole que su reclamación ha sido recibida y que actualmente se encuentra en curso el proceso de resolución (Muñoz, 2017).
	Evaluación inicial Dimensión 5	Cada reclamación que se reciba debe ser analizada y categorizada de acuerdo con los estándares definidos por la organización, siguiendo sus criterios internos establecidos (Muñoz, 2017).
	Investigación Dimensión 6	El nivel de profundidad de la investigación a realizar dependerá de la clasificación asignada a cada incidencia. Para cada incidente, será necesario investigar exhaustivamente sus causas, las situaciones que lo rodean, las personas involucradas y las circunstancias que lo contextualizan (Muñoz, 2017).
	Continuación de la resolución Dimensión 7	Ahora es necesario evaluar si la información recopilada durante la investigación es adecuada para avanzar en el proceso de resolución. En el caso de que la información resulte insuficiente, se requerirá una investigación más exhaustiva. Posteriormente, se examinará la factibilidad de abordar la queja; si se determina que es posible resolverla, el proceso continuará. En caso contrario, se deberá tomar la decisión de seguir adelante con el procedimiento y remitir la queja a un nivel superior para su resolución (Muñoz, 2017).
	Activación del proceso Dimensión 8	Durante este paso, es necesario definir las actividades a llevar a cabo en colaboración con el equipo designado y la dirección de la compañía. La resolución adoptada será comunicada al usuario al término de este proceso (Muñoz, 2017).
	Cierre Dimensión 9	Si la resolución ha cumplido las expectativas del usuario, el procedimiento se dará por concluido. En caso contrario, se evaluará la posibilidad de continuar el proceso mediante un nivel superior de resolución. En el evento de obtener, en última instancia, una respuesta satisfactoria, se llevará a cabo la clausura y el registro oficial de la incidencia (Muñoz, 2017).

5. **Presentación de instrucciones para el juez:**

A continuación, le presentamos el cuestionario “**Medición de la gestión de quejas**” elaborado por **Catherine Marión Saavedra Urbina** en el año 2023, de acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Dimensiones del instrumento: Medición de la gestión de quejas

- Primera dimensión: **Comunicación**
- Objetivos de la Dimensión: **Medir el nivel en que se encuentra la comunicación**

Indicadores	Ítem		Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Visibilidad	1	La institución comunica al usuario los medios donde pueden realizar su reclamo (queja).	4	4	4	
Accesibilidad	2	La comunicación a través de un sistema virtual para realizar la queja es de fácil acceso para su registro.	4	4	4	

- Segunda dimensión: **Recepción de la queja**
- Objetivos de la Dimensión: **Medir el nivel en que se encuentra la recepción de la queja**

Indicadores	Ítem		Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Omnicanalidad	3	Cualquiera sea el canal de registro de la queja, se obtienen la respuesta inmediata.	4	4	4	
Estandarización	4	Al realizar el registro de queja, el solicitante obtiene un ticket del registro para darle seguimiento.	4	4	4	

- Tercera dimensión: **Seguimiento**
- Objetivos de la Dimensión: **Medir el nivel en que se encuentra el seguimiento**

Indicadores	Ítem		Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Almacenamiento	5	El usuario que registro la queja puede consultar que su queja ha sido registrada.	4	4	4	
Clasificación	6	Cuando se realiza una queja, el usuario puede buscar opciones de acuerdo a su interés.	4	4	4	
Seguimiento	7	Como parte del seguimiento de una queja, la institución informa al interesado.	4	4	4	
Actualización	8	Cada vez que va generando la revisión, el proceso y el trámite de la queja, el usuario es informado.	4	4	4	

- Cuarta dimensión: **Acuse de recibo**
- Objetivos de la Dimensión: **Medir el nivel en que se encuentra el acuse de recibo**

Indicadores	Ítem		Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Confirmación de recepción	9	Cuando la queja es registrada, la institución emite un comunicado de conformidad al solicitante.	4	4	4	
Proceso de resolución	10	El usuario esta informado permanentemente cuando ha sido evaluado su proceso.	4	4	4	

- Quinta dimensión: **Evaluación inicial**
- Objetivos de la Dimensión: **Medir el nivel en que se encuentra la evaluación inicial**

Indicadores	Ítem		Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Inicio de proceso	11	La institución se pone en contacto con el solicitante de la queja para conocer a detalle su solicitud.	4	4	4	
Criterios de evaluación	12	La institución comunica cual es el tiempo que demorará una queja realizada por un usuario.	4	4	4	

- Sexta dimensión: **Investigación**
- Objetivos de la Dimensión: **Medir el nivel en que se encuentra la investigación**

Indicadores	Ítem		Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Incidencia	13	La pagina web de la institución cuenta con un espacio de acciones de ocurrencia para conocimiento del usuario.	4	4	4	
Complejidad	14	La institución escasamente informa de las actualizaciones que ha sufrido el sistema de quejas para la operatividad del usuario.	4	4	4	
Causas	15	La institución tiene tipificado el tipo de servicio que puede realizar el usuario a través de una queja.	4	4	4	
Situaciones	16	La institución ha implementado un servicio personalizado para escuchar al solicitante de acuerdo a la tipificación de la queja.	4	4	4	
Personas implicadas	17	La queja solicitada esta articulada con todas las unidades académicas y administrativas de la institución.	4	4	4	
Circunstancias	18	Las quejas que tienen poca implicancia son absueltas a la brevedad.	4	4	4	

- Séptima dimensión: **Continuación de la resolución**
- Objetivos de la Dimensión: **Medir el nivel en que se encuentra la continuación de la resolución**

Indicadores	Ítem		Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Relevancia de la información	19	Cuando la queja aun sigue su proceso es debido a la poca información emitida por el usuario.	4	4	4	
Viabilidad de la queja	20	La institución informa al usuario de la queja que le faltan datos para continuar con el proceso.	4	4	4	
Toma de decisiones	21	El usuario es citado por la institución para escuchar cual es el punto preciso de su reclamo.	4	4	4	

- Octava dimensión: **Activación del proceso**
- Objetivos de la Dimensión: **Medir el nivel en que se encuentra la activación del proceso**

Indicadores	Ítem		Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Coordinación de áreas	22	El usuario es informado respecto a su reclamo con el área indicada del proceso.	4	4	4	
Responsable	23	El usuario recibe una comunicación directa de la persona que resolverá su proceso de reclamo.	4	4	4	
Decisión	24	La institución ofrece alternativas de solucionar en beneficio del usuario.	4	4	4	
Comunicación al usuario	25	La institución comunica paso a paso de los esfuerzos realizados para solucionar la queja del usuario.	4	4	4	

- Novena dimensión: **Cierre**
- Objetivos de la Dimensión: **Medir el nivel en que se encuentra el cierre**

Indicadores	Ítem		Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Solución	26	Cuando el proceso de la queja ha concluido, el usuario es informado.	4	4	4	
Satisfacción del usuario	27	Al finalizar el proceso del reclamo, el usuario puede calificar la atención mediante una encuesta.	4	4	4	
Fin del proceso	28	La institución comunica a través de una mensajería formal la finalización del proceso de la queja.	4	4	4	


 Dr. Abraham José García Yovera
 DNI: 80270538

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de 2 hasta 20 expertos, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que 10 expertos brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía

Anexo 4: Resultados del análisis de consistencia interna

Tabla 1

Baremos para interpretar del Alfa de Cronbach

Rangos	Nivel
0.81 a 1.00	Muy alta
0.61 a 0.80	Alta
0.41 a 0.60	Moderada
0.21 a 0.40	Baja
0.01 a 0.20	Muy Baja

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	SUMA
E1	5	3	2	5	5	5	2	2	4	2	4	5	1	5	5	3	4	4	4	3	2	4	2	4	2	4	1	4	96
E2	5	3	2	5	4	4	2	2	5	2	4	4	2	5	4	2	4	4	3	3	2	5	2	5	2	4	2	4	95
E3	5	3	2	5	5	4	3	3	4	2	4	5	1	5	4	3	3	4	5	3	2	4	3	4	2	5	1	5	99
E4	4	3	1	5	5	2	3	2	5	2	4	4	2	4	5	2	3	4	3	4	2	4	2	4	3	4	2	5	93
E5	4	3	1	4	4	4	2	2	5	2	3	4	1	4	4	2	3	2	3	2	3	2	3	2	4	1	5	82	
E6	5	3	2	5	5	5	3	2	4	2	4	5	1	4	4	3	4	2	4	4	2	4	2	3	2	5	1	5	95
E7	5	3	2	5	4	4	2	3	5	2	5	3	1	5	5	2	4	4	4	5	2	4	2	3	2	5	2	4	97
E8	4	3	1	5	4	3	3	2	4	3	4	3	2	5	4	2	5	4	4	2	4	4	3	3	2	4	1	4	92
E9	4	3	2	5	5	3	2	3	4	3	5	4	2	5	4	3	4	4	4	2	4	4	3	4	2	4	1	4	97
E10	4	2	1	5	5	3	2	2	5	2	5	5	2	5	3	2	4	5	4	2	2	4	2	3	2	5	2	5	93
E11	3	3	2	1	4	4	2	2	2	2	4	3	1	5	3	1	3	4	2	2	2	4	2	3	2	3	1	5	75
E12	4	4	1	4	3	4	2	2	4	2	4	4	2	3	4	1	4	4	2	2	2	3	2	3	2	3	1	5	81
E13	4	3	1	5	4	3	3	1	4	2	3	5	1	5	4	2	4	2	2	2	2	4	2	4	2	4	1	3	82
E14	4	3	1	5	4	4	2	2	5	2	4	5	1	5	4	2	4	4	4	2	2	5	4	5	2	4	2	5	96
E15	5	4	1	5	4	3	1	2	4	1	4	2	1	3	4	2	4	4	4	2	3	4	2	4	3	4	2	4	86
E16	4	4	2	5	5	4	2	1	5	2	2	4	1	5	5	3	2	5	4	1	3	4	2	4	2	4	2	4	91
E17	4	4	2	5	4	4	2	2	5	2	2	4	2	4	3	2	4	4	4	4	3	3	4	5	2	4	2	5	95
E18	4	4	2	4	4	4	3	1	4	2	2	4	1	4	4	2	4	4	4	4	2	5	4	2	2	4	2	5	91
E19	4	3	1	5	4	3	2	2	4	1	4	4	1	3	4	2	2	2	4	3	2	4	3	2	3	3	1	5	81
E20	5	3	1	3	4	2	2	2	3	2	4	4	1	5	5	2	4	4	2	3	2	4	4	4	2	4	2	4	87
E21	5	3	1	5	5	3	3	2	3	1	4	2	2	5	4	1	4	4	2	2	2	4	2	4	2	4	1	4	84
E22	4	3	2	5	3	4	2	2	4	2	4	2	2	5	4	2	2	4	3	3	3	3	2	2	2	4	1	4	82
E23	3	2	1	4	5	4	2	2	5	2	3	4	2	3	4	3	2	3	4	2	2	5	2	3	2	2	1	4	81
E24	4	3	3	4	5	3	3	2	4	1	4	4	1	5	4	2	2	5	4	2	2	5	2	2	2	4	1	3	86
E25	3	3	2	5	4	5	2	2	5	1	4	4	1	5	4	2	4	4	3	3	2	4	2	2	4	4	2	4	90
E26	4	3	2	5	4	4	2	3	4	2	4	4	1	5	5	2	4	4	5	3	2	4	3	2	2	4	2	4	93
E27	4	2	2	5	2	4	2	1	4	2	1	1	1	4	5	1	4	3	4	2	2	3	2	3	3	3	2	2	74
E28	4	3	2	5	4	2	2	2	5	2	1	1	1	4	4	2	4	3	4	2	2	4	2	4	3	4	2	4	82
E29	4	3	3	5	4	4	3	2	4	2	4	4	1	5	4	2	5	4	4	2	2	5	3	4	2	5	2	4	96
E30	5	2	2	5	4	4	2	2	4	2	4	4	1	4	4	3	4	4	4	2	2	4	2	4	2	5	2	4	91
E31	4	4	2	5	3	3	1	3	4	2	2	4	1	3	4	2	4	4	3	2	2	4	2	2	2	5	2	4	83
E32	4	4	2	5	3	4	2	2	4	2	2	2	1	5	3	1	3	4	4	2	2	4	2	2	2	1	1	4	77
E33	3	4	3	5	4	3	2	2	4	2	4	2	1	4	4	1	4	4	4	2	2	3	2	2	2	4	1	3	81

0 1 igual a o mayor que 0.7

ANÁLISIS DE FIABILIDAD DEL ALFA DE CRONBACH

(Alfa) = **0.731**
 (número de ítems) = **28**
 (varianza de cada ítem: **14.51**
 (varianza total) = **49.09090909**

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum V_i}{V_t} \right]$$

Anexo 5. Consentimiento o asentimiento informado UCV

CONSENTIMIENTO INFORMADO *

RESOLUCIÓN DE VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN N°062-2023-VI-UCV

Título de la investigación: [GQ en una IESU, Lima Centro, 2024](#)

Investigadora: [Catherine Marión Saavedra Urbina](#)

Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada “[GQ en una IESU, Lima Centro, 2024](#)”, cuyo objetivo es [Establecer la relación de la GQ con la interacción de las dimensiones comunicación, recepción de la queja, seguimiento, acuse de recibo, evaluación inicial, investigación, continuación de la resolución, activación del proceso y cierre en una IESU, Lima Centro, 2024](#). Esta investigación es desarrollada por estudiantes de pregrado de la carrera profesional de Administración, de la Universidad César Vallejo del campus [Los Olivos](#), aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad

Describir el impacto del problema de la investigación.

[Se establecerá el conocimiento de las interacciones entre las diversas dimensiones en el entorno de una IESU, el cual tendrá un impacto significativo en la mejora de los procesos internos, la satisfacción de los usuarios y la eficacia general de la GQ.](#)

Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente:

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: “[GQ en una IESU, Lima Centro, 2024](#)”.
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de **15** minutos y se realizará [en modalidad virtual](#). Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de no maleficencia):

Indicar al participante la existencia que **NO** existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigadora [[Saavedra Urbina Catherine Marión](#)] email csaavedrau@ucvvirtual.edu.pe

y Docente asesor ([Mairena Fox Petronila Liliana](#)) email: mfoxpl@ucvvirtual.edu.pe.

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo mi participación en la investigación.

Nombre y apellidos:

Fecha y hora:

[Para garantizar la veracidad del origen de la información: en el caso que el consentimiento sea presencial, el encuestado y el investigador debe proporcionar: Nombre y firma. En el caso que sea cuestionario virtual, se debe solicitar el correo desde el cual se envía las respuestas a través de un formulario Google].

** Obligatorio a partir de los 18 años*

Anexo 7. Análisis complementario

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

Dónde:

n : tamaño muestral

N : tamaño de la población, N = 5,892

Z : valor correspondiente a la distribución de gauss, $Z\alpha = 0.1 = 1.96$

p : prevalencia esperada del parámetro a evaluar, p = 0.5

q : 1 - p, q = 0.5

E : error que se pronostica cometer si es del 5%, E = 0.05

Reemplazamos en la fórmula:

$$n = \frac{5,892 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{(5,892 - 1)0.05^2 + 1.96^2 * 0.5 * 0.5} = 360.70$$

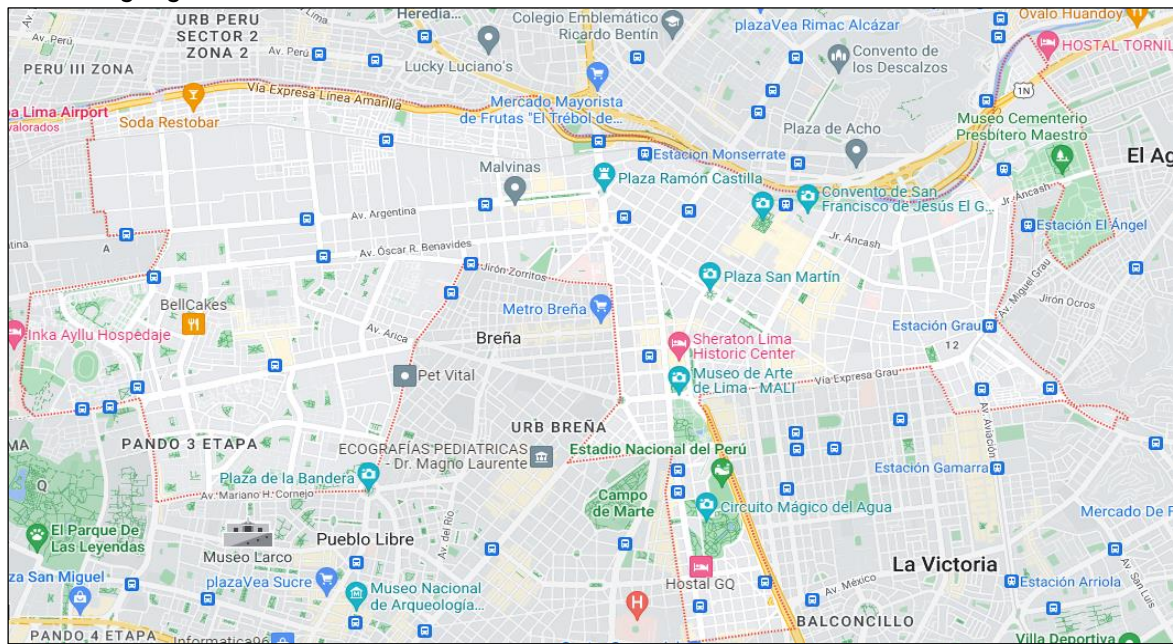
Anexo 7: Otras evidencias

Matriz de consistencia

TÍTULO: Gestión de quejas en una institución de educación universitaria, Lima Centro, 2024						
AUTORA: Saavedra Urbina, Catherine Marión						
PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLE E INDICADORES			
Problema general: ¿Cuál es la relación de la gestión de quejas con la interacción de las dimensiones comunicación, recepción de la queja, seguimiento, acuse de recibo, evaluación inicial, investigación, continuación de la resolución, activación del proceso y cierre en una IESU, Lima Centro, 2024?	Objetivo general: Establecer la relación de la gestión de quejas con la interacción de las dimensiones comunicación, recepción de la queja, seguimiento, acuse de recibo, evaluación inicial, investigación, continuación de la resolución, activación del proceso y cierre en una IESU, Lima Centro, 2024	Hipótesis general: Existe la interacción entre comunicación, recepción de la queja, seguimiento, acuse de recibo, evaluación inicial, investigación, continuación de la resolución, activación del proceso y cierre de la GQ en una IESU, Lima Centro, 2024	Variable: GQ			
			DIMENSIÓN	Indicadores	Ítems	Escala y Valores
			Comunicación	Visibilidad	1	Escala de Likert: Totalmente en desacuerdo (valor: 1) En desacuerdo (valor: 2) Ni de acuerdo ni en desacuerdo (valor: 3) De acuerdo (valor: 4) Totalmente de acuerdo (valor: 5)
				Accesibilidad	2	
	Omnicanalidad	3				
Recepción de la queja	Estandarización	4				
Seguimiento	Almacenamiento	5				
	Clasificación	6				
	Seguimiento	7				
	Actualización	8				
Acuse de recibo	Confirmación de recepción	9				
	Proceso de resolución	10				
Evaluación inicial	Inicio de proceso	11				
	Criterios de evaluación	12				
Investigación	Incidencia	13				
Problemas específicos: 1. ¿Cuál es la relación entre la comunicación y recepción de la queja de la GQ en una IESU, Lima Centro, 2024? 2. ¿Cuál es la relación entre la comunicación y seguimiento de la GQ en una IESU, Lima Centro, 2024? 3. ¿Cuál es la relación entre la comunicación y acuse de recibo de la GQ en una IESU, Lima Centro, 2024? 4. ¿Cuál es la relación entre la comunicación y evaluación inicial de la GQ en una IESU, Lima Centro, 2024? 5. ¿Cuál es la relación entre la comunicación e investigación de la GQ en una IESU, Lima Centro, 2024? 6. ¿Cuál es la relación entre la comunicación y continuación de la resolución de la GQ en una IESU, Lima Centro, 2024? 7. ¿Cuál es la relación entre la comunicación y activación del proceso de la GQ en una IESU, Lima Centro, 2024? 8. ¿Cuál es la relación entre la comunicación y cierre de la GQ en una IESU, Lima Centro, 2024? 9. ¿Cuál es la relación entre la recepción de la queja y activación del proceso de	Objetivos específicos: 1. Determinar la relación entre la comunicación y recepción de la queja de la GQ en una IESU, Lima Centro, 2024 2. Determinar la relación entre la comunicación y seguimiento de la GQ en una IESU, Lima Centro, 2024 3. Determinar la relación entre la comunicación y acuse de recibo de la GQ en una IESU, Lima Centro, 2024 4. Determinar la relación entre la comunicación y evaluación inicial de la GQ en una IESU, Lima Centro, 2024 5. Determinar la relación entre la comunicación e investigación de la GQ en una IESU, Lima Centro, 2024 6. Determinar la relación entre la comunicación y continuación de la resolución de la GQ en una IESU, Lima Centro, 2024 7. Determinar la relación entre la comunicación y activación del proceso de la GQ en una IESU, Lima Centro, 2024 8. Determinar la relación entre la comunicación y cierre de la GQ en una IESU, Lima Centro, 2024 9. Determinar la relación entre la recepción de la queja y activación del proceso de la GQ en una IESU, Lima Centro, 2024	Hipótesis específicas: 1. Existe la relación entre la comunicación y recepción de la queja de la GQ en una IESU, Lima Centro, 2024 2. Existe la relación entre la comunicación y seguimiento de la GQ en una IESU, Lima Centro, 2024 3. Existe la relación entre la comunicación y acuse de recibo de la GQ en una IESU, Lima Centro, 2024 4. Existe la relación entre la comunicación y evaluación inicial de la GQ en una IESU, Lima Centro, 2024 5. Existe la relación entre la comunicación e investigación de la GQ en una IESU, Lima Centro, 2024 6. Existe la relación entre la comunicación y continuación de la resolución de la GQ en una IESU, Lima Centro, 2024 7. Existe la relación entre la comunicación y activación del proceso de la GQ en una IESU, Lima Centro, 2024 8. Existe la relación entre la comunicación y cierre de la GQ en una IESU, Lima Centro, 2024				

<p>la GQ en una IESU, Lima Centro, 2024?</p> <p>10. ¿Cuál es la relación entre la recepción de la queja y cierre de la GQ en una IESU, Lima Centro, 2024?</p> <p>11. ¿Cuál es la relación entre la activación del proceso y cierre de la GQ en una IESU, Lima Centro, 2024?</p>	<p>10. Determinar la relación entre la recepción de la queja y cierre de la GQ en una IESU, Lima Centro, 2024</p> <p>11. Determinar la relación entre la activación del proceso y cierre de la GQ en una IESU, Lima Centro, 2024</p>	<p>9. Existe la relación entre la recepción de la queja y activación del proceso de la GQ en una IESU, Lima Centro, 2024</p> <p>10. Existe la relación entre la recepción de la queja y cierre de la GQ en una IESU, Lima Centro, 2024</p> <p>11. Existe la relación entre la activación del proceso y cierre de la GQ en una IESU, Lima Centro, 2024</p>	<p>Complejidad</p> <p>Causas</p> <p>Situaciones</p> <p>Personas implicadas</p> <p>Circunstancias</p> <p>Continuación de la resolución</p> <p>Activación del proceso</p> <p>Cierre</p>	<p>14</p> <p>15</p> <p>16</p> <p>17</p> <p>18</p> <p>19</p> <p>20</p> <p>21</p> <p>22</p> <p>23</p> <p>24</p> <p>25</p> <p>26</p> <p>27</p> <p>28</p>	
TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN Y MUESTRA	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	ESTADÍSTICA		
<p>Enfoque: cuantitativo</p> <p>Método: hipotético - deductivo</p> <p>Tipo: aplicado</p> <p>Nivel: correlacional</p> <p>Diseño: no experimental - transversal</p>	<p>Población: consta de 5,892 estudiantes de Lima Centro.</p> <p>Muestra: son 361 estudiantes encuestados.</p> <p>Inclusión: los estudiantes que asisten a clases en la sede principal de la IESU de Lima Centro.</p> <p>Exclusión: todos los alumnos matriculados en sedes distintas</p>	<p>Variable: GQ</p> <p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>	<p>Estadística inferencial</p> <p>Estadística descriptiva</p>		

Figura 1
Ubicación geográfica de la IESU



Nota. Datos tomados de Google maps. <https://www.google.com/maps/place/Lima/@-12.0576308,-77.0508877,14z/data=!4m6!3m5!1s0x9105c8db1e539667:0x4f45538aa07bda29!8m2!3d-12.046374!4d-77.0427934!16zL20vMDVmbXFi?hl=es&entry=ttu>

Tabla 2
Listado de los expertos de validación

N°	Grado Académico	Validadores
1	Doctor	Abraham José García Yovera
2	Doctor	César Eduardo Jiménez Calderón
3	Magister	William Ricardo Díaz Torres

Tabla 26

Interpretación del coeficiente de correlación de Spearman

Valor de Rho	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0.9 a -0.99	Correlación negativa muy alta
-0.7 a - 0.89	Correlación negativa alta
-0.4 a -0.69	Correlación negativa moderada
-0.2 a -0.39	Correlación negativa baja
-0.01 a -0.19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0.01 a 0.19	Correlación positiva muy baja
0.2 a 0.39	Correlación positiva baja
0.4 a 0.69	Correlación positiva moderada
0.7 a 0.89	Correlación positiva alta
0.9 a 0.99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Nota. Datos tomados de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-95322015000300004#t2

Figura 13

Propuesta de mejora



Propuesta de mejora



Universidad César Vallejo

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**Plan de estrategias para la mejora de la gestión de quejas en el sector
educación**

AUTORA:

Saavedra Urbina, Catherine Marión

ASESORA:

Dra. Mairena Fox, Petronila Liliana

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA - PERÚ

2024

I. INTRODUCCIÓN

Esta propuesta, basada en la investigación, consiste en un plan estratégico destinado a mejorar la gestión de quejas en el sector educativo. El plan incluye objetivos estratégicos y actividades que permitirán a los coordinadores del Servicio de Atención al Estudiante (SAE), tanto presencial como virtual, utilizarlo como una herramienta de trabajo para optimizar la gestión de quejas. Esto se logrará mediante la implementación de estrategias efectivas que fomenten la satisfacción de los usuarios y la calidad del servicio educativo, asegurando así la sostenibilidad de la organización.

El plan estratégico para la mejora de la gestión de quejas en el sector educativo se compone de objetivos a corto, mediano y largo plazo. Además, está estructurado en un cuadro de doble entrada que asigna variables, dimensiones, objetivos estratégicos, número de actividades, objetivos operativos (actividades) y medios de verificación, con el propósito de ser implementados y evaluados por la entidad ejecutora.

II. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

2.1. Objetivo general

Mejorar la gestión de quejas en el sector educación mediante la implementación de estrategias efectivas que promuevan la satisfacción de los usuarios y la calidad del servicio educativo.

2.2. Objetivos específicos

- Desarrollar un sistema eficiente de recepción y registro de quejas.
- Capacitar al personal en la gestión y resolución de quejas.
- Mejorar la comunicación y transparencia en el proceso de gestión de quejas.
- Evaluar y optimizar continuamente el proceso de gestión de quejas.
- Fomentar una cultura de mejora continua y satisfacción del usuario.

III. ESTRUCTURA DE LA PROPUESTA

El plan de estrategias para optimizar la gestión de quejas en el sector educativo se enfoca en implementar tácticas eficaces que fomenten la satisfacción de los usuarios y la calidad del servicio educativo. Este plan se desarrolla a través de una matriz que organiza las dimensiones de comunicación, recepción de quejas, seguimiento, acuse de recibo, evaluación inicial, investigación, y continuación de la resolución. Cada dimensión está acompañada de sus respectivos objetivos, actividades y medios de verificación, distribuidos en columnas, según se detalla a continuación:

VARIABLE	DIMENSIÓN	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	N°	OBJETIVO OPERATIVO / ACTIVIDADES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
GESTIÓN DE QUEJAS (Parte 1)	<p>COMUNICACIÓN Muñoz (2017) menciona que la comunicación constituye la fase inicial donde se establecen las responsabilidades vinculadas a la transmisión y difusión del proceso. El objetivo es asegurar que tanto el personal como los usuarios de la organización estén al tanto del procedimiento de gestión de quejas. Esto abarca la comprensión de sus roles, la identificación de los responsables, la ubicación de los puntos de presentación de quejas, el entendimiento del proceso para reportar incidencias, los plazos de resolución y las diferentes opciones de solución disponibles, entre otros aspectos.</p>	RESALTAR LOS BENEFICIOS Y CARACTERÍSTICAS DE LA COMUNICACIÓN EN LA GESTIÓN DE QUEJAS	1	Identificar y documentar los puntos de presentación de quejas.	Listado actualizado de puntos de presentación de quejas (físicos y virtuales).
			2	Capacitar al personal.	Registros de asistencia.
			3	Desarrollar y actualizar el sistema virtual de quejas.	Reporte de las actualizaciones del sistema virtual.
			4	Crear material informativo para los usuarios.	Métricas de alcance (número de vistas, descargas, interacciones).
			5	Monitorear y evaluar continuamente.	Reporte de feedback de usuarios.
		REALIZAR UN PLAN DE DIFUSIÓN DE LA COMUNICACIÓN VIRTUAL EN LA GESTIÓN DE QUEJAS	1	Desarrollar contenido informativo.	Registro de versiones actualizadas del material informativo con fechas de creación y revisión.
			2	Difundir en plataformas digitales.	Reporte de publicaciones en redes sociales y sitio web oficial.
			3	Enviar email marketing y boletines informativos.	Registro de envíos de email marketing y boletines.
			4	Integrar con aplicaciones móviles.	Documento de registro de integración de la aplicación móvil con el sistema de quejas.
			5	Capacitar y ofrecer soporte.	Registro de asistencia a las sesiones de capacitación y solicitudes de soporte recibidas.

GESTIÓN DE QUEJAS (Parte 2)	<p>RECEPCIÓN DE LA QUEJA Muñoz (2017) señala que la presentación de una queja representa una expresión de insatisfacción, puede realizarse a través de varios canales: presencialmente, por teléfono, por escrito, mediante correo electrónico, entre otros. Es fundamental que estas opciones se ajusten al formato tradicional de quejas.</p>	RESALTAR LOS BENEFICIOS Y CARACTERÍSTICAS DE LA RECEPCIÓN DE LAS QUEJAS EN LA GESTIÓN DE QUEJAS	1	Establecer un sistema de respuesta inmediata para todas las quejas registradas.	Registro de tiempo de respuesta.
			2	Configurar respuestas automáticas por correo electrónico.	Registro de correos electrónicos enviados automáticamente con detalles de fecha y hora de envío, y confirmación de recepción por parte del usuario.
		APLICAR UN PLAN DE DIFUSIÓN DE LA RECEPCIÓN DE LAS QUEJAS EN LA GESTIÓN DE QUEJAS	1	Evaluar la satisfacción de los usuarios con el sistema de recepción de quejas y respuestas automáticas.	Encuestas de satisfacción.
			2	Monitorear las métricas de uso de los diferentes canales de presentación de quejas y las respuestas automáticas.	Análisis de uso del sistema.
			3	Recolectar y analizar el feedback de los usuarios para hacer ajustes necesarios en el sistema.	Feedback de usuarios
		GESTIÓN DE QUEJAS (Parte 3)	<p>SEGUIMIENTO Muñoz (2017) describe el seguimiento como el proceso en el cual la información recopilada se almacena y organiza para facilitar su consulta y monitoreo futuro. Para ello, se realizará una actualización periódica del estado de la incidencia en el sistema de registro.</p>	RESALTAR LOS BENEFICIOS Y CARACTERÍSTICAS DEL SEGUIMIENTO EN LA GESTIÓN DE QUEJAS	1
2	Informar al usuario sobre el seguimiento de su queja.				Registro de notificaciones enviadas a los usuarios.
3	Actualizar al usuario en cada revisión del proceso y trámite de la queja.				Registro de notificaciones automáticas enviadas, con detalles.

		REALIZAR UN PLAN DE DIFUSIÓN DEL SEGUIMIENTO EN LA GESTIÓN DE QUEJAS	1	Diseñar infografías y folletas que resuman el proceso de gestión y seguimiento de quejas.	Registro y archivo digital de todas las infografías y folletos diseñados.
			2	Incluir enlaces a tutoriales y guías en los boletines mensuales de la institución.	Registro de los boletines mensuales enviados con los enlaces a tutoriales y guías.
			3	Ofrecer un servicio de soporte técnico sobre el uso del sistema de seguimiento.	Base de datos de tickets de soporte o sistema de gestión de incidencias.
GESTIÓN DE QUEJAS (Parte 4)	ACUSE DE RECIBO Muñoz (2017) indica que el acuse de recibo consiste en enviar una notificación a la persona que presentó la queja, informándole que su reclamación ha sido recibida y que el proceso de resolución está en marcha.	RESALTAR LOS BENEFICIOS Y CARACTERÍSTICAS DEL ACUSE DE RECIBO EN LA GESTIÓN DE QUEJAS	1	Emitir un comunicado de conformidad al solicitante al registra la queja.	Registro de correos electrónicos enviados con acuse de recibo.
			2	Desarrollar un portal en línea para verificar el estado de la queja en tiempo real.	Registro de accesos de los usuarios al portal en línea.
		REALIZAR UN PLAN DE DIFUSIÓN DEL ACUSE DE RECIBO EN LA GESTIÓN DE QUEJAS	1	Recibir la queja a través de los canales habilitados.	Registro en el sistema de gestión de quejas.
			2	Verificar que todos los datos necesarios estén completos y correctos.	Lista de verificación de datos completada.
			3	Generar un documento de acuse de recibo personalizado.	Registro del acuse de recibo en el sistema.
			4	Enviar el acuse de recibo al cliente por el medio correspondiente.	Confirmación de entrega.

GESTIÓN DE QUEJAS (Parte 5)	EVALUACIÓN INICIAL Muñoz (2017) indica que la evaluación inicial requiere que cada reclamación recibida sea examinada y clasificada conforme a los estándares establecidos por la organización, siguiendo sus criterios internos previamente definidos.	RESALTAR LOS BENEFICIOS Y CARACTERÍSTICAS DE LA EVALUACIÓN INICIAL EN LA GESTIÓN DE QUEJAS	1	Realizar una revisión preliminar de cada queja.	Informe de revisión preliminar documentado.
			2	Categorizar la queja según los estándares definidos por la institución.	Etiquetas o categorías asignadas en la base de datos de quejas.
			3	Designar al equipo responsable para manejar la queja específica.	Registro de asignación de responsables.
			4	Informar al cliente sobre la recepción y categorización de su queja.	Confirmación de notificación enviada al cliente.
			5	Documentar todos los detalles de la evaluación inicial.	Informe de evaluación inicial registrado.
		REALIZAR UN PLAN DE DIFUSIÓN DE LA EVALUACIÓN INICIAL EN LA GESTIÓN DE QUEJAS	1	Desarrollar y documentar procedimientos estandarizados para la evaluación inicial.	Manual de procedimientos y guías de evaluación inicial distribuidas entre el personal encargado.
			2	Implementar un sistema de monitoreo y control.	Informes de auditoría interna y registro de monitoreo y control.
			3	Informar a todo el personal sobre la importancia y el proceso de la evaluación inicial.	Correos electrónicos informativos y actas de reuniones.
			4	Elaborar reportes periódicos sobre el estado de las quejas recibidas y su evaluación inicial.	Informes mensuales o trimestrales sobre la gestión de quejas.
GESTIÓN DE QUEJAS (Parte 6)	INVESTIGACIÓN Muñoz (2017) argumenta que la extensión de la investigación necesaria dependerá de la clasificación asignada a cada incidente. En cada caso, se deberá llevar a cabo una investigación detallada que cubra las causas, las circunstancias circundantes, las personas involucradas y el contexto del incidente.	RESALTAR LOS BENEFICIOS Y CARACTERÍSTICAS DE LA INVESTIGACIÓN EN LA GESTIÓN DE QUEJAS	1	Clasificar la queja según su gravedad.	Registros de clasificación.
			2	Asignar un equipo especializado.	Registros de asignación.
			3	Reunir datos relevantes.	Informes de recopilación.
			4	Analizar causas raíz y contexto.	Informes de análisis.
			5	Formular conclusiones y acciones correctivas.	Informes finales.

		REALIZAR UN PLAN DE DIFUSIÓN DE LA INVESTIGACIÓN EN LA GESTIÓN DE QUEJAS	1	Establecer un sistema para registrar y hacer seguimiento de las investigaciones de quejas.	Base de datos actualizada con registros de quejas.	
			2	Realizar auditorías internas para asegurar el cumplimiento de los procedimientos de investigación.	Planes de acción correctiva.	
			3	Organizar sesiones periódicas para revisar y mejorar el proceso de investigación.	Documentación de mejoras implementadas.	
			4	Informar al personal sobre los resultados de las investigaciones y las acciones correctivas tomadas.	Informes de resultados de investigaciones.	
GESTIÓN DE QUEJAS (Parte 7)	CONTINUACIÓN DE LA RESOLUCIÓN Muñoz (2017) señala que la continuación de la resolución implica evaluar si la información obtenida durante la investigación es suficiente para avanzar. Si no lo es, se requiere una investigación más exhaustiva. Posteriormente, se determina si la queja puede ser resuelta; de ser viable, se continúa el proceso, y si no, la queja se remite a un nivel superior para su resolución.	RESALTAR LOS BENEFICIOS Y CARACTERÍSTICAS DE LA CONTINUACIÓN DE LA RESOLUCIÓN EN LA GESTIÓN DE QUEJAS	1	Realizar investigaciones adicionales.	Informes adicionales y registros de entrevistas.	
			2	Evaluar la posibilidad de resolver la queja.	Documentos de análisis de factibilidad.	
			3	Decidir si continuar o escalar la queja.	Registros de decisiones y documentación de escalamiento.	
			4	Informar al cliente sobre el estado de su queja.	Registros de comunicaciones.	
			REALIZAR UN PLAN DE DIFUSIÓN DE LA CONTINUACIÓN DE LA RESOLUCIÓN EN LA GESTIÓN DE QUEJAS	1	Revisar la información obtenida.	Informe de evaluación inicial
		2		Realizar una investigación más profunda si la información inicial no es suficiente.	Registro de investigación adicional.	
		3		Evaluar si la queja puede ser resuelta.	Actas de comités de evaluación.	

			4	Informar a los niveles pertinentes dentro de la organización sobre el estado de la resolución de la queja.	Boletines de comunicación interna.	
			5	Informar al estudiante y, si es necesario, al público sobre la resolución de la queja.	Comunicados externos.	
GESTIÓN DE QUEJAS (Parte 8)	ACTIVACIÓN DEL PROCESO Muñoz (2017) señala que para poner en marcha el proceso, es crucial establecer las actividades que se llevarán a cabo en colaboración con el equipo designado y la dirección de la empresa. La resolución final será comunicada al usuario una vez concluido este proceso.	RESALTAR LOS BENEFICIOS Y CARACTERÍSTICAS DE LA ACTIVACIÓN DEL PROCESO EN LA GESTIÓN DE QUEJAS	1	Establecer procedimientos en colaboración con el equipo y la dirección.	Manual de procedimientos actualizado.	
			2	Capacitar al personal sobre los procedimientos y beneficios.	Registros de asistencia y evaluaciones de capacitación.	
			3	Introducir herramientas para mejorar la eficiencia.	Informe de introducción y uso de herramientas tecnológicas.	
			4	Supervisar y ajustar el proceso según sea necesario.	Informes de rendimiento y ajustes del proceso.	
			REALIZAR UN PLAN DE DIFUSIÓN DE LA ACTIVACIÓN DEL PROCESO EN LA GESTIÓN DE QUEJAS	1	Evaluar los procedimientos existentes.	Informe de revisión de procedimientos actuales.
		2		Encontrar áreas de mejora.	Registro de identificación de mejoras.	
		3		Desarrollar o modificar procedimientos.	Nuevo manual de procedimientos.	
		4		Aplicar los nuevos procedimientos.	Medición de la satisfacción.	
		5		Supervisar y ajustar según sea necesario.	Informe de monitoreo y evaluación.	

GESTIÓN DE QUEJAS (Parte 9)	CIERRE Muñoz (2017) señala que, al concluir el proceso, si la resolución es satisfactoria para el usuario, se dará por terminado el procedimiento. No obstante, si la resolución no cumple con las expectativas, se contemplará la posibilidad de remitir el asunto a un nivel superior para su solución. En caso de que se logre una respuesta satisfactoria posteriormente, se procederá con el cierre oficial del incidente y se registrará adecuadamente.	RESALTAR LOS BENEFICIOS Y CARACTERÍSTICAS DEL CIERRE EN LA GESTIÓN DE QUEJAS	1	Evaluar la satisfacción del usuario sobre la resolución de la queja.	Encuestas de satisfacción del usuario.
			2	Documentar las quejas resueltas satisfactoriamente.	Registros de casos resueltos.
			3	Analizar las quejas resueltas para identificar patrones y áreas de mejora.	Informe de análisis de tendencias.
			4	Formalizar el cierre del caso y archivar la documentación correspondiente.	Documentación de cierre del caso.
		REALIZAR UN PLAN DE DIFUSIÓN DEL CIERRE EN LA GESTIÓN DE QUEJAS	1	Revisar procedimientos de cierre actuales.	Informe de revisión de procedimientos actuales.
			2	Analizar la retroalimentación del usuario.	Análisis de retroalimentación.
			3	Identificar mejoras potenciales.	Registro de mejoras potenciales.
			4	Diseñar e implementar mejoras.	Nuevo manual de procedimientos de cierre.
			5	Monitorear y evaluar continuamente.	Informe de monitoreo y evaluación.

IV. DESARROLLO DE ACTIVIDADES QUE GENERAN EL CAMBIO ORGANIZACIONAL

ACTIVIDAD 1: ESTABLECER UN SISTEMA PARA REGISTRAR Y HACER SEGUIMIENTO DE LAS INVESTIGACIONES DE QUEJAS

1. DATOS INFORMATIVOS

1.1. **Empresa** : Institución de educación superior universitaria

1.2. **Área** : Gestión de la calidad

1.3. **Ejecutores** : Equipo de gestión de la calidad

2. DATOS DE LA ACTIVIDAD

El equipo de gestión de la calidad se reúne para diseñar y crear una base de datos actualizada que registre todas las quejas y su estado, facilitando la gestión eficiente de las quejas y la toma de decisiones informadas para mejorar continuamente el proceso de gestión de quejas.

2.1. Objetivos:

Crear una base de datos actualizada que registre todas las quejas y su estado.

3. PROCESO DE LA ACTIVIDAD

- Diseñar la base de datos.
- Implementar en el sistema de la empresa.
- Capacitar al personal.
- Realizar pruebas piloto y ajustes.

Tabla 1: ELABORACIÓN DE LA ACTIVIDAD 1

ESTRATEGIA 1				
El equipo de gestión de la calidad se reúne para diseñar y crear una base de datos actualizada que registre todas las quejas y su estado, facilitando la gestión eficiente de las quejas y la toma de decisiones informadas para mejorar continuamente el proceso de gestión de quejas.				
OBJETIVO				
Crear una base de datos actualizada que registre todas las quejas y su estado.				
JUSTIFICACIÓN:				
Esta actividad es fundamental para establecer un sistema que pueda registrar y hacer seguimiento de las investigaciones mejorando la gestión de quejas, garantizando la satisfacción del cliente y promoviendo la mejora continua en la empresa.				
Plazo de Ejecución	Corto plazo (4 meses)			
	La estrategia se desarrollará dos semanas por cada mes			
	CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN			
	1	2	3	4
Diseñar la base de datos.	X			
Implementar en el sistema de la empresa.		X		
Capacitar al personal.			X	
Realizar pruebas piloto y ajustes.				X
Presupuesto de la estrategia				
Materiales	Cantidad	Unidades	Valor S/.	Total S/.
Diseño de infografías	10	unidad	S/ 50.00	S/ 500.00
Impresión de folletos	500	unidad	S/ 2.00	S/ 1,000.00
Salarios para capacitaciones	5	sesión	S/ 300.00	S/ 1,500.00
Materiales de capacitación	5	sesión	S/ 200.00	S/ 1,000.00
Sistema de monitoreo	1	sistema	S/ 2,000.00	S/ 2,000.00
Subtotal				S/ 6,000.00
TIPO DE CAMBIO \$ 3.80 AL 18/06/2023				\$ 1,578.95

ACTIVIDAD 2: REALIZAR AUDITORÍAS INTERNAS PARA ASEGURAR EL CUMPLIMIENTO DE LOS PROCEDIMIENTOS DE INVESTIGACIÓN

1. DATOS INFORMATIVOS

1.1. Empresa : Institución de educación superior universitaria

1.2. Área : Asuntos regulatorios

1.3. Ejecutores : Equipo de asuntos regulatorios

2. DATOS DE LA ACTIVIDAD

El equipo de asuntos regulatorios se reunirá para establecer y ejecutar un plan de auditoría que garantice el cumplimiento de los procedimientos de investigación. El plan incluirá definir criterios de auditoría basados en los procedimientos, programar auditorías periódicas, documentar hallazgos, elaborar informes detallados y desarrollar planes de acción correctiva para desviaciones encontradas.

2.1. Objetivos:

Llevar a cabo auditorías internas periódicas para garantizar que los procedimientos de investigación se están siguiendo correctamente.

3. PROCESO DE LA ACTIVIDAD

- Definición de criterios de auditoría.
- Programación de auditorías periódicas.
- Realizar auditorías.
- Documentación de hallazgos y elaboración de informes.
- Desarrollo de planes de acción correctiva.

Tabla 2: ELABORACIÓN DE LA ACTIVIDAD 2

ESTRATEGIA 2						
El equipo de asuntos regulatorios se reunirá para establecer y ejecutar un plan de auditoría que garantice el cumplimiento de los procedimientos de investigación. El plan incluirá definir criterios de auditoría basados en los procedimientos, programar auditorías periódicas, documentar hallazgos, elaborar informes detallados y desarrollar planes de acción correctiva para desviaciones encontradas.						
OBJETIVO						
Llevar a cabo auditorías internas periódicas para garantizar que los procedimientos de investigación se están siguiendo correctamente.						
JUSTIFICACIÓN:						
La actividad de auditoría interna periódica garantiza el cumplimiento de los procedimientos de investigación. Permite identificar desviaciones y áreas de mejora, manteniendo la calidad y la integridad en el manejo de las quejas. Además, la elaboración de informes detallados y la implementación de planes correctivos mejoran continuamente el proceso de respuesta a quejas.						
Plazo de Ejecución	Corto plazo (6 meses)					
	La estrategia se desarrollará de forma mensual					
	CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN					
	1	2	3	4	5	6
Definición de criterios de auditoría.	X					
Programación de auditorías periódicas.		X				
Realizar auditorías.			X	X		
Documentación de hallazgos y elaboración de informes.					X	
Desarrollo de planes de acción correctiva.						X
Presupuesto de la estrategia						
Materiales	Cantidad	Unidades	Valor S/.		Total S/.	
Diseño de infografías	10	unidad	S/	50.00	S/	500.00
Impresión de folletos	500	unidad	S/	2.00	S/	1,000.00
Salarios para capacitaciones	5	sesión	S/	300.00	S/	1,500.00

Material de capacitación	5	sesión	S/ 200.00	S/ 1,000.00
Sistema de monitoreo	1	sistema	S/ 2,000.00	S/ 2,000.00
Subtotal				S/ 6,000.00
TIPO DE CAMBIO \$ 3.80 AL 18/06/2023				\$ 1,578.95

ACTIVIDAD 3: ORGANIZAR SESIONES PERIÓDICAS PARA REVISAR Y MEJORAR EL PROCESO DE INVESTIGACIÓN

1. DATOS INFORMATIVOS

1.1. Empresa : Institución de educación superior universitaria

1.2. Área : Gestión de la calidad

1.3. Ejecutores : Equipo de gestión de la calidad

2. DATOS DE LA ACTIVIDAD

El equipo de gestión de la calidad se reúne para programar reuniones regulares con el equipo de investigación. Este plan incluye crear una agenda estructurada, identificar temas críticos, implementar un sistema de seguimiento para las decisiones tomadas, y realizar sesiones de capacitación para el personal en mejores prácticas de revisión y mejora continua de procedimientos.

2.1. Objetivos:

Programar reuniones regulares con el equipo de investigación para revisar y mejorar los procedimientos.

3. PROCESO DE LA ACTIVIDAD

- Reunión inicial del equipo de gestión de la calidad.
- Creación de una agenda estructurada.
- Identificación de temas críticos.

- Implementación de un sistema de seguimiento para las decisiones tomadas.
- Realización de sesiones de capacitación para el personal.
- Reuniones regulares con el equipo de investigación.

Tabla 3: ELABORACIÓN DE LA ACTIVIDAD 3

ESTRATEGIA 3							
El equipo de gestión de la calidad se reúne para programar reuniones regulares con el equipo de investigación. Este plan incluye crear una agenda estructurada, identificar temas críticos, implementar un sistema de seguimiento para las decisiones tomadas, y realizar sesiones de capacitación para el personal en mejores prácticas de revisión y mejora continua de procedimientos.							
OBJETIVO							
Programar reuniones regulares con el equipo de investigación para revisar y mejorar los procedimientos.							
JUSTIFICACIÓN:							
Las reuniones regulares con el equipo de investigación mejoran la gestión de quejas, garantizan la actualización de procedimientos, y aumentan la eficiencia y satisfacción de los involucrados, manteniendo al personal capacitado y alineado.							
Plazo de Ejecución	Corto plazo (2 meses)						
	La estrategia se desarrollará durante 7 semanas						
	CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN						
	1	2	3	4	5	6	7
Reunión inicial del equipo de gestión de la calidad.	X						
Creación de una agenda estructurada.		X					
Identificación de temas críticos.			X				
Implementación de un sistema de seguimiento para las decisiones tomadas.				X	X		
Realización de sesiones de capacitación para el personal.					X	X	
Reuniones regulares con el equipo de investigación.							X

Presupuesto de la estrategia				
Materiales	Cantidad	Unidades	Valor S/.	Total S/.
Diseño de infografías	10	unidad	S/ 50.00	S/ 500.00
Impresión de folletos	500	unidad	S/ 2.00	S/ 1,000.00
Salarios para capacitaciones	5	sesión	S/ 300.00	S/ 1,500.00
Materiales de capacitación	5	sesión	S/ 200.00	S/ 1,000.00
Sistema de monitoreo	1	sistema	S/ 2,000.00	S/ 2,000.00
Subtotal				S/ 6,000.00
TIPO DE CAMBIO \$ 3.80 AL 18/06/2023				\$ 1,578.95

ACTIVIDAD 4: INFORMAR AL PERSONAL SOBRE LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES Y LAS ACCIONES CORRECTIVAS TOMADAS

1. DATOS INFORMATIVOS

1.1. Empresa : Institución de educación superior universitaria

1.2. Área : Gestión de la calidad

1.3. Ejecutores : Equipo de gestión de la calidad

2. DATOS DE LA ACTIVIDAD

El equipo de gestión de la calidad se reúne para diseñar y ejecutar un plan de difusión de los resultados de las investigaciones y las acciones correctivas en la gestión de quejas. Este plan incluye la elaboración de informes detallados y la organización de sesiones informativas para el personal involucrado.

2.1. Objetivos:

Comunicar los resultados de las investigaciones y las acciones correctivas a todo el personal involucrado.

3. PROCESO DE LA ACTIVIDAD

- Elaboración de informes detallados.
- Organización de sesiones informativas.
- Distribución de informes.
- Seguimiento y feedback.

Tabla 4: ELABORACIÓN DE LA ACTIVIDAD 4

ESTRATEGIA 4				
El equipo de gestión de la calidad se reúne para diseñar y ejecutar un plan de difusión de los resultados de las investigaciones y las acciones correctivas en la gestión de quejas. Este plan incluye la elaboración de informes detallados y la organización de sesiones informativas para el personal involucrado.				
OBJETIVO				
Comunicar los resultados de las investigaciones y las acciones correctivas a todo el personal involucrado.				
JUSTIFICACIÓN				
La justificación de esta estrategia radica en su capacidad para mejorar la transparencia, fomentar una cultura de mejora continua, aumentar el compromiso y responsabilidad del personal, contribuir al desarrollo profesional, optimizar la eficiencia operativa y mejorar la satisfacción del cliente, beneficiando a la organización internamente y reforzando su reputación y competitividad en el mercado.				
Plazo de Ejecución	Corto plazo (4 meses)			
	La estrategia se desarrollará en tres semanas por cada mes			
	CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN			
	1	2	3	4
Elaboración de informes detallados.	X			
Organización de sesiones informativas.		X		
Distribución de informes.			X	
Seguimiento y feedback.				X
Presupuesto de la estrategia				
Materiales	Cantidad	Unidades	Valor S/.	Total S/.
Diseño de infografías	10	unidad	S/ 50.00	S/ 500.00

Impresión de folletos	500	unidad	S/ 2.00	S/ 1,000.00
Salarios para capacitaciones	5	sesión	S/ 300.00	S/ 1,500.00
Materiales de capacitación	5	sesión	S/ 200.00	S/ 1,000.00
Sistema de monitoreo	1	sistema	S/ 2,000.00	S/ 2,000.00
Subtotal				S/ 6,000.00
TIPO DE CAMBIO \$ 3.80 AL 18/06/2023				\$ 1,578.95