



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

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

Calidad de servicios y la satisfacción de las madres de familia de la  
Institución Educativa Emmanuel Talentos, UGEL 05, San Juan de  
Lurigancho-2016.

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
Licenciada en Administración**

**AUTORA:**

Echevarria Llerena, Milagros De Jesus

**ASESORES:**

Mg. Candia Menor Marco Antonio

Dr. Delgado Arenas Raúl

**LINEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión de Organizaciones

LIMA - PERU

2016

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo de investigación a mi familia, quienes fueron mi sustento, fuente de inspiración y apoyo incondicional para continuar mi desarrollo profesional y laboral. En especial a mi madre Luz Marina por estar a mi lado en todo tiempo, por todo lo que hace por mí, por su paciencia y confianza.

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero agradecer primeramente a Dios por darme vida, salud, a mi madre por todo el apoyo incondicional que me da, a esta casa de estudios por acogerme en sus aulas y a la plana docente que a lo largo de mi formación aportaron conocimientos teóricos y prácticos y que siempre estuvieron dispuestos por resolver mis dudas académicas presentadas.

A mis asesores por enseñarme a valorar mis estudios profesionales y ayudarme a culminar mi desarrollo de tesis.

## PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada **“CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCION DE LAS MADRES DE FAMILIA DE LA INSTITUCION EDUCATIVA EMMANUEL TALENTOS, UGEL 05, SAN JUAN DE LURIGANCHO-2016”**, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Administración.

Milagros de Jesús Echevarría Llerena

## ÍNDICE

PÁGINA DEL JURADO.....	ii
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD.....	v
PRESENTACIÓN.....	vi
RESUMEN.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
I. INTRODUCCIÓN.....	16
1.1. Realidad Problemática.....	16
1.2. Trabajos Previos.....	18
1.3. Teorías relacionadas al tema.....	25
1.4. Formulación del problema de Investigación.....	35
1.4.1. Problema general.....	35
1.4.2. Problemas específicos.....	35
1.5. Justificación del estudio.....	36
1.5.1. Justificación teórica.....	36
1.5.2. Justificación practica.....	37
1.5.3. Justificación metodológica.....	37
1.6. Hipótesis.....	37
1.6.1. Hipótesis general.....	37
1.6.2. Hipótesis específicos.....	38
1.7. Objetivos de la Investigación.....	38
1.7.1. Objetivo general.....	38
1.7.2. Objetivos específicos.....	38
II. MÉTODO.....	40
2.1. Diseño de la Investigación.....	40
2.2. Variables, operacionalización.....	41
2.3. Población y muestra.....	44
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	45
2.5. Método de análisis de datos.....	50
2.6. Aspectos Éticos.....	50

III. RESULTADOS.....	51
3.1. Estadística Descriptiva.....	51
3.1.1. Análisis Descriptivo de las variables: Calidad de servicio y satisfacción del cliente.....	51
3.1.2. Análisis Descriptivo de la dimensión Elementos tangibles y la variable: satisfacción del cliente.....	52
3.1.3. Análisis Descriptivo de la dimensión Fiabilidad y la variable: satisfacción del cliente.....	53
3.1.4. Análisis Descriptivo de la dimensión: Capacidad de respuesta y la variable: satisfacción del cliente.....	54
3.1.5. Análisis Descriptivo de la dimensión: Seguridad y la variable: satisfacción del cliente.....	55
3.1.6. Análisis Descriptivo de las la dimensión: Empatía y la variable: satisfacción del cliente.....	56
IV. DISCUSIÓN.....	58
V. CONCLUSIONES.....	61
VI. RECOMENDACIONES.....	63
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	65
ANEXOS.....	68

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 01: Operacionalización Variable 1.....	42
Tabla N° 02: Operacionalización Variable 2.....	43
Tabla N° 03: Validación del cuestionario Variable 1.....	46
Tabla N° 04: Expertos Validación del cuestionario Variable 1.....	47
Tabla N° 05: Confiabilidad del cuestionario Variable 1.....	47
Tabla N° 06: Validación del cuestionario Variable 2.....	48
Tabla N° 07: Expertos Validación del cuestionario Variable 2.....	49
Tabla N° 08: Confiabilidad del cuestionario Variable 2.....	49
Tabla N° 09: Tabla de Contingencia de Variable 1 * Variable 2.....	51
Tabla N° 10: Tabla de Contingencia de Dimensión 1 * Variable 2.....	52
Tabla N° 11: Tabla de Contingencia de Dimensión 2 * Variable 2.....	53
Tabla N° 12: Tabla de Contingencia de Dimensión 3 * Variable 2.....	54
Tabla N° 13: Tabla de Contingencia de Dimensión 4 * Variable 2.....	55
Tabla N° 14: Tabla de Contingencia de Dimensión 5 * Variable 2.....	56
Tabla N° 15: Prueba de normalidad de la variable calidad de servicios.....	86
Tabla N° 16: Prueba de normalidad de la variable calidad de servicios.....	87

## ÍNDICE DE GRAFICOS

Gráfico 01: Distribución de frecuencias la Institución Educativa Emmanuel Talentos dispone de equipos modernos para su enseñanza.....	88
Gráfico 02: Distribución de frecuencias los recursos didácticos y tecnológicos con los que cuenta la Institución Educativa Emmanuel Talentos es el adecuado.....	88
Gráfico 03: Distribución de frecuencias las instalaciones físicas de la Institución Educativa Emmanuel Talentos son seguras.....	89
Gráfico 04: Distribución de frecuencias el personal de servicio de la Institución Educativa Emmanuel Talentos muestra un aspecto físico impecable.....	89
Gráfico 05: Distribución de frecuencias los materiales empleados en el servicio son visualmente atractivos.....	90
Gráfico 06: Distribución de frecuencias las promesas que brinda la Institución Educativa Emmanuel Talentos son cumplidas.....	90
Gráfico 07: Distribución de frecuencias la Institución Educativa Emmanuel Talentos muestra interés en resolver sus problemas.....	91
Gráfico 08: Distribución de frecuencias la Institución Educativa Emmanuel Talentos realiza un buen servicio.....	91
Gráfico 09: Distribución de frecuencias la Institución Educativa Emmanuel Talentos tiene la capacidad de resolver sus conflictos escolares.....	92
Gráfico 10: Distribución de frecuencias la Institución Educativa Emmanuel Talentos imparte valores en el aprendizaje del niño(a).....	92
Gráfico 11: Distribución de frecuencias la Institución Educativa Emmanuel Talentos desarrolla un buen proceso de enseñanza.....	93
Gráfico 12: Distribución de frecuencias el nivel profesional de los maestros de la Institución Educativa Emmanuel Talentos es adecuado.....	93
Gráfico 13: Distribución de frecuencias La relación maestro-niño es adecuado.....	94



Gráfico 14: Distribución de frecuencias el personal de la Institución Educativa Emmanuel Talentos brindan un servicio rápido a las madres de familia.....	94
Gráfico 15: Distribución de frecuencias el personal de la Institución Educativa Emmanuel Talentos están dispuestos a ayudar a las madres de familia.....	95
Gráfico 16: Distribución de frecuencias el personal de la Institución Educativa Emmanuel Talentos están dispuestos para responder a sus peticiones.....	95
Gráfico 17: Distribución de frecuencias el proceso de atención y solución de quejas y reclamos es adecuado.....	96
Gráfico 18: Distribución de frecuencias el personal está calificado para adaptar nuevas tecnologías.....	96
Gráfico 19: Distribución de frecuencias el personal genera una imagen de honestidad y confianza.....	97
Gráfico 20: Distribución de frecuencias las madres de familia se sienten seguros al dejar a sus niños en la Institución Educativa Emmanuel Talentos.....	97
Gráfico 21: Distribución de frecuencias el personal de la Institución Educativa Emmanuel Talentos tiene una actitud cortés con las madres de familia.....	98
Gráfico 22: Distribución de frecuencias el personal de la Institución Educativa Emmanuel Talentos ofrece a las madres de familia una atención personalizada.....	98
Gráfico 23: Distribución de frecuencias el personal de la Institución Educativa Emmanuel Talentos entiende las necesidades específicas de las madres de familia.....	99
Gráfico 24: Distribución de frecuencias la Institución Educativa Emmanuel Talentos tiene horarios convenientes para los alumnos.....	99
Gráfico 25: Distribución de frecuencias la relación de maestros y madres de familia es adecuado.....	100
Gráfico 26: Distribución de frecuencias la atención del personal de la Institución Educativa Emmanuel Talentos es bueno.....	100

Gráfico 27: Distribución de frecuencias el personal de la Institución Educativa Emmanuel Talentos da una imagen de honestidad y confianza.....	101
Gráfico 28: Distribución de frecuencias el personal de la Institución Educativa Emmanuel Talentos brinda confianza para expresar sus problemas.....	101
Gráfico 29: Distribución de frecuencias el personal administrativo cumple con su horario de atención.....	102
Gráfico 30: Distribución de frecuencias el personal administrativo de la Institución Educativa Emmanuel Talentos se muestra dispuesto en atender sus consultas.....	102
Gráfico 31: Distribución de frecuencias los maestros cumplen con su horario de enseñanza.....	103
Gráfico 32: Distribución de frecuencias los maestros de la Institución Educativa Emmanuel Talentos se muestran dispuestos a atender sus peticiones.....	103
Gráfico 33: Distribución de frecuencias la relación maestro y niño es adecuado.....	104
Gráfico 34: Distribución de frecuencias la relación maestro y madre de familia es apropiado.....	104
Gráfico 35: Distribución de frecuencias los ambientes de la Institución Educativa Emmanuel Talentos son amplios y adecuados.....	105
Gráfico 36: Distribución de frecuencias percibe que las aulas están ambientadas adecuadamente.....	105
Gráfico 37: Distribución de frecuencias percibe que la higiene y limpieza de la Institución Educativa Emmanuel Talentos es adecuado.....	106
Gráfico 38: Distribución de frecuencias perciben que los materiales de la Institución Educativa Emmanuel Talentos están en buen estado.....	106
Gráfico 39: Distribución de frecuencias percibe que el clima del lugar es agradable (ventilación y aire acondicionado).....	107

Gráfico 40: Distribución de frecuencias los precios establecidos por la Institución Educativa Emmanuel Talentos están a su alcance.....	107
Gráfico 41: Distribución de frecuencias el horario de atención le parece conveniente.....	108
Gráfico 42: Distribución de frecuencias la ubicación de la Institución Educativa Emmanuel Talentos es la adecuada.....	108
Gráfico 43: Distribución de frecuencias la Institución Educativa Emmanuel Talentos conoce los intereses y necesidades de las madres de familia.....	109
Gráfico 44: Distribución de frecuencias la Institución Educativa Emmanuel Talentos da respuestas rápidas a las necesidades y problemas de las madres de familia.....	109
Gráfico 45: Distribución de frecuencias la Institución Educativa Emmanuel Talentos se adapta perfectamente a las necesidades de las madres de familia.....	110
Gráfico 46: Distribución de frecuencias la opinión de otros usuarios sobre el servicio de la Institución Educativa Emmanuel Talentos es buena.....	110
Gráfico 47: Distribución de frecuencias está usted de acuerdo con las posibilidades que le brinda la Institución Educativa Emmanuel Talentos.....	111
Gráfico 48: Distribución de frecuencias está usted de acuerdo con las mejoras del funcionamiento en las visitas que usted realiza.....	111
Gráfico 49: Distribución de frecuencias se han solucionado satisfactoriamente mis demandas en ocasiones pasadas.....	112
Gráfico 50: Distribución de frecuencias el cumplimiento de las actividades cumple con sus expectativas.....	112
Gráfico 51: Distribución de frecuencias se informa de una manera clara y comprensible a las madres de familia.....	113

## RESUMEN

El presente estudio de investigación tuvo como finalidad determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de las madres de familia de la Institución educativa Emmanuel Talentos, UGEL 05, San Juan de Lurigancho-2016. Para tal propósito, se aplicó una investigación aplicada del nivel descriptivo correlacional que utilizó las teorías de Feigenbaum, Deming, Kotler, Taylor y como principales autores para determinar las definiciones de calidad de servicio y satisfacción del cliente se escogió a Hoffman y Bateson, como soporte para elaborar un cuestionario de calidad de servicios y un cuestionario de nivel de satisfacción, el primero con 25 preguntas y el segundo con 26 preguntas, instrumentos aplicados a 120 madres de familia de la Institución educativa Emmanuel Talentos, UGEL, en el distrito de San Juan de Lurigancho en el periodo 2016, mediante la técnica de recopilación de información como la encuesta. El primer cuestionario tuvo una confiabilidad del 0.88 y el segundo cuestionario tuvo una confiabilidad de 0.90, con una validez de contenido por 3 jueces expertos del tema y 2 metodólogos, que conllevaron a que la información recopilada fuera la pertinente, para que seguidamente procesarla mediante el SPSS 23 que permitió la interpretación de variable con dimensiones, mediante la estadística descriptiva y finalmente se empleó la estadística inferencial que concluyo que si existe una relación adecuada entre la calidad de servicio y la satisfacción de las madres de familia de la Institución educativa Emmanuel Talentos, UGEL 05, San Juan de Lurigancho-2016.

**Palabras Clave:** Calidad de servicio, Satisfacción, expectativas, percepciones.

## ABSTRACT

The present research study aimed to determine the relationship that exists between the quality of service and the satisfaction of mothers of the educational institution Emmanuel talents, UGEL 05, San Juan de Lurigancho-2016. For this purpose, it was applied a applied research the descriptive level correlational study that uses the theories of Feigenbaum, Deming, Kotler, Taylor and as the main authors to determine the definitions of quality of service and customer satisfaction are chose to Hoffman and Bateson, as support to develop a questionnaire of quality of services and a questionnaire of satisfaction level, the first with 25 questions and the second with 26 questions, instruments applied to 120 mothers of the educational institution Emmanuel talents, UGEL 05, in the district of San Juan de Lurigancho in the period 2016 using the technique of information gathering and the survey. The first questionnaire had a reliability of 0.88 and the second questionnaire had a reliability of 0.90, with a validity of content by 3 expert judges of the topic and 2 methodologists, which led to the information gathered outside the relevant, for that then processing using SPSS 23 that allowed the interpretation of variable with dimensions, using descriptive statistics and finally used inferential statistics that I conclude that if there is a proper relationship between the quality of service and the level of satisfaction of mothers of the educational institution Emmanuel talents, UGEL 05, San Juan de Lurigancho-2016.

**Keywords:** Quality of Service, Satisfaction, expectations, perception.

## **I. INTRODUCCIÓN**

### **1.1. Realidad Problemática**

En el presente vivimos en un mundo de acelerados y numerosos cambios que demandan alta competitividad, más aun en las empresas que se encuentran inmersas en nuestro país. Por ello como organizaciones dedicadas a brindar productos y servicios al mercado, nos vemos en la necesidad de ofrecerlos con un sistema de calidad que refleje la diferencia ante la competencia. En los hallazgos encontrados por Ashwin Srinivasan y Bryan Kurey, y publicados en Harvard Business Review, plantea que los estímulos monetarios no satisfacen las necesidades de los trabajadores para reducir errores. Por lo tanto, se debe despertar la pasión por calidad en los integrantes de una organización de tal manera que reduzca los errores y críticas (Fuente: El Comercio, 2014).

Ahora nos enfocaremos en una de las empresas de servicios como son las instituciones educativas. En el sector público o privadas se ofertan servicios educativos a la sociedad con la finalidad de cumplir con las exigencias de las madres de familia, ya sea con un producto o servicio ofrecido que cubra sus expectativas. De tal manera, las entidades educativas han desarrollado un procedimiento de administración de la calidad con referencia a los servicios, para lograr tener una ventaja competitiva y una mejora en el desempeño en todos sus procesos, logrando una diferenciación ante la competencia, teniendo como primacía la conformidad de las percepciones de los clientes.

Teniendo en cuenta que teóricamente se evidencia la existencia de una relación entre las variables Calidad de servicios y la satisfacción del usuario, en el presente estudio consideramos importante señalar que en este mundo globalizado y complejo corresponde a las instituciones educativas dar respuesta a las necesidades y cambios de la sociedad, aspectos que condicionan y determinan la calidad de la educación, por lo que se hace necesario tener conocimiento de lo que está ocurriendo en nuestras instituciones educativas desde una mirada de los beneficiarios externos del servicio, en cuanto a los elementos tangibles, fiabilidad del servicio, capacidad de respuesta de la institución educativa, seguridad y empatía que esta propicia y brinda a los usuarios

La investigación se centra en la Institución Educativa Emmanuel Talentos, brinda enseñanza y atención a los niños de 2, 3, 4, y 5 años en la zona alta de la avenida Canto Grande localizado en el distrito de San Juan de Lurigancho, se caracteriza por las distintas clases de servicios que se ofrecen, como la educación inicial a los niños menores, promoviendo el dinamismo, la creatividad y la confianza en sí mismos. Por consiguiente el trabajo en los niños se imparte no solo en la educación sino también en el desarrollo de la autoestima y la formación personal, con respecto a principios bíblicos para su desarrollo personal, dándole a los niños las oportunidades de que ellos sean independientes y autónomos en la posibilidad de que elijan sus actividades, planifiquen y organicen su propio trabajo, de tal manera que así desde muy pequeños aprenderán a aceptar responsabilidades, trabajar en equipo y ser solidarios con sus demás compañeros.

Por otro lado, existen otros factores que evidencian una ineficiente calidad en la oferta de la prestación del servicio educativo y que como consecuencia de ello, la insatisfacción observada en las madres de familia como beneficiarios externos. Nos referimos en relación al personal docente, que se descifra en la falta de calidad de enseñanza, debido a la escasa capacitación del personal, también podemos determinar la deficiente remuneración brindada a los profesores, lo cual produce su insatisfacción y además una mala calidad en el servicio ofrecido a los niños, asimismo existe deficiencias en la infraestructura educativa, carencia de tecnología informática, y ausencia de personal docente y administrativo calificados. Todos estos factores se transforman en un problema mayor. De ahí que la preocupación del presente estudio este centrada en la evaluación externa y no en la interna del servicio. Porque se considera que las dimensiones externas tales como: los elementos tangibles (infraestructura, implementación tecnológica y otros materiales y recursos educativos), fiabilidad del servicio (entendido como la confianza o seguridad que proporciona la institución educativa, sustentada en sus promesas brindadas a los usuarios con respecto a la validez del servicio. No podemos olvidar que la fiabilidad es un procedimiento legal), además de la capacidad de respuesta de la institución educativa, la seguridad y la empatía que esta brinda en sus servicios.

Las madres de familia desean obtener una buena calidad de enseñanza y servicio en cuanto a sus hijos, pero actualmente no se está dando de esa forma, lo que ocasiona que las madres de familia tengan un mal concepto y describan al prestigio de la Institución Educativa de una manera negativa, comparándoles ante la competencia y produciendo en el futuro una baja demanda en los estudiantes y una mala propaganda.

Lo que se puede hacer es optimizar los procedimientos y consigo brindar una calidad de servicios a los niños, con el fin de lograr su máxima satisfacción, ofreciéndoles una calidad en la enseñanza, capacitando constantemente a los docentes en el área académica, también brindarles un aumento en la remuneración o algún tipo de incentivo a los profesores para que ellos se puedan sentir satisfechos y comprometidos con la calidad brindada a los niños, igualmente los docentes deberán brindar un trato amable y cortés a los niños y madres de familia , por otro lado ofrecer una infraestructura adecuada y con la más alta seguridad, también se debe facilitar materiales adecuados y de alta tecnología en los procesos de enseñanza.

Considerando que hoy, más que nunca, se necesita reflexionar y profundizar en las condiciones específicas de los procesos educativos, además de buscar la formación que posibilite al docente trascender las fronteras del conocimiento adquirido para insertarse en la vía de lo desconocido, con el fin de crear un compromiso personal-social con la realidad, con el mundo de los estudiantes y con nosotros mismos. El propósito de la presente investigación fue determinar o evidenciar la relación existente entre la calidad de servicio y la satisfacción de las madres de familia (en su calidad de beneficiarias externas) en la Institución Educativa Emmanuel Talentos, UGEL 05, San Juan de Lurigancho-2016.

## **1.2. Trabajos Previos**

Existen diversos estudios y análisis de los factores que corresponden a la calidad de servicio y nivel de satisfacción, para entender estos factores externos que intervienen activamente en el crecimiento de la empresa se establecen las siguientes investigaciones internacionales.



De acuerdo a Vásquez (2008) en su tesis *“Análisis de la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en el BBVA Banco Provincial, oficina de Barquisimeto, Trinitarias”*. El cual tuvo como objetivo general analizar la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en el BBVA Banco Provincial, Barquisimeto- Trinitarias. La metodología fue de tipo descriptivo correlacional, no experimental de corte transaccional. Se tomó como unidad de estudio a dos grupos, el primero por los trabajadores del banco (20 personas), y el segundo por los usuarios que concurren semanalmente al banco (1000), y la muestra para el primer grupo estuvo constituida por los 20 trabajadores y para el segundo grupo estuvo conformada por 54 clientes, para lograr tal fin se empleó el instrumento es el cuestionario y la técnica para la recopilar la información es la encuesta. Para lo cual se usó el modelo de Trulock (2000) quien define a la calidad como el resultado de aspecto favorable ante el trabajo realizado. También se mencionó a Berry (1989) quien indica que el servicio es como un proceso que se basa en acciones a diferencia del producto que son objetos. Por otro lado Gerson (1992) menciona que la conformidad del cliente es la idea que se forma en su mente después de la ejecución de la prestación del servicio o bien y si dicha concepción en si sobrepasan sus expectativas. Finalmente se llegó a la conclusión de que se debe mejorar algunos elementos tangibles del banco para propiciar la plena satisfacción de los clientes, así mismo es muy importante atender con rapidez y ser eficaces en ese aspecto.

Los aportes que generaron esta investigación contribuyeron en varios aspectos que se desarrollaron en el presente estudio, por el cual es muy importante mejorar los aspectos de infraestructura del colegio Emmanuel Talentos, así como también brindar un servicio rápido y eficaz a las madres de familia, y finalmente mantener la satisfacción de las madres de familia y el buen concepto del colegio. Además de ello que aporta una investigación en el contexto internacional.

Por su parte, Garzón (2014) plantea una investigación *“Evaluación de satisfacción del paciente con la calidad del proceso de la atención medica recibida en el área consulta externa del hospital León Becerra, Ciudad de Milagro”*, donde el objetivo fue evaluar la satisfacción del paciente con la calidad del proceso de la

atención médica, en el área de consulta externa. La metodología se basó en un enfoque cuantitativo, de nivel descriptivo, no experimental y transversal, teniendo como población a las personas que solicitaron el servicio en la consulta externa del Hospital, donde la muestra estuvo conformada por 284 pacientes, y el instrumento aplicado fue del cuestionario SERVPEF de 22 ítems. Se usó el modelo de Zeithaml (1988) el cual definió a la calidad como la evaluación que hace el cliente en cuanto a la excelencia del producto o servicio adquirido. De igual manera, Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985), sostienen que la calidad de servicio es el producto de la comparación realizado por el cliente de acuerdo a las expectativas y percepciones referido al servicio recibido. Finalmente se pudo concluir que la relación médico paciente es adecuada en cuanto al respeto y cortesía brindado en el servicio y que existe un alto grado de satisfacción en los pacientes.

Este antecedente ofrece aportes teóricos y prácticos para el presente estudio, ya que refleja la importancia de elevar la calidad de servicio ofrecido en una empresa con el objetivo de lograr la satisfacción de los clientes. También esta tesis complementa a mis antecedentes internacionales ya que se realizó en el país de Ecuador.

En ese mismo contexto, Alen y Fraiz (2006) en su investigación "*Relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del consumidor en el ámbito del turismo termal*", con el objetivo de analizar la influencia de la calidad de servicio percibida en establecimientos termales sobre el nivel de satisfacción. Esta investigación fue del tipo descriptivo correlacional con enfoque cuantitativo, para lo cual se tuvo como población a los clientes de tarifa de establecimientos termales, y la muestra fue de 270 clientes, se usó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario. Para lo cual se empleó el modelo de Latour y Peat (1979) y manifiestan que la satisfacción está fundamentada directamente con el servicio, y que la calidad se basa en las evaluaciones que el cliente tiene y están son predecionales. También Parasuraman et al. (1988) sostiene que los clientes al obtener una experiencia satisfactoria consiguen una percepción positiva referido a la calidad de servicio. Así mismo, Patterson y Jhonson (1993) dicen que la satisfacción posee elementos tanto afectivos como cognitivos y que

estas son producto de la evaluación que sostiene el cliente después de una experiencia de consumo. Finalmente se llegó a la conclusión de que las características usadas para medir la calidad de servicio en establecimientos termales son adecuadas y que la calidad que se brinda en el servicio es un precedente muy importante para medir la satisfacción del cliente,

Esta tesis ofrece un aporte internacional a la investigación ya que proviene de la Universidad de Vigo, España. Además sugiere que se debe dar una mayor importancia a la calidad percibida, para así mejorar la satisfacción del cliente y por ende los resultados de la empresa. Es por ello que se valorara la calidad percibida para generar satisfacción en las madres de familia y asimismo el prestigio y servicio del colegio Emmanuel Talentos.

En cuanto a Morillo (2009) en su investigación titulada "*La calidad en el servicio y la satisfacción del usuario en instituciones financieras del municipio Libertador del estado Mérida*". El cual tuvo como objetivo realizar una revisión documental sobre la vinculación existente entre los términos calidad del servicio y satisfacción del cliente. La metodología utilizada fue del nivel descriptivo correlacional, con un enfoque cuantitativo para lo cual se diseñó una investigación no experimental. La población objeto de estudio estuvo constituida por 40 agencias de las instituciones financieras ubicadas en el municipio Libertador del estado Mérida, y finalmente se usó una muestra de 384 clientes. La técnica que se empleó fue la encuesta y a través del cuestionario se recolectó información de los usuarios. Por consiguiente se usó el modelo de Gronroos (1984, 1990) quien indica que la calidad de servicios es el resultado de la evaluación que realiza el cliente según sus percepciones y expectativas aludido a la experiencia de compra o servicio obtenido. También Kotler et al., (2005) menciona que la calidad de servicios es medida a través del valor esperado y el valor percibido por el cliente. Igualmente Sancho (1998) infiere que la satisfacción está ligada a una concepción psicológica vinculada a un sentimiento de bienestar que tiene el cliente al obtener lo que desea de un producto o servicio determinado. Finalmente se concluyó que existe una relación entre ambas variables y que los usuarios de la banca comercial experimentaron niveles superiores de satisfacción y que esta se encuentra referida al tipo de agencia que presta el servicio.

Esta investigación ofrece un aporte valioso en relación de la calidad de servicio y satisfacción del cliente, pues menciona que es muy importante preocuparse por los niveles de satisfacción relacionadas a la calidad de servicio prestado a los clientes, ya que estos compartirían sus experiencias satisfactorias y contribuirían con la buena imagen de la empresa.

En el contexto nacional se sientan los siguientes trabajos que permitirán una mejor comprensión de las variables de estudio:

En cuanto a Murillo (2013) en su investigación titulada "*Calidad de servicio y su relación con la satisfacción de los padres de familia de la I.E.P. Mártir de la medicina del distrito de San Juan de Lurigancho, UGEL 05, 2013*". El cual estableció como objetivo general determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los padres de familia de la I.E.P. Mártir de la Medicina, San Juan de Lurigancho. El presente estudio se basa en el nivel descriptivo correlacional, donde el diseño de la Investigación es no experimental, transversal, teniendo como población a 250 padres de familia y una muestra de 151 padres de familia, la técnica que se empleo fue la encuesta y el cuestionario de Likert. Consideraremos el modelo de Armand V. Feigenbaum citado por Miranda et al (2012) quien concibe a la calidad como un instrumento estratégico empresarial que requiere la participación activa de toda la organización. También emplearemos el modelo de Miranda (2012) quien determina que la calidad de servicio es aquella actividad que responde a las expectativas de los clientes, satisfaciendo sus necesidades y demandas. Por otro lado Vavra (2002) indica que la satisfacción del cliente es definida como el sentimiento de complacencia que experimenta el cliente después de haber consumido un producto o servicio. Finalmente podemos concluir que si existe una relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los padres de familia de la I.P.E. Mártir de la Medicina en el distrito de San Juan de Lurigancho, UGEL 05, 2013.

Esta investigación aporta conocimientos ya que la calidad es una variable indispensable para lograr la satisfacción de los clientes. Asimismo aporta diferentes estrategias que serán empleados en el funcionamiento del servicio del colegio Emmanuel Talentos para así obtener una buena satisfacción de los niños y madres de familia.

También se consideró a Vásquez (2013) en su tesis "*Calidad de servicios básicos de salud y satisfacción de los usuarios en el hospital regional de Huacho-2013*". El cual planteó como objetivo general reconocer la relación entre la calidad de los servicios básicos de salud con la satisfacción que presentan los usuarios. Asimismo esta investigación empleó el nivel de estudio: descriptivo correlacional, con no experimental, de corte transversal. El universo poblacional estuvo conformado por un total de 45,319 adscritos al hospital, con una muestra de 381, el instrumento y técnica para recopilar la información fueron el cuestionario y la encuesta respectivamente. Los postulados tomados en cuenta es el modelo de Juran (1994), quien en su teoría de la Planificación afirma que la calidad se fundamenta sobre los siguientes procesos: planear, controlar y mejorar constantemente la calidad. También se usó el modelo de Ishikawa (1993), el cual determina que "El control de la calidad empieza y termina con la capacitación, y el control de la calidad revela lo mejor de cada empleado". Por otro lado Cantú (2001) señala que resulta complejo medir la calidad de servicio, ya que esta pueden variar, tienen una duración corta y es estimada por el cliente en el mismo instante que adquiere el producto o servicio. En conclusión se determinó que los pacientes o usuarios son los encargados de juzgar los resultados sobre los servicios que reciben.

Esta investigación fue tomada como antecedente, ya que genera conocimientos valiosos sobre la calidad de servicios y satisfacción del usuario, y además sugiere métodos valiosos para emplearlos en el servicio ofrecido a los niños y de esa forma obtener la satisfacción de las madres de familia.

En cuanto a Herrera (2014) quien presentó su tesis "*Calidad de servicio y el nivel de satisfacción de los usuarios de la oficina nacional previsional ONP, Lima Centro, 2014*". El cual planteó como objetivo general determinar cómo se relaciona la calidad de servicio y el nivel de satisfacción de los clientes, ONP-2014. De igual forma esta investigación utilizó el método aplicado, el tipo de estudio fue descriptivo correlacional, su diseño fue no experimental. El tamaño del universo poblacional fue de 210 usuarios con una muestra de 136. Seguidamente se empleó el modelo de Zeithaml (1987) quien indica que la calidad está referida a la opinión del cliente en cuanto a la superioridad de sus expectativas y la percepción

del servicio ofrecido. También se utilizó el modelo de Pérez (2010) quien afirma que el nivel de conformidad del cliente proviene de la apreciación que posea el consumidor en con respecto a una transacción específica y su experiencia de consumo. Seguidamente Kotler (2003) señala que la satisfacción es aludida a la sensación de complacencia o decepción que tiene el cliente en base a la comparación del desempeño observado de un bien o servicio con lo que realmente esperan recibir. Finalmente se concluyó que la calidad de servicio con el nivel de satisfacción presenta una relación débil y positiva en los usuarios de la oficina nacional previsional ONP, Lima Centro, 2014.

Esta investigación fue tomada como antecedente ya que apporto cuantiosos conocimientos acerca de la calidad de servicio como medio para alcanzar conformidad de los clientes desde diversos puntos de vista de diferentes autores y teóricos.

En este mismo contexto Sánchez (2013) en su tesis "*Calidad de servicio y la satisfacción de clientes de la empresa Cerámica San Lorenzo S.A.C, San Martin de Porres-2013*", donde el objetivo consiste en identificar la correlación entre la calidad de servicio y el nivel de satisfacción de clientes en la empresa Cerámica San Lorenzo SAC del distrito de San Martin de Porres. La metodología de estudio corresponde a una investigación descriptiva correlacional, no experimental de corte transversal. Se tomó como muestra a 30 clientes vinculados con dicha entidad, usando la técnica de la encuesta, mediante cuestionarios elaborados para obtener la opinión de los clientes. En esta ocasión se utilizó el modelo de Berry, et. al., (1991) quien manifestó que la calidad de servicio es referida a la función de la disconformidad entre las percepciones que presentan los clientes acerca de la prestación recibido y sus experiencias recogidas de la empresa con anterioridad. Por otro lado Horovitz (1991) indica que la calidad es estrategia de excelencia que la empresa ha escogido para obtener la satisfacción de sus clientes. Finalmente se concluyó que si existe asociación de la calidad de servicio con respecto a la satisfacción que presentan los clientes, y que estos constan de una evaluación constante que ayude a formar estrategias relacionadas con el mejoramiento del servicio en búsqueda de alcanzar una mejor conformidad.

Esta tesis apporto múltiples conocimientos a mi investigación en cuanto a las variables planteadas, y así obtener las estrategias adecuadas que serán empleadas en el servicio ofrecido en el colegio Emmanuel Talentos y conseguir finalmente la satisfacción de las madres de familia.

### **1.3. Teorías Relacionadas al Tema**

El concepto de calidad tiene sus orígenes desde épocas remotas. Para Deulofeu (2012) desde la época remotas existían procedimientos para respetar la calidad, los que fallaban en una labor que se les encomendaba eran estrictamente castigados, en la Revolución Industrial solo existía el trabajo artesanal y este buscaba la satisfacción de su cliente, esto se conseguía por sus capacidades y nivel de experiencia, al término de la década de los 80 comienzan a surgir los lineamientos de la calidad, así mismo en el siglo XX, se desarrollan nuevas aportaciones para mejorar la calidad por distintos autores que se destacan en las distintas épocas.

Como se observa el concepto de calidad ya se veía desde tiempos antiguos, se ofrecía los servicios en base a la calidad, y fue así que con el pasar del tiempo se desarrolló el concepto de calidad que ahora conocemos.

Por consiguiente las instituciones educativas si van a tratar de incorporar el concepto de calidad deben considerarse los términos de PCE (Procesos de Control Estadístico) y el CCT (Control de Calidad Total) que garantizan las acciones a considerar durante todo el servicio educativo brindado, recordando que las expectativas de calidad cambian conforme a las demandas por los usuarios y clientes.

Según Summers (2006), el cual utiliza a Feigenbaum quien indica que “La calidad debe ser determinado en función a la satisfacción del cliente, debido a que ellos poseen necesidades cambiantes, y manifiesta que la calidad es multidimensional y dinámica”. También sugiere a Shewhart quien menciona que “La calidad tiene dos determinantes: Subjetivo, lo que el cliente desea; Objetivo, referido a las propiedades físicas y mensurables de los bienes y servicios”. Asimismo Deming indica que “La calidad es multidimensional y debe concretarse en términos de la satisfacción del cliente” (pág. 32).

Según la Real Academia Española (2002) define a la calidad como “El conjunto de características que fundamentan la manera de ser de una persona o cosa”

De acuerdo a las definiciones anteriores, podemos establecer que los individuos y las organizaciones buscan mejorar su producto o servicio, desarrollando formas que sean eficaces para su sistema, y así obtener características en el servicio o producto y distinguirse de la competencia, su objetivo principal para realizar estos es de satisfacer a los clientes. Las instituciones educativas como organizaciones deben tener en cuenta esta información acerca de la calidad, pues deben atender las exigencias de los usuarios, el cual denominaremos “madres de familia”, para así direccionar sus actividades y sus esfuerzos para garantizar una educación de calidad en sus propias instituciones educativas basadas en el servicio ofrecido.

La calidad dentro de los servicios está sujeta a la percepción del padre de familia, que a la vez es subjetiva, puesto que permite emitir un juicio sobre la excelencia del servicio que está recibiendo por parte de la institución educativa, podemos concluir que la calidad percibida de los servicios es considerada una forma de evaluar la calidad del servicio.

En la investigación teórica realizada se pudo acceder a distintos planteamientos en donde Vargas y Aldana (2011) que citaron a Karl Albretech (1994), el cual propone al servicio como el “Trabajo realizado por una persona, para favorecer a otra”. También considero a Lamata (1994) en donde indica que el servicio es “una actividad o proceso desarrollado por el hombre, por el cual resuelve un problema y satisface la necesidad de otro y este puede cambiarse por otros bienes y servicios o por su valor monetario” (p.84). Asimismo, Kotler conceptualiza al servicio es “Toda actividad que una parte puede brindar a otra y obligatoriamente esta es intangible. Su elaboración puede o no asociarse con un producto físico”.

Los conceptos de servicio mencionados, proponen al hombre como el ser, capaz de brindar un servicio y con el propósito de beneficiar a otros (terceros) para resolver problemas y/o satisfacer las necesidades y la producción de estos



servicios se vincula a un producto físico o no, retribuyendo a quien o quienes brindan el servicio un bien económico o de otras índoles (bien o servicio).

Según Kotler y Armstrong (2008), mencionan que últimamente los servicios han tenido un gran crecimiento, por ello las industrias de servicio para tener éxito en el mercado es indispensable considera cuatro características especiales de los servicios que se describen a continuación:

### **Intangibilidad**

Este aspecto se refiere a todas aquellos servicios que no pueden percibir por los sentidos precedentemente al momento de la adquisición de la compra o servicio.

### **Inseparabilidad**

Esta característica se refiere a la interconexión de los participantes en el servicio, es decir, los servicios y clientes no pueden separarse de sus proveedores.

### **Variabilidad**

Es la variabilidad de entrega de un servicio, ya que los proveedores ofrecen diferentes operaciones de servicios a los clientes, y esto puede traer como consecuencia una mala calidad de servicio, puesto a que no en todas sus experiencias se pueda cubrir sus expectativas percibidas.

### **Imperdurabilidad**

Los servicios no se pueden almacenar, dado que la capacidad no utilizada no se puede reservar o inventariar, y no se pueden vender ni usarse después.

Con respecto a lo mencionado anteriormente para Hoffman y Bateson (2011), la **CALIDAD DE SERVICIO** es “la actitud formada por medio de una evaluación que se genera en un periodo de tiempo según el desempeño de una empresa” (p. 319). Asimismo Lewis y Booms (1983) citado por Duque y Chaparro (2012) indican que la calidad del servicio se ha definido como “la adaptación del servicio entregado a los consumidores con sus expectativas. Es una medida de que tan bien el nivel del servicio entregado encaja con las expectativas de los consumidores”.

El término calidad de servicio se entiende como al grado que un bien o prestación satisface las perspectivas de los usuarios. Desde el enfoque de las instituciones educativas se prestan servicios que denotan calidad. El cliente es quien tiene sus propios deseos y expectativas sobre producto o prestación que obtendrá y cuando recibe dicha adquisición o asistencia prestada se forja su propia percepción de la calidad. Esta percepción de la madre de familia que resulta de la evaluación entre lo deseado y lo obtenido es la calidad de servicio.

En tal sentido Taylor que centra su preocupación en la eficiencia humana e identificar los factores del contexto de trabajo que influyen en la productividad propone un procedimiento de control, designado seguimiento continuo, en el cual las instituciones educativas actualmente realizan un control y seguimiento de las tareas realizadas por los que trabajan en dicha escuela para garantizar el correcto proceso en el servicio educativo ofrecido; la Escuela de las Relaciones Humanas enfoca a una escuela más organizada por medio de la actuación del personal y su influencia en el entorno grupal en el que identifican, por ende aparece el descubrimiento de nuevos indicadores de estimulación en el centro de trabajo no ligados a factores económicos, remarca la clasificación de toda empresa, bajo la formal la que personifica a los puestos de trabajo bajo un nivel dirección y subordinación que se ciñe a la reglas y normativas y la informal, que destaca esta corriente, pues surge en el interior de la compañía no existe un rango o jerarquía que impida la libre conversación sin estándares directivas que limiten un compañerismo ,a través de este canal se desarrolla a líderes que son aceptados por el conglomerado de colaboradores en la organización.

Considerando estos puntos las escuelas se han preocupado por garantizar un mejor clima institucional a través del incentivo y la motivación de su personal y el desarrollo del trabajo en equipo que potencia el servicio ofrecido por las instituciones educativas y la Escuela de Sistemas, entre las características claves de este postulado para las entidades económica, se visualiza a la organización como un sistema, donde ingresan una serie de los activos financieros, humanos, materiales), para luego pasar por un proceso de transformación dentro de la compañía, para tener como resultado final un producto o servicio, en el cual se ha fomentado la aplicación de calidad total dado que brinda una perspectiva integral

en cualquier entidad económica acerca de sus componentes y los supuestos que lo respaldan, desde las nociones hasta la unificación bilateral en sí, que se centran en la calidad enfocada en el servicio, este enfoque permite aplicar en las instituciones educativas las disciplinas de calidad como la planeación estratégica, donde se decide los objetivos que desea alcanzar la empresa teniendo en cuenta los activos corrientes y no corrientes empleados y las directrices para alcanzarlos.

Según Evans y Lindsay (2008) el concepto de calidad no es algo definitivo sino relativo, ya que existen muchas definiciones sobre la calidad en la educación que han ido cambiando con el pasar del tiempo y se han ido ajustando según el devenir de la sociedad.

Asimismo la UNESCO define a la calidad en termino de educación superior como un noción de diversos enfoques, que se distingue por ser proactivo y su interrelación con otras herramientas ambientales bajo un paradigma educativo, con el propósito y alcance corporativo, así mismo propone estándares delimitados al interior de cualquier centro educacional en procedimientos o reglas estipuladas.

Con respecto a lo mencionado anteriormente para Hoffman y Bateson (2011) señalan que “las mediciones de satisfacción del cliente y calidad de servicio se basan mediante la comparación de las percepciones con las expectativas” (p. 328). Una medida uso habitual y muy debatida de la calidad de servicio es la escala SERVQUAL, ya que sus creadores infieren que es una herramienta de diagnóstico que descubre las debilidades y fortalezas de la empresa en cuanto a la calidad en el servicio.

Según la escala de SERVQUAL, la calidad en el servicio se basa en cinco dimensiones que se adquirieron de acuerdo a respuestas de sesiones de focus group con los consumidores. Por tanto, SERVQUAL es una escala de 44 reactivos que miden las expectativas y percepciones del cliente con respecto a las cinco dimensiones de calidad en el servicio. Estas dimensiones se enmarcan en tangibles, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

### **La dimensión de Elementos Tangibles**

Debido a que la prestación de servicios carece de tangibles, la escala de SERVQUAL compara las expectativas del consumidor con las percepciones que

el consumidor tiene conforme a la capacidad de la empresa para manejar sus tangibles como son, variedad de objetos, arquitectura, diseño, distribución, folletos y la presentación del personal de la empresa y materiales de comunicación. El componente de tangibles es bidimensional ya que algunos clientes se pueden basar en los equipos e instalaciones, y otros en el potencial humano y los medios de comunicación.

### **La dimensión de confiabilidad**

La dimensión tiene concordancia con las expectativas que los clientes tienen de una empresa en función a sus servicios, ya que reflejan la congruencia y confiabilidad de su desempeño. Las empresa deben tener mucho cuidado con las promesas que asignen a los consumidores, ya que están en ciertas ocasiones no se pueden cumplir, y producirá incomodidad y poca confiabilidad en los clientes, por ello es un tema que preocupa a la sociedad.

Con base a los resultados de varios estudios que utilizaron SERVQUAL, los consumidores consideran que esta dimensión es la más importante, ya que poco les importa lo demás si el servicio ofrecido no es confiable.

### **La dimensión de capacidad de respuesta**

Esta dimensión es también muy importante, ya que revela el compromiso de una empresa en brindar sus servicios de una manera oportuna y eficiente. En ocasiones, en un proceso de servicio los empleados dedican sus propias conversaciones e ignoran las necesidades del cliente, pues esto revela la falta de respuesta que puedan tener. La capacidad de respuesta refleja también el grado de preparación que tiene la empresa para brindar el servicio.

### **La dimensión de garantía o seguridad**

Esta dimensión se refiere a la competencia de la empresa, en el cual se distingue los conocimientos y habilidades en el desempeño que se otorga en el servicio, la amabilidad que se ofrece, es prevista en la interacción que los trabajadores tienen con los clientes, si se ofrece de una manera cortés, gentil y amable, también que sea considerado con la actitudes hacia los clientes, y finalmente la seguridad que brinda en sus operaciones, lo cual es un elemento

muy importante, ya que refleja el sentimiento de un cliente en no estar en peligro, los riesgos financieros, etc.

### **La dimensión de empatía**

La empatía tiene la capacidad de experimentar los sentimientos de otro como propios. Esta dimensión es muy valorada por los clientes, ya que por medio de ello, la empresa puede entender la necesidad de los clientes y así colocar los servicios a su alcance. Si una empresa no practica esta dimensión y predominan sus necesidades e ignora la de los clientes, demuestra conductas empáticas.

Con respecto a la variable **SATISFACCIÓN DEL CLIENTE** existen diversas definiciones con respecto a ella, debido a que ha ido evolucionando con el pasar del tiempo y es aludido a las características que componen la satisfacción y la calidad.

Según Chiavenato (2011) considera al hombre lleno de necesidades las cuales se enmarcan en necesidades fisiológicas, psicológicas y autorrealización, debido a que el hombre busca satisfacer sus necesidades y una vez satisfecha surge otra en su lugar y así ocurre de manera continua. Las necesidades de autorrealización están referidas a una determinación más elevada, que se derivan de la educación y la cultura de la persona, en el cual ocasionalmente se sienten conforme el ser humano pues concibe de manera progresiva niveles superiores de satisfacción, para lo cual forja nuevas metas con un nivel más sofisticado. Para ello la administración de la calidad total (TQM) entre las principales características señala que debe estar orientada a buscar la satisfacción del cliente.

Por otro lado, según la enciclopedia de la Real Academia Española (2001) declara que “La satisfacción es el sentimiento de bienestar que se obtiene cuando se ha cubierto una necesidad”, en este caso es la respuesta acertada hacia una queja, consulta o duda. En esa misma línea, Hoffman y Bateson (2011), señalan que la satisfacción del cliente es la comparación de sus expectativas con sus percepciones relacionadas al contacto real del servicio, y si estas percepciones de satisfacen sus expectativas, se dice que estas se confirman, y el cliente queda satisfecho, y si no se da de tal forma, se dice que la expectativa se rectifica. De

hecho despertar sentimiento de conformidad en las percepciones de los usuarios resulta beneficioso para la empresa.

Según Kotler y Armstrong (2008) afirman que “los clientes satisfechos repiten el proceso de compra y comunican a otros sus experiencias positivas, en cambio sí se encuentran insatisfechos, no vuelven a comprar en ese lugar y se van a la competencia desestimando los productos a otros clientes”. Del mismo modo Huete, citado por Deulofeu (2012), sostiene que “la satisfacción es el resultado entre las percepciones recibidas a lo largo del proceso y las expectativas del cliente”. (pág. 72)

Actualmente el concepto de satisfacción del cliente, ya no es exclusivo del ámbito administrativo y/o empresarial, ya que igualmente podemos incorporarla en el sector educación contextualizando que la satisfacción es la valoración de la calidad del servicio educativo recibido por las madres de familia, con respecto si este responde a sus expectativas y necesidades, además la satisfacción es afectada por las características del servicio, percepciones de la calidad de las madres de familia y sus emociones.

La satisfacción no solo depende de la calidad del servicio que ofrece la institución educativa, sino de cuanto el servicio cubre o sobrepasa las expectativas de los padres de familia son bajas aceptara un servicio educativo con características bajas y reflejara satisfacción positiva, pero si son altas dejara el servicio por sus características y mostrara una satisfacción negativa.

Según Deulofeu (2012) hoy es vital que los trabajadores tengan en conocimiento los beneficios de alcanzar la satisfacción del cliente y de qué manera se realiza, ya que al conocer estos beneficios y ventajas podemos adquirir resultados positivos, por ende los directivos y promotores de las instituciones educativas deben establecer métodos que se adapten a la realización de satisfacción de las madres de familia, relacionada a sus expectativas y el rendimiento percibido. Por consiguiente los trabajadores deben estar capacitados y colaborar de una forma activa para lograr la satisfacción de las madres de familia y obtener los siguientes beneficios que los llevamos al sector educativo que conduce esta investigación (p. 122)

- ✓ Primer Beneficio: El cliente satisfecho, por lo general, vuelve a comprar. Por tanto, la institución educativa obtiene como beneficio su lealtad y por lo tanto, la posibilidad de continuar la relación con el padre de familia ofreciéndole el mismo producto u otros productos adicionales en el futuro.
- ✓ Segundo Beneficio: El cliente satisfecho informa a otros sus experiencias positivas que obtuvo con el producto o servicio. De tal forma, en este caso la institución obtiene como beneficio una transmisión gratuita por parte del padre de familia satisfecho que lo expresa a sus familiares, amistades y conocidos.
- ✓ Tercer Beneficio: El cliente satisfecho brinda preferencia a la empresa o institución que le ofrece un buen producto o servicio, por ende deja de lado a la competencia. Es así que la institución educativa obtiene participación en el mercado.

En conclusión, la institución educativa que alcanza la satisfacción del padre de familia, alcanzara su preferencia para renovar el contrato con la institución educativa, emitirá y realizara una propaganda positiva de forma gratuita y por consiguiente se posiciona en el mercado y sobre las demás instituciones educativas de la zona.

A partir de las definiciones mencionadas, se entiende que el objetivo de cualquier empresa de servicios es mantener satisfechos a sus clientes, es por ello que se debe medir su satisfacción. Para lo cual Hoffman y Bateson (2011) determinan dos tipos de mediciones que son indirectos y directos.

### **Mediciones Indirectas:**

Las mediciones indirectas, incorporan el seguimiento y monitoreo de los registros de ventas, utilidades y quejas de los clientes que se presentan usualmente. Las empresas que practican esta medición, adoptan un método pasivo en el cual determinara si las percepciones de los clientes se cumplen o superan sus expectativas. Ya que las empresas que practican este tipo de medición, esperan el surgimiento de quejas o problemas que se manifiesten en alguna circunstancia, para mejorar su proceso de servicio. De tal forma, si la

empresa promedio no sabe nada acerca de sus clientes insatisfechos, pierde a muchos clientes.

### **Mediciones Directas:**

Las mediciones directas intervienen con el contacto que la empresa tiene con sus clientes, ya sea por medio de encuestas, etc. (p.293)

Con respecto a la variable Satisfacción, se realizó una investigación literaria que se encuentra basada en las expectativas y percepciones del cliente.

### **Las expectativas**

Según Thompson (2005) manifiesta que las expectativas son las perspectivas que los clientes tienen al obtener algo, y esto se produce por el resultado de una o más de estas cuatro situaciones:

- Propuestas beneficiarias de la empresa por medio de su producto o servicio.
- Aprendizaje de compras anteriores.
- Calificaciones de entorno social cercano al cliente.
- Ofrecimientos que brindan los competidores.

Con respecto a la empresa, debe ser precavido a la hora de implantar un modelo de promesas y cumplimientos, es decir si la institución educativa propone expectativas por bajas no se atraerán suficientes padres de familia para inscribir a sus hijos; pero si son demasiado irreales los padres de familia se sentirán desilusionados después del servicio recibido.

También Thompson (2005) expone un factor muy importante en el cual considera que la reducción en los niveles de satisfacción del cliente no necesariamente simboliza una disminución en la calidad en los bienes y prestaciones; esto significa, que un producto que las madres de familia elevaron sus expectativas por otros factores como la publicidad realizada por la competencia del sector.

De allí surge la necesidad de monitorear regularmente las “expectativas” de los clientes para determinar lo siguiente, a través de pequeñas encuestas y/o entrevistas y determinar:



- ✓ Si están dentro de lo que la institución educativa puede proporcionarles.
- ✓ Si están a la par, por debajo o encima de las expectativas que genera la competencia.

## **La Percepción**

Según Arturo K. (2011) “Un producto podría no ser de buena calidad, pero si la percepción que el cliente obtiene del producto es buena, entonces lo asociara como de buena calidad”. Entonces si los alumnos y madres de familia reciben un buen servicio educativo, tendrán una percepción positiva o alta, y por consecuencia determinaran que en dicha institución se brinda un servicio de calidad.

Debemos estimar que la percepción del valor del desempeño por parte de las madres de familia está sustentada en las carencias, prioridades, sentimientos y juicio que se formen otras madres de familia de la institución educativa.

### **1.4. Formulación del Problema de Investigación**

En el trabajo de investigación se formuló las siguientes preguntas:

#### **1.4.1. Problema General**

- ¿Qué relación existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de las madres de familia de la Institución Educativa Emmanuel Talentos, UGEL 05, San Juan de Lurigancho-2016?

#### **1.4.2. Problemas Específicos**

- ¿Existe relación entre los elementos tangibles y la satisfacción de las madres de familia de la Institución Educativa Emmanuel Talentos, UGEL 05, San Juan de Lurigancho-2016?
- ¿Existe relación entre la fiabilidad y la satisfacción de las madres de familia de la Institución Educativa Emmanuel Talentos, UGEL 05, San Juan de Lurigancho-2016?
- ¿Existe relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de las madres de familia de la Institución Educativa Emmanuel Talentos, UGEL 05, San Juan de Lurigancho-2016?

- ¿Existe relación entre la seguridad y la satisfacción de las madres de familia de la Institución Educativa Emmanuel Talentos, UGEL 05, San Juan de Lurigancho-2016?
- ¿Existe relación entre la empatía y la satisfacción de las madres de familia de la Institución Educativa Emmanuel Talentos, UGEL 05, San Juan de Lurigancho-2016?

## **1.5. Justificación del Estudio**

La relevancia de esta investigación obedece a la necesidad de establecer algunos conceptos básicos sobre la calidad de servicios en el ámbito educativo y los niveles de satisfacción que se produce en los clientes, de tal forma se describirá la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de las madres de familia y de esta manera contribuir con conocer la realidad educativa y así establecer sugerencias a realizar para la mejora del servicio educativo y por consecuencia tener usuarios satisfechos.

### **1.5.1. Justificación Teórica**

La presente investigación tuvo como finalidad buscar teorías y conceptos que permitan explicar a las variables calidad de servicio y nivel de satisfacción de las madres de familia en el ámbito de la educación y principalmente en el colegio Emmanuel Talentos, para describir este contexto teórico se empleó a los autores HOFFMAN Y BATESON en el libro “Marketing de Servicios. Conceptos, estrategias y casos”, el cual nos da alcances y sitúa al problema abordado desde un plano objetivo que refleje el estado actual de dicha institución. También se usó los conocimientos del autor SUMMERS en el libro “Administración de la Calidad”, en el cual nos demuestra las definiciones de la calidad según las perspectivas de diferentes teóricos. Asimismo se utilizó las teorías reflejadas en el libro “Fundamentos del Marketing” del autor Kotler Y Armstrong, para así constatar los aspectos teóricos de ambas variables. En búsqueda de un mejor panorama se utilizó también las teorías administrativas que contrastaran la realidad problemática que se aborda con la calidad de servicio y nivel de satisfacción de las madres de familia en un contexto específico como es la educación.

### **1.5.2. Justificación Práctica**

Considerando que toda institución educativa debe acreditarse para garantizar que desarrolla un servicio de calidad según los estándares que propone la legislación peruana, esta investigación dará lineamientos prácticos que ayudaran a brindar soluciones a la Institución Educativa “Emmanuel Talentos” para así alcanzar dichos estándares basados en las investigaciones realizadas para desarrollar la calidad del servicio que ofrece y como medición de esta, la satisfacción de los alumnos y madres de familia.

Teniendo en cuenta estas razones se pretende mejorar la calidad educativa de los estudiantes, no solo en lo educativo sino también en lo actitudinal a través de los valores impartidos; así mismo afectara directamente a la comunidad y sociedad.

### **1.5.3. Justificación Metodológica**

La presente investigación es de tipo aplicada, de nivel descriptivo correlacional, con un diseño no experimental, en el cual se utilizó la técnica de la encuesta a través de la elaboración de cuestionarios que me ayudaron a medir la satisfacción de las madres de familia de la Institución Educativa Emmanuel Talentos, y seguidamente poder validarlos y obtener un grado de confiabilidad, sistematizándolo en el instrumento estadístico como es el SPSS, ya que esta investigación es de tipo cuantitativo y requiere emplear estos instrumentos complementados por la observación, por lo cual es muy importante medir constantemente estas dos variables de calidad de servicio y satisfacción de las madres de familia, para así tener información real del estado actual del colegio.

## **1.6. Hipótesis**

### **1.6.1. Hipótesis General**

Existe una relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de las madres de familia de la Institución Educativa Emmanuel Talentos, UGEL 05, San Juan de Lurigancho-2016.

### **1.6.2. Hipótesis Específicos**

H1: Los elementos tangibles se relacionan con la satisfacción de las madres de familia de la Institución Educativa Emmanuel Talentos, UGEL 05, San Juan de Lurigancho-2016.

H2: La fiabilidad se relaciona con la satisfacción de las madres de familia de la Institución Educativa Emmanuel Talentos, UGEL 05, San Juan de Lurigancho-2016.

H3: La capacidad de respuesta se relaciona con la satisfacción de las madres de familia de la Institución Educativa Emmanuel Talentos, UGEL 05, San Juan de Lurigancho-2016.

H4: La seguridad se relaciona con la satisfacción de las madres de familia de la Institución Educativa Emmanuel Talentos, UGEL 05, San Juan de Lurigancho-2016.

H5: La empatía se relaciona con la satisfacción de las madres de familia de la Institución Educativa Emmanuel Talentos, UGEL 05, San Juan de Lurigancho-2016.

### **1.7 Objetivos**

#### **1.7.1. Objetivo General**

- Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de las madres de familia de la Institución Educativa Emmanuel Talentos, UGEL 05, San Juan de Lurigancho-2016.

#### **1.7.2. Objetivos Específicos**

- Determinar la relación entre los elementos tangibles y la satisfacción de las madres de familia de la Institución Educativa Emmanuel Talentos, UGEL 05, San Juan de Lurigancho-2016.
- Determinar si existe relación entre la fiabilidad y la satisfacción de las madres de familia de la Institución Educativa Emmanuel Talentos, UGEL 05, San Juan de Lurigancho-2016.

- Determinar la relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de las madres de familia de la Institución Educativa Emmanuel Talentos, UGEL 05, San Juan de Lurigancho-2016.
- Determinar la relación entre la seguridad y la satisfacción de las madres de familia de la Institución Educativa Emmanuel Talentos, UGEL 05, San Juan de Lurigancho-2016.
- Determinar la relación entre la empatía y la satisfacción de las madres de familia de la Institución Educativa Emmanuel Talentos, UGEL 05, San Juan de Lurigancho-2016.

## II. MÉTODO

### 2.1. Diseño de Investigación

El presente estudio corresponde a una **investigación aplicada**, debido a que busca generar conocimientos que ayuden a resolver problemas presentados en la Institución Educativa Emmanuel Talentos, mediante propuestas de mejora e innovación en las gestiones realizadas, así mismo se basa en un estudio de **nivel descriptivo correlacional** con **enfoque cuantitativo**, debido a que mide el grado de relación e interrelación entre las variables y sus dimensiones, en el cual se estableció la relación entre las dimensiones de calidad de servicio y la variable satisfacción dentro de un contexto laboral de la manera más objetiva posible. Además esta investigación es de diseño **no experimental** puesto que no se pretende manipular las variables y solo se observara el comportamiento de ambas variables en las madres de familia, y es de corte **transeccional o transversal**, debido a que se recopilara la información en un momento único, y será **transeccional descriptivo**, porque se investigara la conducta de las variables en las madres de familia y así establecer una descripción.

Según Arístides (2010) indica que: “La investigación empresarial casi siempre es aplicada, debido a que busca solucionar un problemas concreto, practico, de la realidad cotidiana de las empresas. Pues este es el tipo de investigación que se realizara en la práctica profesional cotidiana”. (pág. 187)

También Hernández (2010) manifiesta que un estudio es descriptivo porque “Busca determinar propiedades, cualidades y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población”. (pág. 80)

En ese mismo contexto Hernández (2010) define que: “El enfoque cuantitativo usa la recolección de datos para comprobar las hipótesis planteadas, basándose en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías”. (pág. 4)

Por otro lado Hernández (1997) define que “La investigación no experimental se realiza sin utilizar premeditadamente las variables”. (pág. 189).

Del mismo modo Hernández (1997) define también que: “Los diseños de investigación transeccional o transversal recolectan datos en un solo momento, o en un tiempo único. Su propósito es describir variables, y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado”. (pág. 191)

## **2.2. Variables, Operacionalización**

Las variables del presente estudio serán:

**Calidad de Servicios.** “Es la actitud formada por medio de una evaluación absoluta a lo largo del cumplimiento de una empresa”. (Hoffman Y Bateson, 2011, p. 319).

**Satisfacción de los clientes.** “Es la comparación de las expectativas del cliente con sus percepciones correspondiente al contacto real del servicio”. (Hoffman Y Bateson, 2011, p. 289).

Por lo tanto, en las tablas N° 01 y N° 02 se mostraran la organización de las variables: Calidad de Servicios y Satisfacción del cliente, en el cual el primero está conformada por cinco dimensiones, 25 indicadores y un total de 25 ítems, y el segundo está conformada por dos dimensiones, 26 indicadores y un total de 26 ítems, por las cuales se pretenden medir dichas variables, asimismo este procedimiento facilito la construcción de los instrumentos, el cual se está tomado como referencia la escala SERQUAL, siendo la calificación de cada ítem como sigue:

- (5) Siempre
- (4) Casi siempre
- (3) A veces
- (2) Casi nunca
- (1) Nunca

**Tabla N° 01:** Operacionalización de la variable: Calidad de Servicios

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICION
<b>Calidad de Servicios</b>	<p>Es la actitud formada por medio de una evaluación absoluta a lo largo del cumplimiento de una empresa. Según Hoffman y Bateson (2011, p. 319)</p>	<p>Se recopilara información de fuentes primarias mediante la técnica de la encuesta según los elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía en la calidad de servicio que se presenta en la Institución Educativa Emmanuel Talentos.</p>	Elementos Tangibles	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Equipos modernos.</li> <li>-Recursos didácticos y tecnológicos.</li> <li>-Instalaciones físicas seguras.</li> <li>-Aspecto físico del personal de servicio.</li> <li>-Materiales atractivos.</li> </ul>	<p>Ordinal (5)SIEMPRE (4)CASI SIEMPRE (3)AVECES (2)CASI NUNCA (1)NUNCA</p>
			Fiabilidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Cumplimiento de promesas.</li> <li>-Interés en resolver diversos problemas.</li> <li>-Servicio adecuado.</li> <li>-Capacidad de solución ante los conflictos escolares.</li> <li>-Fortalecimiento de valores.</li> <li>-Proceso de enseñanza adecuado.</li> <li>-Nivel profesional de profesores.</li> <li>-Relación maestro-niño.</li> </ul>	
			Capacidad de Respuesta	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Servicio rápido y eficaz.</li> <li>-Disposición del personal de servicio.</li> <li>-Tiempo disponible del personal del colegio ante peticiones.</li> <li>-Proceso de atención ante quejas y reclamos.</li> </ul>	
			Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Personal calificado para la adaptación de nuevas tecnologías.</li> <li>- Imagen de honestidad y confianza del personal.</li> <li>- Seguridad de los padres de familia.</li> <li>-Actitud de cortesía del personal del colegio.</li> </ul>	
			Empatía	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Atención personalizada.</li> <li>-Empatía ante los problemas.</li> <li>-Horarios de atención convenientes.</li> <li>-Relación maestros-padres de familia.</li> </ul>	



**Tabla N° 02:** Operacionalización de la variable: Satisfacción del Cliente

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICION
<b>Satisfacción del Cliente</b>	Es la comparación de las expectativas del cliente con sus percepciones correspondiente al contacto real del servicio. (Hoffman Y Bateson, 2011, p. 289)	Se recopilara información de fuentes primarias mediante la técnica de la encuesta según las percepciones y expectativas de las madres de familia y cómo afecta en su satisfacción obtenida de acuerdo a la calidad de servicios ofrecidos en la Institución Educativa Emmanuel Talentos	Percepciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Atención del Personal</li> <li>-Imagen de honestidad y confianza del personal</li> <li>-Imagen de confianza del personal de servicio</li> <li>-horarios del personal administrativo</li> <li>-Atención del personal administrativo</li> <li>-Horarios de los maestros</li> <li>-Disposición de los maestros</li> <li>-Relación maestro-niño</li> <li>-Relación maestro-padre de familia</li> <li>-Ambientes amplios y adecuados</li> <li>-Ambientación adecuada</li> <li>-Higiene adecuada</li> <li>-Materiales en buen estado</li> <li>-Ventilación adecuada</li> </ul>	Ordinal (5)SIEMPRE (4)CASI SIEMPRE (3)AVECES (2)CASI NUNCA (1)NUNCA
			Expectativas	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Precios adecuados</li> <li>-Horario de atención adecuada</li> <li>-Ubicación del colegio adecuado</li> <li>-Información clara y comprensible</li> <li>-Interés de necesidades</li> <li>-Respuesta rápidas</li> <li>-Adaptación a necesidades</li> <li>-Opinión de otros usuarios</li> <li>-Posibilidades brindadas</li> <li>-Mejoras en el funcionamiento</li> <li>-Solución de demandas pasadas</li> <li>-Cumplimiento de expectativas</li> </ul>	

## **2.3. Población y Muestra**

### **2.3.1. Población**

La población del presente estudio estuvo conformada por el conjunto de madres de familia de la Institución Educativa Emmanuel Talentos, UGEL 05, en el distrito de San Juan de Lurigancho, y que guardan relación con la calidad de servicio y nivel de satisfacción. De lo definido anteriormente, se deduce que para alcanzar los objetivos planteados, se medirá a la población total y se aplicara la técnica de censo, en este caso la población se conformó por 120 madres de familia, debido a que la población es pequeña se tomara la totalidad de ello. Las poblaciones deben situarse claramente en torno a sus características de contenido, lugar y en tiempo.

De acuerdo a Hernández et, al. (2010) conceptualiza a la población “es el conjunto de todos los casos que coinciden con una serie de especificaciones.” (pág. 174)

También Hernández (1997) manifiesta que “El censo de una población estadística consiste, en obtener el número total de individuos mediante las diversas técnicas de recuento. El censo es una de las operaciones estadísticas en el cual no se trabaja sobre una muestra, sino de la población total”

La unidad de análisis estuvo conformada por una madre de familia que es el beneficiario secundario de los servicios brindados por parte de la Institución Educativa Emmanuel Talentos, UGEL 05, San Juan de Lurigancho-2016.

La investigación no se desarrolló bajo ningún muestreo, debido a que se empleó la técnica de censo, la cual estudia a toda la población en su totalidad, de la cual se obtuvo datos pertinentes para la investigación.

El criterio de selección empleado en la investigación está comprendida por:

#### **Criterios de Inclusión:**

Para este proyecto de Investigación, el cuestionario será aplicado a todas las madres de familia de la Institución Educativa Emmanuel Talentos, UGEL 05, San Juan de Lurigancho-2016, debido a que están más pendientes al cuidado de

sus menores hijos y permanecen mayor tiempo en casa (características de las madres que concurren en el periodo 2016).

### **Criterios de Exclusión:**

Para este proyecto, el cuestionario no se aplicó a los padres de familia (papá), ya que ellos se encuentran el mayor tiempo en sus trabajos, por lo cual no demandan directamente los servicios educativos de la Institución Educativa Emmanuel Talentos, UGEL 05, San Juan de Lurigancho-2016, así mismo algunos padres no viven con sus niños por diversos factores.

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

### **2.4.1. Técnica de recolección**

La técnica que se aplicó en la presente investigación fue la encuesta, puesto que nos permite recopilar información e indagar la opinión de las madres de familia de la Institución Educativa Emmanuel Talentos, UGEL 05, San Juan de Lurigancho-2016.

### **2.4.2. Instrumento de Recolección**

En la Operacionalización de las variables se estableció dos instrumentos que comprenden tanto las variables, dimensiones, e ítems necesarios para la formulación de la hipótesis, en este caso se utilizó el cuestionario bajo la escala tipo Likert, que comprende de 25 preguntas formuladas en el cuestionario de la variable calidad de servicio y otro cuestionario del nivel de satisfacción que consta de 26 preguntas.

### **2.4.3. Validación y Confiabilidad del Instrumento**

Según Hernández et, al. (2010) “Toda medición o instrumento de recolección de datos debe reunir tres requisitos esenciales: Confiabilidad, validez y objetividad” (p. 200)

La validación y confiabilidad del instrumento, se llevó a cabo mediante la validación por juicio de expertos, conformado por 2 asesores metodológicos y 3 asesores temáticos de la Universidad Cesar Vallejo, los cuales aportaron valiosas opiniones y sugerencias para mejorar los instrumentos, con respecto a los ítems,

por ejemplo se tuvo que cambiar algunas preguntas para poder lograr una mejor coherencia con los indicadores.

### Validez de la variable: Calidad de Servicios

Para la validación se tomó en cuenta 10 indicadores como la claridad, objetividad, pertinencia, actualidad entre otros, donde la clasificación comprende entre 00-20% Deficiente, 21-40% Regular, 41-60% Bueno, 61-80% Muy bueno y 81-100% Excelente.

**Tabla N° 03: Validación del cuestionario de Calidad de Servicios**

	EXPERTO N° 1	EXPERTO N° 2	EXPERTO N° 3	EXPERTO N° 4	EXPERTO N° 5	TOTAL
CLARIDAD	75%	68%	70%	68%	76%	357%
OBJETIVIDAD	75%	68%	70%	68%	76%	357%
PERTINENCIA	75%	68%	70%	68%	76%	357%
ACTUALIDAD	75%	68%	70%	68%	76%	357%
ORGANIZACIÓN	75%	68%	70%	68%	76%	357%
SUFICIENCIA	75%	68%	70%	68%	76%	357%
INTENCIONALIDAD	75%	68%	70%	68%	76%	357%
CONSISTENCIA	75%	68%	70%	68%	76%	357%
COHERENCIA	75%	68%	70%	68%	76%	357%
METODOLOGIA	75%	68%	70%	68%	76%	357%
	TOTAL					<b>3570%</b>

**Fuente:** Elaboración propia basada en el informe de opinión de expertos de investigación.

$$CV = \frac{\sum_i^c = 1 \sum_j^k = 1x_{ij}}{c * k} \% CV = \frac{3570}{10 \times 5} = 71.40\%$$

De la evaluación realizadas por los cinco expertos, el instrumento de calidad de servicios alcanzo un 71% de validez de contenido. Para la validación se tomó en cuenta cinco expertos:

**Tabla N° 04: Expertos Validación del cuestionario de Calidad de Servicios**

Expertos	
<b>EXP 1</b>	Mg. Yvette Cecilia Plasencia Mariños
<b>EXP 2</b>	Mg. Marco Antonio Candía Menor
<b>EXP 3</b>	Mg. Lorena Rocío Paz Liendo de Agüero
<b>EXP 4</b>	Dr. Raúl Delgado Arenas
<b>EXP 5</b>	Dr. Flabio Romeo Paca Pantigoso

**Fuente:** Elaboración propia

En relación a los expertos, su grado de especialización y nivel académico en las ciencias empresariales y en la metodología, hace de este proceso de investigación la rigurosidad pertinente para evaluar el contenido del instrumento de Calidad de Servicios.

#### **Confiabilidad de la Variable Calidad de Servicios**

**Tabla N° 05: Confiabilidad cuestionario Calidad de Servicio**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,885	25

#### **Estadísticos de fiabilidad**

$$\alpha = \left[ \frac{K}{K - 1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum_{i=1}^k S_i^2}{S_i^2} \right]$$

De los datos procesados en el SPSS 23 se obtuvo un 0,885 de confiabilidad en el cuestionario de Calidad de Servicios de un total de 120 madres de familia de la Institución Educativa Emmanuel Talentos, UGEL 05. Por lo cual, se infiere que el nivel de confiabilidad del cuestionario es muy bueno, razón por el cual existe evidencia para sostener la consistencia en los ítems estudiados.

## Validez de la variable: Satisfacción del Cliente

Tabla N° 06: Validación del cuestionario de Satisfacción del Cliente

	EXPERTO N° 1	EXPERTO N° 2	EXPERTO N° 3	EXPERTO N° 4	EXPERTO N° 5	TOTAL
CLARIDAD	70%	75%	68%	68%	76%	357%
OBJETIVIDAD	70%	75%	68%	68%	76%	357%
PERTINENCIA	70%	75%	68%	68%	76%	357%
ACTUALIDAD	70%	75%	68%	68%	76%	357%
ORGANIZACIÓN	70%	75%	68%	68%	76%	357%
SUFICIENCIA	70%	75%	68%	68%	76%	357%
INTENCIONALIDAD	70%	75%	68%	68%	76%	357%
CONSISTENCIA	70%	75%	68%	68%	76%	357%
COHERENCIA	70%	75%	68%	68%	76%	357%
METODOLOGIA	70%	75%	68%	68%	76%	357%
	TOTAL					<b>3570%</b>

**Fuente:** Elaboración propia basada en el informe de opinión de expertos de investigación.

$$CV = \frac{\sum_i^c = 1 \sum_j^k = 1x_{ij}}{c * k} \% CV = \frac{3570}{10 \times 5} = 71.40\%$$

De la evaluación realizadas por los cinco expertos, el instrumento de calidad de servicios alcanzo un 71% de validez de contenido. Para la validación se tomó en cuenta cinco expertos:

**Tabla N° 07: Expertos Validación del cuestionario de Satisfacción del cliente**

Expertos	
<b>EXP 1</b>	Mg. Yvette Cecilia Plasencia Mariños
<b>EXP 2</b>	Mg. Marco Antonio Candía Menor
<b>EXP 3</b>	Mg. Lorena Rocío Paz Liendo de Agüero
<b>EXP 4</b>	Dr. Raúl Delgado Arenas
<b>EXP 5</b>	Dr. Flabio Romeo Paca Pantigoso

**Fuente:** Elaboración propia

En relación a los expertos, su grado de especialización y nivel académico en las ciencias empresariales y en la metodología, hace de este proceso de investigación la rigurosidad pertinente para evaluar el contenido del instrumento de Satisfacción del Cliente.

**Confiabilidad de la Variable Satisfacción del Cliente**

**TABLA N° 08: Confiabilidad cuestionario Satisfacción del cliente**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,906	26

$$\alpha = \left[ \frac{K}{K - 1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum_{i=1}^k S_i^2}{S^2} \right]$$

De los datos procesados en el SPSS 23 se obtuvo un 0,906 de confiabilidad en el cuestionario de Satisfacción del Cliente de un total de 120 madres de familia de la Institución Educativa Emmanuel Talentos, UGEL 05. Por lo cual, se infiere que el nivel de confiabilidad del cuestionario es muy bueno, razón por el cual existe evidencia para sostener la consistencia en los ítems estudiados.

## **2.5. Métodos de Análisis de Datos**

Se aplicó el método estadístico y toda la información recogida en las encuestas fueron tratados por el SPSS versión 23, que brindaron datos acerca de la prueba o coeficiente de correlación de Spearman y a través de este resultado poder establecer si existe relación entre las variables planteadas.

### **2.5.1. Método de Análisis Descriptivo**

Este análisis consiste en describir las características de las variables y dimensiones según lo establecido en los objetivos del trabajo de investigación donde se determinan el comportamiento de las variables y su dimensión por medio de tablas de frecuencias, gráficos, así como tablas cruzadas que permitirán comprender el problema abordado.

### **2.5.2. Método de Análisis ligados a la hipótesis**

En este apartado, se detalla la comprobación de hipótesis planteados en la investigación mediante la prueba de Spearman, el cual indicará si la dimensión de calidad de servicio tiende a relacionarse con la variable satisfacción del cliente.

## **2.6. Aspectos éticos**

La elaboración del trabajo de Investigación se basó en los lineamientos éticos que dan fe a todas las fuentes consignadas en esta investigación, las cuales fueron debidamente referenciadas, así como los datos obtenidos en la parte de resultados, por el cual se utilizó la información de la Institución Educativa Emmanuel Talentos UGEL 05-San Juan de Lurigancho, para fines académicos.



### III. RESULTADOS

#### 3.1. Estadística Descriptiva

##### 3.1.1. Análisis Descriptivo de las variables: Calidad de servicios y Nivel de Satisfacción

**Tabla N° 09: Tabla de Contingencia de Calidad de Servicios y Satisfacción del Cliente**

CALIDAD DE SERVICIOS	SATISFACCION DEL CLIENTE				Rho de Spearman
	MALO	REGULAR	BUENO	TOTAL	
MALO	6.7%	0.8%	0.0%	7.5%	r = 0,675 (sig.: 0.000)
REGULAR	5.8%	47.5%	8.3%	61.7%	
BUENO	1.7%	4.2%	25.0%	30.8%	
TOTAL	14.2%	52.5%	33.3%	100.0%	

**Fuente:** Elaboración propia en base a los datos de la investigación

De acuerdo a los resultados obtenidos en el análisis estadístico, a través de la prueba Rho Spearman para la contrastación de hipótesis entre la variable Calidad de servicio y Satisfacción del cliente; se determina que existe una correlación significativa ( $r=0,675$ ,  $sig=0.000<0.05$ ) entre ambas variables.

En la tabla N° 09, se puede observar que un 61.7% de las madres de familia califican a la calidad de servicios que ofrece la Institución Educativa Emmanuel Talentos como regular, ya que existen factores como bienes materiales, actitudes del personal y otros que influyen de una manera conveniente o perjudicial en la atención que se brinda a los alumnos. Sin embargo un 52.5% de las madres de familia tienen un nivel de satisfacción regular con respecto a la calidad de servicio ofrecido, ya que consideran que estos factores mencionados anteriormente complacen sus necesidades pero no logran cubrir totalmente sus expectativas. Pero existe un 6.7% del total de las madres de familia que consideran a la calidad de servicio como malo y por ende obtienen también un nivel de satisfacción malo ,porque probablemente estiman expectativas mayores de lo que el colegio les brinda.

**3.1.2. Análisis Descriptivo de la dimensión: Elementos tangibles y la variable: Satisfacción del cliente**

**Tabla N° 10: Tabla de Contingencia de Elementos tangibles y Satisfacción del Cliente**

ELEMENTOS TANGIBLES	SATISFACCION DEL CLIENTE				Rho de Spearman
	MALO	REGULAR	BUENO	TOTAL	
<b>MALO</b>	8.3%	5.0%	3.3%	16.7%	r = 0,364 (sig.: 0.000)
<b>REGULAR</b>	3.3%	38.3%	14.2%	55.8%	
<b>BUENO</b>	2.5%	9.2%	15.8%	27.5%	
<b>TOTAL</b>	14.2%	52.5%	33.3%	100.0%	

**Fuente:** Elaboración propia en base a los datos de la investigación

De acuerdo a los resultados obtenidos en el análisis estadístico, a través de la prueba Rho Spearman para la contrastación de hipótesis entre la dimensión elementos tangibles y Satisfacción del cliente; se determina que existe una correlación baja ( $r=0,364$ ,  $sig=0.000<0.05$ ) entre la dimensión elementos tangibles y satisfacción de las madres de familia de la Institución Educativa Emmanuel Talentos.

En la tabla N° 10, se puede observar que de un 55.8% de las madres de familia perciben que los elementos tangibles que tiene la Institución Educativa Emmanuel Talentos son regulares, ya que consideran que la Institución Educativa si cuenta con la cantidad necesaria de equipos modernos y tecnológicos para el dictado de clases, pero estos no son usados en su totalidad, puesto que se requiere capacitar al personal de servicio para el uso adecuado de los mismos. Además un grupo de madres de familia no se sienten seguras con las instalaciones físicas del colegio, también observan que el personal de servicio no cuenta con uniforme y otros accesorios que lo identifiquen. Sin embargo aprecian que el colegio posee de materiales adecuados para el desarrollo de charlas informativas, reuniones de apoyo, etc., mientras que un 52.5% de ellas se sienten

regularmente satisfechas por los aspectos mencionados anteriormente, ya que consideran que estos factores son buenos para la calidad de enseñanza brindada, pero se puede obtener mejoras.

### 3.1.3. Análisis Descriptivo de la dimensión: Fiabilidad y la variable: Satisfacción del cliente

**Tabla N° 11: Tabla de Contingencia de Fiabilidad y Satisfacción del Cliente**

FIABILIDAD	SATISFACCION DEL CLIENTE				Rho de Spearman
	MALO	REGULAR	BUENO	TOTAL	
MALO	8.3%	3.3%	2.5%	14.2%	r = 0,590 (sig.: 0.000)
REGULAR	4.2%	45.0%	7.5%	56.7%	
BUENO	1.7%	4.2%	23.3%	29.2%	
TOTAL	14.2%	52.5%	33.3%	100.0%	

Fuente: Elaboración propia en base a los datos de la investigación

De acuerdo a los resultados obtenidos en el análisis estadístico, a través de la prueba Rho Spearman para la contrastación de hipótesis entre la dimensión fiabilidad y Satisfacción del cliente; se determina que existe una correlación moderada ( $r=0.590$ ,  $sig=0.000<0.05$ ) entre la dimensión fiabilidad y satisfacción de las madres de familia de la Institución Educativa Emmanuel Talentos.

En la tabla N° 11, se puede observar que de un 56.7% de las madres de familia estiman que la fiabilidad que brinda la Institución Educativa Emmanuel Talentos es regular, ya que el colegio si cumple con las promesas que brinda pero no se abastecen con las necesidades presentadas por todas las madres de familia. Además sostienen que la Institución Educativa si brinda un buen servicio tanto a ellas como a sus hijos, pero existen diversos factores deficientes en el servicio que lo perjudica. También consideran que el colegio debe enfocarse en impartir valores y principios a todos los niños y no solo a un sector, para que así puedan tener una buena base a temprana edad. Asimismo las madres de familia estiman que la Institución Educativa debe mejorar su calidad de enseñanza, capacitando a los profesores con las nuevas metodologías que brinda la UGEL 05

y que debe contar con docentes profesionales en el rubro de la educación. Igualmente las madres de familia valoran la excelente relación que sostienen los maestros con los niños, pues esto se traduce en la actitud de confianza, cariño, atención a los niños, etc. Sin embargo un 52.5% de ellas se sienten regularmente satisfechas porque la Institución Educativa no logra cubrir con todas las necesidades, promesas y problemas que presentan todas las madres de familia y solo lo hacen con un grupo reducido, pero valoran la excelente relación que mantienen los maestros con sus niños.

### 3.1.4. Análisis Descriptivo de la dimensión: Capacidad de respuesta y la variable: Satisfacción del cliente

**Tabla N° 12: Tabla de Contingencia de Capacidad de respuesta y Satisfacción del Cliente**

CAPACIDAD DE RESPUESTA	SATISFACCION DEL CLIENTE				Rho de Spearman
	MALO	REGULAR	BUENO	TOTAL	
MALO	11.7%	1.7%	0.8%	14.2%	r = 0,851 (sig.: 0.000)
REGULAR	0.8%	50.0%	0.8%	51.7%	
BUENO	1.7%	0.8%	31.7%	34.2%	
TOTAL	14.2%	52.5%	33.3%	100.0%	

**Fuente:** Elaboración propia en base a los datos de la investigación

De acuerdo a los resultados obtenidos en el análisis estadístico, a través de la prueba Rho Spearman para la contrastación de hipótesis entre la dimensión capacidad de respuesta y Satisfacción del cliente; se determina que existe una correlación altamente significativa ( $r=0.851$ ,  $sig=0.000<0.05$ ) entre la dimensión capacidad de respuesta y satisfacción de las madres de familia.

En la tabla N° 12, se puede observar que de un 51.7% de las madres de familia de la Institución Educativa Emmanuel talentos aprecian a la capacidad de respuesta que brinda la Institución Educativa como regular, puesto que el personal de servicio ofrece un servicio rápido, en cuanto a la solución de los problemas presentados, también que el personal muestra disposición en ayudar

en los conflictos que se generan con respecto a los niños, y demuestran una buena actitud y una adecuada respuesta ante las quejas que se produce en el servicio estudiantil, pero un 52.7% de ellas mantienen un nivel regular en cuanto a su satisfacción ya que este servicio mencionado no es brindado a todas las madres de familia y solo es para un sector, puesto que el personal de servicio no se logra abastecer con todos los casos que se presentan diariamente, sin embargo consideran que el personal de servicio refleja una buena actitud en cuanto a los conflictos escolares que surge en la institución.

### 3.1.5. Análisis Descriptivo de la dimensión: Seguridad y la variable: Satisfacción del cliente

**Tabla N° 13: Tabla de Contingencia de Seguridad y Satisfacción del Cliente**

SEGURIDAD	SATISFACCION DEL CLIENTE				Rho de Spearman
	MALO	REGULAR	BUENO	TOTAL	
MALO	7.5%	7.5%	2.5%	17.5%	r = 0,366 (sig.: 0.000)
REGULAR	5.8%	35.8%	18.3%	60.0%	
BUENO	0.8%	9.2%	12.5%	22.5%	
TOTAL	14.2%	52.5%	33.3%	100.0%	

**Fuente:** Elaboración propia en base a los datos de la investigación

De acuerdo a los resultados obtenidos en el análisis estadístico, a través de la prueba Rho Spearman para la contrastación de hipótesis entre la dimensión seguridad y Satisfacción del cliente; se determina que existe una correlación baja ( $r=0.366$ ,  $sig=0.000<0.05$ ) entre la dimensión seguridad y satisfacción de las madres de familia.

En la tabla N° 13, se puede observar que de un 60.0% de las madres de familia de la Institución Educativa Emmanuel Talentos consideran que la seguridad que ofrece el colegio es regular, puesto que sostienen que el colegio cuenta con equipos tecnológicos modernos pero se requiere capacitar al personal de servicio para el uso de las mismas y no tener inconvenientes a posteriori, también las madres consideran que el personal del colegio generan una imagen

de honestidad y confianza en el servicio que realizan, ya que demuestran valores y respeto con el hecho de saludar y despedir cortésmente en el horario de clase y son atentos ante cualquier circunstancia que se presente y esto produce que las madres se puedan sentir seguras y depositar su confianza al dejar a sus menores hijos en el horario de clase. Igualmente un 52.5% de las madres se sienten regularmente satisfechas porque el personal de servicio no atiende a todas las incidencias que se presentan en el cuidado de todos los niños y solo se enfoca en un grupo. No obstante existe un 7.5% de las madres de familia que consideran como malo la seguridad que presenta la Institución Educativa y eso trae una satisfacción mala, debido a que anteriormente las madres presentaron quejas con respecto a accidentes leves ocurridos en el tiempo de clases y recreo, debido al descuido originado por parte de alguno maestros, pero aprecian la preocupación que presentan los maestros al ocurrir estos hechos y buscan dar soluciones inmediatas al caso.

### 3.1.6. Análisis Descriptivo de la dimensión: Empatía y la variable: Satisfacción del cliente

**Tabla N° 14: Tabla de Contingencia de Empatía y Satisfacción del Cliente**

EMPATIA	SATISFACCION DEL CLIENTE				Rho de Spearman
	MALO	REGULAR	BUENO	TOTAL	
MALO	10.0%	4.2%	2.5%	16.7%	r = 0,617 (sig.: 0.000)
REGULAR	2.5%	45.8%	8.3%	56.7%	
BUENO	1.7%	2.5%	22.5%	26.7%	
TOTAL	14.2%	52.5%	33.3%	100.0%	

Fuente: Elaboración propia en base a los datos de la investigación

De acuerdo a los resultados obtenidos en el análisis estadístico, a través de la prueba Rho Spearman para la contrastación de hipótesis entre la dimensión empatía y Satisfacción del cliente; se determina que existe una correlación significativa ( $r=0.617$ ,  $sig=0.000<0.05$ ) entre la dimensión empatía y satisfacción de las madres de familia.

En la tabla N° 14, se puede observar que de un 56.7% de las madres de familia de la Institución Educativa Emmanuel Talentos califican a la empatía que sostiene la Institución Educativa como regular, ya que ellas indican que los maestros del colegio ofrecen una atención personalizada pero no logran cubrir todas sus exigencias. También manifiestan que el personal de servicio entienden las necesidades que presentan las madres de familia, ya sea en el factor económico, familiar, educacional y entre otros, pero no tienen conocimiento de las situaciones que poseen todo el sector de ellas, y es por ello que no logran satisfacer todas sus necesidades debido a la escasez de conocimiento. Asimismo indican que los horarios establecidos en la enseñanza de la Institución Educativa son adecuados pero un grupo de ellas no concuerdan con el horario establecido y presentan dificultades con las mismas. Igualmente las madres de familia consideran como adecuado la relación que mantienen con los maestros, ya que reflejan los maestros les demuestran confianza, seguridad, cuidado a sus niños y entre otros, por el contrario existe un grupo menor que no percibe esa misma relación con los maestros por diversos factores, como falta de comunicación con los maestros, desinterés por las recomendaciones que los maestros realizan acerca del niño, etc. Seguidamente existe un 52.5% de madres de familia que se sienten regularmente satisfechas porque consideran que no cubren con todas las exigencias que presentan los niños en cuanto a su conducta y aprendizaje, también estiman que no existe una buena relación con los maestros debido a la falta de tiempo y a la cantidad de casos presentados diariamente por las madres de familia.

#### **IV. DISCUSIÓN**

Siendo el objetivo de este estudio determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de las madres de familia de la Institución Educativa Emmanuel Talentos, UGEL 05, San Juan de Lurigancho-2016, es adecuado indicar que el nivel de logro es satisfactorio, en tanto se han evidenciado los resultados parciales y globales descritos al inicio del estudio.

Para afirmar la calidad de la validez interna se empleó la validez de contenido para lo cual se solicitó a un equipo de expertos constituido por temáticos con nivel de maestría y metodólogos especialistas en ciencias empresariales con nivel de doctorado, expertos en la construcción de instrumentos, los cuales aseveraron la calidad de estos en razón a los criterios de validez, pertinencia y suficiencia. En cuanto a la confiabilidad, se buscó corroborar la consistencia interna de los ítems de los instrumentos de cada una de las variables: calidad de servicios y satisfacción del cliente. Los resultados alcanzados fueron: Validez por juicio de expertos equivalente a 71%, la confiabilidad de la variable 1 (calidad de servicios) igual a 0,88 y la variable 2 (satisfacción del cliente) igual a 0,90, lo cual demuestra la seriedad y rigurosidad de los resultados.

En cuanto a la validez externa, se afirma que los resultados de la investigación realizada no solo se utilizara dentro de un marco de hechos o situaciones de la calidad de servicios y la satisfacción del cliente de las instituciones educativas, como es en el caso de la Institución Educativa Emmanuel Talentos, si no que su aplicación dentro de las grandes organizaciones pueden apoyar a ampliar el nivel de conocimiento existente dado que estas cuentan con las condiciones de trabajo que produce que la calidad de servicio y la satisfacción del cliente tomen una implicación mayor. Los resultados planteados solo alcanzan a generalizarse en los elementos tangibles y la actitud del personal de la Institución Educativa con respecto al servicio que ofrecen para lograr la satisfacción de las madres y la calidad en general de la institución.

A efectos de fortalecer el conocimiento, se discrepa con los resultados de Vásquez (2008) en que los elementos tangibles se deba plenamente a la eficacia y la rapidez para atender a las personas como eje para asegurar la calidad de



servicios, a diferencia de la presente investigación que encontró que esta variable abarca desde los equipos modernos, recursos tecnológicos, instalaciones físicas y la imagen del personal como factores que predomina para la satisfacción del cliente. Esta divergencia se debe a que la literatura consultada entre ambos estudios tiene enfoques distintos.

Se coincide con los resultados de Garzón(2014) en que la seguridad y empatía son elementos que caracterizan la calidad de servicio en una organización y suelen marcar en las experiencias de los clientes, es decir, el proceso de interacción y una atención personalizada son aspectos específicos que buscan los clientes para satisfacer necesidades individuales. Cabe destacar que existen diferencias en la correlación de hipótesis dado que a pesar de encontrar aspectos valiosos en una misma realidad idéntica, se encontró que el grado de satisfacción es regular demostrando una demanda mayor de población de estudio.

En ese mismo contexto, se coincide con Alen y Fraiz (2006) en la necesidad de establecer una serie de elementos que permiten medir y evaluar las experiencias de los clientes para lo cual se plantea de manera implícita a las dimensiones como la fiabilidad, capacidad de respuesta y empatía como base para medir el interés por resolver los problemas, la rapidez y eficacia del servicio, la atención personalizada y el nivel de relación trabajador-cliente, todas estas especificaciones construyen procesos afectivos que generan una experiencia satisfactoria que determina el nivel de satisfacción.

A efectos de fortalecer los resultados presentados en la investigación, se coincide con Morillo (2009) en sostener la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción por lo cual ambas orientaciones sirven para destacar un aspecto idéntico de realidad a pesar de que el autor emplea un estudio de la gran empresa. En ese mismo sentido, se coincide con los hallazgos de Murillo (2013) determinándose la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción confirmándose así una alta probabilidad de asociación en las MYPES dentro de la literatura de las ciencias empresariales. Así mismo, se destaca la mejora continua de la calidad requiere de la integración de todos los niveles jerárquicos de una organización pues esta unificación de fuerza que permitan mejorar las

expectativas y sentimientos del cliente hacia los servicios y productos ofrecidos de cualquier organización.

Se discrepa con Vásquez (2013) en cuanto a la literatura utilizada donde se basa en los postulados de Ishikawa (1993), que sostiene que la calidad se origina y se fundamenta con la capacitación, esta concepción se difiere al modelo propuesto por el presente investigación quien sostiene en el modelo propuesto por Hoffman que afirma a la calidad de servicios empieza por un diagnóstico que evalúa las fortalezas y debilidades en cuanto al servicio que se ofrece al cliente todo ello resumido en el modelo SERVQUAL. Esta concepción toma más fuerza en la actualidad pues no se puede capacitar de aquello de lo que no se conoce en realidad en cuanto a calidad ni se puede terminar retroalimentando si no se hace un adecuado diagnóstico dado que la inversión en calidad de servicios se perdería primero se diagnostica se evalúa los aspectos claves que amerita capacitar y consigo logrando una satisfacción en el largo plazo.

En base a los resultados expuestos con anterioridad, se discrepa con Herrera (2014) debido a que determino que existe una relación débil y positiva entre calidad de servicio y el nivel de satisfacción, a esta diferencia se suma a que autor se enfocó en una literatura enfocada en las expectativas, percepciones y experiencias bajo el modelo de Zeithaml (1987).

Se enfatiza con Sánchez (2013) en la necesidad de implantar una evaluación periódica de la calidad que se ofrece al cliente en cuanto: capacidad de respuesta, el tiempo de demora, nivel de la atención personalizada y competencias del personal en base a la necesidad e inquietudes del cliente. Todas estas variables medibles y que su calificación puede ayudar a la dirección de una organización a establecer estrategias que posibiliten incrementar el nivel de satisfacción existente del cliente. Además se resalta importación de las percepciones como eje comparativo que utiliza el cliente entre lo que recibe y lo que espera recibir en función del producto o servicio solicitado.

## V. CONCLUSIONES

En este apartado se presentan el análisis que identifica la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción en base a la información recopilada en las madres de familia de la Institución Educativa Emmanuel Talentos, UGEL 05, en el periodo 2016 realizado en el distrito de San Juan de Lurigancho, sobre estas bases se presentan como las dimensiones de la calidad de servicio se relacionan con la variable nivel de satisfacción, donde se concluyó que:

Existe una correlación significativa ( $r=0,675$ ,  $\text{sig}=0.000<0.05$ ) entre las variables calidad de servicio y la satisfacción de las madres de familia de la Institución Educativa Emmanuel Talentos, ya que un 61.7% de las madres de familia perciben a la calidad de servicio como regular, mientras que un 52.5% de ellas tienen un nivel de satisfacción regular, debido al deficiente manejo de los elementos tangibles con los que cuenta la Institución Educativa, y el servicio que ofrece el personal docente y administrativo, es por ello que las madres de familia se sienten satisfechos y a la misma vez insatisfechas en ocasiones.

Se determina que existe una correlación baja ( $r=0,364$ ,  $\text{sig}=0.000<0.05$ ) entre la dimensión elementos tangibles y la satisfacción de las madres de familia de la Institución Educativa Emmanuel Talentos. Puesto que el 55.8% de las madres de familia consideran que los elementos tangibles con los que cuenta el colegio son regulares, en cuanto al requerimiento escaso de materiales y recursos didácticos y tecnológicos en la Institución Educativa, también por la falta de capacitación de los maestros y entre otros, sin embargo un 52.5% de ellas se sienten regularmente satisfechas debido al insuficiente utilización de los elementos tangibles.

Se evidencia que existe una correlación moderada ( $r=0.590$ ,  $\text{sig}=0.000<0.05$ ) entre la dimensión fiabilidad y la satisfacción de las madres de familia de la Institución Educativa Emmanuel Talentos, ya que el 56.7% de ellas califican a la fiabilidad que brinda el personal de servicio como regular, puesto que el personal cumple con las promesas pactadas, pero no logra abastecer a las necesidades de toda la población, también consideran como valioso la impartición de valores que se les da a los niños independientemente de la enseñanza brindada. Sin embargo un 52.5% de ellas mantienen un nivel de satisfacción

regular, ya que indican que el personal de servicio no logra responder las peticiones que demandan todo el sector de madres de familia, debido a la limitada cantidad de personal.

Existe una correlación altamente significativa ( $r=0.851$ ,  $\text{sig}=0.000<0.05$ ) entre la dimensión capacidad de respuesta y la satisfacción de las madres de familia, debido a que un 51.7% de las madres de familia estiman que la capacidad de respuesta que brinda el colegio es regular, puesto que el personal de servicio ofrece un servicio rápido, en cuanto a las soluciones inmediatas que brindan a las madres de familia en cuanto a sus problemas presentados. También aprecian la disposición y buena actitud que muestra el personal de servicio en cuanto a sus conflictos generados, pero se necesita. No obstante un 52.5% de ellas sostienen un nivel de satisfacción regular, ya que estos factores mencionados anteriormente no logran cubrir las expectativas de todo el grupo poblacional de las madres de familia.

Se determina que existe una correlación baja ( $r=0.366$ ,  $\text{sig}=0.000<0.05$ ) entre la dimensión seguridad y la satisfacción de las madres de familia, puesto que un 60.0% de ellas consideran que la seguridad que les ofrece la Institución Educativa Emmanuel Talentos es regular, ya que existen equipos tecnológicos modernos pero se requiere capacitar al personal para el uso adecuado de las mismas. Así también valoran la actitud que tiene el personal de servicio con relación a sus hijos. Por el contrario existe un 52.5% de las madres de familia que se sienten regularmente satisfechas ya que consideran que el personal de servicio no logra suplir todas las incidencias que se producen con los niños en el horario de clases.

Se evidencia que existe una correlación significativa ( $r=0.617$ ,  $\text{sig}=0.000<0.05$ ) entre la dimensión empatía y satisfacción, visto que un 56.7% de las madres de familia estiman que la empatía que posee la Institución Educativa es regular, puesto que el personal de servicio ofrece una atención personalizada a los niños y madres de familia, también indican que el personal del colegio entienden las necesidades que tienen los niños y madres de familia. Asimismo concretan que los horarios establecidos por la Institución Educativa Emmanuel Talentos son adecuados para los niños, y finalmente concuerdan que la relación que sostienen con los maestros son adecuados. Sin embargo un 52.5% de ellas

reflejan un nivel de satisfacción regular, ya que consideran escaso el número de personal de servicio porque no logra abastecer a todas las exigencias que se presenta, igualmente un grupo de ellas indican el horario establecido en el colegio no les conviene y sugieren cambios en ese aspecto.

## **VI. RECOMENDACIONES**

Sobre los resultados y a las evidencias expuestas con la finalidad de identificar la relación existente entre la calidad de servicios y la satisfacción de las madres de familia en la Institución Educativa Emmanuel Talentos, UGEL 05, San Juan de Lurigancho, se plantean las siguientes recomendaciones:

Se recomienda mejorar la calidad de los elementos tangibles, adquiriendo nuevos equipos modernos, recursos didácticos y tecnológicos que sean innovadores para el dictado de clases, charlas educativas, reuniones, etc. Asimismo se deberá capacitar a los maestros para el uso de las mismas, también se recomienda que el colegio debe elaborar un plan mancomunado entre autoridades de la UGEL 05 y madres de familia para realizar un plan de seguridad en las instalaciones físicas del colegio. Por otro lado se debe concientizar y controlar al personal del colegio en la utilización de uniformes y otros accesorios que muestren un aspecto físico impecable.

Además los elementos tangibles son muy importantes para el funcionamiento de las empresas nacionales e internacionales, ya que son bienes que poseen como materiales, mobiliarios, infraestructura, etc. Estos son muy primordiales para el desarrollo de cualquier bien o servicio que ofrece la empresa.

Se recomienda contratar más personal para cubrir las necesidades y cumplir con las promesas ofrecidas a las madres de familia de una manera eficaz, resolviendo inmediatamente los problemas generados en el servicio ofrecido con sus menores hijos, reflejando una buena postura, sin causar incidencias y generar soluciones. También se debe brindar una atención adecuada a los alumnos y madres de familia, en cuanto a la amabilidad, cortesía, etc. Además se deberá mantener un buen entorno escolar en relación al maestro-madre de familia-alumno. Del mismo modo se deberá contar con nuevos profesores que tengan un nivel profesional adecuado, para así brindar una calidad educativa a los alumnos.

La confiabilidad es un factor muy valioso en toda empresa nacional e internacional, ya que genera en el cliente un valor apreciado que el trabajador le ofrece en cuanto al servicio ofrecido, puesto que refleja atención a sus necesidades, rapidez en la solución de problemas, impartición de valores, etc. Los cuales son muy apreciados por los clientes y puede ser usado como una ventaja comparativa ante la competencia.

Se recomienda brindar un servicio rápido y eficaz, atendiendo en todo momento los inconvenientes presentados por las madres de familia en relación al servicio educativo a sus hijos, no presentar demoras o aplazamientos en la solución de sus quejas. De igual forma los maestros deberán estar dispuestos a escuchar y solucionar las dificultades que demuestran las madres de familia a efectos del servicio. En algún caso de urgencia que se presente las madres de familia, se tendrá que citar un día aparte de las clases educativas para solucionar de manera satisfactoria su inconveniente

Se recomienda capacitar al personal de servicio para el manejo de las nuevas tecnologías establecidas en la Institución Educativa Emmanuel Talentos. De igual forma el personal de servicio deberá reflejar una imagen de honestidad, confianza, seguridad, higiene e integridad en el trabajo que realiza, para que así las madres de familia puedan sentirse satisfechas con el servicio que se les brinda. Además deberá también manifestar una actitud de cortesía con respecto al servicio brindado a los niños y madres de familia, esto se enmarca en la acción de saludar, despedir de una manera respetuosa, y atender a los niños de una manera personalizada.

Se recomienda ofrecer una atención personalizada tanto a los niños como a las madres de familia en relación a la solución de sus conflictos, interés en el desarrollo del aprendizaje de su menor hijo, etc. Asimismo los maestros deberán tener empatía ante los problemas suscitados por parte de las madres de familia, para así tener conocimiento de las causas del conflicto y brindarle una solución. Del mismo modo se deberá establecer horarios que se adecuen a las preferencias de la demanda. Finalmente los maestros deberán mantener una buena relación con las madres de familia para así lograr su máxima satisfacción con todo lo mencionado.

## VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Alén, M y Fraiz, J. (2006). *Relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del consumidor. Su evaluación en el ámbito del turismo Termal*. (Artículo científico). Universidad de Vigo, Pontevedra, España, Recuperado de: <http://www.aedem-virtual.com/articulos/iedee/v12/121251.pdf>.

Arturo, K. (2011). *La Satisfacción del cliente*. Recuperado de: <http://www.crecenegocios.com/la-satisfaccion-del-cliente/>.

Chiavenato, I. (2011). *Introducción a la teoría general de la Administración*. (8°ed.). México D.F: McGraw-Hill.

Deulofeu, J. (2012). *Gestión de calidad total en el retail: con la implicación de Personas y la satisfacción del cliente y la sociedad*. Madrid-España: Pirámide.

Duque, E., Chaparro, C. (2012). *Medición de la percepción de la Calidad del Servicio de educación por parte de los estudiantes de la UPTC*. Recuperado de: <http://criteriolibre.unilibre.edu.co/index.php/clibre/article/view/94/86>.

Evans, J, y Lindsay, W. (2008). *Administración y Control de la Calidad*. (7°ed.). Monterrey, México: Cengage Learning.

Garzón, N. (2014). *Evaluación de satisfacción del paciente con la calidad del proceso de la atención medica recibida en el área consulta externa del hospital León Becerra de la ciudad de Milagro*. (Tesis para optar el grado de magister en salud pública) Universidad de Guayaquil, Ecuador. Recuperado de: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/7194/1/GARZ%c3%93Nnarcisa.pdf>.

- Hernández, R., Fernández, C, y Baptista, P. (1997). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill.
- Hernández, R., Fernández, C, y Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. (5° ed.). México: McGraw-Hill.
- Herrera (2014). *Calidad de servicio y el nivel de satisfacción de los usuarios de la oficina nacional previsional ONP, Lima Centro, 2014*. (Tesis para optar el grado de licenciado en Administración). Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú.
- Hoffman, D, y Bateson, J. (2011). *Marketing de Servicios. Conceptos, estrategias y casos* (4°ed.). México: Cengage Learning.
- Kotler, P, y Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de Marketing*. (8°ed.) México: Pearson Educación.
- Morillo, M. (enero-junio, 2009). *La calidad en el servicio y la satisfacción del usuario en instituciones financieras del municipio Libertador del estado Mérida*. *Economía*, XXXIV, 27. (1), 199-223. Recuperado de:<http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/30308/1/articulo9.pdf>
- Murillo (2013). *Calidad de servicio y su relación con la satisfacción de los padres de familia de la I.E.P. Mártir de la medicina del distrito de San Juan de Lurigancho, UGEL 05, 2013*. (Tesis para optar el grado de licenciado en administración).Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú.
- Sánchez (2013). *Calidad de servicio y la satisfacción de clientes de la empresa Cerámica San Lorenzo S.A.C, en el distrito de San Martin de Porres-2013*. (Tesis para optar el grado de licenciado en administración). Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú.



Srinivasan, A, y Kurey, B. (10 de Junio de 2014). La cultura de la calidad. *El Comercio*. Recuperado de:  
<http://www.up.edu.pe/postgrado/noticias/noticia/?idDet=452>.

Summers, D. (2006). Administración de la calidad. México: Pearson Educación

Thompson, I. (2005). *La satisfacción del cliente*. Recuperado de:  
<http://www.promonegocios.net/clientes/satisfaccion-cliente.html>

Vara, A. (2010). *Como hacer una tesis en ciencias empresariales*. (2°ed). Recuperado de:  
<http://www.administracion.usmp.edu.pe/wp-content/uploads/sites/9/2014/02/ManualBreveIEA2010.pdf>.

Vargas, M, y Aldana, L. (2006). *Calidad y Servicios: Conceptos y Herramientas*. Bogotá: Ecoe.

Vásquez, A. (2008). Análisis de la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en el BBVA Provincial, oficina Barquisimeto las Trinitarias, (2546). (Tesis para optar el título de licenciada en Administración, Universidad Centroccidental “Lisandro Alvarado”, Venezuela). Recuperado de:  
[http://bibadm.ucla.edu.ve/edocs\\_baducla/tesis/ta308.pdf](http://bibadm.ucla.edu.ve/edocs_baducla/tesis/ta308.pdf).

Vásquez (2013). Calidad de servicios básicos de salud y satisfacción de los usuarios en el hospital regional de Huacho – 2013. (Tesis para optar el grado de licenciado en administración). Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú.

## **ANEXOS:**

- I. CUESTIONARIO DE CALIDAD DE SERVICIO
- II. CUESTIONARIO DE SATISFACCION DEL CLIENTE
- III. VALIDACIONES DE LOS INSTRUMENTOS
- IV. MATRIZ DE CONSISTENCIA
- V. TABLA DE ESPECIFICACION DE LAS VARIABLES I Y II
- VI. PRUEBA DE NORMALIDAD
- VII. GRAFICOS DESCRIPTIVOS DE LAS VARIABLES I Y II
- VIII. CARTA DE AUTORIZACION DE LA INSTITUCION EDUCATIVA  
EMMANUEL TALENTOS PARA REALIZAR LA INVESTIGACIÓN
- IX. FOTOGRAFIAS DE MADRES ENCUESTADAS DE LA INSTITUCION  
EDUCATIVA EMMANUEL TALENTOS
- X. ÍNDICE DE SIMILITUD

## ANEXO I: INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE DATOS DE LA VARIABLE I

### CUESTIONARIO DE CALIDAD DE SERVICIO

La aplicación del presente cuestionario tiene como propósito conocer las opiniones de las madres de familia sobre el servicio que reciben en la Institución Educativa Emmanuel Talentos. Las respuestas que se obtengan son de uso confidencial y serán empleadas en un trabajo de Investigación.

#### ✓ INSTRUCCIONES:

Lea con atención las preguntas y marque con (X) en la columna de respuesta con la cual este más de acuerdo.

Nunca	Casi Nunca	A veces	Casi Siempre	Siempre
1	2	3	4	5

	CALIDAD DE SERVICIO	ESCALA				
		1	2	3	4	5
	<b>ELEMENTOS TANGIBLES</b>					
01.	La Institución Educativa Emmanuel Talentos dispone de equipos modernos para su enseñanza.					
02.	Los recursos didácticos y tecnológicos con los que cuenta la Institución Educativa Emmanuel Talentos es el adecuado.					
03.	Las instalaciones físicas de la Institución Educativa Emmanuel Talentos son seguras.					
04.	El personal de servicio de la Institución Educativa Emmanuel Talentos muestra un aspecto físico impecable.					
05.	Los materiales empleados en el servicio son visualmente atractivos.					
	<b>FIABILIDAD</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
06.	Las promesas que brinda la Institución Educativa Emmanuel Talentos son cumplidas.					
07.	La Institución Educativa Emmanuel Talentos muestra interés en resolver sus problemas.					
08.	La Institución Educativa Emmanuel Talentos realiza un buen servicio.					

09.	La Institución Educativa Emmanuel Talentos tiene la capacidad de resolver sus conflictos escolares.					
10.	La Institución Educativa Emmanuel Talentos imparte valores en el aprendizaje del niño(a).					
11.	La Institución Educativa Emmanuel Talentos desarrolla un buen proceso de enseñanza.					
12.	El nivel profesional de los maestros de la Institución Educativa Emmanuel Talentos es adecuado.					
13.	La relación maestro-niño es adecuada.					
<b>CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
14.	El personal de la Institución Educativa Emmanuel Talentos brindan un servicio rápido a las madres de familia.					
15.	El personal de la Institución Educativa Emmanuel Talentos están dispuestos a ayudar a las madres de familia.					
16.	El personal de la Institución Educativa Emmanuel Talentos están dispuestos para responder a sus peticiones.					
17.	El proceso de atención y solución de quejas y reclamos es adecuado.					
<b>SEGURIDAD</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
18.	El personal está calificado para adaptar nuevas tecnologías.					
19.	El personal genera una imagen de honestidad y confianza.					
20.	Las madres de familia se sienten seguros al dejar a sus niños en la Institución Educativa Emmanuel Talentos.					
21.	El personal de la Institución Educativa Emmanuel Talentos tiene una actitud cortés con las madres de familia.					
<b>EMPATIA</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
22.	El personal de la Institución Educativa ofrece a las madres de familia una atención personalizada.					
23.	El personal de la Institución Educativa Emmanuel Talentos entiende las necesidades específicas de las madres de familia.					
24.	La Institución Educativa Emmanuel Talentos tiene horarios convenientes para los alumnos.					
25.	La relación de maestros y madres de familia es adecuado					

## ANEXO II: INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE DATOS DE LA VARIABLE

### II

#### CUESTIONARIO DE SATISFACCION DEL CLIENTE

La aplicación del presente cuestionario tiene como finalidad evaluar la satisfacción de las madres de familia con la calidad de servicios que ofrece la Institución Educativa Emmanuel Talentos. Las respuestas que se obtengan son de uso confidencial y serna empleadas en un trabajo de Investigación.

#### ✓ INSTRUCCIONES:

Lea con atención las preguntas y marque con (X) en la columna de respuesta con la cual este más de acuerdo.

Nunca	Casi Nunca	A veces	Casi Siempre	Siempre
1	2	3	4	5

SATISFACCION DEL CLIENTE		ESCALA				
PERCEPCIONES		1	2	3	4	5
01.	La atención del personal de la Institución Educativa Emmanuel Talentos es buena.					
02.	El personal de la Institución Educativa Emmanuel Talentos da una imagen de honestidad y confianza.					
03.	El personal de la Institución Educativa Emmanuel Talentos brinda confianza para expresar sus problemas.					
04.	El personal administrativo cumple con su horario de atención.					
05.	El personal administrativo de la Institución Educativa Emmanuel Talentos se muestra dispuesto en atender sus consultas.					
06.	Los maestros cumplen con su horario de enseñanza.					
07.	Los maestros de la Institución Educativa Emmanuel Talentos se muestran dispuestos a atender sus peticiones.					
08.	La relación maestro y niño es adecuado.					
09.	La relación maestro y madre de familia es apropiado.					

10.	Los ambientes de la Institución Educativa Emmanuel Talentos son amplios y adecuados.					
11.	Percibe que las aulas están ambientadas adecuadamente.					
12.	Percibe que la higiene y limpieza de la Institución Educativa Emmanuel Talentos es adecuado.					
13.	Perciben que los materiales de la Institución Educativa Emmanuel Talentos están en buen estado.					
14.	Percibe que el clima del lugar es agradable (ventilación y aire acondicionado)					
	<b>EXPECTATIVAS</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
15.	Los precios establecidos por la Institución Educativa Emmanuel Talentos están a su alcance.					
16.	El horario de atención le parece conveniente.					
17.	La ubicación de la Institución Educativa Emmanuel Talentos es la adecuada.					
18.	La Institución Educativa Emmanuel Talentos conoce los intereses y necesidades de las madres de familia.					
19.	La Institución Educativa Emmanuel Talentos da respuestas rápidas a las necesidades y problemas de las madres de familia.					
20.	La Institución Educativa Emmanuel Talentos se adapta perfectamente a las necesidades de las madres de familia.					
21.	La opinión de otros usuarios sobre el servicio de la Institución Educativa Emmanuel Talentos es buena.					
22.	Está usted de acuerdo con las posibilidades que le brinda la Institución Educativa Emmanuel Talentos.					
23.	Está usted de acuerdo con las mejoras del funcionamiento en las visitas que usted realiza.					
24.	Se han solucionado satisfactoriamente mis demandas en ocasiones pasadas.					
25.	El cumplimiento de las actividades cumple con sus expectativas.					
26.	Se informa de una manera clara y comprensible a las madres de familia.					

## ANEXO III: VALIDACIONES DE INSTRUMENTOS DE LA VARIABLE CALIDAD DE SERVICIO



### INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

#### I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr./Mg: DELGADO ARENAS, RAÚL  
 I.2. Cargo e Institución donde labora: DTC OFICINA DE INVESTIGACIÓN  
 I.3. Especialidad del experto: PhD EN MET. DE INV. Y EVALUACIÓN  
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario de Calidad de Servicios  
 I.5. Autor del instrumento: Milagros Echevarría Ureña

#### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelent e 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				68%	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				68%	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación.				68%	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora.....				68%	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				68%	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				68%	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				68%	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se esta investigando.				68%	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				68%	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				68%	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					68%	

#### ITEMS DE LA PRIMERA VARIABLE: CALIDAD DE SERVICIO

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	/			
02	/			
03	/			
04	/			
05	/			
06	/			
07	/			
08	/			
09	/			
10	/			
11	/			
12	/			



13			
14			
15			
16	/		
17	/		
18	/		
19	/		
20	/		
21	/		
22	/		
23	/		
24	/		
25	/		

ITEMS DE LA SEGUNDA VARIABLE: SATISFACCION DE LOS PADRES DE FAMILIA

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	/			
02	/			
03	/			
04	/			
05	/			
06	/			
07	/			
08	/			
09	/			
10	/			
11	/			
12	/			
13	/			
14	/			
15	/			
16	/			
17	/			
18	/			
19	/			
20	/			
21	/			
22	/			
23	/			
24	/			

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

*Es aplicable*

IV. PROMEDIO DEVALORACION:

58%

San Juan de Lurigancho, 03 de 04 del 2016

*[Firma manuscrita]*  
 Firma de experto informante  
 DNI: 10366497



**INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**

**I. DATOS GENERALES:**

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr. Mg.: PAGA PANTI GOSO, FLABIO ROMEO
- I.2. Cargo e Institución donde labora: DOCENTE TP UCV - Lima Este
- I.3. Especialidad del experto: Metodologo (Estadística)
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Encuesta
- I.5. Autor del instrumento: EHEVARRIA LLERENA, MILAGROS

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:**

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelent e 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					76
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					76
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación.					76
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora.....					76
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					76
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					76
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					76
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se esta investigando.					76
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					76
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					76
<b>PROMEDIO DE VALORACIÓN</b>						<b>76%</b>

**ITEMS DE LA PRIMERA VARIABLE: CALIDAD DE SERVICIO**

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	✓			
02		✓		
03	✓			
04		✓		
05	✓			
06	✓			
07	✓			
08		✓		
09	✓			
10	✓			
11	✓			
12	✓			



13				
14				
15			✓	
16			✓	
17	✓			
18			✓	
19			✓	
20	✓			
21	✓			
22	✓			
23	✓			
24	✓			
25	✓			

ITEMS DE LA SEGUNDA VARIABLE: SATISFACCION DE LOS PADRES DE FAMILIA

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	✓			
02	✓			
03	✓			
04	✓			
05	✓			
06	✓			
07	✓			
08				
09		✓		
10	✓	✓		
11	✓			
12	✓			
13	✓			
14	✓			
15	✓			
16	✓			
17	✓			
18	✓			
19	✓			
20	✓			
21	✓			
22	✓			
23	✓			
24	✓			
25	✓			
26	✓			

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

*Redacción de preguntas de calidad de servicio 2, 4, 8, 15, 16, 18 y 19, y de satisfacción: 8 y 9. Se debe revisar las escalas en ambas variables*

IV. PROMEDIO DE VALORACION:

76%

72% calidad de servicio  
80% satisfacción

San Juan de Lurigancho, 05 de Abr. del 2016

Firma de experto informante

DNI: 01212856

**INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**

**I. DATOS GENERALES:**

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr./Mg.: PAZ MUENDO DE AGUIERO LORENA ROCIO  
 I.2. Cargo e Institución donde labora: DOCENTE TIEMPO COMPLETO  
 I.3. Especialidad del experto: FINANZAS - ECONOMISTA  
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Calidad de Servicios (Cuestionario)  
 I.5. Autor del instrumento: ECHIVARRIA LLERENA MILAGROS

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:**

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				X	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				X	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación.				X	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora.....				X	
ORGANIZACIÓN	Cumpre los aspectos en calidad y claridad.				X	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				X	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				X	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se esta investigando.				X	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				X	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				X	
PROMEDIO DE VALORACIÓN						

**ITEMS DE LA PRIMERA VARIABLE: CALIDAD DE SERVICIO**

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	✓			
02	✓			
03	✓			
04	✓			
05	✓			
06	✓			
07	✓			
08	✓			
09	✓			
10	✓			
11	✓			
12	✓			



13				
14				
15				
16				
17				
18				
19				
20				
21				
22				
23				
24				
25				

**ITEMS DE LA SEGUNDA VARIABLE: SATISFACCION DE LOS PADRE DE FAMILIA**

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	✓			
02	✓			
03	✓			
04	✓			
05	✓			
06	✓			
07	✓			
08	✓			
09	✓			
10	✓			
11	✓			
12	✓			
13	✓			
14	✓			
15	✓			
16	✓			
17	✓			
18	✓			
19	✓			
20	✓			
21	✓			
22	✓			
23	✓			
24	✓			

**III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:**

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....  
 .....

**IV. PROMEDIO DEVALORACION:**

70%

San Juan de Lurigancho, 12 de Abril del 2016

Firma de experto informante

DNI: 10007271

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr./Mg.: Candia Menor Marco Antonio  
 I.2. Cargo e Institución donde labora: Docente TC y Administrativo: UCV - Lima Este  
 I.3. Especialidad del experto: Marketing y Administración  
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario de Calidad de Servicios  
 I.5. Autor del instrumento: Milagros Echevarría Ureña

### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				68%	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				68%	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación.				68%	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora.....				68%	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				68%	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				68%	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				68%	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se esta investigando.				68%	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				68%	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				68%	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					68%	

### ITEMS DE LA PRIMERA VARIABLE: CALIDAD DE SERVICIO

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	✓			
02	✓			
03	✓			
04	✓			
05	✓			
06	✓			
07	✓			
08	✓			
09	✓			
10	✓			
11	✓			
12	✓			



13				
14				
15				
16				
17		✓		
18		✓		
19		✓		
20		✓		
21		✓		
22		✓		
23		✓		
24		✓		
25		✓		

**ITEMS DE LA SEGUNDA VARIABLE: SATISFACCION DE LOS PADRES DE FAMILIA**

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	✓			
02	✓			
03	✓			
04	✓			
05	✓			
06	✓			
07	✓			
08	✓			
09	✓			
10	✓			
11	✓			
12	✓			
13	✓			
14	✓			
15	✓			
16	✓			
17	✓			
18	✓			
19	✓			
20	✓			
21	✓			
22	✓			
23	✓			
24	✓			

**III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:**

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

..... Es aplicable .....

**IV. PROMEDIO DE VALORACION:**

68 %

San Juan de Lurigancho, 05 de Abril del 2016

.....  
Firma de experto informante  
DNI: .....

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. DATOS GENERALES:

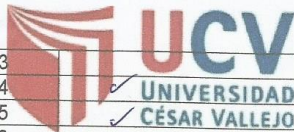
- 1.1. Apellidos y nombres del informante: Dr./Mg.: Yvette Cecilia Plasencia Mariños  
 1.2. Cargo e Institución donde labora: Universidad Cesar Vallejo  
 1.3. Especialidad del experto: Licenciada de Administración  
 1.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario de Calidad de Servicios  
 1.5. Autor del instrumento: Echevarría Uerena Milagros

### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				✓	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				✓	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación.				✓	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora.....				✓	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				✓	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				✓	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				✓	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se esta investigando.				✓	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				✓	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				✓	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					75%	

### ITEMS DE LA PRIMERA VARIABLE: CALIDAD DE SERVICIO

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01		✓		
02	✓			
03	✓			
04	✓			
05		✓		
06		✓		
07	✓			
08	✓			
09		✓		
10	✓			
11	✓			
12		✓		



13				
14	✓			
15	✓			
16	✓			
17	✓			
18	✓			
19	✓			
20	✓			
21	✓			
22				
23		✓		
24	✓			
25	✓			

ITEMS DE LA SEGUNDA VARIABLE: SATISFACCION DE LOS PADRES DE FAMILIA

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	✓			
02	✓			
03	✓			
04	✓			
05	✓			
06		✓		
07		✓		
08	✓			
09	✓			
10	✓			
11	✓			
12	✓			
13	✓			
14	✓			
15	✓			
16	✓			
17		✓		
18	✓			
19	✓			
20	✓			
21	✓			
22	✓			
23	✓			
24	✓			

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....  
*Cuestionario aplicable, objetivo, claro.*  
 .....

IV. PROMEDIO DE VALORACION:

75%

San Juan de Lurigancho, de del 2016

Firma de experto informante  
 DNI: 18099550



## ANEXO IV: MATRIZ DE CONSISTENCIA DE LAS VARIABLES I Y II

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES			
			VARIABLE 1: CALIDAD DE SERVICIO			
Problema principal	Objetivo principal	Hipótesis principal	Dimensiones	Indicadores	Ítems	
¿Qué relación existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de las madres de familia de la Institución Educativa Emmanuel Talentos, SJL UGEL 05, 2016?	Identificar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de las madres de familia de la Institución Educativa Emmanuel Talentos, SJL UGEL 05, 2016.	Existe una relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de las madres de familia de la Institución Educativa Emmanuel Talentos, SJL UGEL 05, 2016.	Elementos Tangibles	Equipos modernos	1	
				Recursos didácticos y tecnológicos	2	
				Instalaciones físicas seguras	3	
				Aspecto físico del personal de servicio	4	
				Materiales atractivos	5	
			Fiabilidad	Cumplimiento de promesas	6	
				Interés en resolver diversos problemas	7	
				Servicio adecuado	8	
				Capacidad de solución de conflictos escolares	9	
				Capacidad de Respuesta	Fortalecimiento de valores	10
					Proceso de enseñanza adecuado	11
					Nivel profesional de profesores	12
			Relación maestro-niño		13	
			Servicio rápido y eficaz		14	
			Seguridad	Disposición del personal de servicio	15	
				Tiempo disponible del personal del colegio ante peticiones	16	
				Proceso de atención ante quejas y reclamos	17	
Empatía	Personal calificado para la adaptación de nuevas tecnologías	18				
	Imagen de honestidad y confianza del personal	19				
	Seguridad de las madres de familia	20				
	Actitud de cortesía del personal del colegio	21				
	Atención personalizada	22				
	Empatía ante los problemas	23				
	Horarios de atención convenientes	24				
Relación maestro-madre de familia	25					
<b>VARIABLE 2: SATISFACCION DEL CLIENTE</b>					<b>Ítems</b>	
¿Existe relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de las madres de familia de la Institución Educativa Emmanuel Talentos, SJL UGEL 05, 2016?	Determinar la relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de las madres de familia de la Institución Educativa Emmanuel Talentos, SJL UGEL 05, 2016.	La capacidad de respuesta se relaciona con la satisfacción de las madres de familia de la Institución Educativa Emmanuel Talentos, SJL UGEL 05, 2016.	Percepciones	Atención del Personal	1	
				Imagen de honestidad y confianza del personal	2	
				Imagen de confianza del personal de servicio	3	
				horarios del personal administrativo	4	
				Atención del personal administrativo	5	
				Horarios de los maestros	6	
				Disposición de los maestros	7	
				Relación maestro-niño	8	
			Expectativas	Relación maestro-madre de familia	9	
				Ambientes amplios y adecuados	10	
				Ambientación adecuada	11	
				Higiene adecuada	12	
				Materiales en buen estado	13	
				Ventilación adecuada	14	
¿Existe relación entre la seguridad y la satisfacción de las madres de familia de la Institución Educativa Emmanuel Talentos, SJL UGEL 05, 2016?	Determinar la relación entre la seguridad y la satisfacción de las madres de familia de la Institución Educativa Emmanuel Talentos, SJL UGEL 05, 2016.	La seguridad se relaciona con la satisfacción de las madres de familia de la Institución Educativa Emmanuel Talentos, SJL UGEL 05, 2016.	Expectativas	Precios adecuados	15	
				Horario de atención adecuada	16	
				Ubicación del colegio adecuado	17	
				Información clara y comprensible	18	
				Interés de necesidades	19	
				Respuesta rápidas	20	
				Adaptación a necesidades	21	
				Opinión de otros usuarios	22	
				Posibilidades brindadas	23	
				Mejoras en el funcionamiento	24	
				Solución de demandas pasadas	25	
				Cumplimiento de expectativas	26	
¿Existe relación entre la empatía y la satisfacción de las madres de familia de la Institución Educativa Emmanuel Talentos, SJL UGEL 05, 2016?	Determinar la relación entre la empatía y la satisfacción de las madres de familia de la Institución Educativa Emmanuel Talentos, SJL UGEL 05, 2016.	La empatía se relaciona con la satisfacción de las madres de familia de la Institución Educativa Emmanuel Talentos, SJL UGEL 05, 2016.	Expectativas			

## ANEXO V: TABLA DE ESPECIFICACION DE LAS VARIABLES I Y II

VARIABLE	DIMENSIONES	%	ITEM	INDICADORES		ITEM
<b>CALIDAD DE SERVICIOS</b>	<b>ELEMENTOS TANGIBLES</b>	20%	5	Equipos modernos	5	1
				Recursos didácticos y tecnológicos		2
				Instalaciones físicas seguras		3
				Aspecto físico del personal de servicio		4
				Materiales atractivos		5
	<b>FIABILIDAD</b>	32%	8	Cumplimiento de promesas	8	6
				Interés en resolver diversos problemas		7
				Servicio adecuado		8
				Capacidad de solución de conflictos escolares		9
				Fortalecimiento de valores		10
				Proceso de enseñanza adecuado		11
				Nivel profesional de profesores		12
				Relación maestro-niño		13
	<b>CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>	16%	4	Servicio rápido y eficaz	4	14
				Disposición del personal de servicio		15
				Tiempo disponible del personal del colegio ante peticiones		16
				Proceso de atención ante quejas y reclamos		17
	<b>SEGURIDAD</b>	16%	4	Personal calificado para la adaptación de nuevas tecnologías	4	18
				Imagen de honestidad y confianza del personal		19
				Seguridad de las madres de familia		20
				Actitud de cortesía del personal del colegio		21
	<b>EMPATIA</b>	16%	4	Atención personalizada	4	22
				Empatía ante los problemas		23
				Horarios de atención convenientes		24
				Relación maestro-madre de familia		25
	<b>TOTAL</b>	100%	25			

VARIABLE	DIMENSIONES	%	ITEM	INDICADORES	ITEM
SATISFACCION DEL CLIENTE	PERCEPCIONES	54%	14	Atención del personal	1
				Imagen de honestidad y confianza del personal	2
				Imagen de confianza del personal de servicio	3
				Horarios del personal de servicio	4
				Atención del personal administrativo	5
				Horarios de los maestros	6
				Disposición de los maestros	7
				Relación maestro-niño	8
				Relación maestro-madre de familia	9
				Ambientes amplios y adecuados	10
				Ambientación adecuada	11
				Higiene adecuada	12
				Materiales en buen estado	13
				Ventilación adecuada	14
	EXPECTATIVAS	46%	12	Precios adecuados	15
				Horario de atención adecuada	16
				Ubicación del colegio adecuado	17
				Información clara y comprensible	18
				Interés de necesidades	19
				Respuestas rápidas	20
				Adaptación a necesidades	21
				Opinión de otros usuarios	22
				Posibilidades brindadas	23
				Mejoras en el funcionamiento	24
				Solución de demandas pasadas	25
				Cumplimiento de expectativas	26
	<b>TOTAL</b>	100%	26		

## ANEXO VI: Prueba de Normalidad

### A. Prueba de normalidad de la distribución de datos de la variable Calidad de Servicios y dimensiones

**Tabla N° 15: Prueba de normalidad de la variable calidad de servicios**

**Prueba de Kolmogorov-Smirnov**

		V1D1	V1D2	V1D3	V1D4	V1D5	VAR1
N		120	120	120	120	120	120
Parámetros normales <sup>a,b</sup>	Media	16,42	27,67	14,68	13,97	13,71	86,44
	Desviación típica	3,912	6,718	3,298	3,122	3,436	16,436
Diferencias más extremas	Absoluta	,176	,189	,240	,271	,200	,111
	Positiva	,176	,189	,240	,271	,200	,111
	Negativa	-,115	-,134	-,168	-,213	-,094	-,066
Z de Kolmogorov-Smirnov		1,925	2,065	2,634	2,966	2,185	1,221
Sig. asintót. (bilateral)		,001	,000	,000	,000	,000	,101

a. La distribución de contraste es la Normal.

b. Se han calculado a partir de los datos.

En la Tabla N°15, se observa que el comportamiento de la variable calidad de servicios en la Institución Educativa Emmanuel Talentos, UGEL 05 localizado en el distrito de San Juan de Lurigancho, se basa en una distribución no paramétrica, dado que el valor de significancia de la prueba de **Kolmogorov-Smirnov**, tienen un valor de significancia menor según tabla al 0.05 de significancia, es decir la dimensión elementos tangibles es  $0.001 > 0.05$ , la dimensión fiabilidad es  $0.000 > 0.05$ , asimismo la dimensión capacidad de respuesta, es decir un  $0.000 > 0.05$ , del mismo modo la dimensión seguridad toma a  $0.000 > 0.05$  y finalmente en relación a la dimensión empatía resulta  $0.000 > 0.05$  sobre la variable calidad de servicios es  $0,101 < 0.05$  sin embargo, esto evidencia que los elementos que componen dicha variables se mueven bajo una distribución normal lo que demuestra esta prueba se aplica por los números de elementos o estudiados son mayores a 50 lo que proporciona el empleo de esta prueba de normalidad, además el alcance de esta prueba remarca que la constatación de hipótesis se hizo bajo la prueba de Spearman.

**B. Prueba de normalidad de la distribución de datos de la variable Satisfacción del cliente**

**Tabla N° 16: Prueba de normalidad de la variable Satisfacción del cliente**

Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra

		SUMAV2D1	SUMAV2D2	SUMAVAR2
N		120	120	120
Parámetros normales <sup>a,b</sup>	Media	51,59	43,01	94,60
	Desviación típica	12,111	10,544	21,318
Diferencias más extremas	Absoluta	,139	,149	,180
	Positiva	,095	,138	,180
	Negativa	-,139	-,149	-,125
Z de Kolmogorov-Smirnov		1,521	1,636	1,971
Sig. asintót. (bilateral)		,020	,009	,001

a. La distribución de contraste es la Normal.

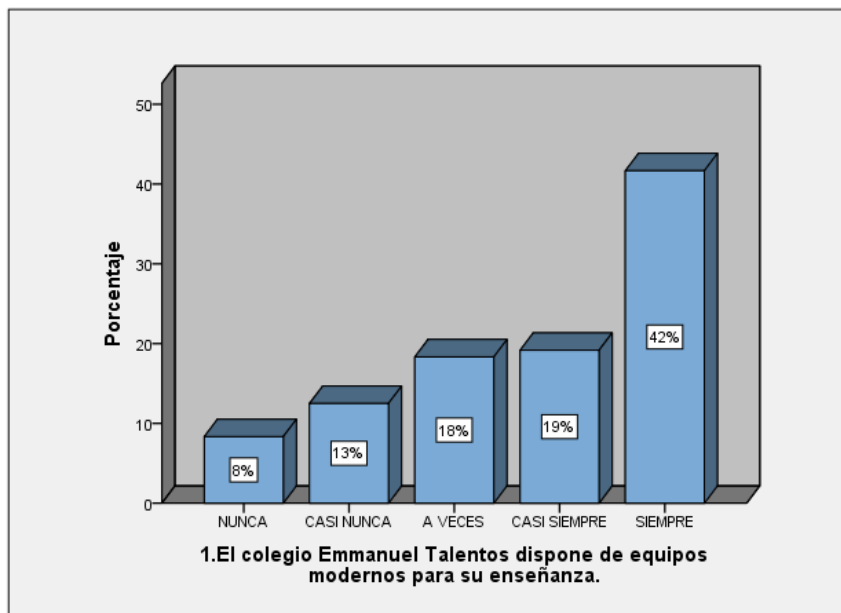
b. Se han calculado a partir de los datos.

En la Tabla N°16, se utiliza la prueba de **Kolmogorov-Smirnov** debido a que el número de madres son 120, por lo tanto el comportamiento de la variable satisfacción en la Institución Educativa Emmanuel Talentos, UGEL 05 en el distrito de San Juan de Lurigancho, evidencian una distribución no normal, dado que el valor de significancia es menor según tabla al 0.05 de significancia, es decir la dimensión percepciones es  $0.020 > 0.05$ , la dimensión expectativas es  $0.000 > 0.05$  y finalmente en relación a la variable satisfacción es  $0,001 < 0.05$ , según los resultados existe prueba suficientes para sostener que los datos se ajusta hacia una distribución paramétrica lo que confirma que para correlacionar la variable 2 con la variable 1 y sus dimensiones que la componen se orientó hacia la prueba de Spearman de acuerdo al modelo estructural planteado en torno a los objetivos.

## ANEXO VII: GRÁFICOS DESCRIPTIVOS DE LAS VARIABLES I Y II

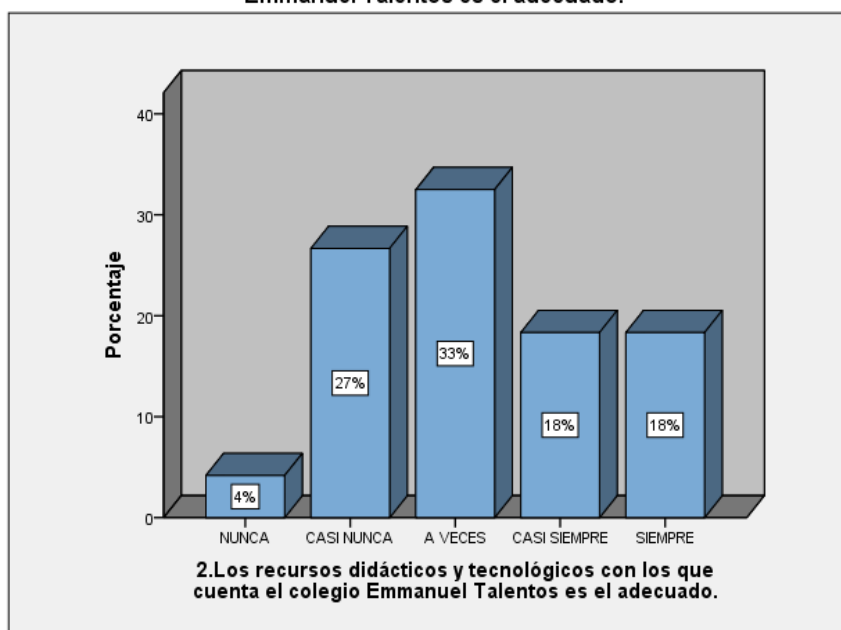
**Gráfico 01:** Distribución de frecuencias la Institución Educativa Emmanuel Talentos dispone de equipos modernos para su enseñanza.

1.El colegio Emmanuel Talentos dispone de equipos modernos para su enseñanza.

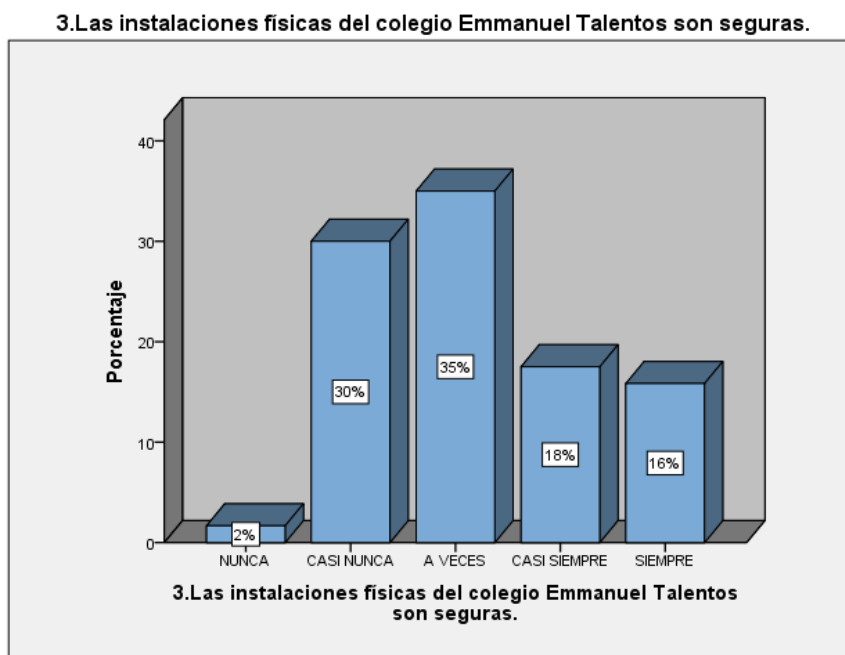


**Gráfico 02:** Distribución de frecuencias los recursos didácticos y tecnológicos con los que cuenta la Institución Educativa Emmanuel Talentos es el adecuado.

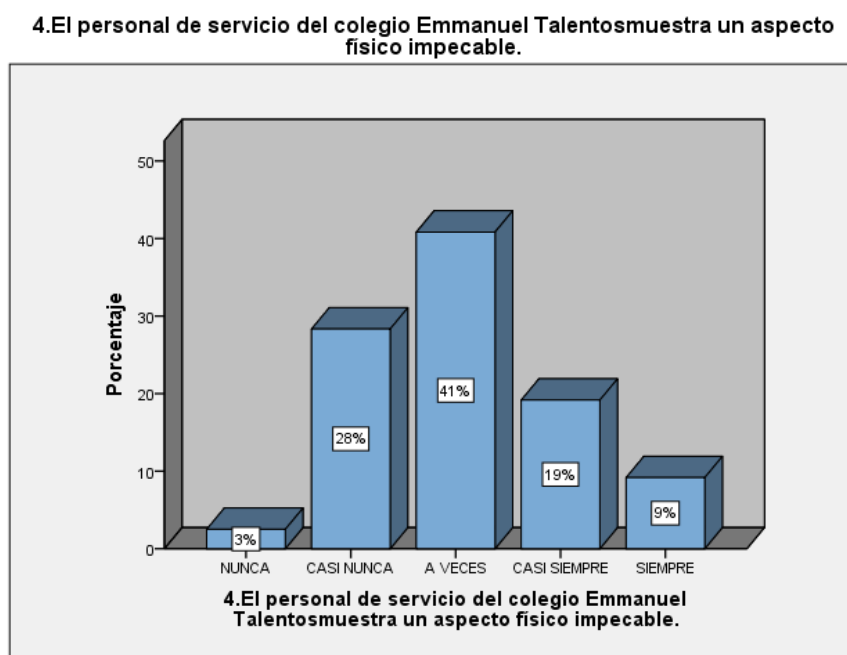
2.Los recursos didácticos y tecnológicos con los que cuenta el colegio Emmanuel Talentos es el adecuado.



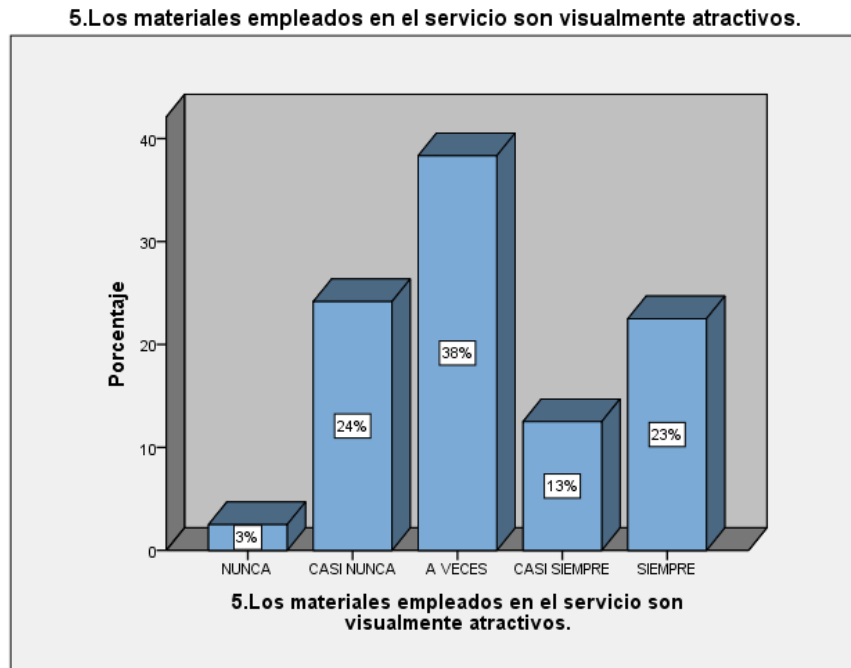
**Gráfico 03:** Distribución de frecuencias las instalaciones físicas de la Institución Educativa Emmanuel Talentos son seguras.



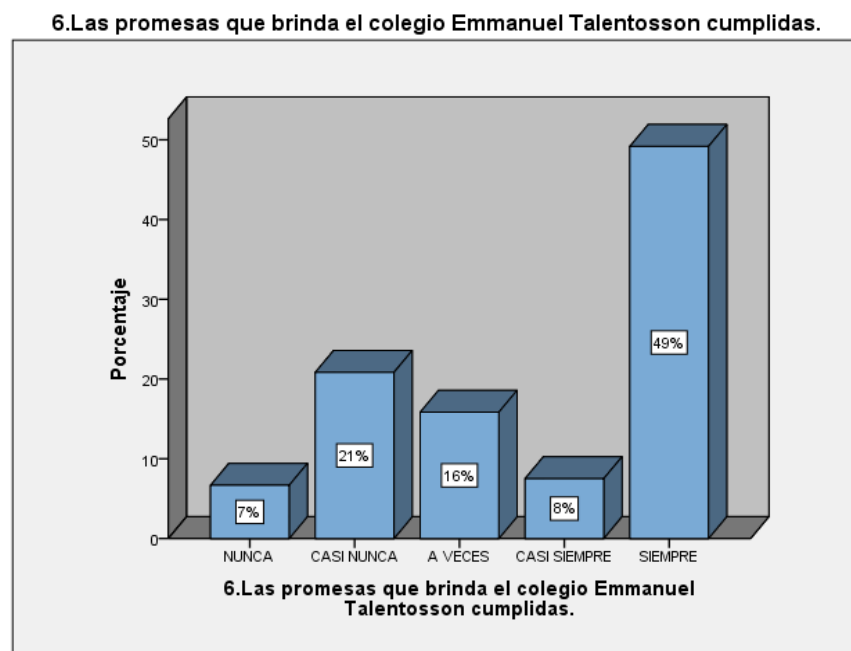
**Gráfico 04:** Distribución de frecuencias el personal de servicio de la Institución Educativa Emmanuel Talentos muestra un aspecto físico impecable.



**Gráfico 05:** Distribución de frecuencias los materiales empleados en el servicio son visualmente atractivos.

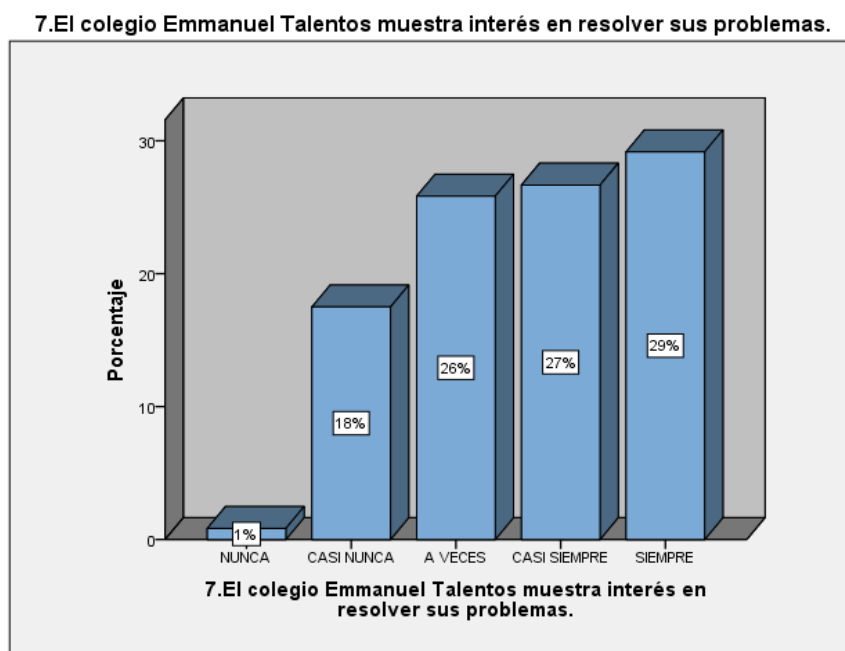


**Gráfico 06:** Distribución de frecuencias las promesas que brinda la Institución Educativa Emmanuel Talentos son cumplidas.

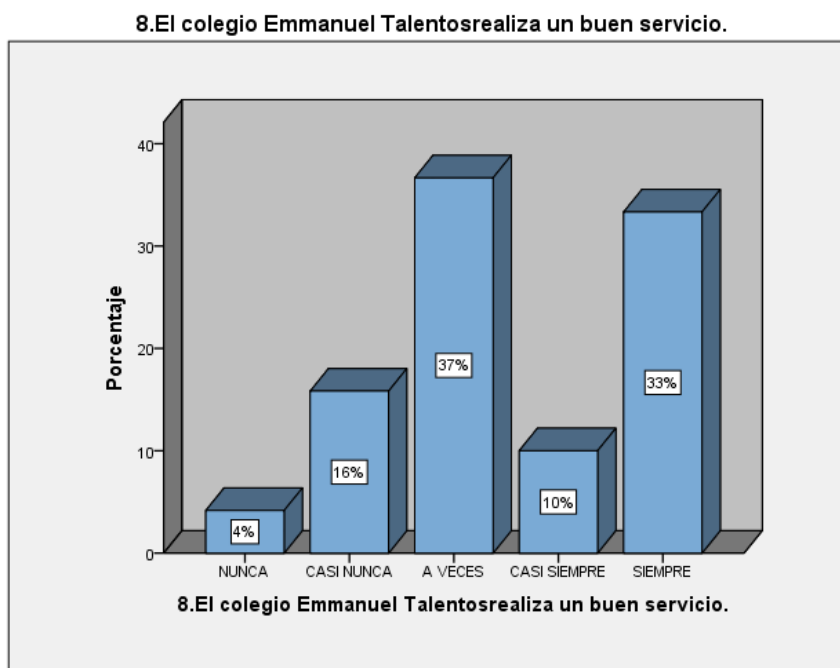




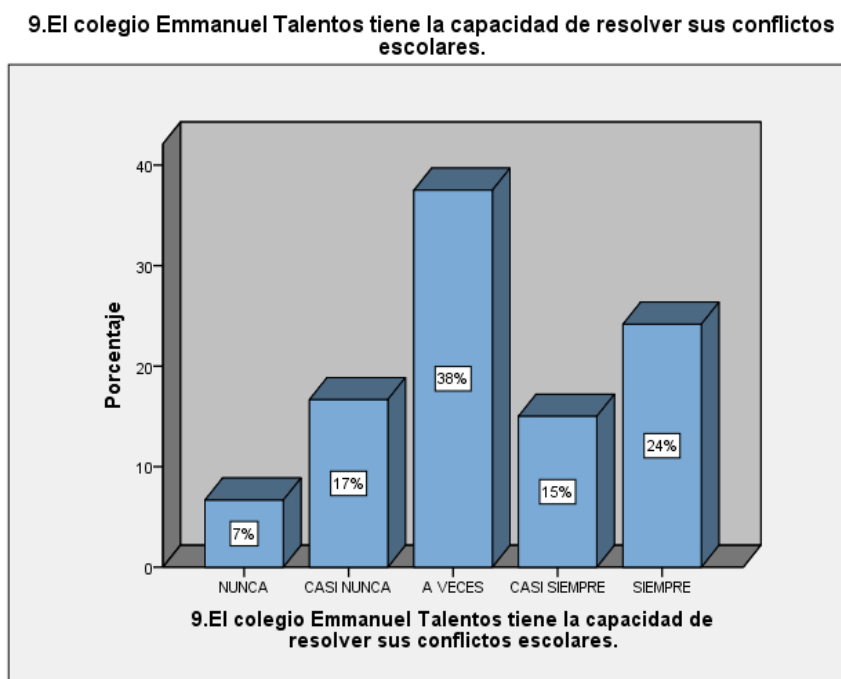
**Gráfico 07:** Distribución de frecuencias la Institución Educativa Emmanuel Talentos muestra interés en resolver sus problemas.



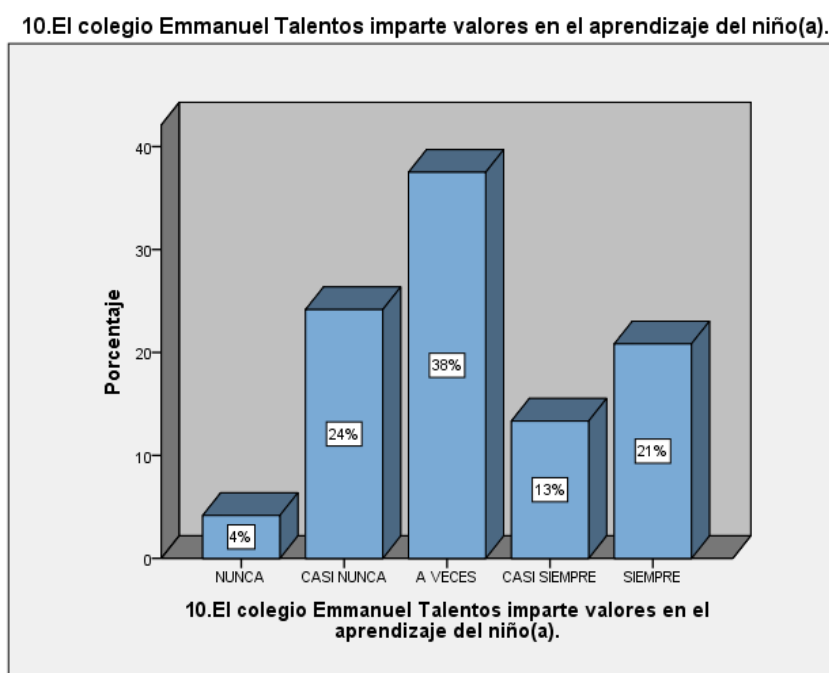
**Gráfico 08:** Distribución de frecuencias la Institución Educativa Emmanuel Talentos realiza un buen servicio.



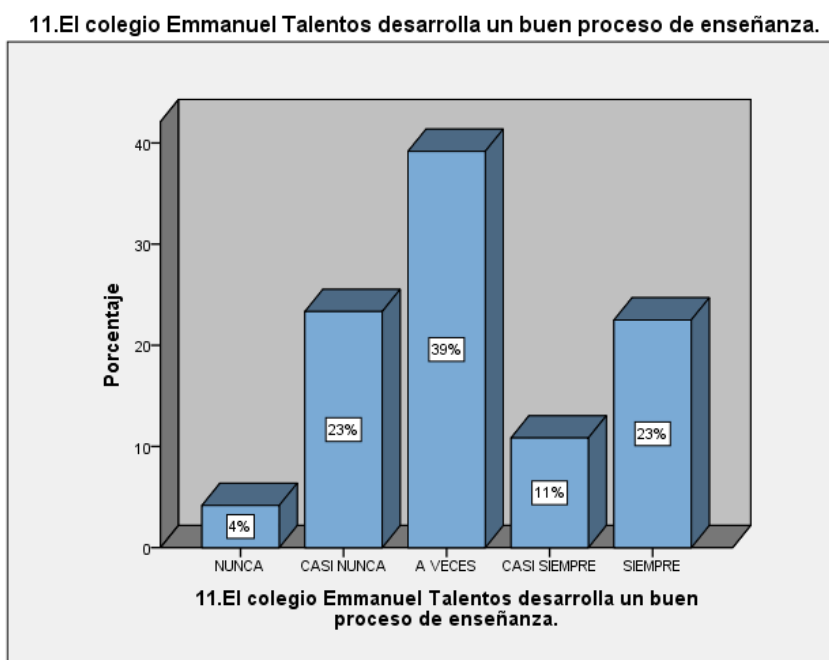
**Gráfico 09:** Distribución de frecuencias la Institución Educativa Emmanuel Talentos tiene la capacidad de resolver sus conflictos escolares.



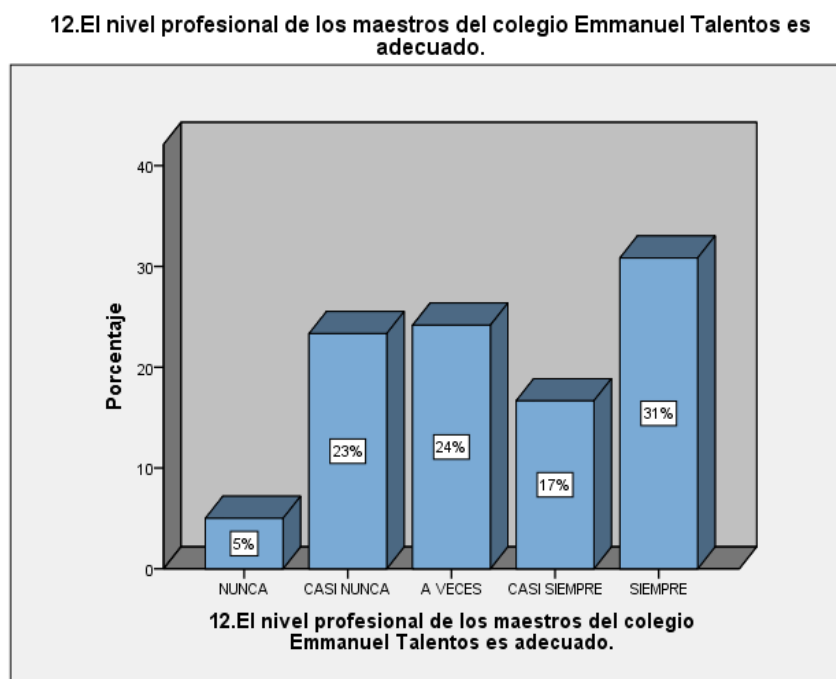
**Gráfico 10:** Distribución de frecuencias la Institución Educativa Emmanuel Talentos imparte valores en el aprendizaje del niño(a).



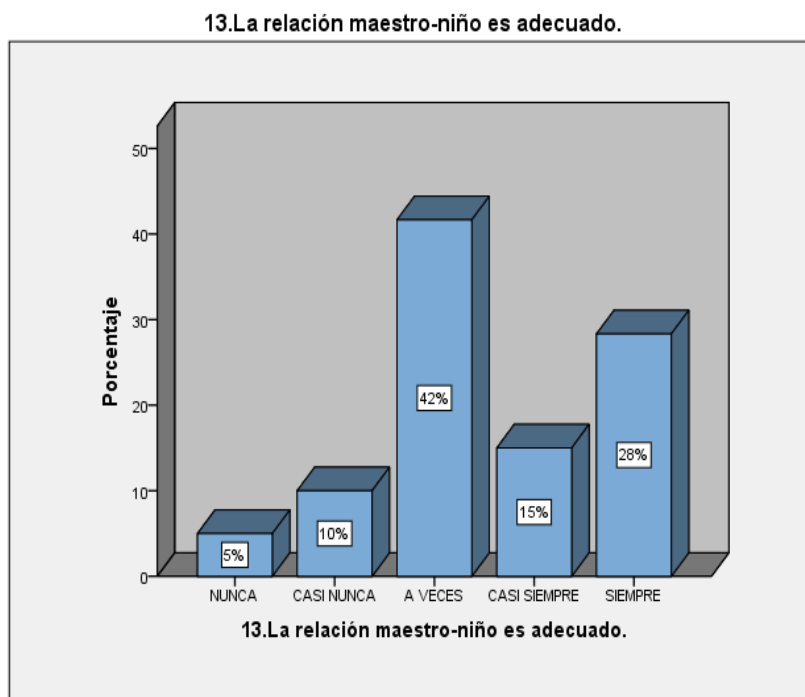
**Gráfico 11:** Distribución de frecuencias la Institución Educativa Emmanuel Talentos desarrolla un buen proceso de enseñanza.



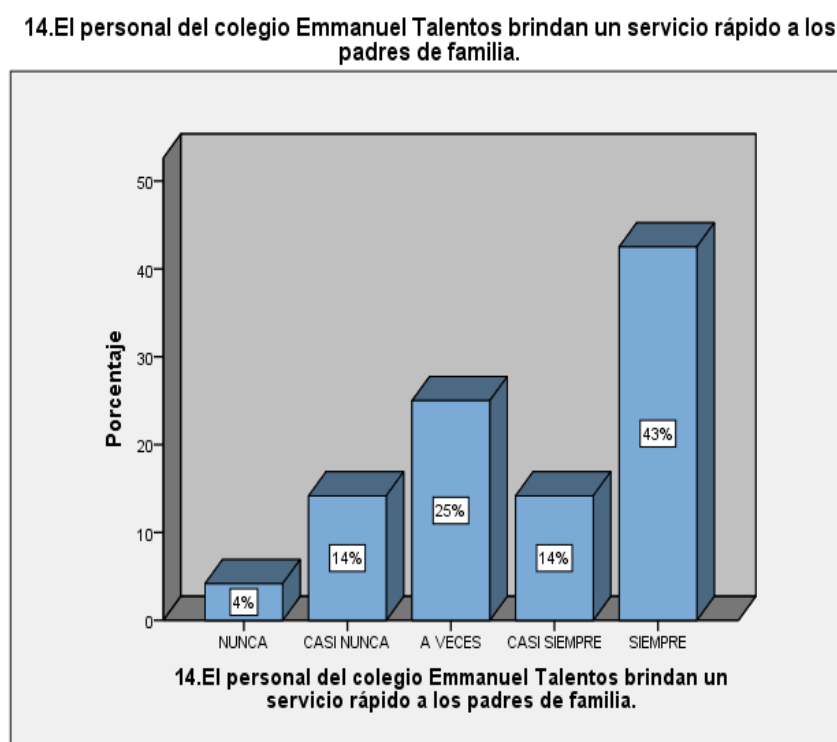
**Gráfico 12:** Distribución de frecuencias el nivel profesional de los maestros de la Institución Educativa Emmanuel Talentos es adecuado.



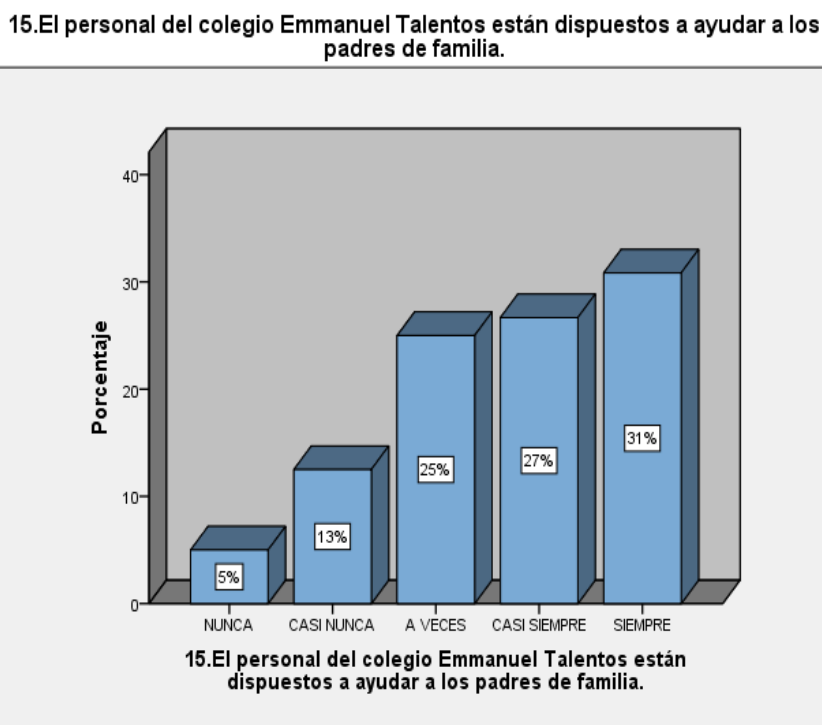
**Gráfico 13:** Distribución de frecuencias la relación maestro-niño es adecuada.



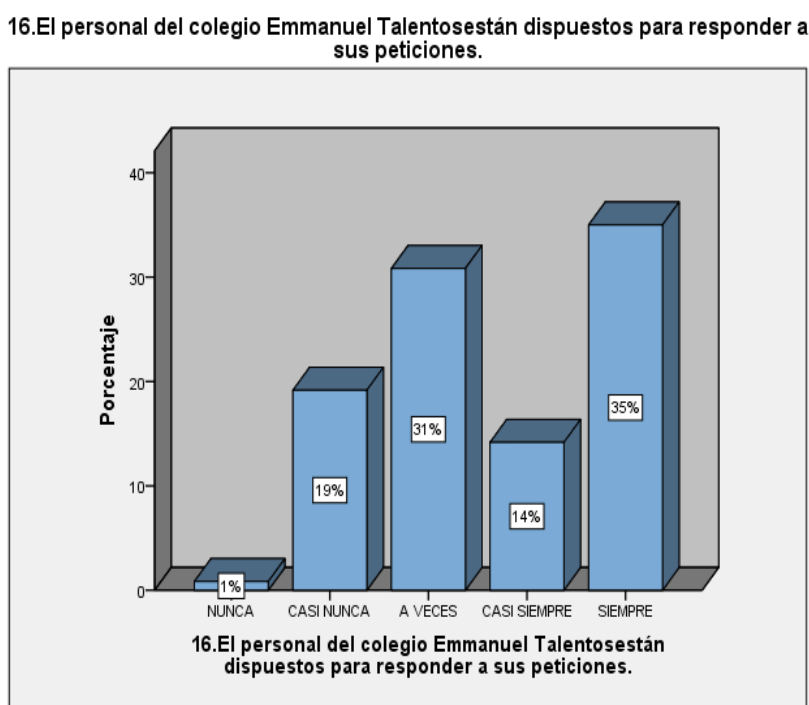
**Gráfico 14:** Distribución de frecuencias el personal de la Institución Educativa Emmanuel Talentos brindan un servicio rápido a las madres de familia.



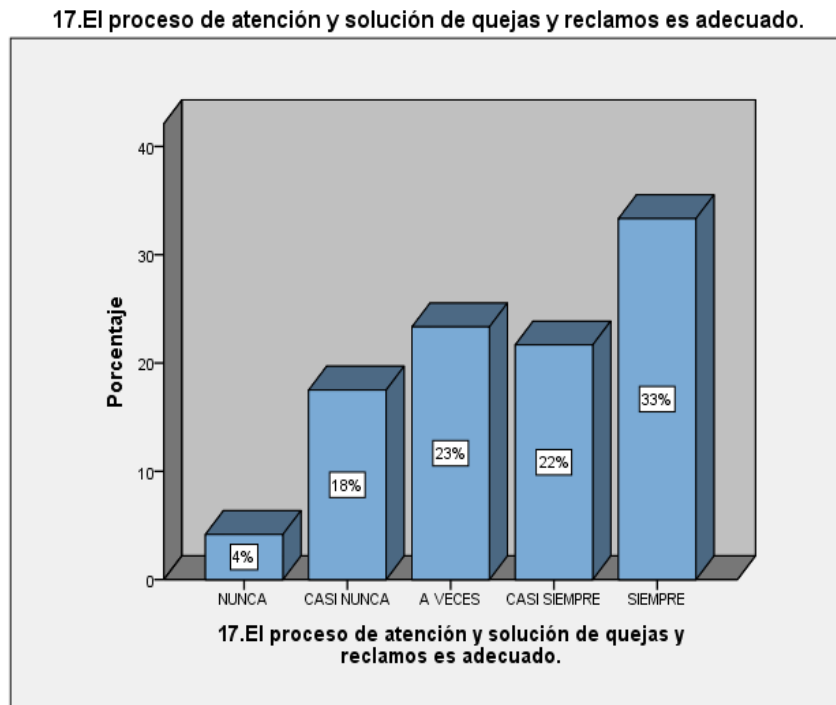
**Gráfico 15:** Distribución de frecuencias el personal de la Institución Educativa Emmanuel Talentos están dispuestos a ayudar a las madres de familia.



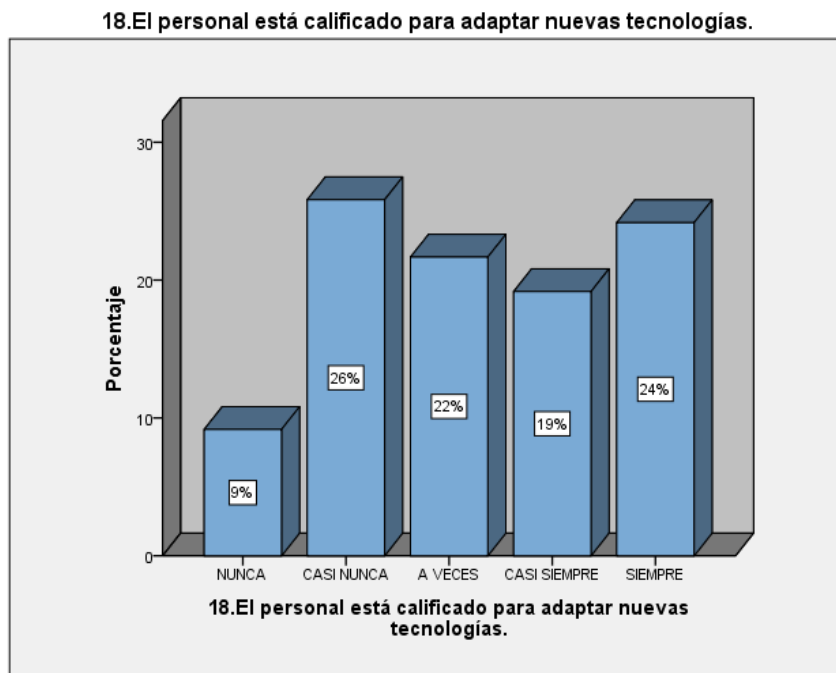
**Gráfico 16:** Distribución de frecuencias el personal de la Institución Educativa Emmanuel Talentos están dispuestos para responder a sus peticiones.



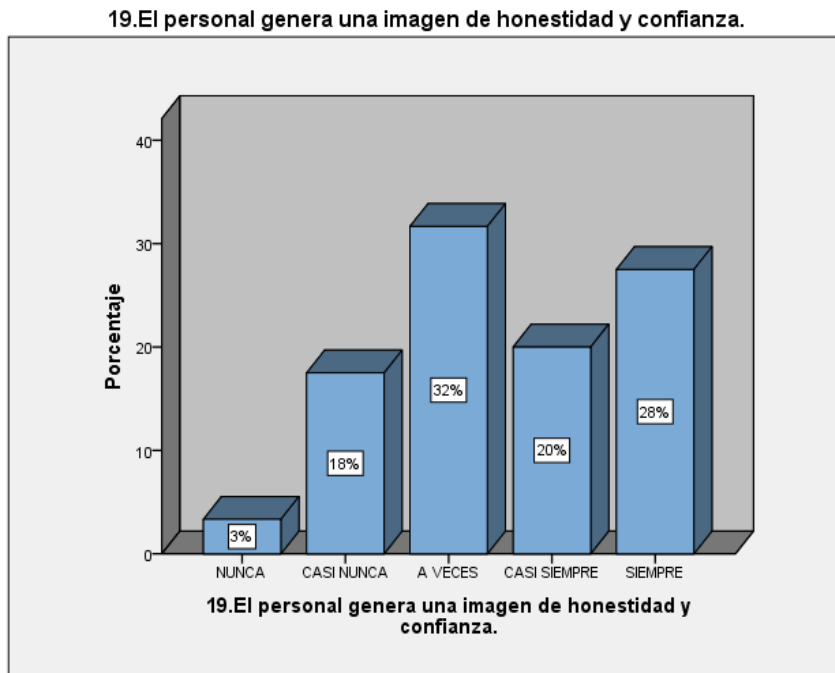
**Gráfico 17:** Distribución de frecuencias el proceso de atención y solución de quejas y reclamos es adecuado.



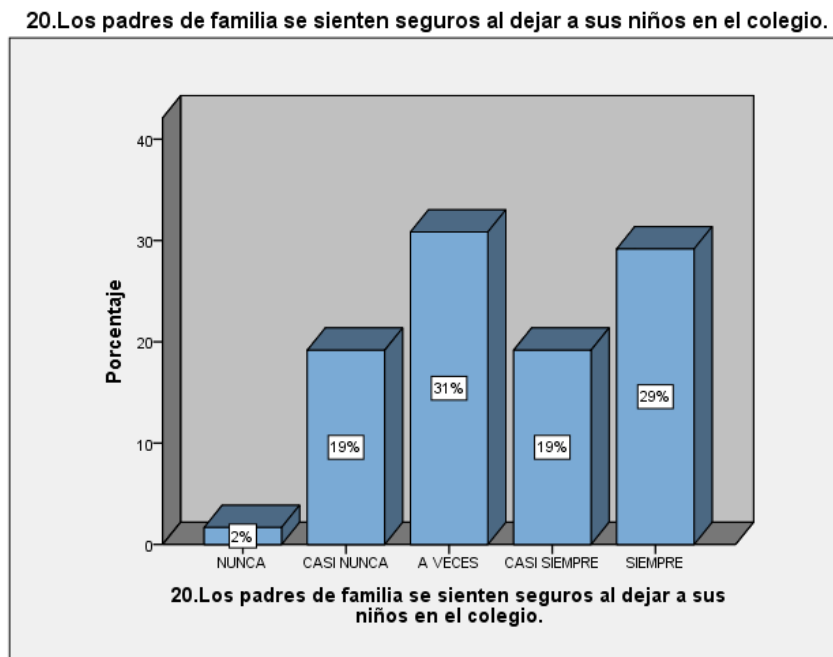
**Gráfico 18:** Distribución de frecuencias el personal está calificado para adaptar nuevas tecnologías.



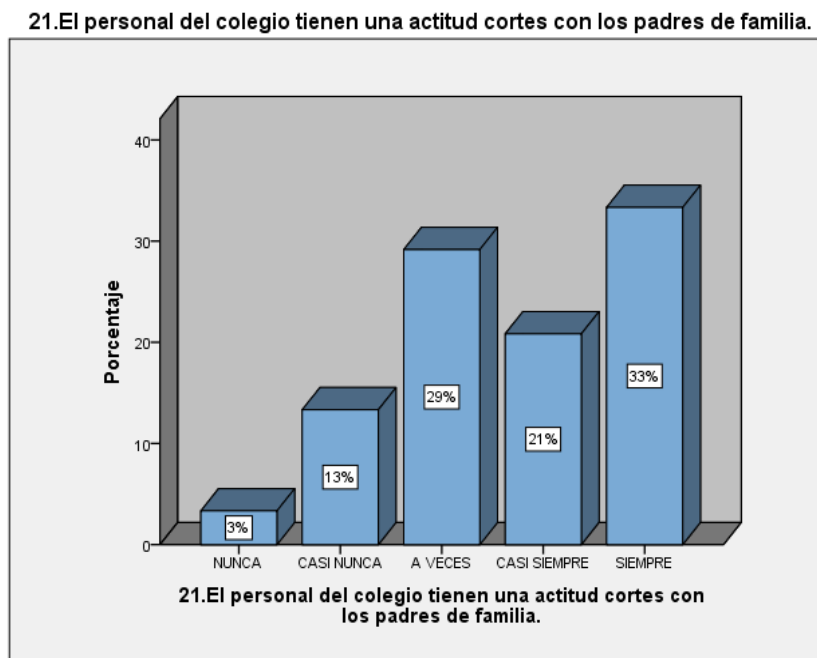
**Gráfico 19:** Distribución de frecuencias el personal genera una imagen de honestidad y confianza.



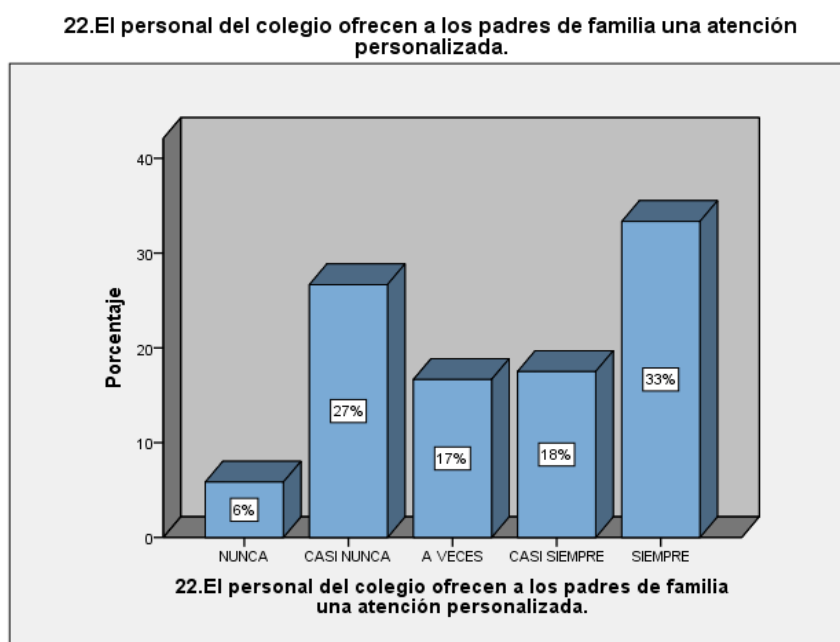
**Gráfico 20:** Distribución de frecuencias las madres de familia se sienten seguros al dejar a sus niños en la Institución Educativa Emmanuel Talentos.



**Gráfico 21:** Distribución de frecuencias el personal de la Institución Educativa Emmanuel Talentos tiene una actitud cortés con las madres de familia.

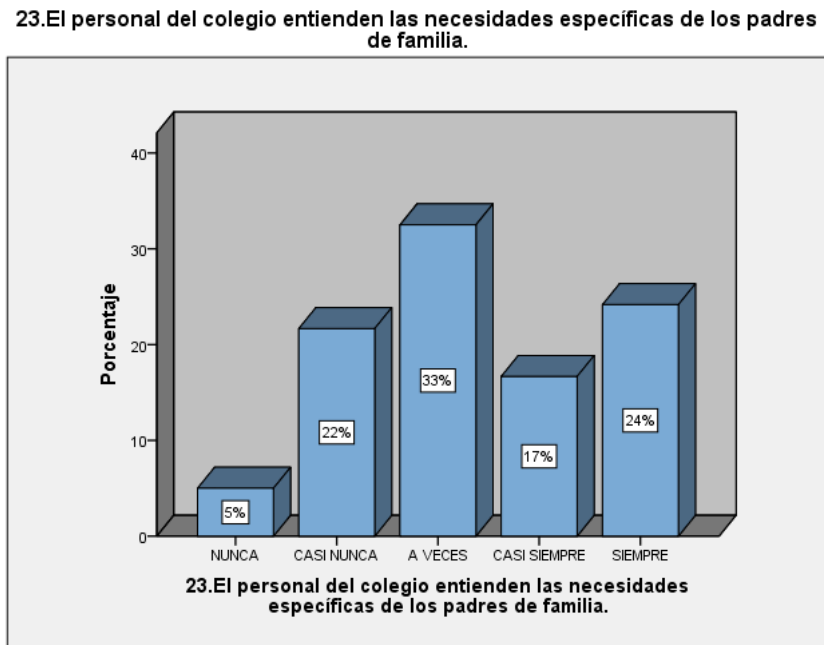


**Gráfico 22:** Distribución de frecuencias el personal de la Institución Educativa Emmanuel Talentos ofrece a las madres de familia una atención personalizada.

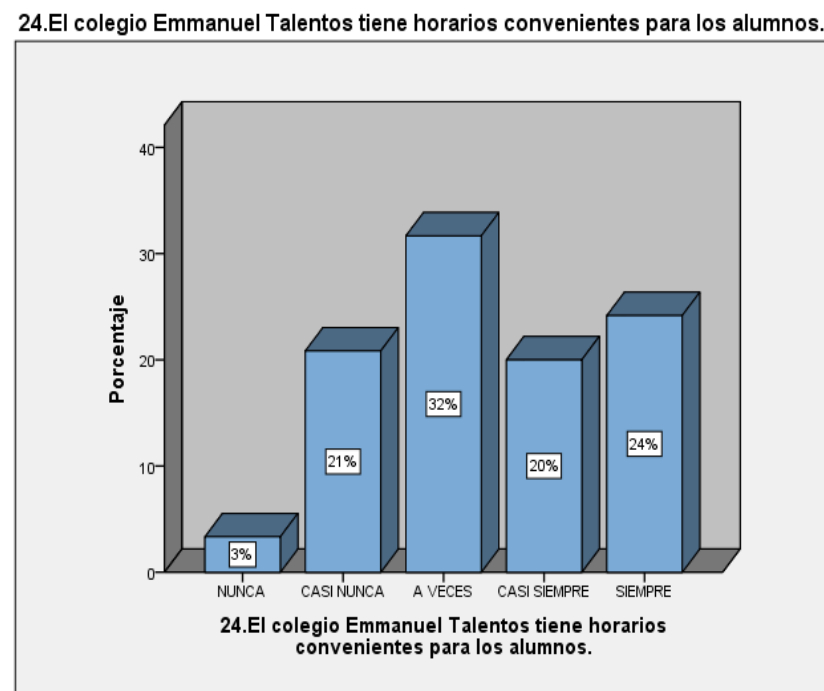




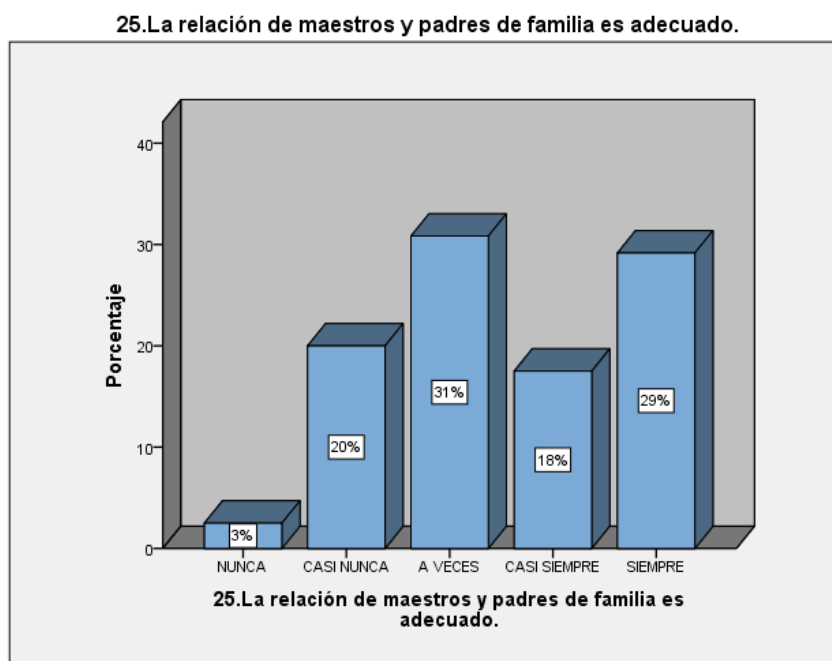
**Gráfico 23:** Distribución de frecuencias el personal de la Institución Educativa Emmanuel Talentos entiende las necesidades específicas de las madres de familia.



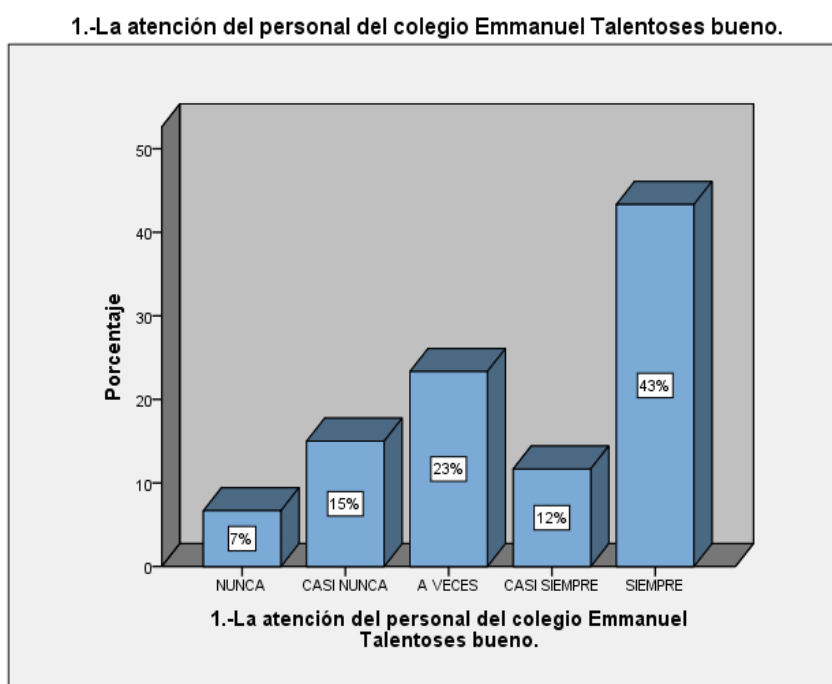
**Gráfico 24:** Distribución de frecuencias la Institución Educativa Emmanuel Talentos tiene horarios convenientes para los alumnos.



**Gráfico 25:** Distribución de frecuencias la relación de maestros y madres de familia es adecuado.

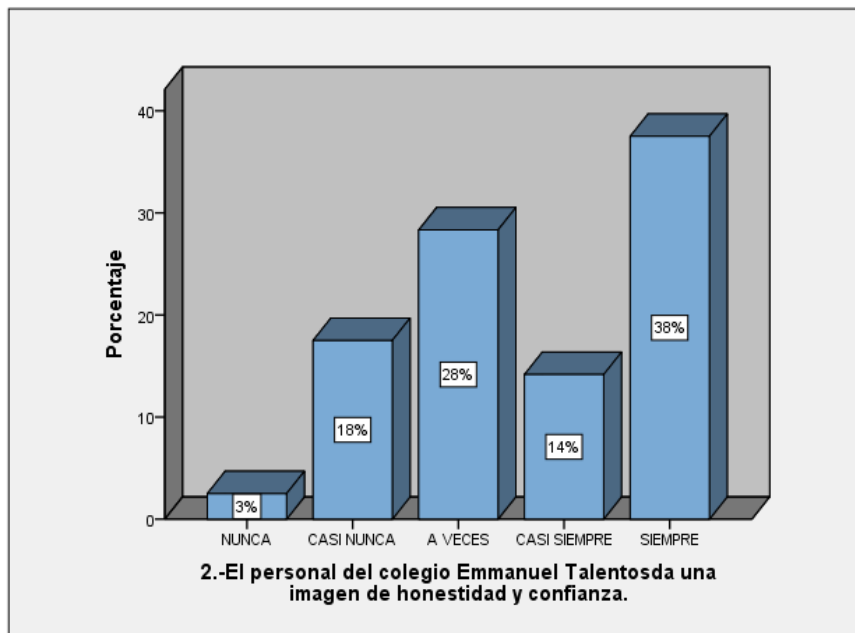


**Gráfico 26:** Distribución de frecuencias la atención del personal de la Institución Educativa Emmanuel Talentos es bueno.



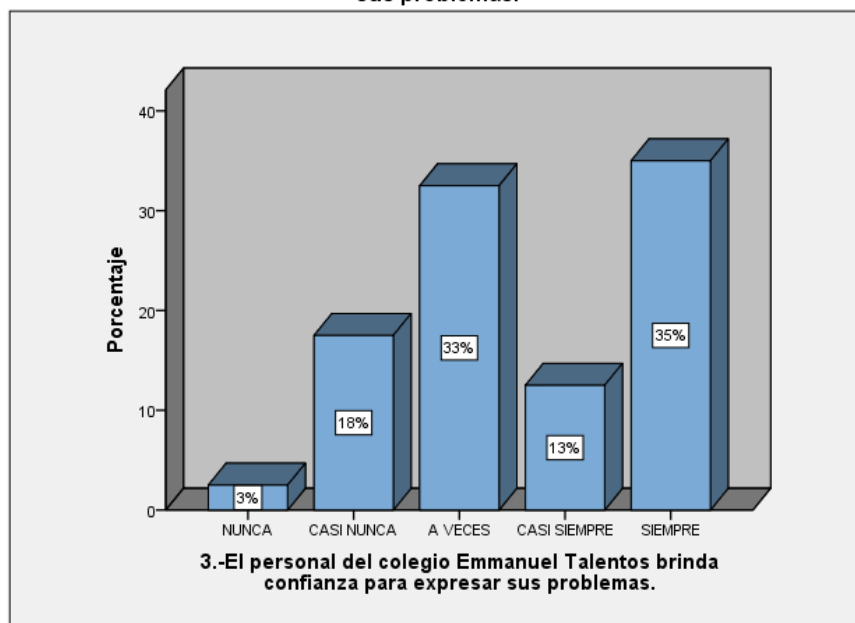
**Gráfico 27:** Distribución de frecuencias el personal de la Institución Educativa Emmanuel Talentos da una imagen de honestidad y confianza.

**2.-El personal del colegio Emmanuel Talentos da una imagen de honestidad y confianza.**

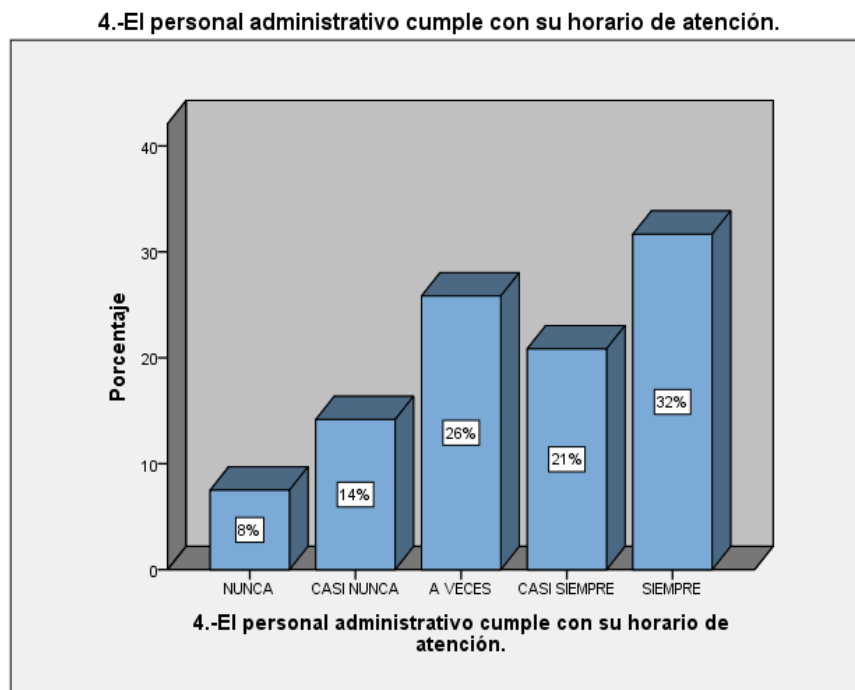


**Gráfico 28:** Distribución de frecuencias el personal de la Institución Educativa Emmanuel Talentos brinda confianza para expresar sus problemas.

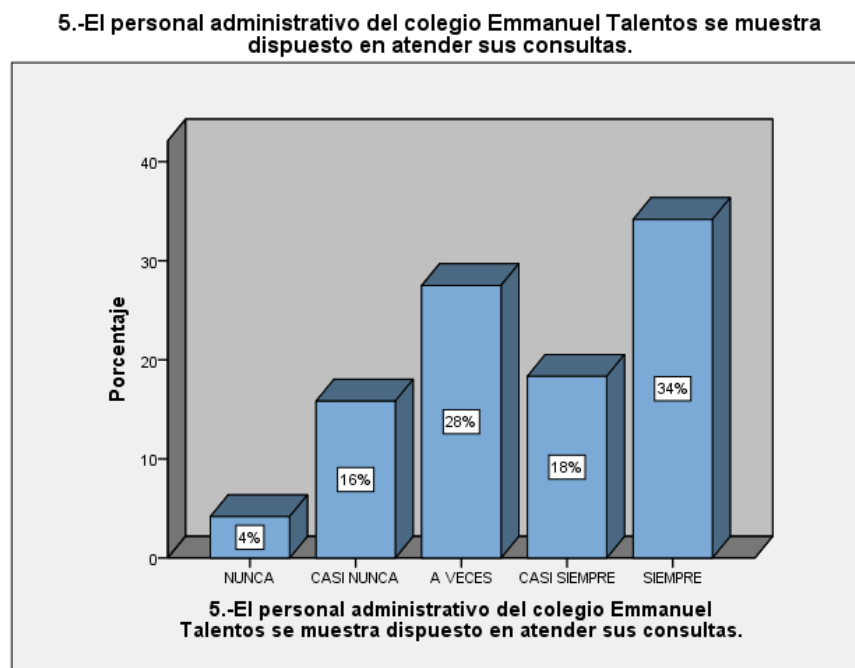
**3.-El personal del colegio Emmanuel Talentos brinda confianza para expresar sus problemas.**



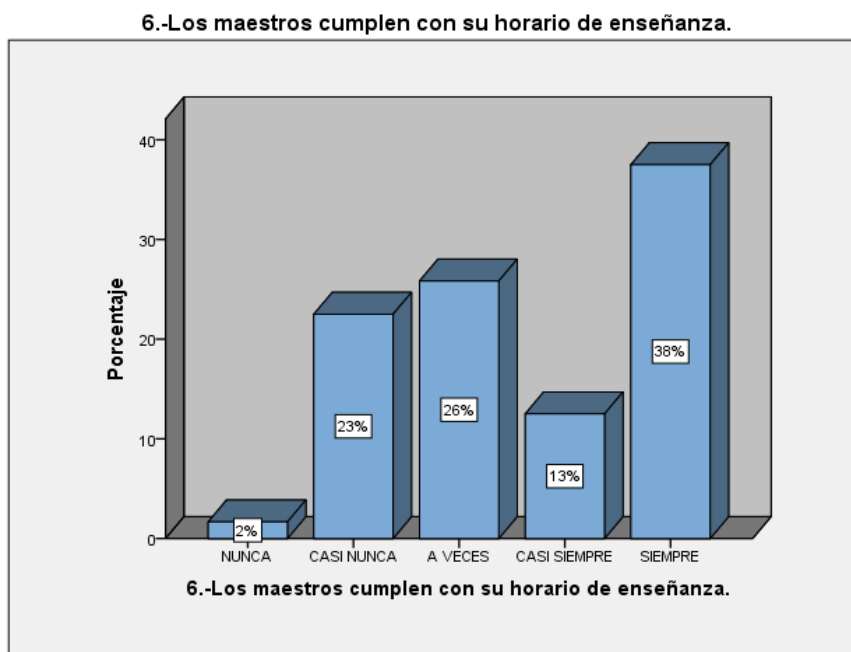
**Gráfico 29:** Distribución de frecuencias el personal administrativo cumple con su horario de atención.



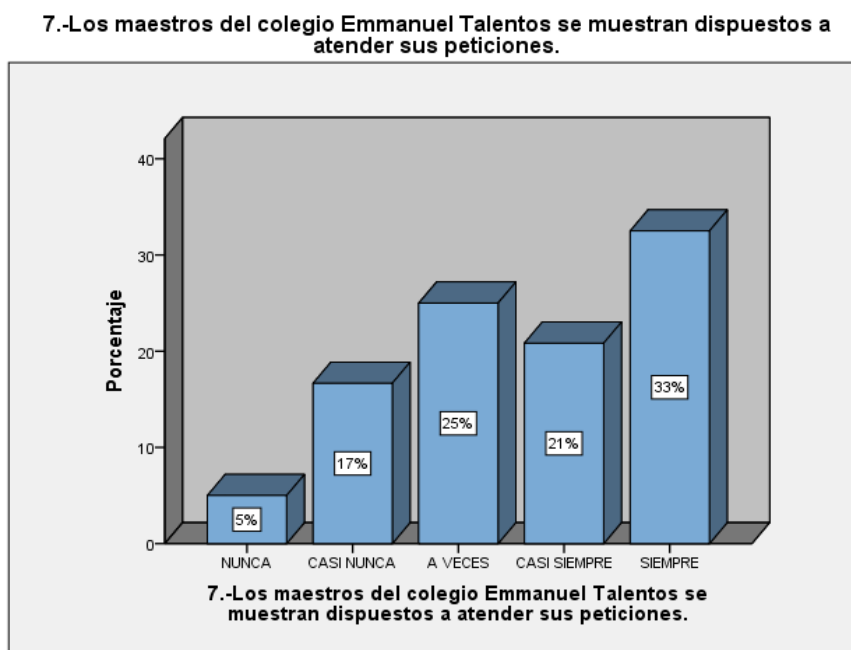
**Gráfico 30:** Distribución de frecuencias el personal administrativo de la Institución Educativa Emmanuel Talentos se muestra dispuesto en atender sus consultas.



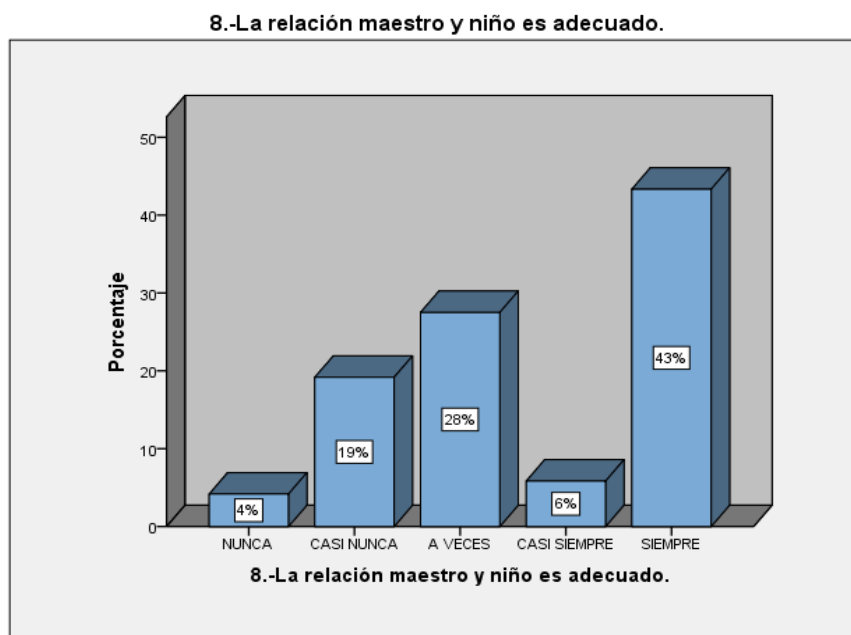
**Gráfico 31:** Distribución de frecuencias los maestros cumplen con su horario de enseñanza.



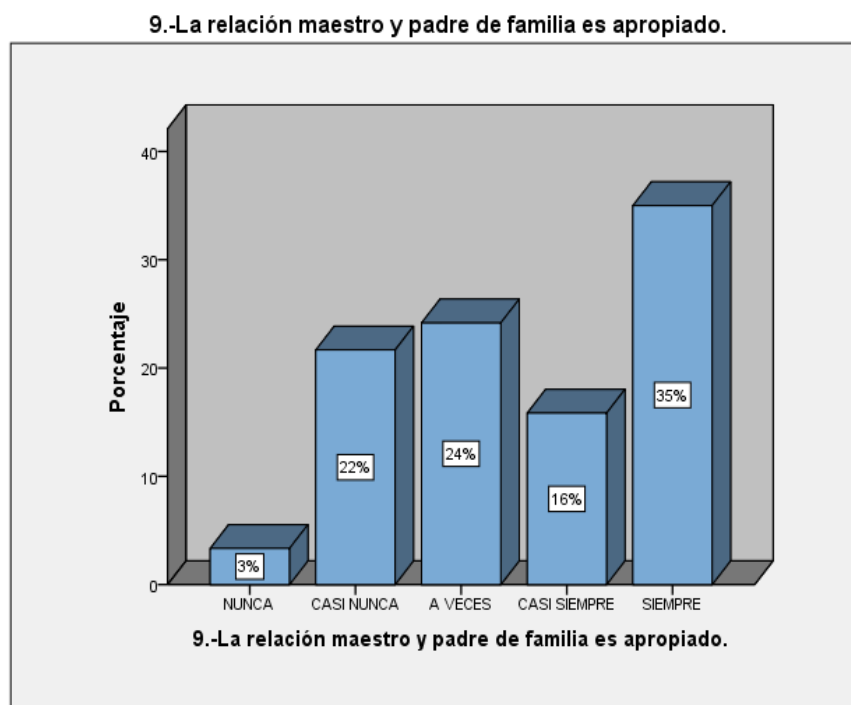
**Gráfico 32:** Distribución de frecuencias los maestros de la Institución Educativa Emmanuel Talentos se muestran dispuestos a atender sus peticiones.



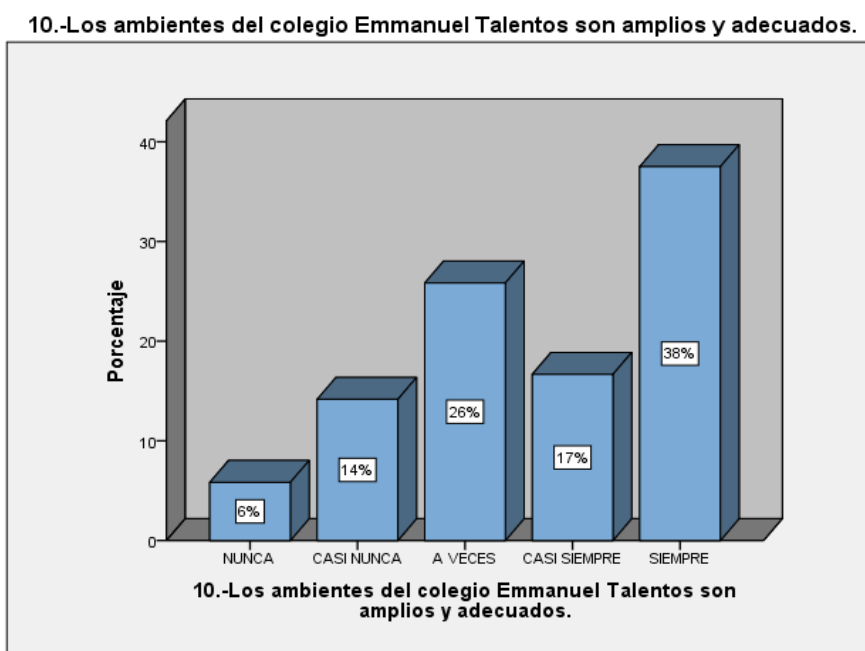
**Gráfico 33:** Distribución de frecuencias la relación maestro y niño es adecuado.



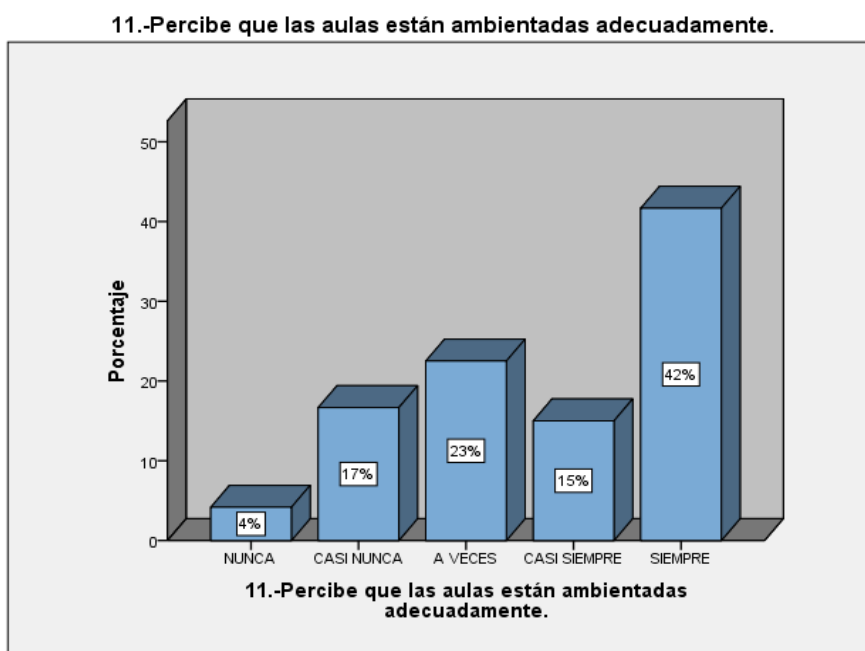
**Gráfico 34:** Distribución de frecuencias la relación maestro y madre de familia es apropiado.



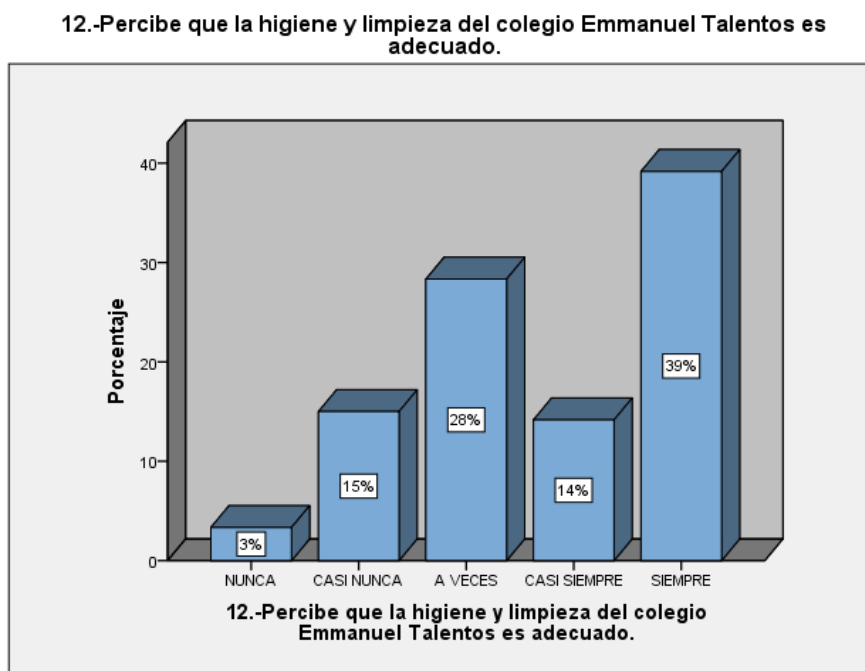
**Gráfico 35:** Distribución de frecuencias los ambientes de la Institución Educativa Emmanuel Talentos son amplios y adecuados.



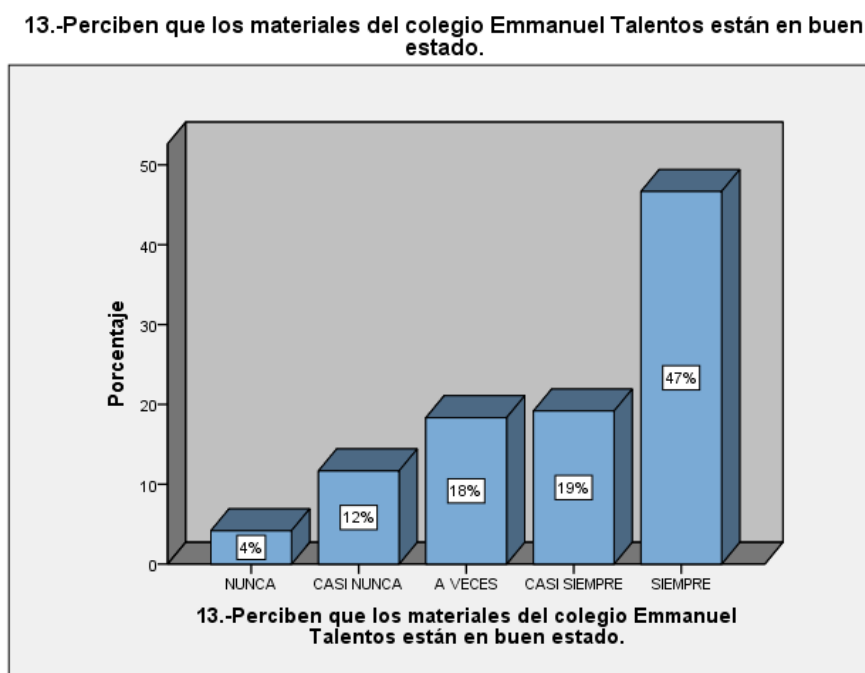
**Gráfico 36:** Distribución de frecuencias percibe que las aulas están ambientadas adecuadamente.



**Gráfico 37:** Distribución de frecuencias percibe que la higiene y limpieza de la Institución Educativa Emmanuel Talentos es adecuado.



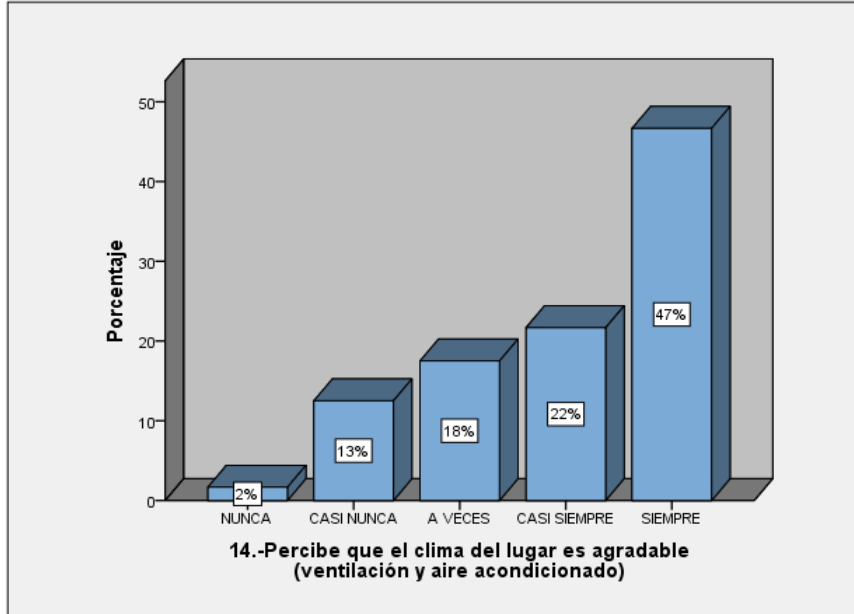
**Gráfico 38:** Distribución de frecuencias percibe que los materiales de la Institución Educativa Emmanuel Talentos están en buen estado.





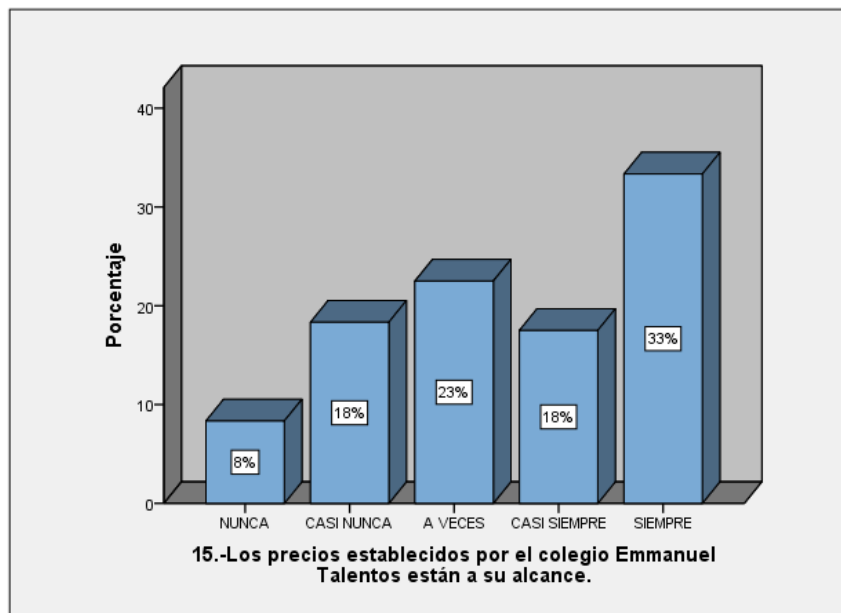
**Gráfico 39:** Distribución de frecuencias percibe que el clima del lugar es agradable (ventilación y aire acondicionado).

14.-Percibe que el clima del lugar es agradable (ventilación y aire acondicionado)

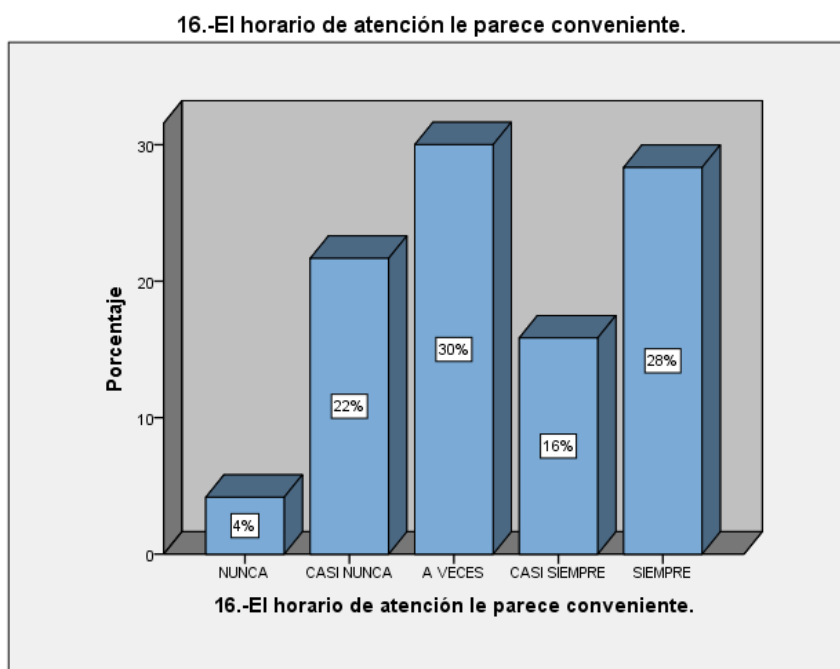


**Gráfico 40:** Distribución de frecuencias los precios establecidos por la Institución Educativa Emmanuel Talentos están a su alcance.

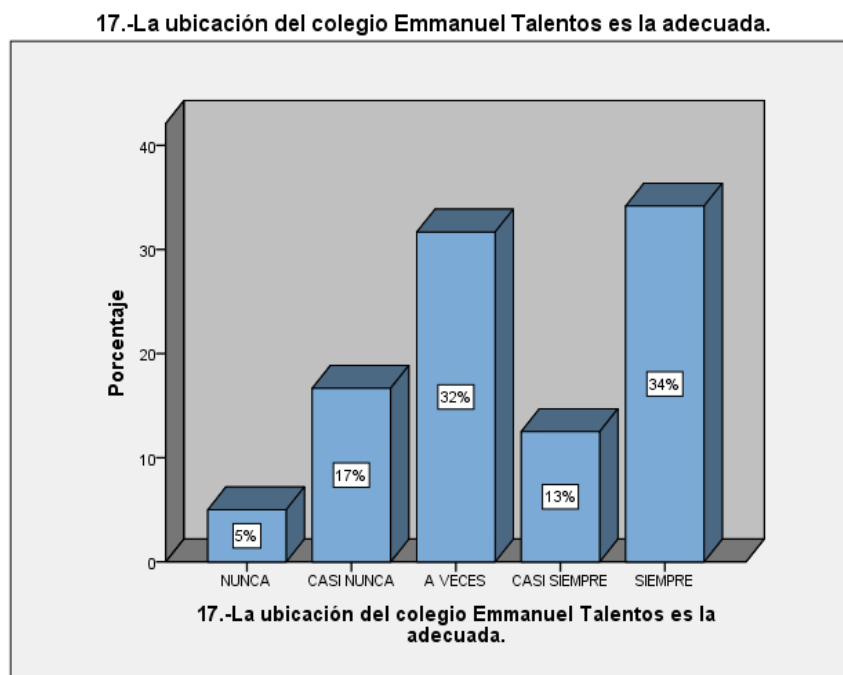
15.-Los precios establecidos por el colegio Emmanuel Talentos están a su alcance.



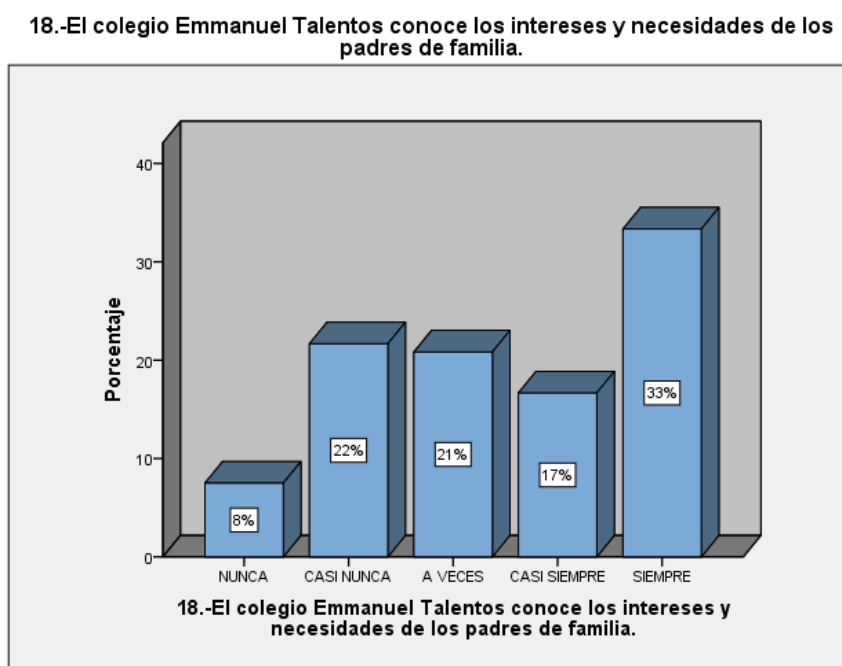
**Gráfico 41:** Distribución de frecuencias el horario de atención le parece conveniente.



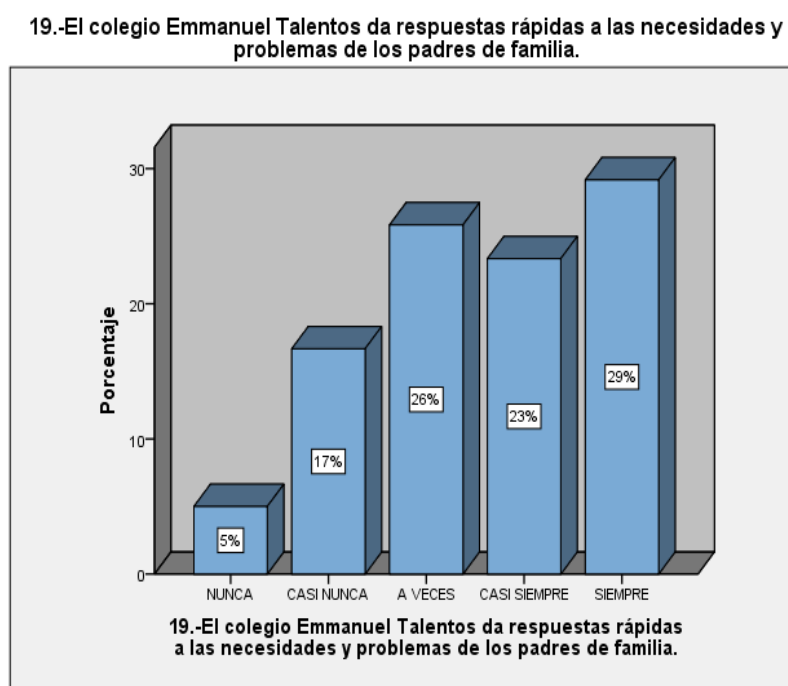
**Gráfico 42:** Distribución de frecuencias la ubicación de la Institución Educativa Emmanuel Talentos es la adecuada.



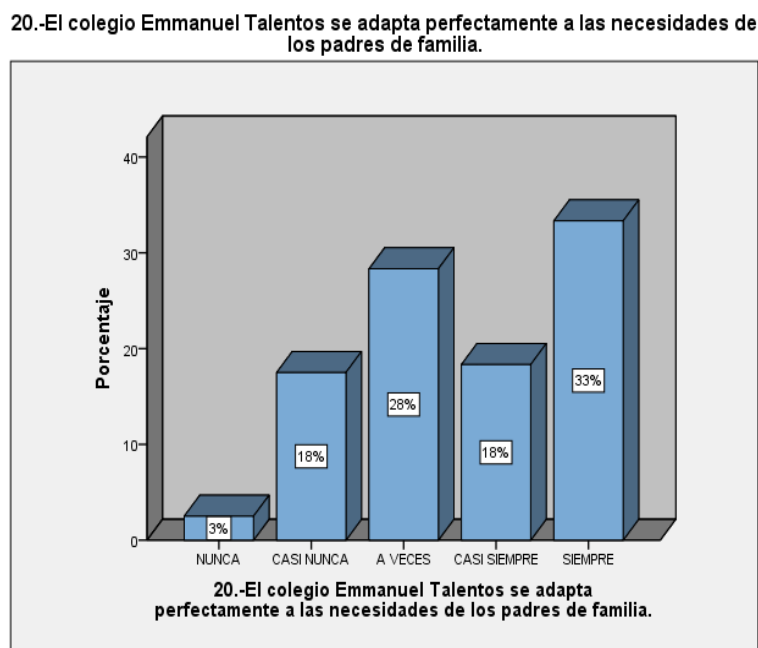
**Gráfico 43:** Distribución de frecuencias la Institución Educativa Emmanuel Talentos conoce los intereses y necesidades de las madres de familia.



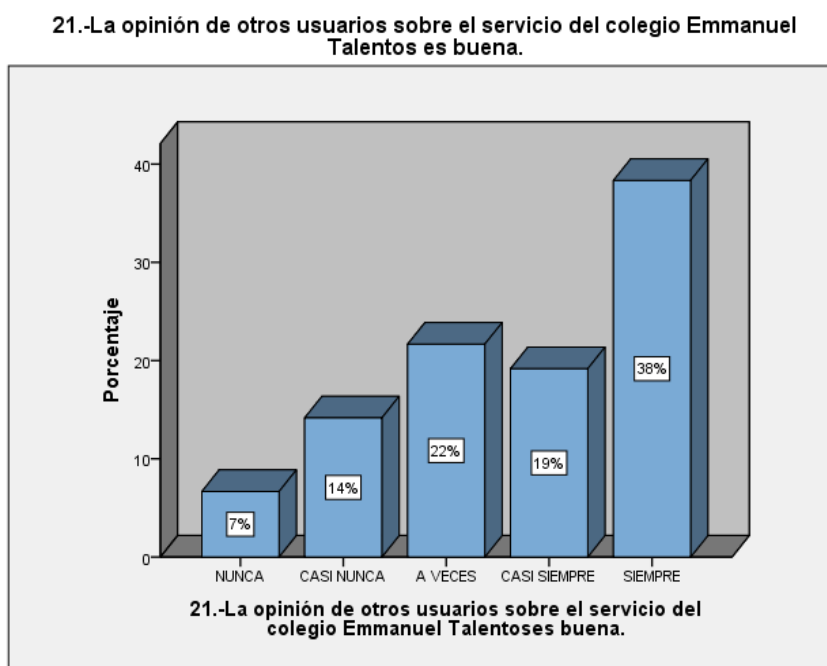
**Gráfico 44:** Distribución de frecuencias la Institución Educativa Emmanuel Talentos da respuestas rápidas a las necesidades y problemas de las madres de familia.



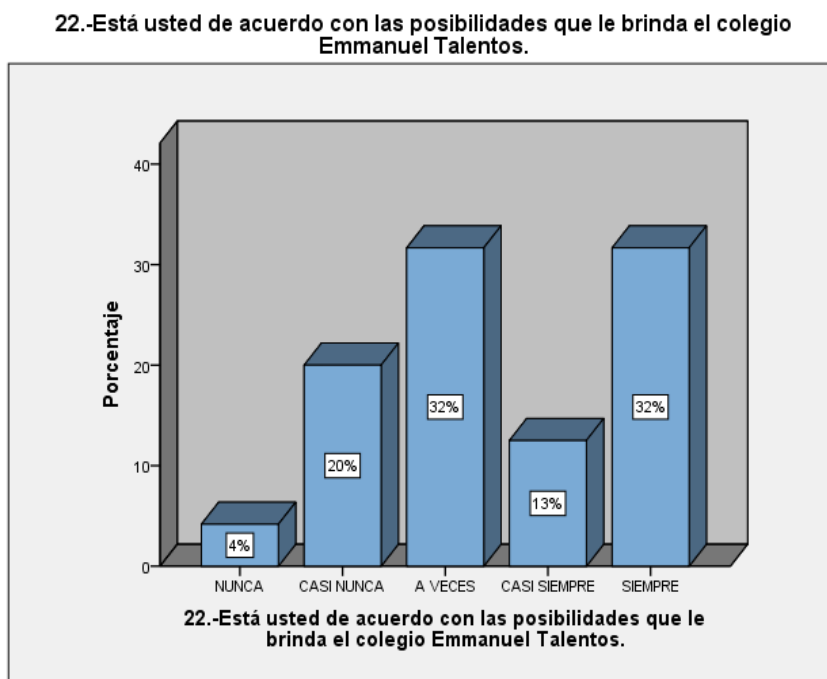
**Gráfico 45:** Distribución de frecuencias la Institución Educativa Emmanuel Talentos se adapta perfectamente a las necesidades de las madres de familia.



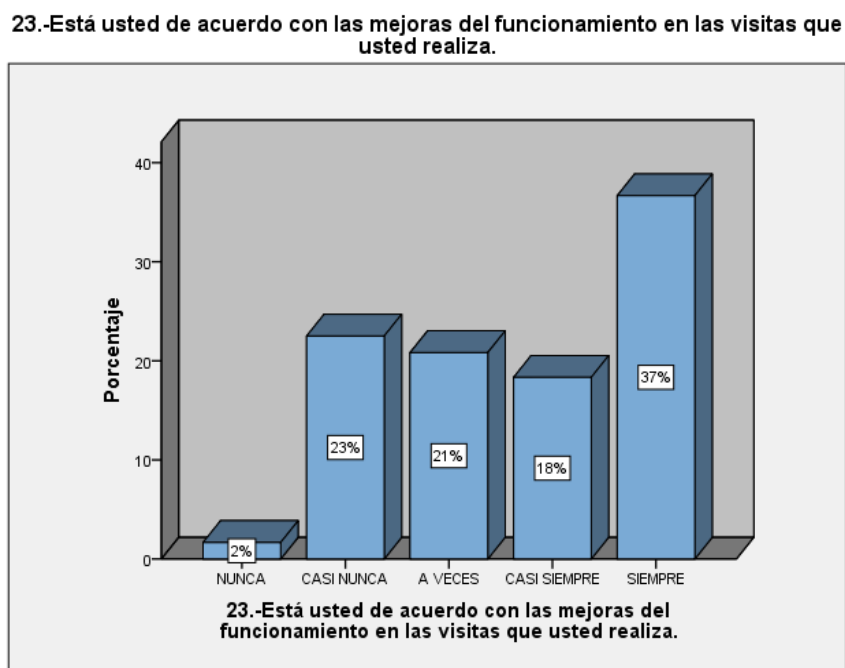
**Gráfico 46:** Distribución de frecuencias la opinión de otros usuarios sobre el servicio de la Institución Educativa Emmanuel Talentos es buena.



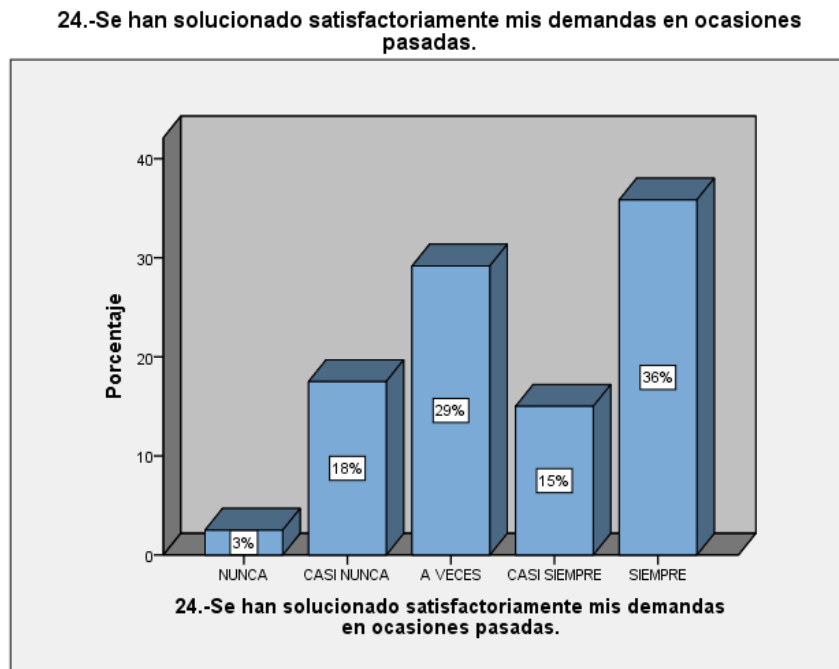
**Gráfico 47:** Distribución de frecuencias está usted de acuerdo con las posibilidades que le brinda la Institución Educativa Emmanuel Talentos.



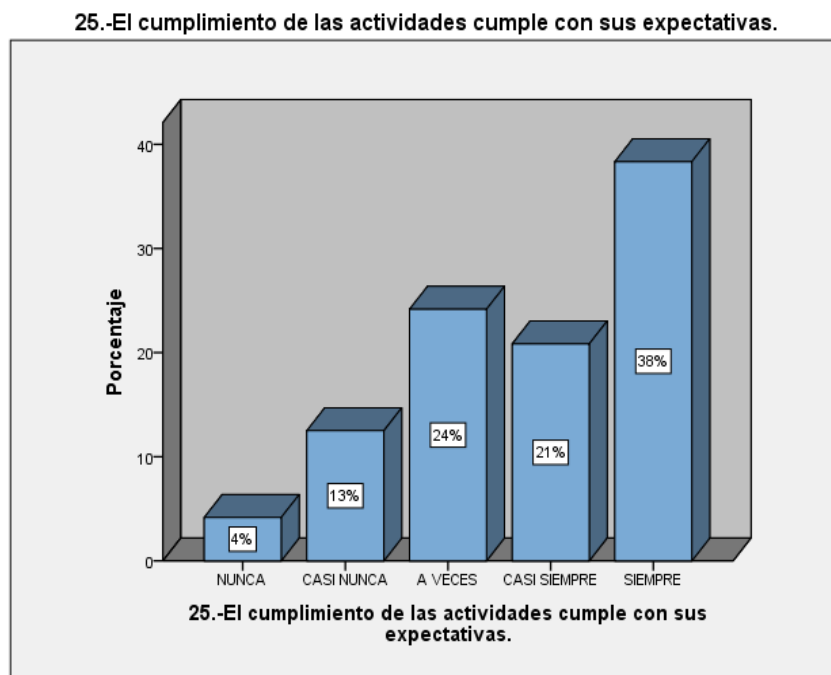
**Gráfico 48:** Distribución de frecuencias está usted de acuerdo con las mejoras del funcionamiento en las visitas que usted realiza.



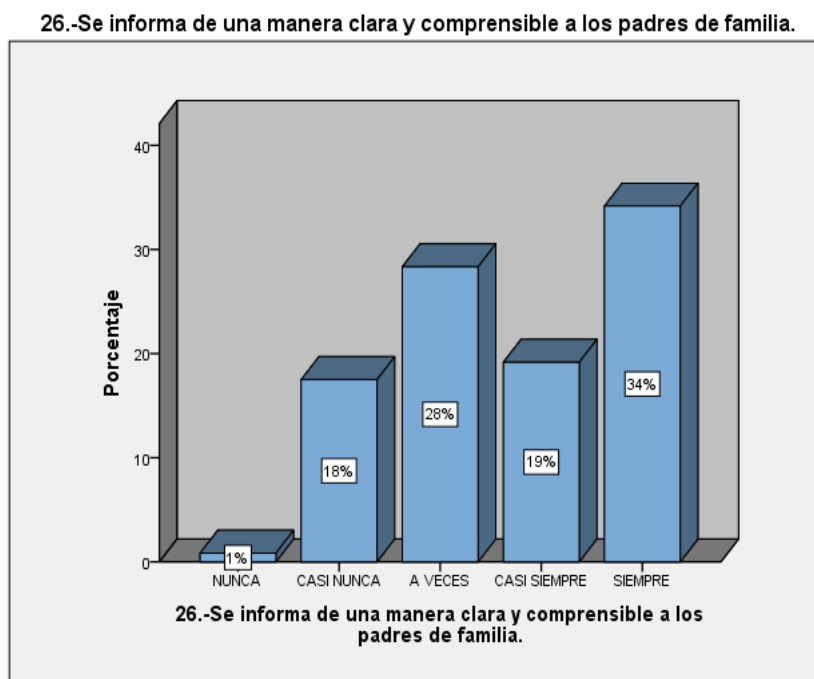
**Gráfico 49:** Distribución de frecuencias se han solucionado satisfactoriamente mis demandas en ocasiones pasadas.



**Gráfico 50:** Distribución de frecuencias el cumplimiento de las actividades cumple con sus expectativas.



**Gráfico 51:** Distribución de frecuencias se informa de una manera clara y comprensible a las madres de familia.



## ANEXO VIII. CARTA DE AUTORIZACIÓN DE LA INSTITUCION EDUCATIVA EMMANUEL TALENTOS PARA REALIZAR LA INVESTIGACIÓN



Lima, 20 de Junio de 2016

Estimada Sra. Mercedes Elena Mamani Ávila

(Directora del colegio Emmanuel Talentos)

Mi nombre es Milagros de Jesús Echevarría Llerena con número de Dni 71918073. Curso el décimo ciclo de la carrera de Administración en la Universidad Cesar Vallejo. Como requisito para la elaboración de mi Tesis, se me ha encomendado realizar una investigación del tema a tratar.

Mi interés es realizar una investigación en su centro educativo sobre la **CALIDAD DE SERVICIOS Y SATISFACCION DE LAS MADRES DE FAMILIA EN EL COLEGIO EMMANUEL TALENTOS**. Asimismo deseo realizar una encuesta a las madres de familia. Es por esto que me dirijo a usted con el propósito de pedir su autorización para desarrollar las encuestas a las madres de familia en su institución educativa. Las personas sometidas a la encuesta no necesitan proporcionar ningún dato personal. Solo contestar las premisas Nunca, Casi nunca, A veces, Casi siempre, Siempre. La información obtenida de estas encuestas será utilizada para la creación de mi tesis.

Gracias por su atención.

Atentamente

A handwritten signature in blue ink is written over a horizontal line. The signature is cursive and appears to read 'Mercedes Elena Mamani Ávila'.

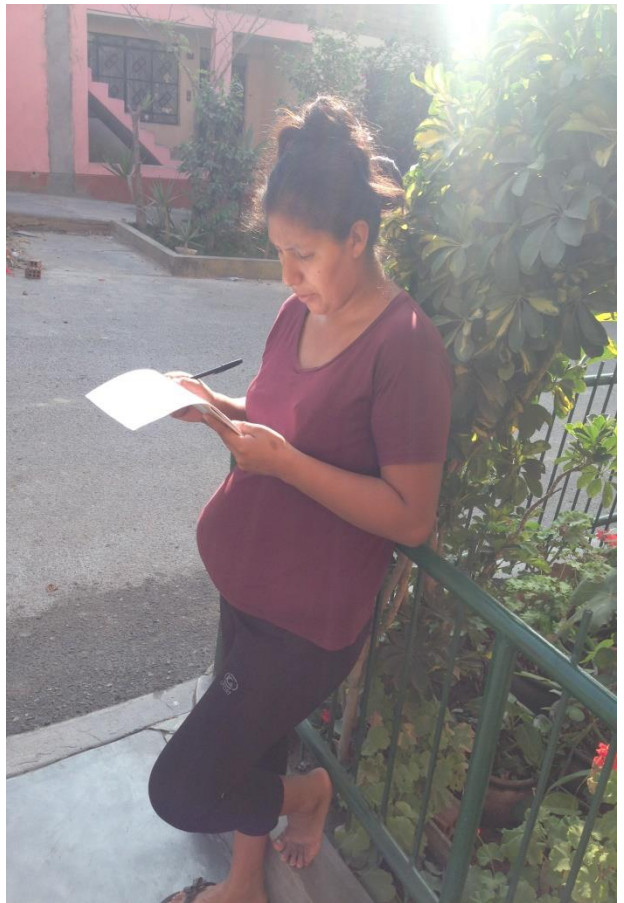
Mercedes Elena Mamani Ávila

Directora del colegio Emmanuel Talentos



**ANEXO IX. FOTOGRAFIAS DE MADRES ENCUESTADAS DE LA INSTITUCION EDUCATIVA EMMANUEL TALENTOS**







**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

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

### **Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, CANDIA MENOR MARCO ANTONIO, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES y Escuela Profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO, asesor(a) del Trabajo de Investigación / Tesis titulada: " CALIDAD DE SERVICIOS Y LA SATISFACCIÓN DE LAS MADRES DE FAMILIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA EMMANUEL TALENTOS, UGEL 05, SAN JUAN DE LURIGANCHO-2016" del (los) autor (autores) ECHEVARRÍA LLERENA, MILAGROS DE JESÚS, constato que la investigación cumple con el índice de similitud establecido, y verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

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

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

Lima, 15 de julio de 2016

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
CANDIA MENOR MARCO ANTONIO DNI: 10050551 ORCID: 0000-0002-4661-6228	