

UNIVERSIDAD SAN PEDRO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADMINISTRACIÓN



**Calidad de servicio y la satisfacción del cliente externo en la Institución
Educativa Particular Advanced School Perú EIRL, Huánuco, 2023**

Tesis para obtener el título profesional de Licenciada en Administración

Autora:

Carrión Hilario, Norita Kimberly

Código ORCID: 0000-0002-1809- 5584

Asesor:

Mg. Santos Diaz, Pablo Arnulfo

Código ORCID: 0000-0002-8606-3146

CHIMBOTE-PERÚ

2023

Índice General.....	i
Índice de tablas	ii
Índice de figuras.....	iii
Palabra clave.....	iv
Constancia de originalidad.....	v
Título.....	vi
Resumen	vii
Abstract.....	viii
Introducción.....	1
Metodología.....	20
Tipo y Diseño de investigación.	20
Tipo de investigación:	20
Población y Muestra.	21
Técnicas e instrumentos de investigación	23
Procesamiento y análisis de la información.	23
Resultados.....	24
Conclusiones.....	38
Recomendaciones	39
Referencias bibliográficas	40
Anexos	46

Índice de tablas

Tabla 1_ Resultados del análisis de la Dimensión: Elementos Tangibles.	24
Tabla 2_ Resultados del análisis de la Dimensión: Gestión Educativa	25
Tabla 3_ Resultados del análisis de la Dimensión: Empatía	26
Tabla 4_ Resultados del análisis de la Dimensión: Satisfacción del cliente	28
Tabla 5_ Prueba de normalidad del índice de Calidad de Servicio	29
Tabla 6_ Correlaciones de calidad de servicio y satisfacción de cliente externo ..	32
Tabla 7_ Correlaciones de elementos tangibles y satisfacción del cliente extern .	32
Tabla 8_ Correlaciones de gestión educativa y satisfacción del cliente externo ..	33
Tabla 9_ Correlaciones de empatía y satisfacción del cliente.	35

Índice de figuras

Figura 1	Resultados de aplicación de software Epidat 4.2	21
Figura 3	Resultados del muestreo aleatorio simple	22
Figura 4	
	Resultados del análisis de la Dimensión: Elementos Tangibles.	24
Figura 5	Resultados del análisis de la Dimensión: Gestión Educativa.....	26
Figura 6	Resultados del análisis de la Dimensión: Empatía.....	27
Figura 7	Resultados del análisis de la Dimensión: Satisfacción del cliente	28
Figura 8	Histograma de distribución normal de Calidad de Servicio	30
Figura 9	Histograma de distribución normal de Satisfacción del Cliente externo	31

Palabra clave

Tema	Calidad y satisfacción
Especialidad	Administración

Línea de investigación

Línea de investigación	Proceso Administrativo
Área	Ciencias Sociales
Sub – Área	Economía y Negocios
Disciplina	Negocios y Management

Keywords

Thema	Quality of service Customer Satisfaction
Specialty	Administration

Línea de investigación

Line of research	Administrative process
Area	Social Sciences
Sub – Area	Economy and Business
Discipline	Business and Management

Constancia de originalidad



CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD

El que suscribe, Vicerrector de Investigación de la Universidad San Pedro:

HACE CONSTAR

Que, de la revisión del trabajo titulado "**CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EXTERNO EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PARTICULAR ADVANCED SCHOOL PERÚ EIRL, HUÁNUCO, 2023**" del (a) estudiante: **CARRION HILARIO NORITA KIMBERLY**, identificado(a) con Código N° **1118100427**, se ha verificado un porcentaje de similitud del **29%**, el cual se encuentra dentro del parámetro establecido por la Universidad San Pedro mediante resolución de Consejo Universitario N° 5037-2019-USP/CU para la obtención de grados y títulos académicos de pre y posgrado, así como proyectos de investigación anual Docente.

Se expide la presente constancia para los fines pertinentes.

Chimbote, 04 de diciembre de 2023

UNIVERSIDAD SAN PEDRO
VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN



Dr. JAVIER MARTÍNEZ CARRIÓN
VICERRECTOR



NOTA: Este documento carece de valor si no tiene adjunta el reporte del Software TURNITIN.

Título

Calidad de servicio y la satisfacción del cliente externo en la Institución Educativa
Particular Advanced School Perú EIRL, Huánuco, 2023

Resumen

La presente investigación se tuvo como propósito determinar la relación de la calidad de servicio y la satisfacción de la población y ámbito de estudio. La metodología utilizada fue de tipo no experimental, de enfoque cuantitativo y el diseño fue correlacional y transversal. La población estructurada por 210 alumnos matriculados en el año académico 2023 de los cuales se consideraron 100 alumnos como muestra a través de una prueba probabilística. Se empleo como instrumento el cuestionario que fue debidamente organizada y validada por el proceso de “Juicio de expertos” donde se aplicó el Alfa de Cronbach para elevar su confiabilidad. La información recolectados se procesaron en el software SPSS 29, los resultados que se obtuvieron del análisis descriptivo e inferencial fueron representados a través de tablas y figuras dando como resultados más representativos que el 51% de la muestra considero moderada a la dimensión de elementos tangibles, el 46% califico de alta a la gestión educativa y el 54% considero moderada a la empatía. El 43% considero que tienen un nivel de satisfacción alta, el 54% lo considero como moderado y el 3% como bajo. Se concluyo que las variables de estudio presentan una correlación positiva de .859 lo cual represento que la calidad de servicio tiene una relación con la satisfacción del cliente externo.

Abstract

The purpose of this research was to determine the relationship between service quality and external customer satisfaction at the Private Educational Institution Advanced School Perú EIRL, Huánuco, 2023. The methodology was the type of non-experimental research, it had a quantitative approach and the design was descriptive, correlational, cross-sectional. The population was 210 enrolled students, of which 100 were considered as shown through a probabilistic test. A questionnaire was used as a data collection instrument that was duly organized and validated by the “Expert Judgment” process where Cronbach's Alpha was applied to increase its reliability. The information collected was processed in the SPSS 29 software, the results obtained from the descriptive and inferential analysis were represented through tables and figures, giving the most representative results that 51% of the sample considered moderate to the dimension of tangible elements. 46% rated educational management as high and 54% considered empathy moderate. 43% consider that they have a high level of satisfaction, 54% consider it moderate and 3% consider it low. It is concluded that the study variables present a positive compensation of .859, which represents that service quality is related to external customer satisfaction.

Introducción

Los antecedentes permitieron identificar las principales teorías, enfoques metodológicos y hallazgos de las investigaciones previas para que sirvan como base a nuestro trabajo de investigación, indicaremos los siguientes antecedentes:

Según Mori y Palomino (2021), en su revista titulada “*Análisis de la calidad de los servicios educativos en Latinoamérica*” planteo como objetivo identificar, examinar sistemáticamente la mejor evidencia científica disponible sobre la calidad de los servicios educativos en Latinoamérica. Método: Se ingresó a la base de datos EBSCO, REDALYC, ProQuest, realizándose la búsqueda del término “calidad de los servicios educativos”, descartándose artículos que no sean arbitradas y académicas, que hayan sido publicados en 2016 o antes, y que no estén disponibles para su descarga gratuita desde EBSCO, REDALYC, ProQuest. Sus resultados tras la búsqueda de artículos relacionados con los conceptos de calidad de servicios educativos se distinguieron que la mayoría de las dimensiones de calidad inherentes al servicio educativo prestado estuvieron por encima del nivel esperado y que su rendimiento fue bueno, ya que mejoran de un periodo a otro. Concluyendo que se puede evidenciar que existe una buena percepción por parte de los estudiantes y/o usuarios acerca de la calidad de los servicios educativos.

De acuerdo con Patrón Roger (2021) en su artículo científico “Calidad y satisfacción de los servicios escolares de una institución de educación superior mexicana: la visión de los estudiantes” refirió como objetivo medir la calidad del servicio ofrecido desde la percepción de los estudiantes. Este estudio, por tanto, fue exploratorio y descriptivo; primero se realizó un estudio numérico y posteriormente se aplicaron como instrumentos la entrevistas aplicando la técnica de grupos focales. Los resultados indican que el servicio que ofrece el departamento de SE es de adecuada calidad, de acuerdo con la percepción de los estudiantes.

Según Padilla y Naranjo (2020), en su tesis “*La calidad del servicio y satisfacción de los usuarios en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social IESS*” se propusieron medir la relación existente entre la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del

Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social. Siendo un estudio descriptivo, esta técnica le permitió identificar y evaluar las causas del problema para proponer la mejor solución. Se realizó el estudio con una muestra de 382 personas a las cuales se les aplicó una encuesta de 15 preguntas obteniendo como resultado una dependencia total entre las dos variables denominada relación directa y significativa del 63%, es decir, cuando una de ellas aumenta, la otra también lo hace en proporción constante, por lo tanto, las variables de estudio se relacionan positivamente. Este estudio fundamentó teóricamente mediante antecedentes investigativos de diferentes autores que las variables de estudio en este caso, calidad de servicio y satisfacción del usuario se relacionan tanto en empresas públicas como en empresas privadas.

Así mismo, Alberto (2020), en su tesis “La calidad del servicio y satisfacción del cliente externo en el laboratorio clínico de la Fundación Santa Isabel Madre del Precursor” su propósito fue analizar la calidad del servicio y satisfacción del cliente externo en el laboratorio clínico. El estudio fue de diseño no experimental, donde se usó como técnicas de recolección de datos el estudio documental y las encuestas, como instrumentos se usó la ficha bibliográfica y el cuestionario Serval el cual tuvo 22 preguntas con las que fueron 286 encuestas, calculadas con un 5% de error y 95% de confiabilidad. Se empleó la prueba estadística del alfa de Crombach para determinar los resultados estadísticos. Concluyendo que la satisfacción general en el grupo de estudio fue de 93%, donde la dimensión que obtuvo un promedio inferior fue de “elementos tangibles” mientras que la variable que obtuvo mayor puntuación fue “seguridad con un 95.2%

Teniendo en cuenta a Rivera (2019), en su tesis “Calidad del servicio y satisfacción del cliente en establecimientos de alimentos y bebidas del cantón Alausí” mencionó como propósito determinar la relación entre Calidad del servicio en la Satisfacción del cliente, utilizó la investigación descriptiva correlacional, para determinar si existe relación en las variables de estudio propuestas. Se tomó una muestra de una población de 67368 turistas y visitantes, con un margen del error del 5%, un total de 172 personas a quienes respondieron las encuestas, que al ser aplicadas de manera aleatoria y por única vez la investigación viene a ser transversal, para el análisis de los datos recopilados se usó el

software SPSS y Excel teniendo como resultado Rho Spearman: 0,536 y Sig:0.048 la cual indica una correlación altamente positiva, se acepta la siguiente hipótesis, entre ambas variables de estudio .Concluyendo que ambas variables de estudio tiene una alta relación, empleando el método de Rho de Spearman para analizar las hipótesis propuestas demostrado con la prueba de hipótesis el cual dio un valor de 0.632 demostrando una correlación positiva , se puede afirmar que ambas variables son directamente proporcionales.

Rivera (2019), planteo en su tesis *“La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes Ecuador”* como objetivo evaluar la calidad del servicio y la satisfacción al cliente. El tipo de investigación es cuantitativa, en donde aplicaron la encuesta SERVQUAL el cual diferencia la percepción de la calidad y la expectativa del mencionado para lograr el objetivo planteado se aplicó. La metodología empleada en este estudio es descriptivo, cuantitativo y deductivo. Usaron como instrumento el cuestionario el cual fue validado a través de juicio de expertos aplicado a una muestra de 180 clientes. Los resultados más significativos se dan en dos dimensiones, fiabilidad y capacidad de respuesta las cuales muestran una relación muy negativa, se deben de tomar medidas para que esos resultados lleguen a mejorar, como recomendación es dar responsabilidades a cada área que establecen relaciones con los clientes y también establecer estrategias enfocadas netamente a clientes que se dedican a la exportación.

Para Cervantes y Stefanell (2018), en su artículo *“Calidad de servicio en una institución de educación superior en la ciudad de barranquilla”* indicaron como objetivo calcular la calidad del servicio según las necesidades y demandas solicitados por los clientes externos en una institución educativa privada. La investigación es descriptiva de corte transversal ya que se medirá en un tiempo determinado. Contaron con 80 estudiantes como muestra los cuales fueron escogidos aleatoriamente. Los resultados obtenidos mostraron las necesidades y demandas de los clientes en cada momento del estudio propicios para la prestación de servicios. Concluyendo que la calidad del servicio depende

de la experiencia que adquieran las instituciones al brindar servicios a los clientes y, por lo tanto, tienden a competir con estos requisitos para diferenciarse de otros competidores.

Según Amaro (2021), en su tesis “*Calidad de servicio educativo y satisfacción del estudiante en instituciones educativas públicas de la ugel 06, ate – 2021*” se planteó como propósito medir la asociación entre la calidad de servicio y la satisfacción del estudiante en las instituciones educativas públicas. El estudio es correlacional, porque mide la relación entre ambas variables, de diseño experimental, transversal, cuantitativo. Esto significa que la investigación se tomó en un tiempo específico y que las variables serán medidas a través de números. La muestra estuvo conformada por 336 estudiantes inscritos en el año escolar. Se empleó como instrumento una entrevista que constó de 54 preguntas el cual fue validado por juicio de expertos, Los instrumentos al ser evaluados por el alfa de Cronbach dieron un 0.806 para la variable 1 y 0.812 para la variable 2. Para la prueba de hipótesis se empleó la Rho de Spearman el cual dio un valor de 0.914, con una significancia de 0.000 el cual es <0.05 . Concluyendo que existe correlación positiva entre las variables estudiadas y los estudiantes se ven influenciados por diversos estímulos, experiencias e impulsos como recomendaciones para la implementación de diversas estrategias para comprender el comportamiento humano.

Así mismo Enríquez (2021) en su tesis “*Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la Institución Educativa Ana Mogas, Oxapampa, 2021*” tuvo como enfoque indicar la relación entre la calidad del servicio educativo y la satisfacción del cliente, fue no experimental, cuantitativo diseño correlacional descriptivo, para el estudio empleó 110 padres de familia como muestra los cuales fueron tomados a través de , como instrumento de recolección de datos usaron el cuestionario con relación de ambas variables de estudio. Como resultados de la prueba de hipótesis luego de aplicar el correlacional de Rho Spearman se encontró un valor de $r= 0.409$ y un p valor 0.00 menor a <0.05 lo que demuestra que si hay relación entre ambas variables de estudio.

De acuerdo con Vilcatoma (2020) en su investigación titulada “La calidad del servicio y la satisfacción de los estudiantes de la Unidad de Posgrado de la Facultad de Ingeniería Mecánica – UNCP” indico como propósito medir la asociación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los estudiantes. La metodología aplicada en esta investigación es descriptivo correlacional. Emplearon el cuestionario Servqual el cual fue aplicado a 51 estudiantes inscritos en el año académico de estudio. Para el análisis estadístico de datos se empleó el software SPSS 23 el cual nos ayudara a obtener resultados de la estadística inferencial y descriptiva. Como resultado de aplicar la r de Pearson se obtuvo un valor de 0.276 lo que indica que la correlación de ambas variables de estudio es muy débil.

De tal manera Gonzales & Huanca (2020) en su tesis titulada “La calidad del servicio y su relación con la satisfacción de los consumidores de restaurantes de pollos a la brasa de Mariano Melgar, Arequipa 2018” planteo el objetivo de la investigación fue conocer la relación entre la calidad del servicio con la satisfacción de los consumidores de restaurantes. El estudio es de carácter cuantitativo, diseño no experimental de tipo correlacional, donde para la recolección de información se contó con una muestra de 384 consumidores, aplicando como técnica las encuestas las cuales fueron estructuradas y posteriormente validadas por juicio de expertos. Obtuvieron como resultados que si existe correlación entre ambas variables de estudio. Concluyendo que existe una perfecta correlación entre las variables estudiadas y los estudiantes se ven influenciados por diversos estímulos, experiencias e impulsos como recomendaciones para la implementación de diversas estrategias para comprender el comportamiento humano.

Por consiguiente, Carrera & Revilla (2020) con su tesis “*Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa “Dura Gas JV” Pacasmayo*” su propósito general fue describir la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Dura Gas JV, 2020, Pacasmayo. El estudio fue aplicado, de enfoque cuantitativo, no experimental, transversal, desarrollaron la investigación con una muestra de 167 personas, aplicando como instrumento el cuestionario. Se determinó que la dimensión de elementos materiales es la dimensión que menos correlación tiene con la

variable satisfacción del cliente, y se determina que el nivel de calidad del servicio es 100% bueno, satisfacción del cliente. es 99,4% bueno y normal es 0,6%. Concluyendo ambas variables de estudio tienen una correlación de ($r=0,776$) y sig. ($p= 0,000$) es inferior 0.05 Esto significa ambas variables de estudio tienen correlación.

De acuerdo con Rivera (2018) en su investigación titulada “*Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa Consorcio Fredy*” tuvo como objetivo describir la asociación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en los clientes de la empresa Consorcio Fredy. La metodología fue de corte transversal, diseño descriptivo correlacional. 90 clientes conformaron, se les aplicó un cuestionario validado por la prueba de alfa de Cronbach, obteniendo un valor de 0.956 para la variable 1 y 0.944 para la variable 2. En la contrastación de hipótesis a través del método de Rho Spearman se obtuvo un 0.783, como valor $p=0.000 < 0.005$ lo que indica que se acepta la hipótesis alterna demostrando que ambas variables de estudio tienen relación.

Según Condor (2022) en su tesis “La calidad del servicio administrativo y la influencia en la satisfacción de atención a los docentes de la unidad de gestión educativa local - Huánuco 2021” cual tuvo como objetivo determinar cómo la Calidad de Servicio administrativo influye en la satisfacción de atención a los docentes de la UGEL-HUÁNUCO 2021. En su metodología se definió como de tipo explicativo, nivel aplicado. Manejando una población 3905. Estableció una muestra probabilística 350, cuyos datos fueron recogidos mediante un cuestionario basado en Likert Entre las conclusiones se menciona, que sobre la influencia de la calidad de servicio administrativo en la atención de los docentes más de la mitad se encuentran poco satisfecho y a su vez perciben una calidad de servicio de nivel regular [58.6% (205)], un 12.0% 42) se encuentran satisfechos y consideran que la capacidad de respuesta es buena.

Para Antón & Jara (2022), en su proyecto titulado “*Calidad de servicio y satisfacción del cliente de una entidad bancaria, Huánuco, 2021*” su objetivo fue determinar la relación entre calidad de servicio y satisfacción del cliente en una entidad bancaria, Huánuco, 2021. La metodología aplicada fue no experimental de corte trasversal,

la muestra lo conformaron 384 personas quienes respondieron un cuestionario que fue validado por juicio de expertos. Para el procesamiento de datos se empleó un software estadístico y para hacer el análisis inferencial se aplicó la prueba de Kolmogorov-Smirnov. Para hacer la prueba de hipótesis se tuvo en cuenta el valor de “p” el cual fue menor de 0.05, lo que indica que la prueba a aplicar será no paramétrica. La significancia obtenida luego de las pruebas fue <0.05 lo que concluye que ambas variables de estudio tienen alta correlación positiva.

Así mismo Chávez (2019) en su investigación titulada *“La calidad del servicio y la Satisfacción del cliente en CINEMARK Huánuco, 2018”* tuvo como objetivo determinar de qué manera la calidad de servicio incide en el nivel de satisfacción del cliente en CINEMARK – Huánuco para lo cual se planteó la siguiente hipótesis general: la calidad del servicio incide directamente en la satisfacción del cliente. Para su realización se estableció dos variables: calidad de servicio y satisfacción del cliente cada uno con sus respectivos indicadores y para ello se trabajó con 370 clientes que constituye el total de la muestra que corresponde a los clientes de Cinemark Huánuco. Se aplicó el cuestionario, y se obtuvo como resultado que la calidad de servicio efectivamente incide directamente en el nivel de satisfacción de los clientes en Cinemark Huánuco lo mismo que las dimensiones de la calidad de servicio tienen una incidencia directa sobre el nivel de satisfacción del cliente.

También Crispín (2019) en su trabajo de investigación *“Calidad de servicio y su influencia en la satisfacción del cliente de los bancos privados de la ciudad de Huánuco 2019”* propuso como objetivo principal determinar en qué medida la calidad de servicio influye en la satisfacción de los clientes en los bancos privados de la ciudad de Huánuco 2019. Con 32000 clientes conformaron la población y donde la muestra fue de 380 clientes; se empleó el cuestionario como instrumento el cual estuvo compuesto por 25 preguntas realizadas a las entidades bancarias Scotiabank, Interbank, BBVA y el BCP. Para la obtención de resultados se empleó el software estadístico de SPSS, para la contratación de hipótesis se empleó la correlación de Spearman, donde se obtuvo un valor

de 0.785 que nos demuestra que se encuentra en un rango alto, este resultado demuestra que la variable 1 si influye en la variable 2 de estudio.

Según Alvarez (2019) en su tesis “Calidad del servicio y satisfacción del cliente en la discoteca Happy World inversiones alga SAC según el modelo Servqual Leoncio prado, 2018” se planteó como propósito conocer de qué manera se relaciona la calidad del servicio con la satisfacción de clientes. Para la recolección de datos se usó como instrumento el cuestionario con alternativas expresadas en categorías cualitativas, para el procesamiento de información se usó el Software de cálculo Estadístico SPSS – V.21. Los resultados que se ha obtenido en la investigación corrobora los hallazgos de los tesisistas internacionales, nacionales, locales, quienes pudieron relacionar las dimensiones del modelo Servqual en instituciones educativas, en empresas públicas como el caso de SEDA Huánuco. De esta forma se ha validado con certeza lo escrito por los diferentes autores haciendo que esta tesis sea un término de referencia para continuar posteriores estudios en cuánto a la relación de las variables propuestas.

Finalmente Vela Ramirez (2018) en su investigación “*Gestión tutorial y satisfacción de los estudiantes de secundaria de la Institución Educativa Mario Vargas Llosa, Huánuco 2018*” tuvo como objetivo establecer la relación que existe entre Gestión de la tutoría y la satisfacción de los estudiantes de secundaria de la Institución Educativa Mario Vargas Llosa, Huánuco 2018. Fue de tipo no experimental, diseño descriptivo correlacional con enfoque cuantitativo. La muestra no probabilística de 140 estudiantes como instrumento se usó el cuestionario Se llegó a la conclusión que existe relación significativa de 0.902 entre la gestión tutorial y satisfacción de los estudiantes de secundaria de la Institución Educativa “Mario Vargas Llosa”, Huánuco 2018.

La satisfacción del cliente externo solo se puede lograr con un servicio de alta calidad, por ello, si el servicio satisface las necesidades del cliente, esto servirá como validación interna de que cada individuo cumple las expectativas sobre sus necesidades.

La satisfacción del cliente es un elemento esencial para el éxito empresarial. Las empresas que se centran en satisfacer las necesidades de sus clientes son más propensas a mantener su negocio en marcha y crecer.

Hay una serie de factores que pueden afectar a la satisfacción del cliente, incluyendo:

- La calidad del producto o servicio: El producto o servicio debe cumplir o superar las expectativas del cliente.
- La experiencia del cliente: La empresa debe proporcionar una experiencia de cliente positiva, desde el momento en que el cliente se pone en contacto con la empresa hasta que recibe el producto o servicio.
- La relación con el cliente: La empresa debe establecer una relación positiva con el cliente, basada en la confianza y la transparencia.

La satisfacción del cliente externo no puede ser desligada de la calidad del servicio ya que determina si los clientes volverán a la empresa o entidad para realizar negocios o solicitar servicios adicionales (Zouari y Abdelhedi, 2021). Es importante mencionar que los colaboradores influyen en determinar la definición de la calidad del servicio porque cuando los colaboradores de una organización están mejor preparados y capacitados, pueden brindar una mejor atención a los clientes y producir un servicio de mayor nivel (Khanduri, 2021). Confirmando ello, cabe decir que las necesidades y requerimientos de los clientes y usuarios son muy cambiantes y a la vez son más exigentes en cuanto a expectativas, por tanto, el trato brindado por los colaboradores de servicio en una empresa se hace de suma importancia al momento de evaluar la calidad de servicio (Jara et al., 2018).

La categoría de calidad de servicio intangibles es perceptible por parte de los clientes sobre la facilidad percibida para recibir el servicio (Zouari y Abdelhedi, 2021).

Por ejemplo, ya que no se pueden ver, por lo tanto, se le considera servicios intangibles a la educación, salud, turismo, entretenimiento, servicios legales, etc.

En el caso de Perú, los servicios intangibles representan una parte importante de la economía. Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), en el año 2022, los servicios representaron el 66,3% del Producto Bruto Interno (PBI) del país.

Elementos tangibles: Son los activos de una empresa que pueden incluirse y visualizarse en los registros contables, al tener esta naturaleza pueden ser analizados y ser expresados como positivos o negativos (Riquelme y Galeano, 2014). Los elementos tangibles son importantes para las empresas porque permiten a los clientes evaluar la calidad de los productos y servicios antes de comprarlos, ayudan a las empresas a crear una marca y una experiencia de cliente únicas y pueden ser utilizados para diferenciarse de la competencia.

Gestión educativa: De acuerdo al MINEDU (2021) es un conjunto de procesos administrativos y estrategias de gestión encaminados a lograr el desarrollo integral de los estudiantes y asegurar su acceso a la educación básica hasta la culminación del curso educativo. Para Chiaveto (2019) la gestión es el proceso mediante el cual un gerente o equipo directivo determina las acciones (planes) a seguir, teniendo en cuenta las metas de la organización, las necesidades identificadas, los cambios deseados, las nuevas acciones necesarias, los mandatos o cambios necesarios a implementar y cómo se llevarán a cabo. implementado. La implementación de estas actividades (actividades estratégicas) y los resultados obtenidos.

Los beneficios de la gestión educativa tenemos:

- Alcanzar la visión y misión.
- Centrarse en el aprendizaje y la enseñanza que imparten los profesores a cargo.
- Esfuerzo por promover la armonía escolar.
- Fortalecer la estructura de los proyectos educativos.
- Promover el liderazgo en la institución.

- Vigilar la adecuada gestión de los recursos.
- Búsqueda constante de la autonomía institucional.

Las instituciones educativas imparten educación a niños y jóvenes, desde educación primaria y educación secundaria. Su objetivo principal es proporcionar a los estudiantes una educación de calidad que les permita desarrollar sus habilidades y conocimientos para su futuro profesional.

Las instituciones educativas en Perú pueden ser de carácter religioso o laico. Las instituciones educativas religiosas están dirigidos por una institución religiosa, como una iglesia o una congregación. Los colegios laicos no están vinculados a ninguna institución religiosa.

Las instituciones educativas en Perú pueden ofrecer una variedad de programas académicos, desde educación básica hasta educación superior. Pudiendo ofrecer una variedad de actividades extracurriculares, como deportes, artes, música y clubes. Estas actividades extracurriculares pueden ayudar a los estudiantes a desarrollar sus habilidades y talentos.

A la vez son una opción popular para los apoderados que buscan una educación de calidad para sus hijos. Estos colegios ofrecen una variedad de programas académicos y actividades extracurriculares que pueden ayudar a los estudiantes a alcanzar su máximo potencial.

Factores que influyen en la elección de unas instituciones educativas en Perú son la ubicación, el programa académico, la reputación, las instalaciones y el costo

Los propósitos de la asistencia a instituciones educativas son la adquisición de conocimientos y habilidades, desarrollo personal, preparación para la universidad y futuro laboral.

Servicio al cliente: Es el servicio o atención que una empresa brinda a un cliente en respuesta a una solicitud, pedido o queja de un cliente, gracias la venta o la entrega de un producto o servicio (Crece Negocios [CN],2015).

El servicio al cliente puede dividirse en dos grandes categorías:

Servicio al cliente preventivo: Se trata de las acciones que se realizan para evitar que los clientes tengan problemas o quejas. Por ejemplo, la empresa puede proporcionar información clara y concisa sobre sus productos o servicios, o puede ofrecer un servicio de atención al cliente disponible las 24 horas del día.

Servicio al cliente correctivo: Se trata de las acciones que se realizan para resolver los problemas o quejas de los clientes. Por ejemplo, la empresa puede ofrecer un reembolso, un cambio de producto o un servicio de reparación.

Los principales factores que intervienen en el servicio al cliente son la escucha activa, la resolución de problemas, la amabilidad y el servicio rápido y eficiente.

Satisfacción del cliente: Es la representación del cumplimiento de las necesidades presentadas por el cliente gracias a un servicio que brinda un cómodo nivel de compensación (Kotler y Armstrong, 2013).

Perspectiva del cliente: Se define como todo que los clientes esperan de una empresa y la forma en que los clientes idealizan la misma, si el cliente recibe los bienes y/o servicios que esperaban, es más probable que la empresa fidelice cliente (Escuela Europea, 2014).

Los indicadores a tomar en cuenta son:

- Servicio esperado
- Horario de atención
- Desempeño administrativo
- Cumplimiento de lineamientos
- del Ministerio de Educación
- Precios de los servicios
- Desempeño del docente docente

- Preparación modular
- Comodidad
- Interés por el bienestar del
- cliente externo
- Cumplimiento del cronograma académico

La perspectiva del cliente se puede utilizar para:

Identificar las oportunidades de mejora: Al entender cómo los clientes perciben los productos o servicios de una empresa, se pueden identificar áreas de mejora que pueden conducir a un aumento de la satisfacción del cliente.

Desarrollar productos y servicios más atractivos: Al comprender las necesidades y deseos de los clientes, las empresas pueden desarrollar productos y servicios que satisfagan mejor sus necesidades.

Mejorar la experiencia del cliente: Al centrarse en la perspectiva del cliente, las empresas pueden crear una experiencia del cliente más positiva y satisfactoria.

La perspectiva del cliente se puede obtener a través de una variedad de métodos, incluyendo:

Encuestas: Las encuestas son una forma eficaz de recopilar información sobre las opiniones y experiencias de los clientes.

Entrevistas: Las entrevistas son una forma más profunda de obtener información sobre las necesidades y expectativas de los clientes.

Análisis de datos: El análisis de datos puede proporcionar información sobre las tendencias y patrones de comportamiento de los clientes.

Como justificación de esta investigación tenemos:

Justificación teórica: El presente estudio nos permitirá determinar la relación entre la Calidad de servicio y la satisfacción del cliente externo en la Institución Educativa Particular Advanced School Perú EIRL.

Justificación práctica: Los objetivos de este estudio podrán aplicarse a una entidad educativa privada como la Institución Educativa Particular Advanced School Perú EIRL cuya aplicación será una oportunidad para la solución de los problemas planteados.

Justificación metodológica: De acuerdo al problema y objetivos establecidos en el estudio se utilizará un instrumento(cuestionario) apropiado para determinar la relación entre la Calidad de servicio y la satisfacción del cliente externo. Dicho instrumento será validado y estará disponible para estudios similares en el futuro.

Justificación científica: El estudio dará como resultado un informe final que contendrá información importante, precisa y veraz sobre la relación entre la Calidad de servicio y la satisfacción del cliente externo en la Institución Educativa Particular Advanced School Perú EIRL que podrá ser utilizada en estudios futuros donde la problemática puede diferir de la actual.

Justificación social: Esta investigación nos ayuda a entender el grado de satisfacción del cliente y proporcionar recomendaciones para mejorar el servicio ofrecido por la Institución Educativa Particular Advanced School Perú EIRL, beneficiando tanto a la mencionada institución como a los clientes.

Nos planteamos como problema:

Hoy en día las empresas que mantienen una buena cantidad de años en el mercado se ven en la obligación de mejorar procesos que tienen que ver con su servicio, ya que ello les permitirá ganar competitividad frente al surgimiento de empresas jóvenes que tienen bien definidas el concepto de calidad de servicio, ello viene a ser fundamental para que una empresa pueda salir adelante considerando también que es un factor clave para la identidad de la compañía, Horovitz (1991) demuestra que en el entorno actual, ningún

negocio es viable sin la atención al cliente y la calidad del servicio prestado. Por tanto, una empresa indistintamente si brinda un producto o servicio para conseguir una posición estable en un mercado cada vez más competitivo, estas deben centrarse en brindar un buen servicio.

La educación es clave para el desarrollo social, económico y político de todos los países. Por ello, las instituciones educativas deben proporcionar una educación que responda a las necesidades de la sociedad. Esto significa que las instituciones de educación inicial, primaria, secundaria y superior deben desarrollar las competencias necesarias para que las nuevas generaciones puedan asumir sus responsabilidades de manera competente y responsable.

Las empresas estadounidenses pierden 4,000 millones de dólares al año debido a experiencias negativas de los padres de familia. También encontraron que el 44% de los compradores se cambiarían a un competidor después de una experiencia negativa, y que el 53% de los clientes se cambiarían a un competidor sin siquiera intentar resolver el problema con la empresa. Esto se debe a que los clientes han perdido la confianza en la capacidad de las empresas para resolver sus problemas. Siendo una de la problemática la capacidad de respuesta y la empatía de parte de la empresa. (Laveglia, 2014).

La pandemia del 2019 ha tenido un impacto inluyente en la educación mundial. Alrededor de 1.500 millones de estudiantes, el 72% del estudiantado mundial, se vieron afectados por el cierre temporal de las escuelas. Esto ha hecho que sea difícil garantizar la continuidad de la educación y la calidad sobre ella, especialmente en América Latina, donde ya era difícil proporcionar una educación de calidad en contextos presenciales. Esto provoco que la calidad de aprendizaje de parte de los estudiantes bajara considerablemente e influencio a que los padres obtén por una educación privada presencial buscando la calidad en su enseñanza.

La calidad tiene que conocerse por más empresas como un proceso que permite la mejora continúa trayendo como consecuencia la mejor relación y comunicación de todas las áreas de una empresa para cumplir con las expectativas del cliente externo, este último tiene demandas de servicios que no fueron atendidas por otras empresas, ello hace que el esfuerzo por el trabajo en equipo sea mayor. El servicio integral es otra definición de servicio satisfactorio. Según Ramírez (2008) Entregar un servicio integral en el lugar correcto, en la cantidad adecuada y en el momento adecuado es otra definición de servicio satisfactorio. Un buen servicio educativo debe entregar la cantidad correcta donde el usuario lo necesita. El gobierno debe recordar que es imposible brindar un buen servicio educativo si el esfuerzo del Estado no llega a ciertas zonas de nuestro territorio nacional.

Hoy en día en Perú la educación pública perdió mucho prestigio por lo que muchos padres de familia optan por la educación en instituciones privadas. Para las escuelas que cuentan con nivel inicial, primaria y secundaria la demanda de un servicio de calidad de parte de los padres de familia es muy exigente ya que ello es el pilar fundamental para el desarrollo educativo de sus menores hijos y estos tengan logros académicos durante toda su etapa escolar. En el Perú, la calidad de la educación está definida en el artículo 13 de la Ley Nro. 28044 como: el nivel adecuado de formación académica que deben alcanzar las estudiantes para tener las herramientas necesarias para enfrentar los retos que se les presentara durante el desarrollo profesional, ejercer su ciudadanía, continuar aprendiendo y capacitándose durante todas las etapas de su vida. Así se tiene que la calidad de servicio educativa involucra una adecuada formación por parte de las instituciones educativas que va a permitir que los estudiantes puedan desarrollarse de manera competente y que sean capaces de dar solución a problemas cotidianos; así como a problemas sociales. Por lo que la calidad de servicio brindada por las instituciones educativas debe ser analizado por los directivos tomando en cuenta la perspectiva socioformativa, para poder brindar las capacidades al estudiante y este tenga el desarrollo integral para así contribuir con la sociedad peruana.

Existen empresas que invierten en publicidad para atraer clientes, pero si no cumplen con las expectativas que generan, los clientes pueden irse a la competencia. Por lo tanto, las empresas deben centrarse en ofrecer un buen servicio y hacer que los clientes se sientan especiales, deseados y valorados. De esta manera, podrán retener a los clientes que atraen con su publicidad.

En el primer año de funcionamiento del Colegio Advanced School se pudo notar la creciente demanda de vacantes para menores de inicial, primaria y secundaria, esto porque la institución cuenta con amplios espacios recreativos y con una plana docente completa y complementaria los cuales para formar parte de la institución pasaron por diferentes filtros elaborados por los directivos. Ante la creciente demanda de parte de estudiantes de la zona aledaña por estudiar en la institución educativa, esta se ve obligado a hacer una investigación sobre la calidad de servicio que brinda y la satisfacción que tienen los tutores de los menores matriculados, esto para conocer como están manejando los diferentes servicios que brindan y armar planes de mejora , de tal manera la institución no cuenta con políticas de calidad que comprometan a que los colaboradores orienten su trabajo a los estudiantes al 100% y estén enfocados a la mejora continua, así mismo no poseen una guía documentada o estándares para brindar una buena calidad en su servicio educativo, debiendo tomar en cuenta que se requieren colaboradores con habilidades que les permitan pensar de manera crítica, creativa e innovadora, para poder adaptarse a un entorno cambiante y competitivo, lo cual trae consigo quejas y reclamos de todas indoles en la actualidad de parte de los estudiantes y tutores, algunos de ellos optaron por retirar a sus menores de la institución, la institución cuenta con espacios amplios como se mencionó pero no cuentan con una óptima distribución de la infraestructura ya que no se cuenta con módulos específicos para primaria, secundaria generando incomodidad en los alumnos. Con esta investigación buscaremos el grado de relación que tienen entre la variable satisfacción del cliente y calidad de servicio de los tutores de los menores, ante esto hacemos la siguiente pregunta:

¿Existe relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente externo en la IEP Advanced School Perú EIRL, Huánuco, 2023?

Conceptuación y operacionalización de las variables.

Calidad de Servicio: Valoración que hace el usuario del estado del servicio, lo que significa que no existen errores cuando se brinda la misma (Yoon y Cheon, 2020).

Satisfacción del cliente: Es la representación del cumplimiento de las necesidades presentadas por el cliente gracias a un servicio que brinda un cómodo nivel de compensación (Kotler y Armstrong, 2013).

Calidad de Servicio: Para la medición de la variable independiente se aplicará un cuestionario, 9 primeros ítems, a los clientes externos de la Institución Educativa Particular Advanced School Perú EIRL.

Satisfacción del cliente: Para la medición de la variable dependiente se aplicará un cuestionario, 7 últimos ítems, a los clientes externos de la Institución Educativa Particular Advanced School Perú EIRL.

Nos planteamos las siguientes hipótesis para esta investigación:

Según Izcara (2014), Una hipótesis es un intento de explicar el fenómeno en estudio, expresado como una proposición. Una hipótesis debe presentarse con la mente abierta y la voluntad de aprender, de lo contrario, está tratando de establecer ideas que simplemente están equivocadas.

Como hipótesis alternativa (H1) La calidad de servicio se relaciona con la satisfacción del cliente externo en la Institución Educativa Particular Advanced School Perú EIRL, Huánuco, 2023.

Y como hipótesis nula (H0) La calidad de servicio no se relaciona con la satisfacción del cliente externo en la Institución Educativa Particular Advanced School Perú EIRL, Huánuco, 2023.

Objetivo general:

Definir la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente externo en la Institución Educativa Particular Advanced School Perú EIRL, Huánuco, 2023

Y como objetivos específicos:

Determinar la relación entre Elementos tangibles y la satisfacción del cliente externo en la IEP. Advanced School Perú EIRL

Determinar la relación entre la gestión institucional y la satisfacción del cliente externo en la IEP. Advanced School Perú EIRL

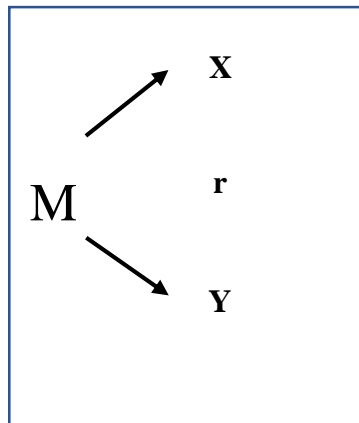
Determinar la relación entre la empatía y la satisfacción del cliente externo en la IEP. Advanced School Perú EIRL

Metodología

Tipo y Diseño de investigación.

Tipo de investigación: No experimental, cuantitativo porque no manipularemos las variables de estudio. En este tipo de investigación, nos limitaremos a observar los fenómenos tal como ocurren en su ambiente natural.

Diseño de la investigación: Descriptivo, correlacional transversal



Donde:

M = Padres, madre o apoderado de los alumnos matriculados en el año académico 2023

X = Calidad de servicio.

Y = Satisfacción del cliente externo

r = Relación entre las variables

Población y Muestra.

Población

Todos los tutores de los alumnos matriculados en el año académico 2023

Muestra

Unidad de análisis

Los tutores seleccionados de los alumnos matriculados en el año académico 2023

Selección de muestra

Para la selección de la muestra será calculada con el programa Epidat 4.2. Se tomará con un nivel de confianza del 95% con error muestral del 5% y una probabilidad de ocurrencia del 35%. Teniendo una muestra de 100 padres de familia.

Figura 1

Resultados de aplicación de software Epidat 4.2

[1] Tamaños de muestra. Media:

Datos:

Tamaño de la población: 210
Desviación est. esperada: 35,000
Nivel de confianza: 95,0%
Efecto de diseño: 1,0

Resultados:

Precisión	Tamaño de la muestra
5,000	100

Al usar el muestreo de tipo aleatorio simple tenemos lo siguiente

Figura 2

Resultados del muestreo aleatorio simple

[2] Muestreo simple aleatorio:

Datos:

Tamaño de la población: 210

Tamaño de la muestra: 100

Número de los sujetos seleccionados:

4	128	125	48	160	58	111
193	30	15	107	172	205	133
63	200	66	142	88	82	146
13	51	26	103	2	171	36
157	24	203	23	93	129	139
158	122	81	179	71	176	28
20	98	104	89	198	184	53
16	123	76	140	69	114	92
124	101	208	132	155	83	68
5	3	52	138	118	65	17
207	187	167	73	29	120	57
173	78	163	12	196	80	99
209	191	156	127	192	34	94
37	195	86	181	45	46	14
151	166					

Técnicas e instrumentos de investigación

Técnica: Cuantitativa: Encuesta

Una de las técnicas de producción de datos es la encuesta, en la cual se usa como instrumento un cuestionario estandarizado ya que permite abordar en diversos temas que tienen que ver con individuos o grupos en estudio, por ejemplo: creencias, costumbres, hábitos, prejuicios que predominan en la muestra o inclinaciones por votos. (Archenti, 2012)

Instrumento: Cuestionario

Es como una técnica indirecta, similar a un interrogatorio escrito, diseñado para la recolección de datos. (Reyes, 2018).

Se empleó un cuestionario que tuvo 21 preguntas, 11 preguntas correspondientes a la variable Calidad de Servicio y 10 preguntas para Satisfacción del Cliente.

Procesamiento y análisis de datos.

Los datos que obtendremos se recolectarán en el software Excel 2019 para luego ser procesados con el programa SPSS versión 29, los resultados obtenidos serán interpretados con la ayuda de gráficos debidamente ordenados según los requerimientos para posteriormente llegar al último capítulo de la investigación que son las conclusiones y proponer las recomendaciones.

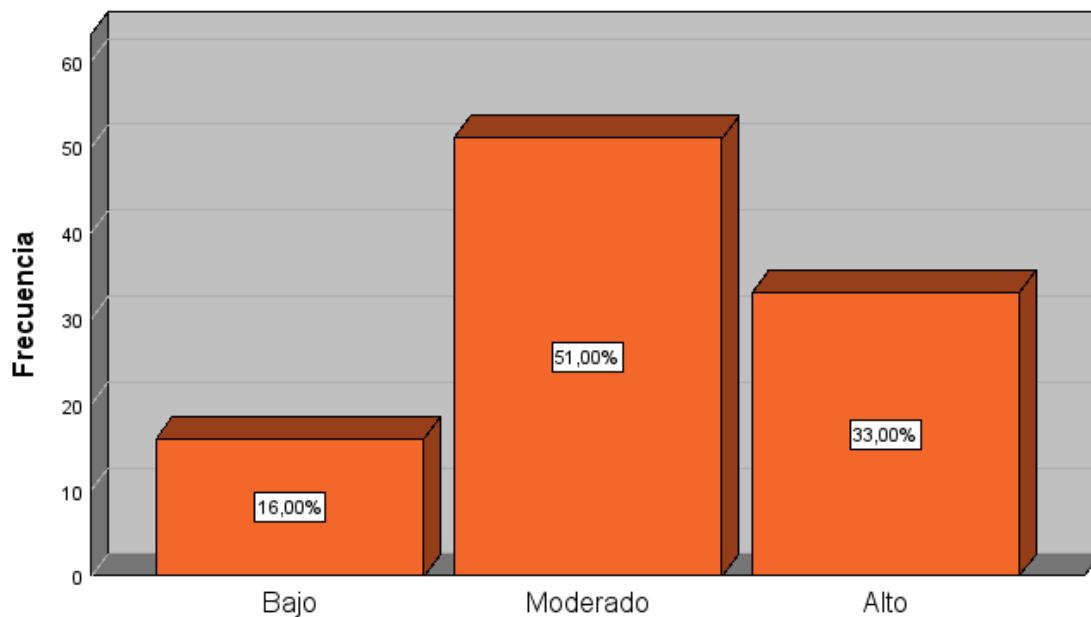
Resultados

Tabla 1
Resultados del análisis de la Dimensión: Elementos Tangibles.

ítems	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Porcentual
	(ni)	(fi=ni/N en %)
Bajo	16	16%
Moderado	51	51%
Alto	33	33%
Total=(f)	100	100%

Figura 3

Resultados del análisis de la Dimensión: Elementos Tangibles.



Interpretación:

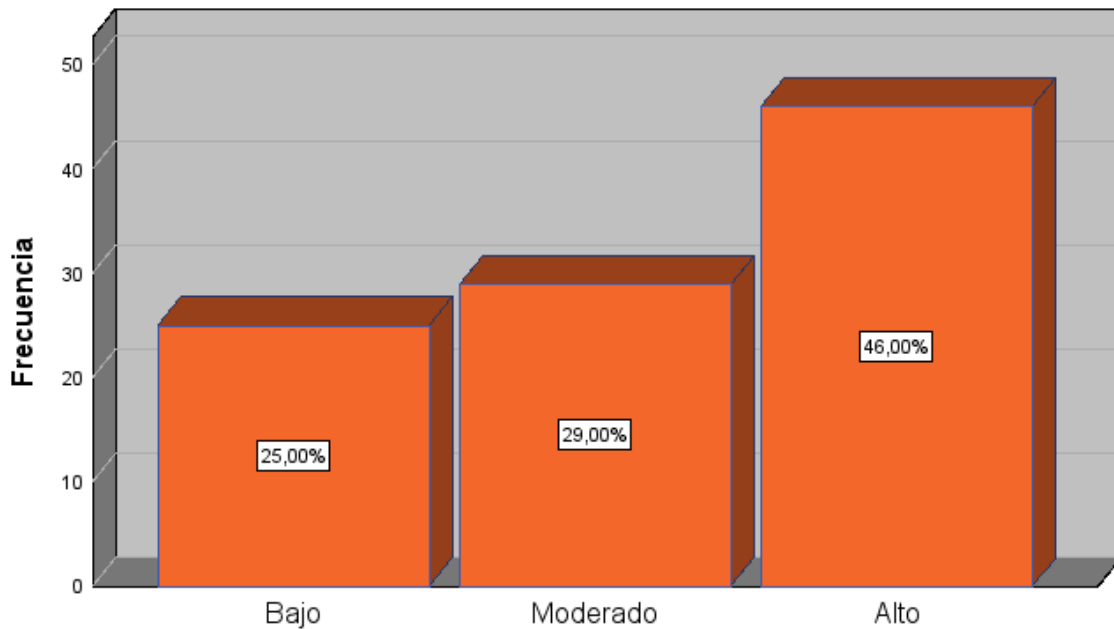
En la Tabla 1 y Figura 3, visualizamos al 16% de los tutores encuestados tomaron en consideración que los elementos tangibles de la Institución Educativa de estudio, se

encontraban en un nivel bajo; el 51% consideraron que se encontraba en un nivel medio y el 33% consideraron que lo elementos tangibles estuvieron en un nivel alto.

Tabla 2
Resultados del análisis de la Dimensión: Gestión Educativa

ítems	Frecuencia Absoluta (ni)	Frecuencia Porcentual (fi=ni/N en %)
Bajo	25	25%
Moderado	29	29%
Alto	46	46%
Total=(f)	100	100%

Figura 4
Resultados del análisis de la Dimensión: Gestión Educativa



Interpretación:

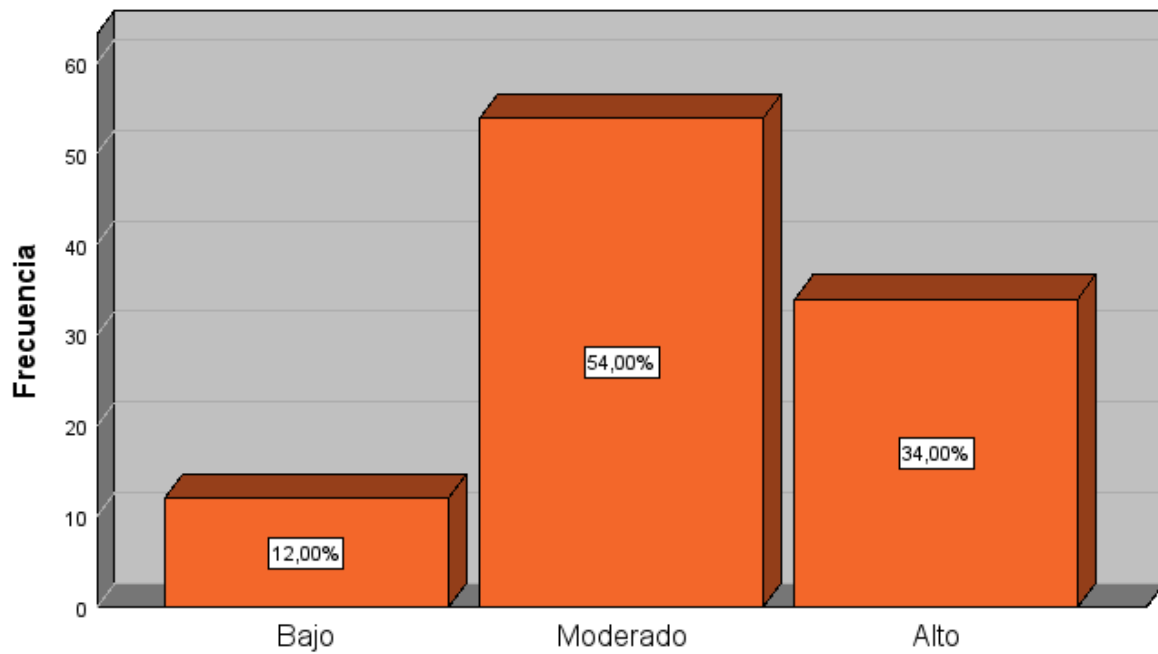
En la Tabla 2 y en la Figura 4, visualizamos que el 25% tomaron en consideración que gestión educativa de la Institución Educativa de estudio, se encontraron en un nivel bajo; el 29% consideraron que se encuentra en un nivel medio y el 46% consideraron que la Gestión educativa estuvo en un nivel alto.

Tabla 3
Resultados del análisis de la Dimensión: Empatía

Ítems	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Porcentual
	(ni)	(fi=ni/N en %)
Bajo	12	12%
Moderado	54	54%

Alto	34	34%
Total=(f)	100	100%

Figura 5
Resultados del análisis de la Dimensión: Empatía



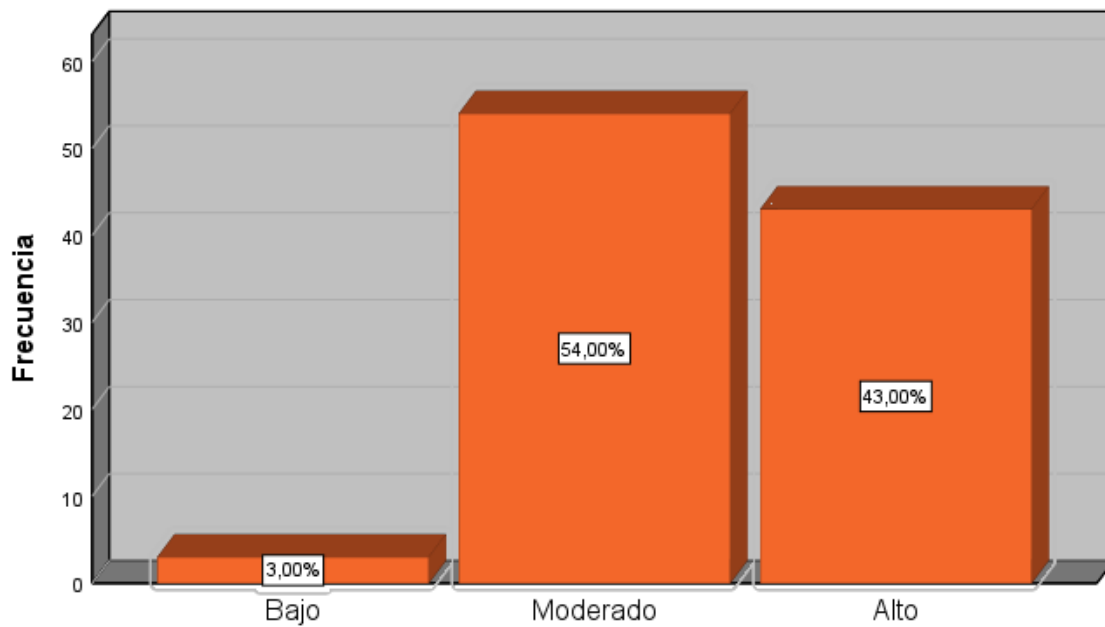
Interpretación:

En la Tabla 3 y Figura 5, visualizamos que el 12% tomaron en consideración que la empatía de parte de la Institución Educativa de estudio, estuvo en un nivel bajo; el 54% consideraron un nivel medio y el 34% consideraron que la empatía estuvo en un nivel alto.

Tabla 4
Resultados del análisis de la Dimensión: Perspectiva del cliente

Ítems	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Porcentual
	(ni)	(fi=ni/N en %)
Bajo	3	3%
Moderado	54	54%
Alto	43	43%
Total=(f)	100	100%

Figura 6
Resultados del análisis de la Dimensión: Perspectiva del cliente



Interpretación:

En la Tabla 4 y Figura 6, visualizamos que el 3% de los tutores encuestados tuvieron una perspectiva baja de parte de la Institución Educativa de estudio; el 54% consideraron un nivel medio y el 43% calificaron con un nivel alto a la satisfacción del cliente.

Pruebas de Hipótesis.

Prueba de Normalidad datos

Para la contrastación de hipótesis según el índice de frecuencia se ejecutó la Prueba de Kolmogorov-Smirnov porque la muestra es mayor de 50, en este caso son 100 elementos.

(Sig. = P-valor) \geq (0,05), se acepta H_0 = Los datos sí provienen de una distribución normal.

(Sig. = P-valor) \leq (0,05), se acepta H_1 = Los datos no provienen de una distribución normal.

Tabla 5

Prueba de normalidad del índice de Calidad de Servicio

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Calidad del Servicio	,060	100	,200*	,988	100	,512
Satisfacción del Cliente Externo	,076	100	,160	,983	100	,213

*

Se puede observar en la Tabla 5 el valor de “Sig”, según la prueba de Kolmogorov-Smirnov de la variable Calidad de servicio es de 0.20, estos son mayores a 0.05 y de la

variable Satisfacción del Cliente es de 0.16, estos son mayores a 0.05, por lo que se puede deducir que los datos de esta prueba revelan que sí tiene una distribución normal para el grupo de datos de Calidad de Servicio y sí tienen distribución normal para el grupo de datos de satisfacción del cliente, lo cual se procede a realizar la prueba paramétrica de Pearson.

Figura 7
Histograma de distribución normal de Calidad de Servicio

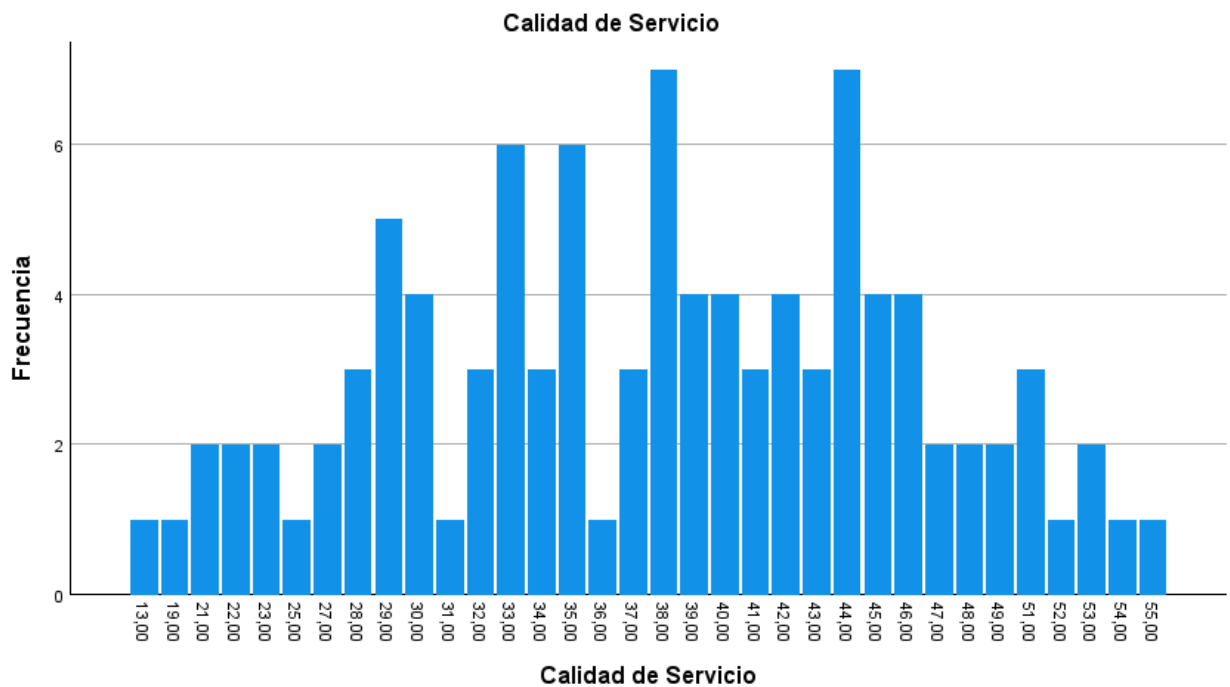
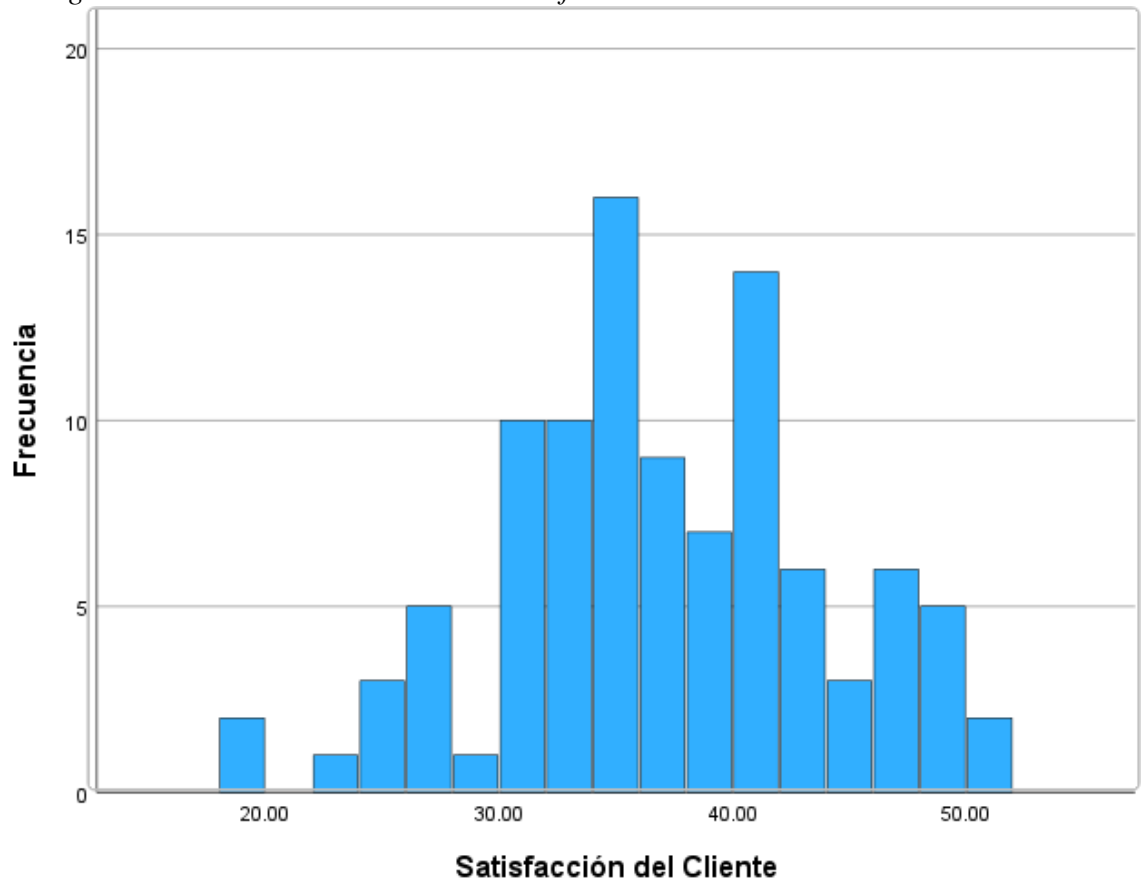


Figura 8
Histograma de distribución normal de Satisfacción del Cliente externo



Pruebas de hipótesis general

H0: No existe relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente externo en la IEP. Advanced School Perú EIRL, Huánuco, 2023

H1: Existe relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente externo en la IEP. Advanced School Perú EIRL, Huánuco, 2023

Tabla 6

Correlaciones de calidad de servicio y satisfacción de cliente externo

Correlaciones

		Calidad del Servicio	Satisfacción del Cliente Externo
Calidad del Servicio	Correlación de Pearson	1	,859**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	100	100
Satisfacción del Cliente	Correlación de Pearson	,859**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	100	100

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

Análisis:

En la tabla 6, se observa que el coeficiente de correlación de la prueba de Pearson tiene un valor de 0.859 y la significancia es $(p=0.00) \leq 0.05$ lo que nos indica que se rechaza la H0 y acepta la H1. Por lo tanto: Existe relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de la población de estudio.

Prueba de hipótesis específica 1

H0: No existe una relación entre Elementos tangibles y la satisfacción del cliente externo en la IEP. Advanced School Perú EIRL

H1: Existe una relación entre elementos tangibles y la satisfacción del cliente externo en la IEP. Advanced School Perú EIRL

Tabla 7

Correlaciones de elementos tangibles y satisfacción del cliente externo

Correlaciones

		Elementos Tangibles	Satisfacción del Cliente Externo
Elementos Tangibles	Correlación de Pearson	1	,824**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	100	100
Satisfacción del Cliente	Correlación de Pearson	,824**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	100	100

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

Análisis

En la tabla 7, se observa que el coeficiente de correlación de la prueba de Pearson tiene un valor de 0.824 y la significancia es $(p=0.00) \leq 0.05$ lo que nos indica que se rechaza la H0 y acepta la H1. Por lo tanto: Existe una relación entre elementos tangibles y la satisfacción de la población de estudio.

Prueba de hipótesis específica 2

H1: Existe una relación entre la gestión institucional y la satisfacción del cliente externo en la IEP. Advanced School Perú EIRL

H0: No existe una relación entre la gestión institucional y la satisfacción del cliente externo en la IEP. Advanced School Perú EIRL.

Tabla 8

Correlaciones de gestión educativa y satisfacción del cliente externo

Correlaciones

		Gestión Educativa	Satisfacción del Cliente Externo
Gestión Educativa	Correlación de Pearson	1	,727**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	100	100
Satisfacción del Cliente	Correlación de Pearson	,727**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	100	100

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

Análisis

En la tabla 8, se observa que el coeficiente de correlación de la prueba de Pearson tiene un valor de 0.727 y la significancia es $(p=0.00) \leq 0.05$ lo que nos indica que se acepta la H1. Por lo tanto: Existe una relación entre la gestión institucional y la satisfacción de la población de estudio.

Prueba de hipótesis específica 3

Ha: Existe una relación entre la empatía y la satisfacción del cliente externo en la IEP. Advanced School Perú EIRL.

H0: No existe una relación entre la empatía y la satisfacción del cliente externo en la IEP. Advanced School Perú EIRL.

Tabla 9
Correlaciones de empatía y satisfacción del cliente.
 Correlaciones

		Empatía	Satisfacción del Cliente
Empatía	Correlación de Pearson	1	,747**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	100	100
Satisfacción del Cliente	Correlación de Pearson	,747**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	100	100

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

Análisis

En la tabla 09, se observa que el coeficiente de correlación de la prueba de Pearson tiene un valor de 0.747 y la significancia es $(p=0.00) \leq 0.05$ lo que nos indica que se rechaza la H0 y acepta la H1. Por lo tanto: Existe una relación entre la empatía y la satisfacción de la población de estudio.

Análisis y Discusión

Según el objetivo general de la presente investigación se pudo observar en la tabla 6, que existe una correlación positiva ($p < 0.005$) entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente externo en la IEP. Advanced School Perú EIRL; obteniendo una correlación de

($r=0.859$) en la prueba de Pearson. De ello se dedujo que cuando incrementa la calidad de servicio aumenta la satisfacción del cliente externo, dando a conocer que es importante que los colaboradores brinden una buena calidad de servicio. Es preciso mencionar a Naranjo (2020), quien en su investigación fundamentó teóricamente mediante antecedentes investigativos de diferentes autores que existe relación importante entre la Calidad del Servicio y Satisfacción del Usuario en diferentes contextos y empresas tanto a nivel privado como del sector público, obteniendo un 63% de relación directa y significativa. Según Rivera (2019), como resultado de su investigación obtuvo una sig. 0.048 el cual le indica que tiene una correlación positiva, esto menciona que su variable calidad de servicio tiene una relación positiva con su variable satisfacción de servicio.

Amaro (2021), obtuvo como resultado de la correlación de Rho Spearman de 0.914, como significancia .000 el cual es menor que 0.05 . Con estos resultados concluyo que existe una perfecta correlación positiva entre las variables estudiadas y los estudiantes se ven influenciados por diversos estímulos, experiencias e impulsos como recomendaciones para la implementación de diversas estrategias para comprender el comportamiento humano.

En la tabla 01 se puede observar como resultado que el 51% califica a la dimensión elementos tangibles como moderado y el 35% como alto y el 16% como bajo, estos resultados muestran que usuario se siente conforme. Aplicando la prueba de Pearson se obtuvo como valor de $r=0.824$ y la significancia es $(p=0.00) \leq 0.05$ lo que nos indica que existe relación entre ambas variables de estudio

Enríquez (2021), en su tesis obtiene de su análisis descriptivo que el 80.91% de los encuestados califica que la institución educativa cuenta con un nivel alto en cuanto a sus elementos tangibles, asimismo el 17,27% lo califica con un nivel medio y el 1.83% con un nivel bajo, en su análisis inferencial obtienen una sig = 0.005 lo que indica que hay relación entre la dimensión de elementos tangibles y la variable 2, en la Institución Educativa “Ana Mogas”, Oxapampa, 2021. De igual modo, el grado de correlación ($r = 0$,

265) es baja. Según Bellido (2018) obtiene de la aplicación de su investigación una sig de $p=,000$ lo que es < 0.05 en la contratación de la hipótesis que contiene la variable elementos tangibles con satisfacción del cliente lo cual permite señalar que la relación es significativa.

En la tabla 02 el 46% de encuestados considera alta la dimensión de gestión educativa, mientras que el 29% lo considera moderado y el 25% lo considera bajo. La gestión educativa es uno de los pilares donde sienta sus bases una institución educativa, en esta investigación nos indica que más del 54% no se encuentra totalmente satisfecha. La prueba de Pearson tiene un valor de 0.727 y la significancia es $(p=0.00) \leq 0.05$ lo que indica que existe relación entre ambas variables de estudio. Aguilar (2019), obtuvo como resultados de su investigación que la Gestión institucional es buena para el 91,3% de los entrevistados, regular para el 5,43%, y malo para el 3,26% del total.

En la tabla 03 el análisis descriptivo muestra que la dimensión empatía tiene un 34% calificado en un nivel alto, el 54% en un nivel moderado teniendo el mayor nivel en comparación con las otras escalas esto indica que no están atendiendo con respuestas asertivas a los clientes externos y el 12% califica como bajo. de Pearson tiene un valor de 0.747 y la significancia es $(p=0.00) \leq 0.05$ este valor indica existe una relación entre la empatía y la satisfacción de la población de estudio, datos que se compara con Bellido (2018), en su investigación titulada “Calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Etcobell SAC, Villa el salvador – 217” , respecto a la empatía se encontró una correlación de Rho de Spearman al 0.786, lo que indica una relación favorable, un p-valor de $0.000 < 0.05$, por lo tanto existe relación significativa entre la empatía y la satisfacción de los clientes.

Enríquez (2021), en su investigación obtuvo de su contrastación de hipótesis respecto a la dimensión empatía y satisfacción del cliente una sig. = $0,000 < 0,05$, lo que certifica que la empatía y la satisfacción están ligadas entre sí, en la Institución Educativa “Ana Mogas”, Oxapampa, 2021. De igual modo, el grado de correlación ($r = 0,332$) es frágil.

Conclusiones

Se determinó que la calidad de atención se relaciona con la satisfacción del cliente según los resultados de la prueba de hipótesis que indica una correlación de ($r=0.859$) en la prueba de Pearson.

Se identificó que la variable satisfacción del cliente es de nivel medio con un 54%, este tiene relación con la dimensión elementos tangibles ya que ambos tienen una correlación de ($r=0.824$).

La dimensión gestión educativa presenta un nivel alto con un 46%, este tiene relación positiva con la satisfacción del cliente, ambos tienen una $r= 0.727$ lo que indica que si uno incrementa la otra dimensión también aumenta.

Se obtuvo que la dimensión empatía presenta un 54% en el nivel medio lo que quiere decir que la mayoría de padres considera que la institución no le presta la atención necesaria a escuchar y a atender a los clientes, esta dimensión tiene una relación muy positiva con la satisfacción de la cliente demostrada con $r= 0.747$ lo que significa que es directamente proporcional.

Recomendaciones

- Las autoridades de la institución deben de establecer un rol de capacitaciones para el personal docente y administrativo, ya que ello ayudara a que el servicio brindado mejore.
- Implementar flujogramas de servicios, esto ayudara a que los colaboradores de la empresa y el cliente sepan los procedimientos para cada solicitud que deseen hacer, esto beneficiara a su satisfacción en cuando al servicio brindado.
- La gestión educativa debe ser constantemente evaluada por parte de las autoridades de la institución, esto deber ir acompañado de las herramientas necesarias para que los docentes y personal administrativo puedan estar actualizados y hacer el seguimiento a los alumnos.
- Capacitar al personal administrativo en “Atención al cliente”, esto para que tengan herramientas necesarias para tratar con todo tipo de clientes y situaciones.

Referencias bibliográficas

- Aguilar, P. (2019) . *Gestión educativa institucional y su relación con la satisfacción académica de los oficiales alumnos en la Escuela de Infantería del Ejército Peruano, 2019* [Tesis de maestría, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. Repositorio Institucional. <https://hdl.handle.net/20.500.12672/19428>
- Alberto , V. (12 de 03 de 2020). *La calidad del servicio y satisfacción del cliente externo en el laboratorio clínico de la Fundación Santa Isabel Madre del Precursor*. Recuperado el 17 de 08 de 2023, de Repositorio de la Universidad Católica de Santiago de Gyaquil: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/14704>
- Alvarez, S. (2019). *Calidad del servicio y satisfacción del cliente en la discoteca happy world inversiones alga s.a.c según el modelo servqual leoncio prado, 2018*. Recuperado el 18 de 08 de 2023, de Repositorio de la Universidad de Huánuco: <http://repositorio.udh.edu.pe/handle/123456789/2203;jsessionid=3245AB357A6CB73CC8824440822B365B>
- Amaro, C. (12 de 2021). *Calidad de Servicio Educativo y Satisfaccion del Esudiante en Instituciones Educaivas Públicas de la UGEL 06,Ae 2021*. Recuperado el 17 de 08 de 2023, de Respositorio de la Universidad Autonoma del Perú: <https://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/20.500.13067/1766>
- Antón, J., & Jara, M. (25 de 7 de 2022). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente de una entidad bancaria, Huánuco, 2021*. Recuperado el 18 de 8 de 2023, de Repositorio de la Universidad Tecnológica del Perú: <https://repositorio.utp.edu.pe/handle/20.500.12867/5743?show=full>
- Archenti, N. (2012). *Metodología de las ciencias sociales*. Cengage, Buenos Aires: El sondeo.
- Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente en la veterinaria “san roque” de la ciudad de huanuco -2017*. (2017). Recuperado el 18 de 08 de 2023, de Repositorio de la Universidad Católica de los Ángeles de Chimbote: <https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/2858>

- Carrera , E., & Revilla , J. (2020). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa “Dura Gas JV” Pacasmayo, 2020*. Recuperado el 18 de 8 de 2023, de Repositorio de la Universidad Cesar Vallejo: <https://hdl.handle.net/20.500.12692/60956>
- Chavez, R. (14 de 05 de 2019). *La Calidad del Servicio y la Satisfacción del Cliente en CINEMARK Huánuco 2018*. Recuperado el 18 de 08 de 2023, de Repositorio UNHEVAL: <https://repositorio.unheval.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13080/4546/TAD00648Ch533>
- Condor Anaya, C. (2022). *Repositorio UNHEVAL*. Obtenido de La calidad del servicio administrativo y la influencia en la satisfacción de atención a los docentes de la unidad de gestión educativa local - Huánuco 2021: <https://repositorio.unheval.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13080/8170/PMGP00097C76.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Crispin, J. (28 de 11 de 2019). *Calidad de Servicio y su Inluencia en la Satisfacción del cliente de los Bancos provados de la Ciudad de Huánuco 2019*. Recuperado el 18 de 8 de 2023, de Repositio de la Universidad de Huánuco: <http://repositorio.udh.edu.pe/handle/123456789/2275>
- Crispín, J., Torero, N., & Martel, C. (2 de 11 de 2020). *Calidad del servicio y satisfacción del cliente de los bancos privados*. Recuperado el 18 de 08 de 2023, de Desafios UDH: <http://revistas.udh.edu.pe/index.php/udh/article/view/212e>
- Enríquez , L. (10 de 2021). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la Institución Educativa Ana Mogas, Oxapampa, 2021*. Recuperado el 17 de 08 de 2023, de Repositorio de la Universidad Cesar Vallejo: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/86630>
- García , R., & Gutiérrez , J. (08 de 2018). *Calidad del servicio educativo y la satisfacción de los padres de familia de la Institución Educativa Industrial A-26 “Alfredo Vargas Guerra”, Pucallpa, 2018*. Recuperado el 18 de 08 de 2023, de Repositorio de la Universidad Cesar Vallejo: <https://hdl.handle.net/20.500.12692/30172>

- Gomez, C., & Mendoza, A. (2021). *Calidad de Servicio Delivery y la Satisfacción del cliente - Huánuco 2021*. Recuperado el 18 de 08 de 2023, de Repositorio UNHEVAL: <https://hdl.handle.net/20.500.13080/6921>
- Gonzales, L., & Huanca, E. (2020). *La calidad del servicio y su relación con la satisfacción de los consumidores de restaurantes de pollos a la brasa de Mariano Melgar, Arequipa 2018*. Recuperado el 17 de 08 de 2023, de Respositorio de la Universidad Tecnológica del Perú.
- Horovitz, J. (1991). Biblioteca virtual em saúde. *La calidad del servicio: a la conquista del cliente / Quality service*. McGraw-Hill.
- Jara, A., Almerca, & Medina. (2018). *Gestión del talento humano como factor del mejoramiento de la gestión pública y desempeño laboral*, 23(83). Venezuela: Universidad del Zulia. Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/290/29058775014/29058775014.pdf>
- Laveglia, e. (2014). las consecuencias de un mal servicio - marketing del contacto. 6, 2019, <http://www.eduardolaveglia.com/atencion-al-74cliente-2/las-consecuencias-de-un-mal-servicio-hablemos-con-numeros/>
- Marin , D. (2017). *Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente en la veterinaria “san roque” de la ciudad de huanuco -2017*. Recuperado el 18 de 08 de 2023, de Repositorio de la Universidad Católica de los Ángeles de Chimbote: <https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/2858/>
- MINEDU. (2021). *Guía para la Gestión Escolar en instituciones y programas educativos de la educación básica*. Recuperado el 25 de 08 de 2023, de <https://observatorio.minedu.gob.pe/almacenamiento/2023/03/guia-gestion-escolar.pdf>
- Mori, F., & Palomino, G. (12 de 2021). *Análisis de la calidad de los servicios educativos en Latinoamérica* *Análisis de la calidad de los servicios educativos en Latinoamérica*. (R. Multidisciplinaria, Ed.) Recuperado el 17 de 08 de 2023, de Ciencia Latina Revista Multidisciplinaria: <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/download/1217/1667/>

- Naranjo, R. (12 de 05 de 2020). *La calidad del servicio y satisfacción de los usuarios en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social IESS*". Recuperado el 17 de 08 de 2023, de Repositorio Universidad Técnica de Ambato: <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/31521/1/04%20ADP.pdf>
- Ramirez, C. (2008). *Fundamentos de Administración (2da ed)*. Eco e ediciones.
- Riquelme Medina, E., & Galeano Sánchez, J. (2014). Recursos tangibles para la copetitividad de un estudio de caso de empresas industriales del sector gráfico del gran Asunción. *Reportes Científicos de la FACEN*, 5(2), 5-19. Obtenido de <https://revistascientificas.una.py/index.php/rcfacen/article/download/1073/1072/2079>
- RIVERA, J. (12 de 2018). *Calidad de Servicio y Satisfacción del cliente en la empresa Consorcio Fredy*. Recuperado el 18 de 08 de 2023, de Repositorio de la Universidad Autonoma del Perú: <https://hdl.handle.net/20.500.13067/826>
- Rivera, P. (07 de 10 de 2019). *Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente en Establecimientos de Alimentos y Bebidas del Canton Alausí*. Recuperado el 17 de 08 de 2023, de Repositorio de la Universidad de Chimborazo: <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/6125>
- Rivera, S. (07 de 01 de 2019). *La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes Ecuador*. Recuperado el 17 de 08 de 2023, de Repositorio de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/12117>
- Torres Pacheco, E. (2015). Scielo Perú. *Gestión educativa y su relación con la práctica docente en las instituciones educativas emblemáticas de la ciudad de Puno - 2014 - Perú*, 56-64. Puno, Perú. Obtenido de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2219-71682015000100006&lng=es&tlng=es..
- Vela Ramirez, P. (2018). *Repositorio UCV*. Obtenido de Gestión tutorial y satisfacción de los estudiantes de secundaria de la Institución Educativa “Mario Vargas Llosa”,

Huánuco

2018.:

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/29439/vela_rp.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Vilcatoma , N. (2020). *La calidad del servicio y la satisfacción de los estudiantes de la Unidad de Posgrado de la Facultad de Ingeniería Mecánica - UNCP*. Recuperado el 18 de 08 de 2023, de Repositorio de la Universidad Continental: <https://hdl.handle.net/20.500.12394/8375>
- Zouari, G., & Abdelhedi, M. (2021). Customer satisfaction in the digital era. *Evidence from Islamic banking. Journal of Innovation and Entrepreneurship*.

Anexos

Anexo 1

Matriz de operacionalización de variables

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Calidad de servicio	La calidad de servicio es la valoración que hace el usuario del estado del servicio, lo que significa que no existen errores en la prestación del servicio (Yoon y Cheon, 2020).	Para la medición de la variable independiente se aplicará un cuestionario, 9 primeros ítems, a la población de estudio.	Elementos Tangibles	Organización administrativa	1	-Total Desacuerdo -Estoy de acuerdo -No Estoy de acuerdo -Totalmente de acuerdo -Ni de acuerdo Ni en Desacuerdo
				Infraestructura	2	
				Seguridad	3	
				Servicios auxiliares	4	
				Recursos humanos	5	
			Gestión Educativa	Metodología de enseñanza	6	
				Variación del nivel académico de los alumnos	7	
			Empatía	Escucha activa	8	
				Resolución de problemas	9	
				Amabilidad	10	
				Servicio rápido y eficiente	11	

Satisfacción del cliente externo	Es la representación del cumplimiento de las necesidades presentadas por el cliente gracias a un servicio que brinda un cómodo nivel de compensación (Kotler y Armstrong, 2013).	Para la medición de la variable dependiente se aplicará un cuestionario, 7 ultimas ítems, a la población de estudio.	Perspectiva del Cliente	Servicio esperado	12	-Total Desacuerdo -Estoy de acuerdo -No Estoy de acuerdo -Totalmente de acuerdo -Ni de acuerdo Ni en Desacuerdo
				Horario de atención	13	
				Desempeño administrativo	14	
				Cumplimiento de lineamientos del Ministerio de Educación	15	
				Precios de los servicios	16	
				Desempeño del docente	17	
				Preparación modular	18	
				Comodidad	19	
				Interés por el bienestar del cliente externo	20	
				Cumplimiento del cronograma académico	21	

Anexo 2

Matriz de consistencia

Problemas	Variables	Objetivos	Hipótesis	Metodología
¿Existe relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente externo en la IEP Advanced School Perú EIRL, Huánuco, 2023?	Calidad de servicio	<p>OBJETIVO GENERAL Determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente externo en la IEP. Advanced School Perú EIRL, Huánuco,2023</p>	<p>HIPOTESIS GENERAL La calidad de servicio se relaciona con la satisfacción del cliente externo en la IEP. Advanced School Perú EIRL, Huánuco,2023</p>	<p>Tipo y diseño de la Investigación:</p> <p>Tipo: No experimental, cuantitativo</p> <p>Diseño: Descriptivo, correlacional, transversal</p>
	Satisfacción del cliente externo	<p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS Determinar la relación entre Elementos tangibles y la satisfacción de la población de estudio.</p> <p>Determinar la relación entre la gestión institucional y la satisfacción de la población de estudio.</p> <p>Determinar la relación entre la empatía y la satisfacción de la población de estudio.</p>	<p>HIPOTESIS ESPECIFICAS Elementos tangibles se relaciona con la satisfacción de la población de estudio.</p> <p>La gestión institucional se relaciona con la satisfacción de la población de estudio.</p> <p>La empatía se relaciona con la satisfacción de la población de estudio.</p>	<p>POBLACIÓN Y MUESTRA:</p> <p>Población: 210 Padres de familia Muestra: 100 Padres de familia</p>

Anexo 3

Instrumento de recolección de datos.

“Encuesta para medir calidad de servicio y la satisfacción del cliente externo en la institución educativa particular Advanced School Perú EIRL”

Información General:

Estimado (a), le agradeceremos enormemente su tiempo y esfuerzo por completar el siguiente cuestionario. Esta encuesta nos permite evaluar el nivel de satisfacción de nuestros usuarios, lo que nos ayuda a mejorar el servicio que brindamos. Les pedimos su cooperación sincera

Finalidad:

La finalidad de esta encuesta es recopilar datos sobre un tema específico: calidad de servicio y la satisfacción de la población de estudio. Estos resultados proporcionan información valiosa tanto para la empresa como para otros sectores interesados en entender mejor a sus clientes. Además, esta encuesta también nos ayudara a tomar decisiones estratégicas y planificación.

Instrucciones:

Estimada (o) te invitamos cordialmente a completar esta breve encuesta con la mayor veracidad posible, ya que las respuestas recibidas ayudan a mejorar nuestra atención y calidad total como Institución.

*Para todas las preguntas tiene una escala del **1 al 5** donde **1 es Totalmente Desacuerdo** y **5 es Totalmente de acuerdo** donde usted debe de responder marcando con una “X” un número que lo represente, muchas gracias de nuevo por su tiempo y atención. ¿Empieza?*

Escala de valoración

Totalmente de acuerdo	Estoy de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	No estoy de acuerdo	Total, Desacuerdo
5	4	3	2	1

Variable de estudio: “CALIDAD DE SERVICIO”

Ítems		5	4	3	2	1
Dimensión 1: Elementos tangibles						
P1	¿La administración de la institución está comprometida con la satisfacción de los padres de familia.?					
P2	¿La institución tiene suficientes espacios para que los estudiantes aprendan y se desarrollen?					
P3	¿La institución tiene medidas de seguridad para proteger a los estudiantes de la violencia, el acoso y el vandalismo??					
P4	¿Considera que la comida del comedor escolar es nutritiva y sabrosa?					
P5	¿La institución cuenta con docentes de alto nivel?					
Dimensión 2: Gestión Educativa						

P6	¿Está de acuerdo con la metodología de enseñanza?					
P7	¿Los resultados académicos de su menor hijo han mejorado en los últimos meses?					
Dimensión3: Empatía						
P8	¿La institución escucha con interés sus preocupaciones y opiniones?					
P9	¿La institución tiene un proceso sencillo para resolver problemas?					
P10	¿La institución brinda una atención amable?					
P11	¿La escuela responde de manera rápida y eficiente a las solicitudes de los alumnos y padres de familia?					

Escala de valoración

Totalmente satisfecho	Satisfecho	Algo Satisfecho	Insatisfecho	Totalmente insatisfecho
5	4	3	2	1

Variable de estudio: “SATISFACCIÓN DEL CLIENTE”

Ítems		5	4	3	2	1
Dimensión 1: Perspectiva Del cliente						
P12	¿La institución promueve un ambiente de colaboración y participación?					

P13	¿El horario de atención es óptimo?					
P14	¿El desempeño laboral del personal administrativo es buena?					
P15	¿Cumplen con los lineamientos establecidos por el MINEDU?					
P16	¿Los precios de los servicios de la escuela son competitivos en comparación con otros colegios de la zona?					
P17	¿El docente utiliza una variedad de estrategias de enseñanza para mantener la atención de los alumnos?					
P18	¿El desarrollo de temas académicos mejora el rendimiento académico de su hijo(a)?					
P19	¿El mobiliario de la escuela es cómodo y adecuado para los alumnos?					
P20	¿Percibe que la institución se preocupa por su bienestar dentro del sus instalaciones?					
P21	¿La institución cumple con desarrollar el cronograma académico?					

Anexo 4 Validación de instrumento

UNIVERSIDAD SAN PEDRO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
VALIDEZ DE INSTRUMENTOS POR JUICIO DE EXPERTOS

I.- Información General:

Nombres y apellidos del validador: Dr. Jorge Alejandro Lujan Torres

Fecha: 26.10.2023 **Especialidad:** Administración

Nombre del instrumento evaluado: “Encuesta para medir calidad de servicio y la satisfacción el cliente externo en la institución educativa particular Advanced School Perú EIRL”

Autor del instrumento: Carrión Hilario, Norita Kimberly

Teniendo como base los criterios que a continuación se presenta, requerimos su opinión sobre el instrumento de la investigación titula

**“CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
EXTERNO EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PARTICULAR
ADVANCED SCHOOL PERÚ EIRL, Huánuco,2023”**

El cual debe calificar con una valoración correspondiente a su opinión respecto a cada criterio formulado.

II.- Aspectos a evaluar: (Calificación cuantitativa).

Indicadores de evaluación del instrumento	Criterios cualitativos - cuantitativos	Deficiente	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente
		(1-9)	(10-13)	(14-16)	(17-18)	(19-20)
Claridad	¿Está formulado con lenguaje apropiado?				18	
Objetividad	¿Está expresado con conductas observadas?				18	
Actualidad	¿Adecuado al avance de la ciencia y calidad?				18	
Organización	¿Existe una organización lógica del instrumento?				18	

Suficiencia	¿Valora los aspectos en cantidad y calidad?				18	
Intencionalidad	¿Adecuado para cumplir con los objetivos?				18	
Consistencia	¿Basado en el aspecto teórico científico del tema de estudios?				18	
Coherencia	¿Entre las hipótesis, dimensiones e indicadores?				18	
Propósito	¿Las estrategias responden al propósito del estudio?				18	
Conveniencia	¿Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías?				18	
Sumatoria parcial					180	
Sumatoria Total					180	
Valoración cuantitativa (Sumatoria Total x0.005)					0.90	

Aporte y/o sugerencias para mejorar el instrumento

INSTRUMENTO ES APLICABLE_____


III.- Calificación global: Ubicar el coeficiente de validez obtenido en el intervalo respectivo y escriba sobre el espacio el resultado.

Intervalos	Resultados
0,00 – 0,49	Validez Nula
0,50 – 0,59	Validez muy baja
0,60 – 0,69	Validez baja
0,70 – 0,79	Validez aceptable
0,80- 0,89	Validez buena
0,90-1,00	Validez muy buena

Coefficiente de Validez

$$\boxed{180} \div \boxed{200} = \boxed{0.90}$$

Nota: el instrumento podrá ser considerado a partir de una calificación aceptable.


Firma del Experto
Grado Académico: Doctor en Administración
DNI: 17923707

UNIVERSIDAD SAN PEDRO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
VALIDEZ DE INSTRUMENTOS POR JUICIO DE EXPERTOS

I.- Información General:

Nombres y apellidos del validador: Yesenia Margot Ávila alcalde

Fecha: 23 / 10 / 23 **Especialidad:** Mg. MBA. En Administración de Negocios.

Nombre del instrumento evaluado: “Cuestionario”

Autor del instrumento: Carrión Hilario Norita Kimberly

Teniendo como base los criterios que a continuación se presenta, requerimos su opinión sobre el instrumento de la investigación titula

“CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EXTERNO EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PARTICULAR ADVANCED SCHOOL PERÚ EIRL, Huánuco,2023”

El cual debe calificar con una valoración correspondiente a su opinión respecto a cada criterio formulado.

II.- Aspectos a evaluar: (Calificación cuantitativa).

Indicadores de evaluación del instrumento	Criterios cualitativos - cuantitativos	Deficiente	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente
		(1-9)	(10-13)	(14-16)	(17-18)	(19-20)
Claridad	¿Está formulado con lenguaje apropiado?				18	
Objetividad	¿Está expresado con conductas observadas?				18	
Actualidad	¿Adecuado al avance de la ciencia y calidad?					19
Organización	¿Existe una organización lógica del instrumento?				18	
Suficiencia	¿Valora los aspectos en cantidad y calidad?				18	
Intencionalidad	¿Adecuado para cumplir con los objetivos?				18	

Consistencia	¿Basado en el aspecto teórico científico del tema de estudios?				18	
Coherencia	¿Entre las hipótesis, dimensiones e indicadores?				18	
Propósito	¿Las estrategias responden al propósito del estudio?				18	
Conveniencia	¿Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías?				18	
Sumatoria parcial					162	19
Sumatoria Total						181
Valoración cuantitativa (Sumatoria Total x0.005)						0.9

Aporte y/o sugerencias para mejorar el instrumento

No requiere sugerencia el informe final de investigación

III.- Calificación global: Ubicar el coeficiente de validez obtenido en el intervalo respectivo y escriba sobre el espacio el resultado.

Intervalos	Resultados
0,00 – 0,49	Validez Nula
0,50 – 0,59	Validez muy baja
0,60 – 0,69	Validez baja
0,70 – 0,79	Validez aceptable
0,80- 0,89	Validez buena
0,90-1,00	Validez muy buena

Coeficiente de Validez

$$\boxed{181} \equiv \boxed{0.9}$$

Nota: el instrumento podrá ser considerado a partir de una calificación aceptable.



Yesenia Margot Ávila Alcalde
Mg. MBA. En Administración de Negocios.
DNI 32974960

UNIVERSIDAD SAN PEDRO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
VALIDEZ DE INSTRUMENTOS POR JUICIO DE EXPERTOS

I.- Información General:

Nombres y apellidos del validador: Dr. Alejandro López Marillas

Fecha: 23/10/2023 **Especialidad:** Administración

Nombre del instrumento evaluado: "Encuesta para medir calidad de servicio y la satisfacción

el cliente externo en la institución educativa particular Advanced School Perú EIRL."

Autor del instrumento: Carrión Hilarie, Norita Kimberly

Teniendo como base los criterios que a continuación se presenta, requerimos su opinión sobre el instrumento de la investigación título

**"CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
 EXTERNO EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PARTICULAR ADVANCED
 SCHOOL PERÚ EIRL, Huánuco, 2023"**

El cual debe calificar con una valoración correspondiente a su opinión respecto a cada criterio formulado.

II.- Aspectos a evaluar: (Calificación cuantitativa).

Indicadores de evaluación del instrumento	Criterios cualitativos - cuantitativos	Deficiente	Regular	Buena	Muy Buena	Excelente
		(1-9)	(10-12)	(14-16)	(17-18)	(19-20)
Claridad	¿Está formulado con lenguaje apropiado?					19
Objetividad	¿Está expresado con conductas observadas?					19
Actualidad	¿Adecuado al avance de la ciencia y calidad?					19
Organización	¿Existe una organización lógica del instrumento?				18	
Suficiencia	¿Valora los aspectos en cantidad y calidad?				18	
Intencionalidad	¿Adecuado para cumplir con los objetivos?					19
Consistencia	¿Basado en el aspecto teórico científico del tema de estudio?					19

Coherencia	¿Entre las hipótesis, dimensiones e indicadores?				18		
Propósito	¿Las estrategias responden al propósito del estudio?				18		
Conveniencia	¿Genera nuevas pistas para la investigación y construcción de teorías?					19	
Sumatoria parcial					72	114	
Sumatoria Total						186	
Valoración cuantitativa (Sumatoria Total x0,005)						0,93	

Aparte y/o sugerencias para mejorar el instrumento

III.- Calificación global: Ubicar el coeficiente de validez obtenido en el intervalo respectivo y escriba sobre el espacio el resultado.

Intervalos	Resultados
0,00 – 0,49	Validez Nula
0,50 – 0,59	Validez muy baja
0,60 – 0,69	Validez baja
0,70 – 0,79	Validez aceptable
0,80- 0,89	Validez buena
0,90-1,00	Validez muy buena

Coficiente de Validez

$$\boxed{186} \equiv \boxed{0,93}$$

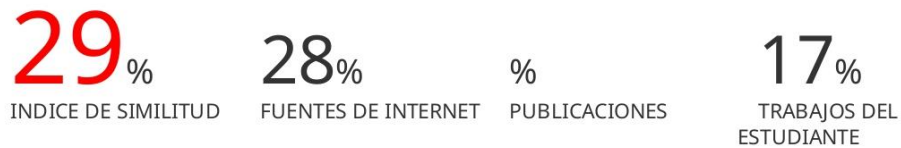
Nota: el instrumento podrá ser considerado a partir de una calificación aceptable.


 Grado Académico:
 Doctor en Administración
 DNI: 17895743

Anexo 4. Reporte turnitin

CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EXTERNO EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PARTICULAR ADVANCED SCHOOL PERÚ EIRL, HUÁNUCO, 2023

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	hdl.handle.net Fuente de Internet	7%
2	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	6%
3	repositorio.autonoma.edu.pe Fuente de Internet	4%
4	repositorio.usanpedro.edu.pe Fuente de Internet	2%
5	repositorio.uladech.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	Submitted to Universidad Privada del Norte Trabajo del estudiante	1%
7	repositorio.udh.edu.pe Fuente de Internet	1%
8	repositorio.unas.edu.pe Fuente de Internet	1%

9	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	1 %
10	Submitted to Universidad Ricardo Palma Trabajo del estudiante	1 %
11	repositorio.untumbes.edu.pe Fuente de Internet	1 %
12	Submitted to Universidad Alas Peruanas Trabajo del estudiante	1 %
13	repositorio.uap.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
14	Submitted to Universidad Autonoma del Peru Trabajo del estudiante	<1 %
15	repositorio.upn.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
16	repositorio.utp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
17	repositorio.unsa.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
18	Submitted to Universidad Andina Nestor Caceres Velasquez Trabajo del estudiante	<1 %
19	Submitted to Universidad Continental Trabajo del estudiante	<1 %
20	repositorio.uss.edu.pe	

Fuente de Internet

<1 %

21

Submitted to Universidad de Chiclayo

Trabajo del estudiante

<1 %

22

repositorio.ulasamericas.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

23

Submitted to Universidad Privada Antenor Orrego

Trabajo del estudiante

<1 %

24

repositorio.unasam.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

25

repositorio.unheval.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

26

repositorio.utesup.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

27

Submitted to Universidad Nacional del Centro del Peru

Trabajo del estudiante

<1 %

Excluir citas


Apagado

Excluir coincidencias < 6 words

Excluir bibliografía

Activo

Anexo 5. Formulario de repositorio institucional.



USP

UNIVERSIDAD SAN PEDRO

REPOSITORIO INSTITUCIONAL DIGITAL


FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE DOCUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

1. Información del Autor			
CARRION HILARIO NORITA KIMBERLY	74938698	kimberlynorita@gmail.com	
Apellidos y Nombres	DNI	Correo Electrónico	
2. Tipo de Documento de Investigación			
<input checked="" type="checkbox"/> Tesis	<input type="checkbox"/> Trabajo de Suficiencia Profesional	<input type="checkbox"/> Trabajo Académico	<input type="checkbox"/> Trabajo de Investigación
3. Grado Académico o Título Profesional ¹			
<input type="checkbox"/> Bachiller	<input checked="" type="checkbox"/> Título Profesional	<input type="checkbox"/> Título Segunda Especialidad	<input type="checkbox"/> Maestría <input type="checkbox"/> Doctorado
4. Título del Documento de Investigación			
Calidad de servicio y la satisfacción del cliente externo en la Institución Educativa Particular Advanced School Perú EIRL, Huancayo, 2023.			
5. Programa Académico			
Administración			
6. Tipo de Acceso al Documento			
<input checked="" type="checkbox"/> Abierto o Público ² (info-eu-repo/semantics/openAccess)	<input type="checkbox"/> Acceso restringido ³ (info-eu-repo/semantics/restrictedAccess) ^(*)		
(*) En caso de restringido sustentar motivo			


A. Originalidad del Archivo Digital
 Por el presente dejo constancia que el archivo digital que entrego a la Universidad, es la versión final del trabajo de investigación sustentado y aprobado por el Jurado Evaluador y forma parte del proceso que conduce a obtener el grado académico o título profesional.

B. Otorgamiento de una licencia CREATIVE COMMONS⁴
 El autor, por medio de este documento, autoriza a la Universidad, publicar su trabajo de investigación en formato digital en el Repositorio Institucional Digital, al cual se podrá acceder, preservar y difundir de forma libre y gratuita, de manera íntegra a todo el documento.⁵

Lugar	Día	Mes	Año
Chimbote	19	03	24



Huella Digital



Firma

Importante

¹ Según Resolución de Consejo Directivo N°033-2009-S/UNED-CD Reglamento del Registro Nacional de Trabajos de Investigación para optar Grados Académicos y Títulos Profesionales Art. 8 inciso B.2
² Ley N° 8098 Ley que regula el Repositorio Nacional Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto y D.S. 000-2010-PCM
³ El autor según el tipo de acceso abierto o público otorga a la Universidad San Pedro una licencia no exclusiva para que se pueda hacer accesible de forma en la obra y difundir en el Repositorio Institucional Digital respetando siempre los Derechos de Autor y Propiedad Intelectual de acuerdo y en el Marco de la Ley 822
⁴ En caso de que el autor opte la segunda opción únicamente se publicará los datos del autor y resumen de la obra, de acuerdo a la directiva N°004-2010-CONYTEC-DEG/Durante los 5.2 y 6.7 que norma el funcionamiento del Repositorio Nacional Digital
⁵ Las licencias Creative Commons (CC) es una organización internacional sin fines de lucro que pone a disposición de los autores un conjunto de licencias flexibles y de herramientas tecnológicas que facilitan la difusión de información, recursos educativos, obras artísticas y científicas, entre otros. Estas licencias también garantizan que el autor obtenga el crédito por su obra
⁶ Según el inciso 12.2 del artículo 12° del Reglamento del Registro Nacional de Trabajos de Investigación para optar Grados Académicos y Títulos Profesionales del 2011 las universidades, institutos y escuelas de educación superior tienen como obligación registrar todos los trabajos de investigación y proyectos, incluyendo los resultados en sus repositorios institucionales prestando el soporte de acceso abierto o restringido los cuales serán posteriormente revisados por el Repositorio Digital SENATI a través del Repositorio AUCS⁶

Nota: - En caso de falsedad en los datos, se procederá de acuerdo a ley N° 27444, art. 32, párr. 1º, 2º y 3º

UNIVERSIDAD SAN PEDRO | Repositorio Institucional Digital