

**UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



**ANÁLISIS DE LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA OFICINA DE  
INFORMES DE UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA DEL NORTE DEL  
PAÍS SEGÚN EL MODELO SERVQUAL, 2019**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE  
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**AUTOR**

**JUAN PABLO VILCHEZ MAITRE**

**ASESORA**

**Mgr. MILAGROS GAMARRA UCEDA**

**Chiclayo, 2019**

## **Dedicatoria**

Este proyecto de tesis lo dedico en primer lugar a Dios por poder darme la oportunidad de lograr una meta más en mi vida. En segundo lugar, a mis padres por acompañarme y ser el principal motivo por el que me desempeño como profesional.

## **Agradecimiento**

A mi asesora la Mgtr. Milagros Gamarra y a la profesora del curso la Mgtr. Jessica Solano por su apoyo constante en el desarrollo de mi tesis, asimismo a mis compañeros por incentivarne a realizar este proyecto.

## **Resumen**

En la presente investigación se midió la calidad del servicio al cliente en la oficina de informes de una institución educativa del norte del país. Se trabajó bajo el esquema del modelo SERVQUAL, trabajándose con los 22 ítems que contiene dicho modelo, teniendo una alta fiabilidad en el instrumento presentado. El objetivo general de este trabajo de investigación fue analizar la calidad del servicio de la oficina de informes de una institución educativa, según el modelo SERVQUAL, 2019; para ello se aplicaron dos encuestas a los usuarios de la oficina de informes de una institución educativa, una de expectativas y otra de percepciones, siendo un total de 300 encuestados. El enfoque del estudio de la investigación fue cuantitativo, el diseño fue de tipo no experimental, y es de corte transversal. Se presentaron diferentes resultados de las dimensiones de Elementos Tangibles, Fiabilidad, Capacidad de Respuesta, Seguridad y Empatía, las cuales se trabajaron a groso modo para poder hallar las falencias en la oficina de informes de una institución educativa. Siendo así que, se encontraron brechas entre las expectativas que tienen los clientes, frente a las percepciones que obtuvieron al prestar el servicio en la oficina de informes de una institución educativa, por tanto, se concluye que la oficina de informes de una institución educativa, presentó un bajo nivel de calidad en el servicio que presta a sus diferentes usuarios pero esto no significa que el servicio prestado sea del todo malo ya que la diferencia para alcanzar las expectativas que exigen los usuarios es mínima.

**Palabras claves:** Calidad del servicio, Servqual, Oficina de informes

Clasificaciones JEL: L89 e I29

## **Abstract**

In this investigation, it was measured the quality of customer service at the Information office of an Educative Institution in the North of Peru. It was elaborated using the Servqual model scheme and its 22 items so the reliability is highly guaranteed. The general objective of this research was to analyze the quality of service of the Information office, according to the SERVQUAL model, 2019. For this purpose, two surveys were applied to the users of the Information office, one about expectations and the another one about perceptions, with a total of 300 respondents. The focus of the research study was quantitative, the design was non-experimental and transversal. Different results of the dimensions of Tangible Elements, Reliability, Responsiveness, Security and Empathy were presented, which were worked roughly in order to find the shortcomings in the Information office. Thus, gaps were found between the expectations that customers have, as opposed to the perceptions they obtained when using the service of the Information office, therefore, it is concluded that the Information office presented a low level of quality in the service provided to its different users but this does not mean that the service provided is completely bad since the difference to reach the expectations that users require is minimal.

**Keywords:** quality of customer service, SERVQUAL, Information office

Clasificaciones JEL: L89 e I29

## Índice

Dedicatoria	
Agradecimiento	
Resumen	
Abstract	
Índice de Tablas	
Índice de figuras	
I. Introducción .....	9
II. Marco Teórico .....	10
2.1. Antecedentes.....	10
2.2. Bases teóricas científicas .....	15
III. Metodología .....	27
3.1. Tipo y nivel de investigación.....	27
3.2. Diseño de investigación.....	27
3.3. Población, muestra y muestreo .....	27
3.4. Criterios de selección.....	28
3.5. Operacionalización de variables .....	29
3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	30
3.7. Procedimientos .....	30
3.8. Plan de procesamiento y análisis de datos .....	30
3.9. Matriz de consistencia .....	32
3.10. Consideraciones éticas.....	33
IV. Resultados y discusión .....	33
V. Conclusiones .....	48
VI. Recomendaciones.....	50
VII. Lista de Referencias .....	52
VIII. Anexos.....	55
Anexo 01: Validación de encuesta por Manuel Hurtado .....	55
Anexo 02: Validación de encuesta por Sandra Loaiza.....	62
Anexo 03: Validación de encuesta por Jimena Campodónico.....	63
Anexo 04: Validación de encuesta por Hilder Dávila.....	64
Anexo 05: Validación de encuesta por Karina Rodas.....	65
Anexo 06: Validación de encuesta por Milagros Gamarra .....	66
Anexo 07: Validación de encuesta por Jessica Solano .....	67
Anexo 08: Validación de encuesta por Esther Vásquez.....	68
Anexo 09: Encuesta.....	69

## Índice de Tablas

<b>Tabla 1 Orientación de los Profesionales de la Gestión de la Calidad .....</b>	<b>18</b>
<b>Tabla 2 Significado de las Dimensiones del Modelo SERVQUAL .....</b>	<b>25</b>
<b>Tabla 3 Desagregación de las 5 Dimensiones del Modelo SERVQUAL.....</b>	<b>26</b>
<b>Tabla 4 Operacionalización de Variables .....</b>	<b>29</b>
<b>Tabla 10 Brechas de la dimensión Elementos tangibles .....</b>	<b>35</b>
<b>Tabla 11 Brechas de la dimensión Fiabilidad .....</b>	<b>37</b>
<b>Tabla 12 Brechas de la dimensión Capacidad de respuesta.....</b>	<b>39</b>
<b>Tabla 13 Brechas de la dimensión Seguridad.....</b>	<b>41</b>
<b>Tabla 14 Brechas en la dimensión Empatía.....</b>	<b>42</b>
<b>Tabla 15 Brechas según dimensiones .....</b>	<b>44</b>

## Índice de figuras

<i>Figura 1: Las cuatro características del servicio</i> .....	21
<i>Figura 2: Modelo de la Brecha de la Calidad de Servicio</i> .....	23
<i>Figura 3: Media por dimensión según la expectativa</i> .....	33
<i>Figura 4: Media por dimensión según percepción</i> .....	34
<i>Figura 5: Brechas de la dimensión elementos tangibles</i> .....	36
<i>Figura 6: Brechas de la dimensión fiabilidad</i> .....	38
<i>Figura 7: Brechas en la dimensión Capacidad de respuesta</i> .....	40
<i>Figura 8: Brechas en la dimensión Seguridad</i> .....	41
<i>Figura 9: Brechas en la dimensión Empatía</i> .....	43
<i>Figura 10: Brechas según dimensión</i> .....	44

## I. Introducción

Las empresas, en general, se desenvuelven en un marco de negocios extremadamente competitivo, complejo y en el que se advierten mayores exigencias de clientes mejor informados. Para ser exitosas, están obligadas a evolucionar hacia modelos de gestión más avanzados. Aquellas que no replanteen su estrategia enfrentarán serios riesgos de quedar relegadas por sus competidores.

Definir calidad no es tarea fácil, por ser este un término muy subjetivo. Las definiciones presentadas por diferentes autores, coinciden en que se basa en la percepción y las expectativas del cliente que recibe el producto o servicio. El sector servicios es tan importante que en muchos países es el que más aporta al PBI, ocupando laboralmente a millones de personas, pero el binomio calidad-servicio ha de estar presente en todas las organizaciones para satisfacer las necesidades humanas (Salvador, 2011).

“Si definir calidad no es tarea fácil, resulta aún más difícil medirla; especialmente cuando se trata de empresas de servicios. La necesidad de medir la calidad ha ocasionado el desarrollo de muchos procedimientos y técnicas de medición” Blanco y Nieto (2015). La Calidad no es cuestión de la automatización, de la alta tecnología, de equipos, conocimientos y habilidades, sino que está profundamente ligada a la aptitud y sobre todo a la actitud de quienes prestan el servicio, conscientes de que lo más importante son sus clientes, a quienes deben de ver como personas, como seres humanos (Blanco y Nieto, 2015).

Actualmente, por la competencia y la globalización las empresas buscan aumentar la calidad de sus productos o servicios. Una mejor calidad brinda una posición privilegiada ante la competencia y una mayor reputación ante los clientes. Esto no es ajeno a los servicios de Educación de nuestro país. Teniendo en cuenta la alta cantidad de instituciones educativas en el Perú, resulta necesario hacer un análisis de la calidad de servicio de la oficina de Informes de una institución educativa del norte del país.

## II. Marco Teórico

### 2.1. Antecedentes

López (2018), El objetivo principal de su investigación fue determinar la relación de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil. La metodología de la investigación se basó en un enfoque mixto, en lo cuantitativo se seleccionó un modelo Servqual y la obtención de la información se la realizó a través de encuestas dirigidas a los clientes que consumen en el restaurante Rachy's encontrando los siguientes resultados: una insatisfacción con las dimensiones respuesta inmediata y empatía. Se pudo evidenciar que existe una correlación positiva entre la calidad de servicio y la satisfacción al cliente. Se realizó una investigación cualitativa por medio de entrevistas a profundidad para tener un mayor conocimiento de las variables de estudio y se pudo evidenciar falta de capacitación y motivación de parte de la empresa hacia el personal. Una vez conocido los hallazgos principales, se propone programas de capacitación y de calidad dirigidas al personal de servicio y con esto crear una ventaja competitiva dentro de la empresa, concluyó que actualmente han ido incrementando los restaurantes y esto lleva a un mercado que cada vez se pone más exigente, por esto las empresas deben tener presente una evaluación de la calidad del servicio para mantener a los clientes satisfechos.

Nizama (2018) en su investigación tuvo como objetivo el análisis de la calidad del servicio en Hotel León de Oro Suites & Inn. Se tuvo las dimensiones de confiabilidad, empatía y diligencia. Se usó como instrumento útil al cuestionario que asemeja al modelo de SERVQUAL en la medición de calidad del servicio en cualquier rubro; a través de la brecha entre las expectativas y percepciones de los huéspedes que la calidad del servicio en los hoteles fue indispensable para lograr ser competitivos. Por ello no basta con ofrecer productos físicos óptimos también se tiene que tener en cuenta la materialización de los servicios ya que se busca superar

y optimizar las expectativas del huésped. El Hotel León de Oro Suites & Inn, como establecimiento de hospedaje es de tipo corporativo, turístico y negocio mediano, cuenta con la fortaleza de la personalización del servicio. Por ello se requiere medir el nivel de calidad del servicio, para brindar de forma más eficiente y eficaz del servicio. La tesis de Nizama es mixta, de diseño no experimental, de tipo descriptivo – correlacional, en la cual se ha analizado la variable calidad del servicio. La investigación concluye con que Hotel León de Oro Suites & Inn tiene un óptimo nivel de calidad del servicio, sin embargo, existen ciertos puntos por mejorar, tal como la mejora en la infraestructura y mantenimiento de las instalaciones; siempre tomando en cuenta las expectativas de los huéspedes; obtenidas del análisis de los resultados.

Barrantes y Caicay (2017) plantearon determinar la influencia de las dimensiones de la calidad de servicio en la reputación corporativa de las empresas courier en Lima con la finalidad de brindar una herramienta de medición que permita saber a las empresas su situación reputacional desde un enfoque interno y que considere a las dimensiones de la calidad de servicio como criterios de evaluación. El interés en su investigación surgió por la relevancia que han tomado ambas variables en las empresas de servicio en los últimos años, la calidad de servicio, como un elemento diferenciador y la reputación como activo intangible y estratégico. Para el desarrollo del estudio se analizaron los aportes de los instrumentos de medida más influyentes en calidad de servicio y reputación corporativa y con ello se presenta un modelo propuesto basado en la herramienta SERVQUAL y en el modelo de reputación corporativa de Olmedo y Martínez (2011). El modelo incluye un cuestionario el cual fue aplicado a una muestra representativa de empresas del sector courier. Mediante la técnica estadística índice Spearman se analizó el modelo estructural. Los resultados obtenidos son satisfactorios debido que a pesar de que las dos variables no presentan una relación directa, varias de sus dimensiones si muestran relación directa.

Suyo (2017), en su investigación tuvo como objetivo principal determinar la relación entre la Calidad de servicio y satisfacción del asegurado en la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro en el año 2014. Es una investigación sustantiva, trata de responder a los problemas teóricos o sustantivos, está orientada a describir, explicar, predecir o retrodecir la realidad con lo cual se va en búsqueda de principios y leyes generales que permita organizar una teoría científica. El diseño fue no experimental, transversal y correlacional; la muestra se obtuvo por muestreo aleatorio simple, conformada por 201 asegurados de la Oficina de normalización previsional de centro de atención Lima Centro. Se aplicó la técnica de la encuesta, se usó como instrumento el cuestionario SERVQUAL creado por Parasuraman, Zeithaml y Berry en 1988 que mide la calidad de servicio percibida a través de la satisfacción de los usuarios, basado en el cálculo de la diferencia de sus percepciones y expectativas, instrumento adaptado y validado para ser utilizado. Para la calificación de los enunciados se utilizó las puntuaciones de la escala de Likert (del 1 al 7), de forma tal que permite medir el nivel de actitud por cada una de las 5 dimensiones de la Escala SERVQUAL. La conclusión indica que: “existe relación positiva entre la calidad de servicio que brinda la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro 2014 y la satisfacción de sus asegurados con un coeficiente de correlación rho Spearman  $r=0.703$ , con una  $p=0.001$  ( $p < .05$ ), a un nivel de significancia de 5% estadísticamente significativa” (Suyo, 2017).

Reaño y Sandoval (2019) realizaron la investigación donde su objetivo general fue determinar el grado de la calidad de servicio al cliente para la empresa Aligropesa S.R.L con el fin de contribuir a la satisfacción de los clientes; presentaron los problemas evidentes que afronta la empresa: no genera confianza al momento del contacto con el cliente, no cumple con las promesas que le ofrece al cliente al momento de hacer un pedido y no es responsable con la entrega; tampoco brinda ayuda o soluciones cuando se presenta un problema en la empresa, y por último no cuenta con un ambiente adecuado para el negocio. Se consideró una

población de 1490 clientes mensuales, con una muestra de 265 personas que han sido encuestadas. El enfoque del estudio de investigación fue cuantitativo - descriptivo pues se utilizó la recolección y análisis de datos numéricos y se especificó las características y rasgos importantes del servicio al cliente en la empresa. El diseño es no experimental, transversal y es un estudio prospectivo. Para ello, se aplicó como técnica de recolección de datos la encuesta sobre las percepciones y expectativas, teniendo como instrumento el cuestionario de modelo SERVQUAL de Zeithaml, Parasuraman y Berry (1988), que permitió determinar el grado de calidad de servicio al cliente en la empresa. Los resultados y conclusiones demostraron brechas muy significativas que se deben de tomar en cuenta para el buen funcionamiento de la empresa, concluyendo que las expectativas de los clientes son mayores a sus percepciones.

Alcalde y Castañeda (2016), en el su estudio evaluaron las percepciones vs. las expectativas de los clientes de la empresa Automotores San Lorenzo S.A.C. utilizando la metodología SERVQUAL de calidad de servicio, en la cual se utilizan dimensiones para lograr tal medición. Su objetivo fue lograr que el personal desarrolle una óptima calidad de servicio al cliente y su fidelización en razón de haber sido beneficiarios de una empresa, con servicios integrales y de excelencia. Para lograr tanto el objetivo general como los específicos se utilizó el modelo de medición de calidad SERVQUAL, con el cual se pudo tener un diagnóstico de los resultados en cuanto a la medición del cómo ven los clientes el servicio y realizar un análisis de cada una de las dimensiones de la calidad de servicio. Se concluyó que la empresa Automotores San Lorenzo S.A.C. vs una “empresa de excelencia” tuvo sus brechas, las cuales se identificó la elevada brecha que tiene cada una de las dimensiones, sobresaliendo la dimensión de Empatía, Ambiente y Beneficios, Atención y Cumplimiento con una ponderación por encima de los 30 puntos. “Mediante este estudio se pudo observar que el método SERVQUAL sigue siendo útil en estos tiempos para medir la calidad de servicio de una empresa, siempre y cuando se adapte a la realidad”

(Alcalde y Castañeda, 2016).

Según el trabajo de investigación de Pérez (2016), la empresa SEBUL, dedicada al servicio de mantenimiento y limpieza en infraestructuras, oficinas, servicios higiénicos y demás áreas físicas de sus clientes, buscaba la mejora continua. En tal sentido, identificando como su principal cliente a la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, donde brinda el servicio de saneamiento en el Edificio Juan Pablo II, se ha dispuesto estudiar las percepciones y expectativas del servicio para medir el índice de satisfacción de los estudiantes universitarios. Es por ello que “el resultado del funcionamiento del servicio de limpieza dependerá de la medición de aspectos variables como la tangibilidad, ya que se busca brindar a los estudiantes, la calidad, el servicio SEBUL (Empresa de limpieza) y la confiabilidad, capacidad de respuesta y seguridad percibida por los estudiantes universitarios” (Pérez, 2016). La investigación fue de tipo descriptivo, cuantitativo y transversal no experimental, ya que es una investigación inicial y preparatoria que se realiza para recoger datos y precisar su naturaleza; en este caso se va a describir cómo una herramienta de medición de calidad de servicio a través de las percepciones y expectativas que tienen los estudiantes del Edificio Juan Pablo II califican el servicio de limpieza que está brindando la empresa SEBUL. Como conclusión se detectó que los estudiantes universitarios no se encuentran satisfechos en la totalidad con los servicios de limpieza de la empresa SEBUL, debido a que manifestaron no obtener la comunicación correcta y a su vez señalaron una rapidez deficiente en el servicio.

## 2.2.Bases teóricas científicas

### **Calidad**

La preocupación por la calidad no es nueva. En la Antigüedad eran los mismos campesinos o artesanos quienes producían o fabricaban los productos y controlaban la calidad de su trabajo, siendo a la vez productores y consumidores (Cortijo, 1998).

La Calidad es la totalidad de funciones, características o comportamientos de un bien producido o de un servicio prestado, que les hace capaces de satisfacer las necesidades de los consumidores. Se trata de un concepto subjetivo dado que cada individuo puede tener su propia apreciación o su particular juicio de valor acerca del producto o servicio en cuestión (Rubio, 1995).

Para Otero y Otero (2002) la calidad expresa tres conceptos que estimamos de vital importancia: el primero que Calidad “es la totalidad de funciones, características o comportamientos de un bien o servicio”. No hay calidad que se pueda medir por solamente la apreciación o el análisis de alguna de las partes constitutivas del servicio recibido. La calificación se hace con carácter integral, es decir, evaluando “todas las características, funciones o comportamientos”.

El segundo concepto que deseamos destacar, (porque lo consideramos de suma importancia), es que “se considera un bien o un servicio con calidad cuando logra su fin, que es satisfacer las necesidades de los consumidores”. Aquellos que no lo logran, no se consideran que son de calidad. El cliente que no sale satisfecho de un consultorio de un médico, no percibirá que fue atendido de buena manera (como a él le hubiera gustado, habiendo satisfecho sus expectativas) no habrá recibido una atención “de calidad”. No importa lo que el profesional piense o de lo que esté convencido. Tampoco importarán ante los ojos del paciente, los resultados médicos que obtenga del tratamiento recomendado. El

profesional de la salud podrá creer que trabajó calificadosamente, pero si no satisfizo las necesidades del paciente, éste no lo volverá a buscar por sobre todos los demás. Lógicamente que ante una menor percepción de haber sido atendida adecuadamente, la persona estará convencida que no recibió calidad, habrá menos satisfacción y más desagrado.

El tercer elemento fundamental de la definición es que la calidad es un concepto subjetivo, ya que lo que para una persona es bueno, para otra inclusive puede ser considerado como “de mala calidad”. El grado de exigencia depende de una serie de circunstancias siendo fundamentalmente aquellas de orden cultural, social y económico. En salud sabemos que las personas de bajo nivel social se conforman con ser atendidos por el profesional, no importándoles en muchos casos tener que sufrir largos períodos de espera y que le sean otorgadas citas muy espaciadas y otras circunstancias que no son aceptadas por personas de otro nivel quienes están acostumbradas a otro tipo de atención y que por ende, exigen más. El concepto de calidad para ambas, simplemente es diferente.

La Calidad consiste en satisfacer o superar las expectativas de manera congruente. Es juzgar una realidad frente a una referencia, cuadro o contexto, seguida de evaluaciones sistemáticas. Exige siempre un estándar básico de referencia y un Indicador para verificar si ese estándar fue alcanzado o no (Gilmore, 1996).

La palabra calidad designa el conjunto de atributos o propiedades de un objeto que nos permite emitir un juicio de valor acerca de él; en este sentido se habla de la nula, poca, buena o excelente calidad de un producto o servicio (Absun, 2002).

Según la American Society for Quality Control, calidad es la totalidad de funciones y características de un producto que determinan la

capacidad para satisfacer la utilización de un grupo de usuarios (Larrea, 1991).

La calidad es un concepto formulado a la luz de la percepción del consumidor y solo puede definirse con base a las especificaciones que satisfagan sus necesidades. En otros términos, el consumidor determina que es calidad (Cobra, 2000).

La Calidad es la totalidad de las características y herramientas de un producto o servicio que tienen importancia en relación con su capacidad de satisfacer ciertas necesidades dadas. Calidad es cumplir o exceder las expectativas de los clientes (Evans y Lindsay, 2000).

De igual forma es necesario conocer otras definiciones de calidad que han contribuido diversos autores a este tema, y que han sido de gran importancia en nuestros días (Véase Tabla 1).

Tabla 1  
Orientación de los Profesionales de la Gestión de la Calidad

<b>Autor</b>	<b>Definición de Calidad</b>	<b>Orientación</b>	<b>Desarrollo</b>
Juran	Adecuación al uso	Cliente	Trilogía de la calidad. Las cinco características de la calidad. Cliente interno. Las cuatro fases de resolución de problemas. Consejo de calidad. Espiral de la calidad.
Deming	Adecuación para el objetivo.	Cliente	Los 14 puntos de la calidad. Deming y el ciclo de PDCA. Siete enfermedades mortales. Sistema de profundo conocimiento.
Garvín	Ninguna específica.	Cliente y Proveedor.	Los cinco fundamentos de las ocho dimensiones de calidad.
Crosby	Conformidad con las Necesidades.	Proveedor	Cinco absolutos de calidad. Los 14 puntos del plan de calidad.
Ishikawa	Ninguna específica.	Proveedor	Diagrama de núcleo. Clasificación de las herramientas estadísticas de calidad. Control de la calidad a nivel de la compañía. Círculos de la calidad.
Feigenbaum	Satisfacción del cliente a los más bajos costos.	Proveedor	Ciclo industrial. Utilización del consultor de la calidad.
Tagachi	Ninguna específica.	Proveedor	Métodos de la calidad de diseño.

Fuente: James, P. la gestión de la calidad total, Prentice Hall, España.

## **Servicio**

Entenderemos por servicio a “todas aquellas actividades identificables, intangibles, que son el objeto principal de una operación que se concibe para proporcionar la satisfacción de necesidades de los consumidores”. (Asbun, 2002).

Otra definición similar nos plantea que un servicio es todo acto o función que una parte puede ofrecer a otra, que es esencialmente intangible y no da como resultado ninguna propiedad. Su producción puede o no puede vincularse a un producto físico (Peralta, 2002).

Un servicio es como una actividad con cierta intangibilidad asociada, la cual implica alguna interacción con clientes o con propiedad de posesión y que no resulta en una transferencia de propiedad (Payne, 1996).

El servicio es una de las palancas competitivas de los negocios en la actualidad. Prácticamente en todos los sectores de la economía se considera el servicio al cliente como un valor adicional en el caso de productos tangibles y por supuesto, es la esencia en los casos de empresas de servicios.

Las empresas se deben caracterizar por el altísimo nivel en la calidad de los servicios que entrega a los clientes que nos compran o contratan. La calidad de los servicios depende de las actitudes de todo el personal que labora en el negocio.

El servicio es, en esencia, el deseo y convicción de ayudar a otra persona en la solución de un problema o en la satisfacción de una necesidad. El personal en todos los niveles y áreas debe ser consciente de que el éxito de las relaciones entre la empresa y cada uno de los clientes depende de las actitudes y conductas que observen en la atención de las

demandas de las personas que son o representan al cliente (Avedis Donabedian)

Ofrecer un servicio profesional es, ni más ni menos, que la elaboración progresiva de un conjunto de acuerdos imprescindibles para que la intervención profesional pueda llevarse a cabo. Representa una instancia realmente creativa, ya que integra aspectos técnicos – conceptuales y de comportamiento. No es otra cosa que lograr en la realidad que el paciente tome la decisión de elegir el servicio y la ejecute en consecuencia (Asorey, 2002).

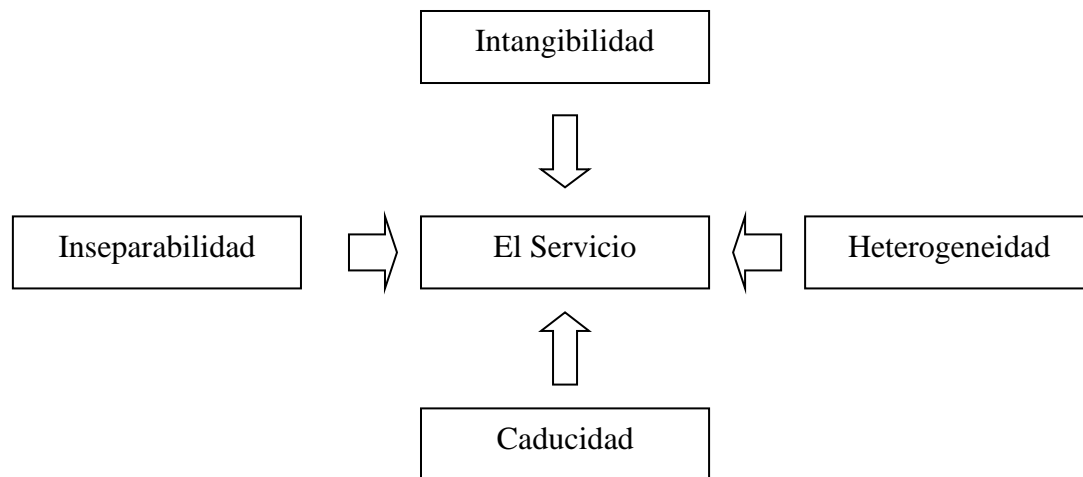
### **Características de los Servicios**

Kloter (1984) identificó cuatro categorías que varían desde un bien puro a un servicio puro; un bien tangible puro: ningún servicio acompaña al producto, un bien tangible con servicios anexos: para mejorar su atractivo ante los clientes, un servicio mayor con bienes y servicios menores anexos, y un servicio puro.

Esta categorización aclara desde el principio por que es difícil definir o generalizar cuando se trata de servicios. Los servicios varían de manera considerable por un aspecto de factores, incluso si están dirigidos a negocios o consumidores individuales; se requieren la presencia física del cliente; o si enfocan al equipo o al personal (Kotler, 1984).

Con frecuencia se argumentan que los servicios tienen características únicas. Distintos autores establecieron que estas características de ninguna manera describen en su totalidad a los servicios, y que ciertos productos manufacturados tienen una o más de las cuatro características que se observa en el grafico # 1 y son los siguientes: Intangibilidad, los servicios son en gran medida abstractos e intangibles; Heterogeneidad, los servicios no están estandarizados tiene alta variabilidad; Inseparabilidad, los servicios por lo general se producen y

consumen al mismo tiempo, con participación del cliente en el proceso; Caducidad, no es posible almacenar servicios en un inventario. (Payne, 1996).



*Figura 1:* Las cuatro características del servicio

Fuente: Payne (1996) *La esencia de mercadotecnia de servicios*, México

El énfasis sobre cada una de las cuatro características varía para un servicio determinado, y es una fuente de diferenciación competitiva. Un servicio comprendido con facilidad, cuyos beneficios se evalúan con más sencillez, tiene una clara ventaja sobre un producto de servicio menos tangible (Payne, 1996).

### **Calidad del Servicio**

Podemos definir a la calidad de servicio como una herramienta clave para obtener beneficios y ganancias sobre nuestros competidores. La calidad en el servicio puede ayudar a una organización para diferenciarse de otras organizaciones y de esta manera obtener una ventaja competitiva (Ghobadian, Speller y Jones, 1994).

También podemos definirla como: satisfacer, de conformidad con los requerimientos de cada cliente, las distintas necesidades que tienen y por la que se nos contrató. La calidad se logra a través de todo el proceso

de compra, operación y evaluación de los servicios que entregamos. El grado de satisfacción que experimenta el cliente por todas las acciones en las que consiste el mantenimiento en sus diferentes niveles y alcances. La mejor estrategia para conseguir la lealtad de los clientes se logra evitando sorpresas desagradables a los clientes por fallas en el servicio y sorprendiendo favorablemente a los clientes cuando una situación imprevista exija nuestra intervención para rebasar sus expectativas (Avedis Donabedian).

En una primera aproximación y siguiendo a autores como Gronroos (1982, 1984), Lethinen, U. y Lethinen, J. (1991) o Lewis (1993) se pueden distinguir 2 dimensiones básicas a la hora de hablar de calidad de servicio: Calidad técnica y calidad funcional. Desde esta perspectiva, resulta impredecible no solo prestar atención al modelo del servicio esto es, a los aspectos más tangibles del mismo, lo que implica valorar correctamente lo que los clientes esperan, sino también a su realización, es decir, la forma en que se ofrece el servicio y muy especialmente la interacción entre el cliente y el personal de contacto con la empresa (Weiermair, 1997).

En una línea similar, (Parasuraman, Zeithalm y Berry 1985- 1988) define la calidad de servicio percibida como “el juicio global del cliente acerca de la excelencia o superioridad del servicio” que resulta de la comparación entre las expectativas previas de los usuarios sobre la misma y las percepciones acerca del desempeño del servicio recibido. Se trata de un planteamiento de carácter dinámico en cuanto las expectativas pueden ser diferentes en función de los clientes y, además variar con el tiempo.

### **El modelo de las brechas de la calidad de servicio**

Se centra en la diferencia que existe entre las expectativas y las percepciones del cliente, donde las expectativas reflejan la experiencia que el cliente ha obtenido y las percepciones muestran la forma en que se recibe el servicio. La idea consiste en que las empresas con el objeto de

satisfacer a sus clientes, deseen cerrar, la brecha entre lo que se espera y lo que se recibe (Zeithalm, 2002).

En este modelo se encuentran las brechas del proveedor del servicio, que son las causas de las brechas del cliente: Brecha 1 (no saber lo que el cliente espera), Brecha 2 (No seleccionar el diseño ni los estándares del servicio correctos), Brecha 3 (No entregar el servicio con los estándares del servicio), Brecha 4 (No igualar el desempeño con las promesas).

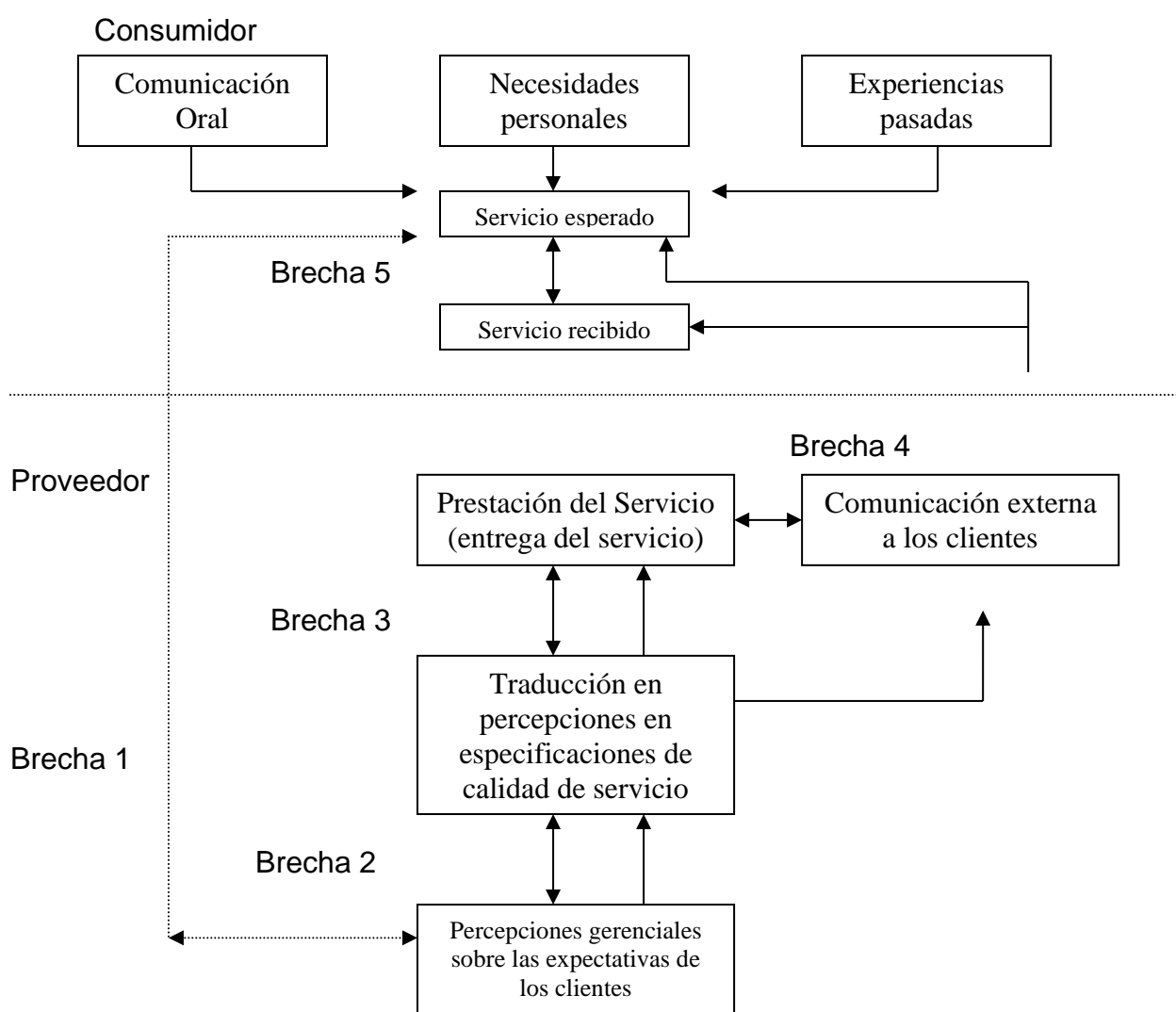


Figura 2: Modelo de la Brecha de la Calidad de Servicio

Fuente: Zeithalm, V. y Bitner M. J. (2002) Marketing de Servicios: un enfoque de integración del cliente a la empresa. México Pág. 144.

## **Modelo SERVQUAL**

El modelo SERVQUAL es un instrumento resumido de escala múltiple, con un alto nivel de fiabilidad y validez, que las empresas pueden utilizar para comprender mejor las expectativas y percepciones que tienen los clientes respecto a un servicio (Zeithaml, Parasumaran y Berry, 1993).

El modelo SERVQUAL define la calidad de servicio como la diferencia entre las percepciones y las expectativas que sobre este se habían formado previamente. De esta forma un cliente valorar positiva o negativamente la calidad de un servicio en el que las percepciones que ha obtenido sean superiores o inferiores a las expectativas que tenía. Por ello las compañías de servicio en la que uno de sus objetivos es la diferenciación mediante un servicio de calidad, deben prestar especial interés al hecho de superar las expectativas de sus clientes.

La calidad de servicio es la diferencia entre las percepciones y las expectativas (P-E), para su mejor comprensión, Parasumaran, Zeithaml y Bitner analizaron cuales eran las principales condicionantes en la formación de las expectativas. Tras su análisis, concluyeron que estas condicionantes eran la comunicación de boca – oído entre diferentes usuarios del servicio, las necesidades propias que desea satisfacer cada cliente con el servicio que va a recibir, las experiencias pasadas que puedan tener del mismo o similares del servicio, y la comunicación externa que realiza la empresa proveedora del servicio, usualmente a través de publicidad o acciones promocionales.

### **El Instrumento SERVQUAL**

Este modelo es un cuestionario que contiene en su primera parte, una serie de declaraciones que tiene como finalidad conocer las expectativas del cliente que posee sobre una empresa en específico. La segunda parte del cuestionario invita al cliente a evaluar la gestión del

servicio sobre la misma empresa. De esta manera se cuantifica las evaluaciones de los clientes respecto a la importancia relativa de las cinco dimensiones o criterios de la calidad del servicio.

### **Dimensiones del Modelo SERVQUAL**

Parasuraman, Zeithaml y Bitner propusieron como dimensiones subyacentes integrantes del constructo de la calidad de servicio como: los elementos tangibles, la fiabilidad, la capacidad de respuesta, seguridad y la empatía. A continuación se presenta el significado de cada una de estas dimensiones.

Tabla 2

*Significado de las Dimensiones del Modelo SERVQUAL*

<b>Dimensión</b>	<b>Significado</b>
Elementos tangibles	Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, empleados y materiales de comunicación.
Fiabilidad	Habilidad de prestar el servicio promedio en forma precisa.
Capacidad de Respuesta	Deseo de ayudar a los clientes y de servirles de forma rápida.
Seguridad	Conocimiento del servicio prestado y cortesía de los empleados así como su habilidad para transmitir confianza al cliente.
Empatía	Atención individualizada al cliente.

Fuente: Parasuraman, Zeithaml y Berry. (1993). Calidad total de la gestión de servicios, España.

Estas cinco dimensiones se desagregaron en 22 ítems que muestra a continuación como el modelo SERVQUAL modificado.

Tabla 3  
Desagregación de las 5 Dimensiones del Modelo SERVQUAL

<p><b>DIMENSIÓN 1: ELEMENTOS TANGIBLES</b></p> <p>Apariencia de las instalaciones Físicas, Equipos, Personal y Materiales de Comunicación.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ La empresa de servicios tiene equipos de apariencia moderna.</li> <li>✓ Las instalaciones físicas de la empresa de servicios son visualmente atractivas.</li> <li>✓ Los empleados de la empresa de servicios tienen apariencia pulcra.</li> <li>✓ Los elementos materiales (folletos, estados de cuenta y similares) son visualmente atractivos.</li> </ul> <p><b>DIMENSIÓN 2: FIABILIDAD</b></p> <p>Habilidad para ejecutar el Servicio Prometido de forma Fiable y Cuidadosa.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Cuando la empresa de servicios promete hacer algo en cierto tiempo, lo hace.</li> <li>✓ Cuando un cliente tiene un problema la empresa muestra un sincero interés en solucionarlo.</li> <li>✓ La empresa realiza bien el servicio la primera vez.</li> <li>✓ La empresa concluye el servicio en el tiempo prometido.</li> <li>✓ La empresa de servicios insiste en mantener registros exentos de errores.</li> </ul> <p><b>DIMENSIÓN 3: CAPACIDAD DE RESPUESTA</b></p> <p>Disposición y Voluntad de los Empleados para Ayudar al Cliente y Proporcionar el Servicio.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Los empleados comunican a los clientes cuando concluirá la realización del servicio.</li> <li>✓ Los empleados de la empresa ofrecen un servicio rápido a sus clientes.</li> <li>✓ Los empleados de la empresa de servicios siempre están dispuestos a ayudar a sus clientes.</li> <li>✓ Los empleados nunca están demasiado ocupados para responder a las preguntas de sus clientes.</li> </ul> <p><b>DIMENSIÓN 4: SEGURIDAD</b></p> <p>Con conocimiento y Atención Mostrados por los Empleados y sus Habilidades para inspirar Credibilidad y Confianza.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ El comportamiento de los empleados de la empresa de servicios transmite confianza a sus clientes.</li> <li>✓ Los clientes se sienten seguro en sus transacciones con la empresa de servicios.</li> <li>✓ Los empleados de la empresa de servicios son siempre amables con los clientes.</li> <li>✓ Los empleados tiene conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los clientes.</li> </ul> <p><b>DIMENSIÓN 5: EMPATÍA</b></p> <p>Atención Individualizada que ofrecen las Empresas a los Consumidores</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ La empresa de servicios da a sus clientes una atención individualizada.</li> <li>✓ La empresa de servicios tiene horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes.</li> <li>✓ La empresa de servicios tiene empleados que ofrecen una atención personalizada a sus clientes.</li> <li>✓ La empresa de servicios se preocupa por los mejores intereses de sus clientes.</li> <li>✓ La empresa de servicios comprende las necesidades específicas de sus clientes.</li> </ul>
---

Fuente: Parasuraman, Zeithaml y Berry (1993). Calidad total de la gestión de servicios, España.

### **III. Metodología**

#### 3.1. Tipo y nivel de investigación

El enfoque utilizado en la presente investigación fue cuantitativo ya que se utilizó la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

La presente investigación fue de tipo Aplicada ya que pretende resolver un problema determinado en la investigación (Hernández et al., 2014) o planteamiento específico, enfocándose en la búsqueda y consolidación del conocimiento para su aplicación y, por ende, para el enriquecimiento del desarrollo cultural y científico.

El alcance de la siguiente investigación es descriptivo debido a que busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis (Hernández et al., 2014).

#### 3.2. Diseño de investigación

No experimental, ya que las variables de estudio no fueron manipuladas y es de corte trasversal, ya que se aplicó el instrumento en un determinado tiempo.

#### 3.3. Población, muestra y muestreo

La presente investigación ha considerado como población a los prospectos que visitan la oficina de informe siendo un total de 4001 que corresponden a los meses de Enero a Octubre del 2019. Según datos proporcionados por la misma área.

Para la obtención de la muestra se aplicó la fórmula de la población finita:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{NE^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

**Donde:**

**Z**= Nivel de confianza

**N**= Población – Censo

**p**= Probabilidad a favor

**q**= Probabilidad en contra

**E**= error de estimación

**n**=Tamaño de la muestra

$$n = 300$$

El muestro fue probabilístico debido a que un subgrupo de la población en el que todos los elementos tienen la misma posibilidad de ser elegidos. Aleatorio

#### 3.4.Criterios de selección

Personas que están interesadas en matricularse en la institución educativa del norte del país.

## 3.5.Operacionalización de variables

Tabla 4

*Operacionalización de Variables*

<b>Variable</b>	<b>Dimensión</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Instrumento</b>
<b>Calidad de Servicio</b> (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1993)	Elementos tangibles	Equipos de apariencia moderna.	Likert
		Las instalaciones físicas son visualmente atractivas.	
		Los empleados tienen apariencia limpia agradable.	
		Los elementos materiales (folletos, vitrinas, otros son visualmente atractivos.	
	Fiabilidad	Cumplimiento de compromiso.	
		Solución problemas.	
		Realiza bien el servicio la primera vez.	
		Cumplimiento en tiempo prometido.	
		Nivel de errores.	
	Capacidad de respuesta	Comunican cuando concluirá la realización del servicio.	
		Servicio rápido a sus clientes.	
		Disposición a ayudar a sus clientes.	
		Disposición para responder a las preguntas de sus clientes.	
	Seguridad	El comportamiento de los transmite confianza a sus clientes.	
		Los clientes se sienten seguro en sus transacciones.	
		Los empleados son siempre amables con los clientes.	
		Los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los clientes.	
	Empatía	Atención individualizada.	
		Horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes.	
		Empleados que ofrecen una atención personalizada a sus clientes.	
Preocupación por los mejores intereses de sus clientes.			
Comprenden las necesidades específicas de sus clientes.			

Fuente: Parasuraman, Zeithaml y Berry (1993)

### 3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Se aplicó la técnica de encuesta sobre las percepciones y expectativas, teniendo como instrumento el cuestionario de tipo estructurado del modelo SERVQUAL, utilizando un lenguaje adecuado y sencillo para poder determinar el grado de la calidad de servicio de la oficina de informes de una institución educativa del norte del país, según el modelo SERVQUAL, 2019.

Se distribuyó en 22 ítems representativos a las cinco dimensiones, donde el cliente escogió una calificación, en una escala de Likert enumerado del 1 al 5, según el grado de satisfacción para cada una de dichas declaraciones, con el objetivo de obtener la información correspondiente para aplicar en los resultados; además la información fue confidencial y de carácter anónimo. Dichas encuestas se realizaron en la misma oficina de informes de una institución educativa.

### 3.7. Procedimientos

Para la recolección de datos se visitó la oficina de informes de una institución educativa durante su horario de atención de lunes a sábado, entre las 8:00 a.m. y las 5:45 p.m. Dichas encuestas se realizaron de manera física y con un período de tiempo de 2 semanas con una duración por encuesta de 4 a 5 minutos por persona.

### 3.8. Plan de procesamiento y análisis de datos

Se ingresaron los datos proporcionados por la muestra utilizando el programa EXCEL y SPSS, donde se obtuvieron tablas y gráficos para un mejor análisis y discusión de los datos. Se formó una base de datos de acuerdo a los ítems de cada dimensión: Confianza, mostró el interés y nivel de atención que ofrece la empresa a sus clientes; Fiabilidad, estableció si el servicio prometido de la empresa es íntegra; Responsabilidad, los trabajadores permitieron inspirar confianza y credibilidad a sus clientes a

través del conocimiento y atención; Capacidad de respuesta, ayudó a los clientes para brindarles un servicio rápido; Tangibilidad, influyó a mejorar las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación. Los resultados que brindaron las encuestas condujeron al cumplimiento de los objetivos específicos, y el conjunto de estos al objetivo general.

Tabla 5

*Alfa de Cronbach (expectativas)*

<b>Dimensión</b>	<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>Apreciación</b>
ELEMENTOS TANGIBLES	0,833	Buena
FIABILIDAD	0,901	Muy Buena
CAPACIDAD DE RESPUESTA	0,844	Buena
SEGURIDAD	0,884	Buena
EMPATIA	0,91	Muy Buena

*Fuente: Elaboración Propia*

Tabla 6

*Alfa de Cronbach (percepción)*

<b>Dimensión</b>	<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>Apreciación</b>
ELEMENTOS TANGIBLES	0,761	Respetable
FIABILIDAD	0,904	Muy Buena
CAPACIDAD DE RESPUESTA	0,876	Buena
SEGURIDAD	0,917	Muy Buena
EMPATIA	0,904	Muy Buena

*Fuente: Elaboración Propia*

## 3.9. Matriz de consistencia

Tabla 7  
Matriz de Consistencia

Problema Principal	Objetivo Principal	Hipótesis	Variables
¿Cuál es el nivel de la calidad del servicio de la oficina de informes de una institución educativa, según el modelo SERVQUAL?	Analizar la calidad del servicio de la oficina de informes de una institución educativa, según el modelo SERVQUAL, 2019	El nivel de calidad del servicio de la oficina de informes de una institución educativa, según el modelo SERVQUAL es favorable.	Calidad del Servicio
	<b>Objetivos específicos</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>
	Determinar la calidad de servicio en relación a la dimensión elementos tangibles.	Elementos tangibles	Equipos de apariencia moderna.
	Determinar la calidad de servicio en relación a la dimensión Fiabilidad.		Las instalaciones físicas son visualmente atractivas.
	Determinar la calidad de servicio en relación a la dimensión capacidad de respuesta.		Los empleados tienen apariencia pulcra.
	Determinar la calidad de servicio en relación a la dimensión seguridad.		Los elementos materiales (folletos, vitrinas, otros) son visualmente atractivos.
	Determinar la calidad de servicios en relación a la dimensión empatía.	Empatía	Cumplimiento de compromiso
			Solución problemas.
			Realiza bien el servicio la primera vez.
			Cumplimiento en tiempo prometido.
			Nivel de errores.
			Comunican cuando concluirá la realización del servicio.
			Servicio rápido a sus clientes.
			Disposición a ayudar a sus clientes.
			Disposición para responder a las preguntas de sus clientes.
El comportamiento de los transmite confianza a sus clientes.			
Los clientes se sienten seguros en sus transacciones.			
Los empleados son siempre amables con los clientes.			
Los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los clientes.			
Atención individualizada.			
Horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes.			
Empleados que ofrecen una atención personalizada a sus clientes.			
Preocupación por los mejores intereses de sus clientes.			
Comprenden las necesidades específicas de sus clientes.			
<b>Diseño y Tipo de investigación</b>	<b>Población, muestra y muestreo</b>	<b>Procedimiento y procesamiento de datos</b>	
Diseño - No experimental Tipo - Aplicada	Población - 4001 Muestra - Muestreo - Probabilístico aleatorio	Manejo de Excel y SPSS	

Fuente: Elaboración Propia

### 3.10. Consideraciones éticas

La presente investigación está orientada a la protección de los sujetos de investigación y a la institución educativa, conservando todo momento de confidencialidad de las distintas fuentes primarias y secundarias. Por lo tanto como investigadores no hay conflicto de intereses de investigación.

## IV. Resultados y discusión

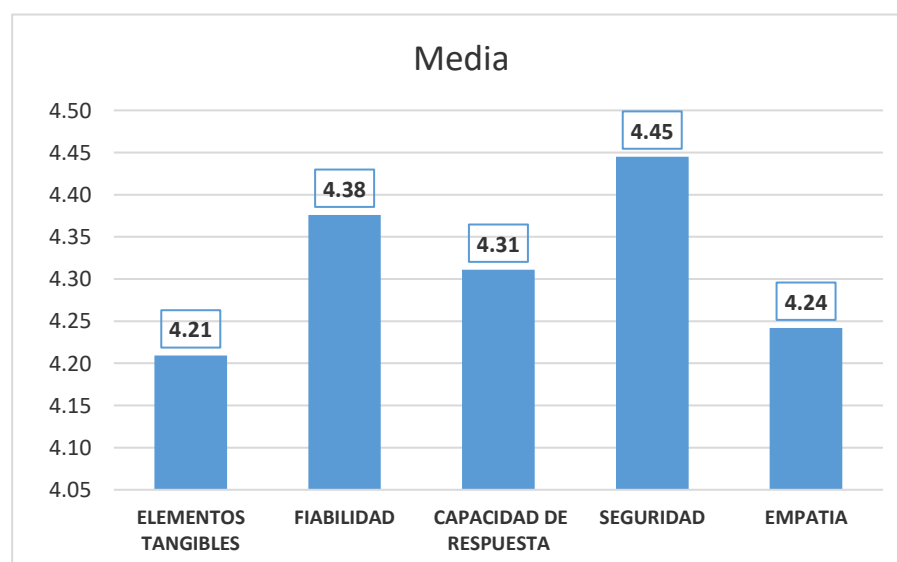
### 4.1. Promedio de Cada Dimensión

#### 4.1.1. Según Expectativas

Tabla 8  
*Media por dimensión según la expectativa*

<b>Dimensión</b>	<b>Media</b>
ELEMENTOS TANGIBLES	<b>4,21</b>
FIABILIDAD	<b>4,38</b>
CAPACIDAD DE RESPUESTA	<b>4,31</b>
SEGURIDAD	<b>4,45</b>
EMPATIA	<b>4,24</b>

*Fuente: Elaboración Propia*



*Figura 3: Media por dimensión según la expectativa*

*Fuente: Elaboración Propia*

Según los resultados obtenidos en cuanto a las expectativas de los interesados que fueron atendidos en la oficina de informes de una institución educativa se obtuvo que la dimensión más valorada fue seguridad con 4.45 de promedio, así mismo se obtuvo 4.38 en la dimensión fiabilidad, seguido de la dimensión capacidad de respuesta con un 4.31 y 4.24 en la dimensión empatía observando que la dimensión más baja fue elementos tangibles con 4.21 de promedio.

#### 4.1.2. Según Percepciones

Tabla 9  
Media por dimensión según percepción

Dimensión	Media
ELEMENTOS TANGIBLES	3,81
FIABILIDAD	3,90
CAPACIDAD DE RESPUESTA	3,98
SEGURIDAD	4,01
EMPATIA	3,93

Fuente: Elaboración Propia

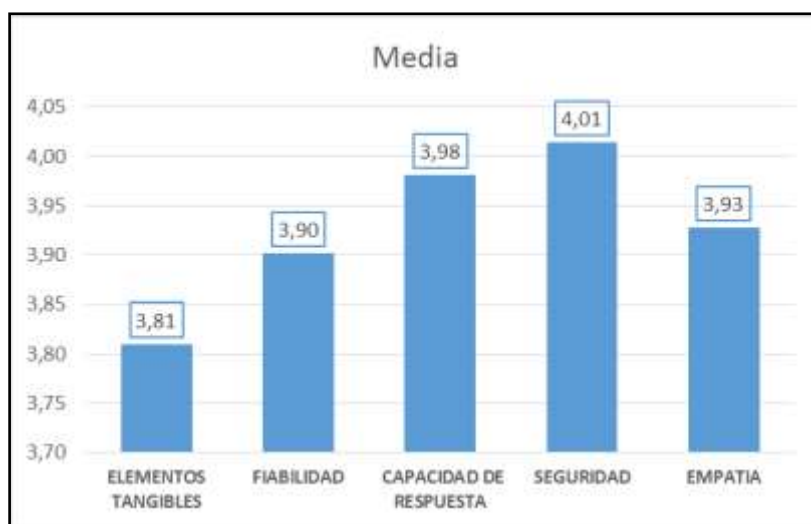


Figura 4: Media por dimensión según percepción  
Fuente: Elaboración Propia

Según los resultados obtenidos en cuanto a las percepciones de los interesados que fueron atendidos en la oficina de informes de una institución educativa se obtuvo que la dimensión más valorada fue

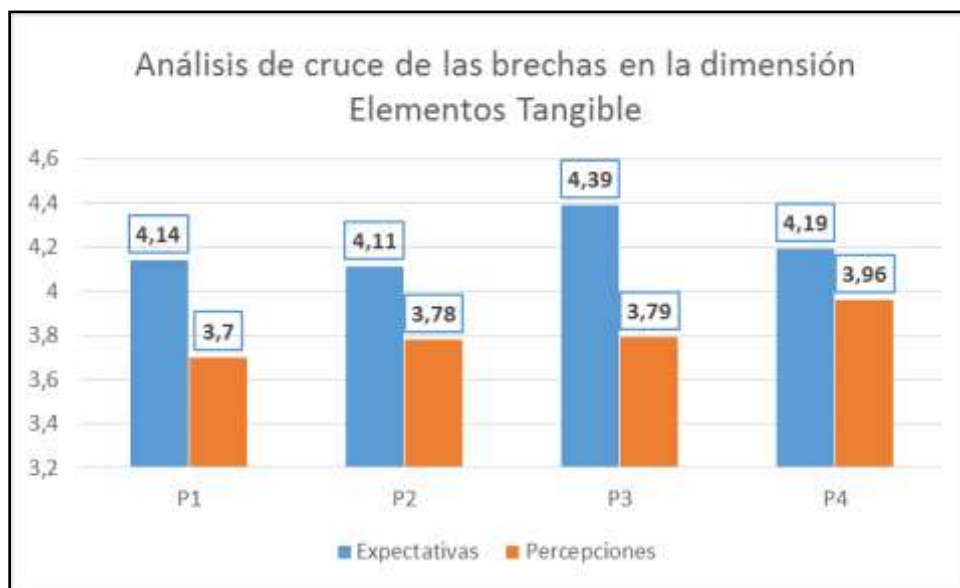
seguridad con 4.45 de promedio, así mismo se obtuvo 3.98 en la dimensión capacidad de respuesta, seguido de la dimensión empatía con un 3.93 y 3.90 en la dimensión fiabilidad observando que la dimensión más baja fue elementos tangibles con 4.21 de promedio.

4.2. Resultado del cruce de las brechas entre Percepciones y Expectativas de la calidad de servicio de la oficina de informes de una institución educativa respecto a la dimensión Tangibilidad.

Tabla 10  
*Brechas de la dimensión Elementos tangibles*

<b>DIMENSIÓN 1: ELEMENTOS TANGIBLES</b>					
<b>N°</b>	<b>Resultado de Expectativas</b>	<b>Puntaje</b>	<b>Resultados de Percepciones</b>	<b>Puntaje</b>	<b>Brecha</b>
	Expectativa Promedio	<b>4,21</b>	Percepción Promedio	<b>3,81</b>	<b>-0,40</b>
1	¿Usted esperaría que la oficina de informes de una institución educativa cuente con equipos de apariencia moderna?	4,14	La oficina de informes de una institución educativa cuenta con equipos de apariencia moderna.	3,7	-0,44
2	¿Usted esperaría que las instalaciones de oficina de informes de una institución educativa sean visualmente atractivas?	4,11	Las instalaciones físicas de la oficina de informes de una institución educativa son visualmente atractivas.	3,78	-0,33
3	¿Usted esperaría que los empleados de la oficina de informes de una institución educativa tengan apariencia limpia y agradable?	4,39	Los empleados de la oficina de informes de una institución educativa tienen apariencia limpia y agradable.	3,79	-0,60
4	¿Usted esperaría que los elementos materiales (folletos, vitrinas, otros) de la oficina de informes de una institución educativa sean visualmente atractivos?	4,19	Los elementos materiales (folletos, vitrinas, otros) de la oficina de informes de una institución educativa son visualmente atractivos.	3,96	-0,23

Fuente: *Elaboración Propia*



*Figura 5:* Brechas de la dimensión elementos tangibles  
Fuente: Elaboración Propia

Se puede observar en la tabla N° 10 las brechas entre las expectativas y la percepción que tienen los usuarios en la dimensión elementos tangibles de la oficina de informes de una institución educativa. La tangibilidad es una parte fundamental, puesto que muchos clientes son atraídos por las instalaciones modernas y atractivas de la institución. En esta dimensión, el ítem tres alcanzo el mayor puntaje negativo, obteniendo una brecha negativa de 0.60; manifestando que los usuarios no se encuentran satisfechos con la apariencia limpia y agradable de los empleados. Por otra parte la brecha negativa con menor puntaje en esta dimensión la obtuvo el ítem cuatro, mostrando que los elementos materiales (folletos, vitrinas, otros) de la oficina de informes de una institución educativa son visualmente atractivos. Cabe señalar que, el promedio de brecha de la dimensión elementos tangibles fue negativo con un puntaje de 0.40.

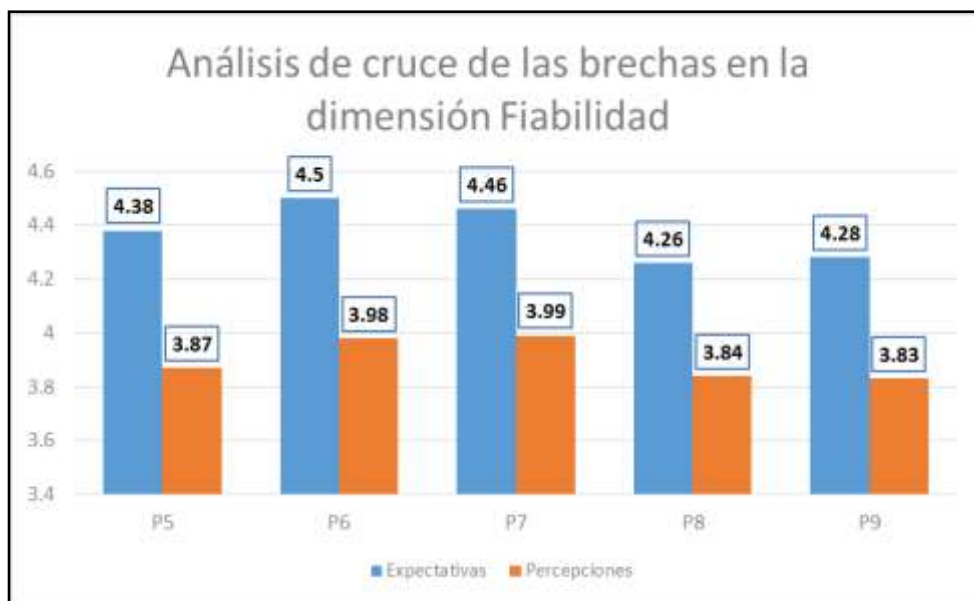
4.3. Resultado del cruce de las brechas entre Percepciones y Expectativas de la calidad de servicio de la oficina de informes de una institución educativa respecto a la dimensión Fiabilidad.

Tabla 11

*Brechas de la dimensión Fiabilidad*

<b>DIMENSIÓN 2: FIABILIDAD</b>					
<b>N°</b>	<b>Resultado de Expectativas</b>	<b>Puntaje</b>	<b>Resultados de Percepciones</b>	<b>Puntaje</b>	<b>Brecha</b>
	<b>Expectativas Promedio</b>	<b>4,58</b>	<b>Percepción Promedio</b>	<b>3,90</b>	<b>-0,47</b>
1	¿Usted esperaría que la oficina de informes de una institución educativa cumpla con lo que promete hacer en el tiempo indicado?	4,38	Cuando la oficina de informes de una institución educativa promete hacer algo en cierto tiempo, lo hace.	3,87	-0,51
2	¿Usted esperaría que cuando tenga un problema, la oficina de informes de una institución educativa muestre un sincero interés en solucionarlo?	4,5	Cuando usted tiene un problema la oficina de informes de una institución educativa muestra un sincero interés en solucionarlo.	3,98	-0,52
3	¿Usted esperaría que al visitar la oficina de informes de una institución educativa por primera vez, ésta diera un buen servicio?	4,46	La oficina de informes de una institución educativa realiza bien el servicio la primera vez.	3,99	-0,47
4	¿Usted esperaría que oficina de informes de una institución educativa termine el servicio en el tiempo prometido?	4,26	La oficina de informes de una institución educativa concluye el servicio en el tiempo prometido.	3,84	-0,42
5	¿Usted esperaría que la oficina de informes de una institución educativa se esfuerce en realizar sus registros sin errores?	4,28	La oficina de informes de una institución educativa se esfuerza en mantener registros exentos de errores.	3,83	-0,45

*Fuente: Elaboración Propia*



*Figura 6:* Brechas de la dimensión fiabilidad  
Fuente: Elaboración Propia

Se puede observar en la tabla N° 11 las brechas entre las expectativas y la percepción que tienen los usuarios en la dimensión fiabilidad de la oficina de informes de una institución educativa, teniendo como mayor brecha negativa el ítem dos, la cual menciona que cuando un usuario tiene un problema la oficina de informes de una institución educativa no muestra un sincero interés en solucionarlo; esto ocasiona un grave problema en la oficina, puesto que la primera impresión del servicio cuenta mucho para poder captar nuevos clientes. Además, se observa que el ítem cuatro referido a que la oficina de informes de una institución educativa concluye el servicio en el tiempo prometido, obtiene la menor brecha negativa en esta dimensión con un puntaje de 0.42. Conjuntamente, el promedio de brecha de la dimensión Fiabilidad fue negativo con un puntaje de 0,47.

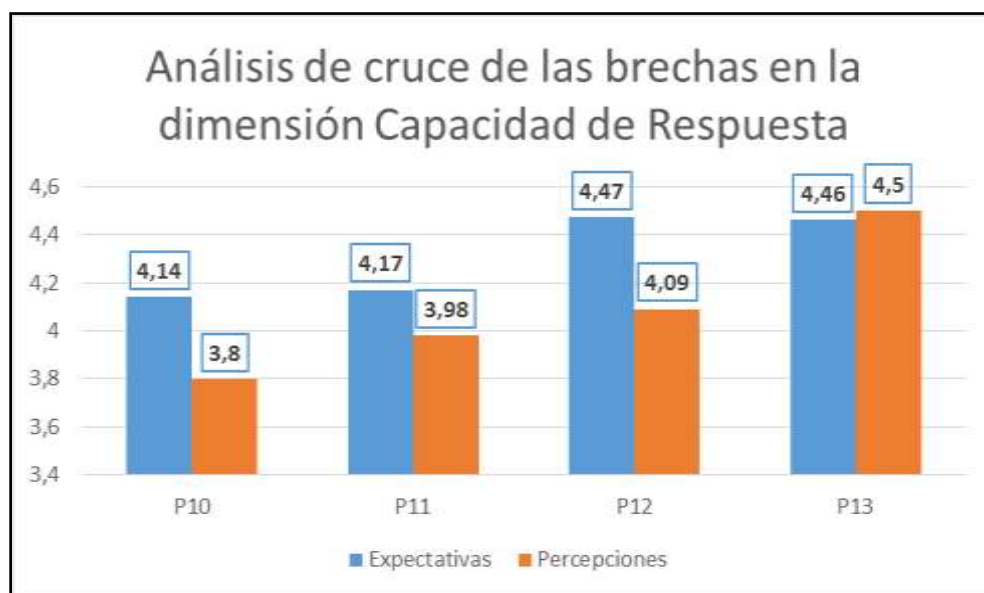
4.4. Resultado del cruce de las brechas entre Percepciones y Expectativas de la calidad de servicio de la oficina de informes de una institución educativa respecto a la dimensión Capacidad de Respuesta.

Tabla 12

*Brechas de la dimensión Capacidad de respuesta*

<b>DIMENSIÓN 3: CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>					
N°	Resultado de Expectativas	Puntaje	Resultados de Percepciones	Puntaje	Brecha
	Expectativas Promedio	<b>4,31</b>	Percepción Promedio	<b>4,09</b>	<b>-0,22</b>
1	¿Usted esperaría que los empleados de la oficina de informes de una institución educativa comunicaran a los clientes cuando concluirá la realización del servicio?	4,14	Los empleados de la oficina de informes de una institución educativa comunican a los clientes cuando concluirá la realización del servicio.	3,8	-0,34
2	¿Usted esperaría que los empleados de la oficina de informes de una institución educativa le ofrezcan un servicio rápido?	4,17	Los empleados de la oficina de informes de una institución educativa le ofrecen un servicio rápido.	3,98	-0,19
3	¿Usted esperaría que los empleados de la oficina de informes de una institución educativa estén siempre dispuestos a ayudarlo?	4,47	Los empleados de la oficina de informes de una institución educativa siempre están dispuestos a ayudar.	4,09	-0,38
4	¿Usted esperaría que los empleados de la oficina de informes de una institución educativa siempre estén dispuestos para responder a sus preguntas?	4,46	Los empleados de la oficina de informes de una institución educativa siempre están dispuestos para responder a sus preguntas.	4,5	0,04

*Fuente: Elaboración Propia*



*Figura 7:* Brechas en la dimensión Capacidad de respuesta  
Fuente: Elaboración Propia

Se puede observar en la tabla N° 12 las brechas entre las expectativas y la percepción que tienen los usuarios en la dimensión capacidad de respuesta de la oficina de informes de una institución educativa. El ítem tres, que hace referencia si empleados de la oficina de informes de una institución educativa siempre están dispuestos a ayudar, consiguió el mayor puntaje negativo de brecha en esta dimensión, obteniendo una brecha negativa de 0.38. Además, se puede observar que el ítem cuatro, el cual menciona que, si los empleados de la oficina de informes de una institución educativa siempre están dispuestos para responder a sus preguntas, obtuvo una brecha positiva de 0.04. Así mismo, se obtuvo un promedio negativo de brecha de 0.22.

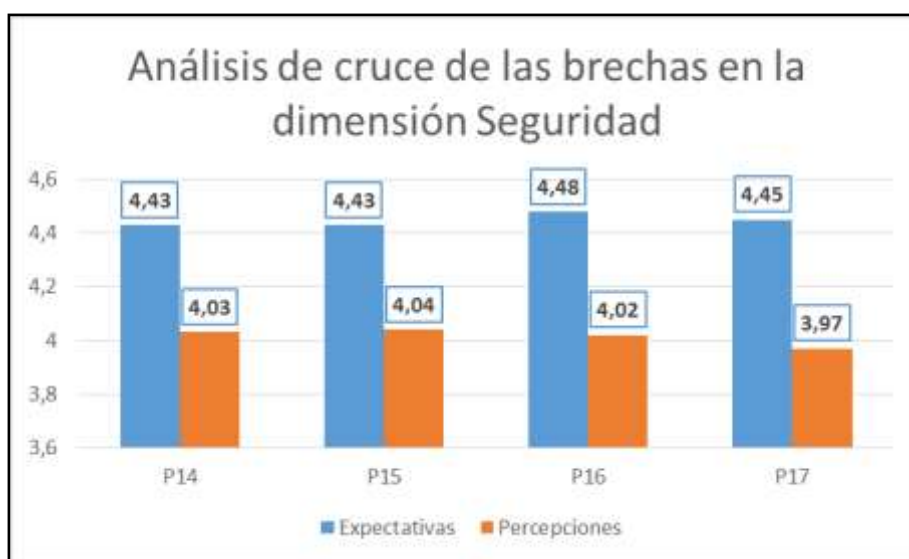
4.5. Resultado del cruce de las brechas entre Percepciones y Expectativas de la calidad de servicio de la oficina de informes de una institución educativa respecto a la dimensión Seguridad.

Tabla 13

*Brechas de la dimensión Seguridad*

DIMENSIÓN 4: SEGURIDAD					
N°	Resultado de Expectativas	Puntaje	Resultados de Percepciones	Puntaje	Brecha
	Promedio Expectativas	4,45	Promedio Percepción	4,02	-0,43
1	¿Usted esperaría que el comportamiento de los empleados de la oficina de informes de una institución educativa transmita confianza?	4,43	El comportamiento de los empleados de la oficina de informes de una institución educativa le transmite confianza.	4,03	-0,40
2	¿Usted esperaría sentirse seguro con la información brindada por la oficina de informes de una institución educativa?	4,43	Usted se siente seguro con la información brindada por la oficina de informes de una institución educativa.	4,04	-0,39
3	¿Usted esperaría que los empleados de la oficina de informes de una institución educativa sean siempre amables?	4,48	Los empleados de la oficina de informes de una institución educativa son siempre amables.	4,02	-0,46
4	¿Usted esperaría que los empleados de la oficina de informes de una institución educativa cuenten con conocimientos suficientes para responder a sus preguntas?	4,45	Los empleados de la oficina de informes de una institución educativa tienen conocimientos suficientes para responder a sus preguntas.	3,97	-0,48

Fuente: Elaboración Propia



**Figura 8:** Brechas en la dimensión Seguridad

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla N° 13 se muestra el promedio de brecha de cada ítem perteneciente a la dimensión Seguridad. Se obtuvo resultados desfavorables. La brecha negativa más alta lo obtuvo el ítem cuatro, la cual hace referencia a si los empleados de la oficina de informes de una institución educativa tienen conocimientos suficientes para responder a sus preguntas, cabe resaltar que, la mayoría de los empleados son de un sector rural, que no tienen el suficiente conocimiento como para poder conocer información extra a lo que los dueños le han enseñado de todos los productos vendidos. Además, se aprecia el ítem 10, el comportamiento y las acciones de los empleados transmiten confianza a sus clientes, obteniendo la brecha más baja de -0.5, esto se debe a que la mayoría de empleados que se desempeñan en esta empresa, pasan por un test psicológico para poder observar y determinar la personalidad y el perfil de cada uno de ellos, para procurar no tener diferentes problemas con los clientes. Del mismo modo se obtuvo un promedio de brecha de -0,32.

#### 4.6. Resultado del cruce de las brechas entre Percepciones y Expectativas de la calidad de servicio de la oficina de informes de una institución educativa respecto a la dimensión Empatía.

Tabla 14  
*Brechas en la dimensión Empatía*

DIMENSIÓN 5: EMPATÍA					
N°	Resultado de Expectativas	Puntaje	Resultados de Percepciones	Puntaje	Brecha
	Expectativas Promedio	4,21	Percepción Promedio	3,96	-0,25
1	¿Usted esperaría que la oficina de informes de una institución educativa le da una atención individualizada?	4,22	La oficina de informes de una institución educativa le da una atención individualizada.	4,09	-0,13
2	¿Usted esperaría que la oficina de informes de una institución educativa tenga horarios de trabajo convenientes para usted?	4,15	La oficina de informes de una institución educativa tiene horarios de trabajo convenientes para usted.	3,9	-0,25
3	¿Usted esperaría que la oficina de informes de una institución educativa tenga empleados que ofrezcan una atención personalizada?	4,17	La oficina de informes de una institución educativa tiene empleados que ofrecen una atención personalizada.	4,01	-0,16
4	¿Usted esperaría que la oficina de informes de una institución educativa se preocupe por sus intereses?	4,29	La oficina de informes de una institución educativa se preocupa por sus intereses.	3,83	-0,46

5	¿Usted esperaría que la oficina de informes de una institución educativa comprenda sus necesidades específicas?	4,38	La oficina de informes de una institución educativa comprende sus necesidades específicas.	3,81	-0,57
---	---	------	--	------	-------

Fuente: Elaboración Propia

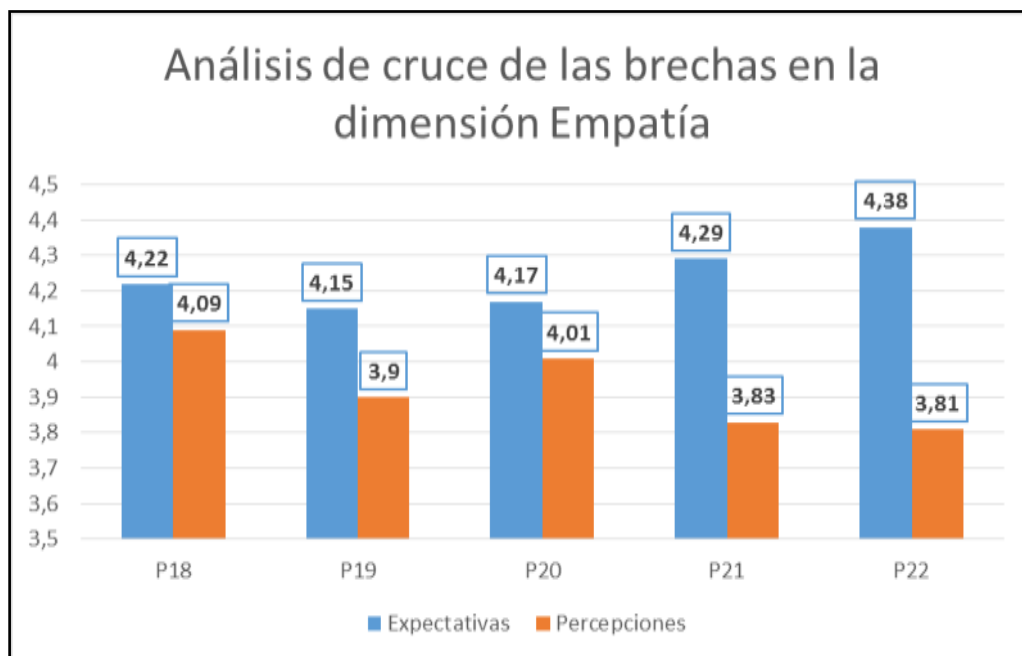


Figura 9: Brechas en la dimensión Empatía

Fuente: Elaboración Propia

Se puede observar en la tabla N° 14 las brechas entre las expectativas y las percepciones que tienen los usuarios en la dimensión empatía de la oficina de informes de una institución educativa. En esta dimensión, el ítem cinco alcanzó el mayor puntaje negativo, obteniendo una brecha negativa de 0.57; manifestando que los colaboradores de la oficina de informes de una institución educativa no comprenden sus necesidades específicas. Por otra parte la brecha negativa con menor puntaje en esta dimensión la obtuvo el ítem uno, mostrando que la oficina de informes de una institución educativa no le da una atención individualizada. Cabe señalar que, el promedio de brecha de la dimensión empatía fue negativo con un puntaje de 0.25.

## 4.7. Brechas según dimensiones

Tabla 15  
Brechas según dimensiones

Dimensiones	Brechas
ELEMENTOS TANGIBLES	- 0,40
FIABILIDAD	- 0,47
CAPACIDAD DE RESPUESTA	- 0,22
SEGURIDAD	- 0,43
EMPATIA	- 0,25

Fuente: Elaboración Propia

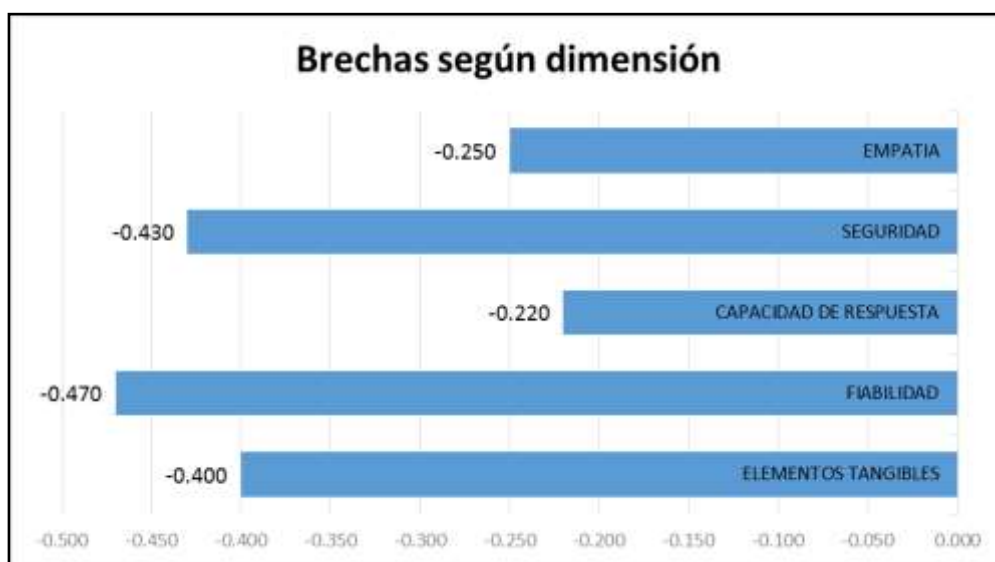


Figura 10: Brechas según dimensión

Fuente: Elaboración Propia

Se puede observar en la tabla N° 15 las brechas según las cinco dimensiones del modelo SERVQUAL. La dimensión con el mayor puntaje negativo fue la dimensión fiabilidad, obteniendo una brecha negativa de 0.67. Por otra parte la dimensión con el menor puntaje negativo la obtuvo la dimensión Capacidad de respuesta.

#### 4.8. Discusión

Según el objetivo general, analizar la calidad del servicio de la oficina de informes de una institución educativa, según el modelo SERVQUAL 2019, los resultados obtenidos en la tabla N° 15 se evidencia una brecha desfavorable en todas las dimensiones pero esto no significa que el servicio prestado sea del todo malo ya que la diferencia para alcanzar las expectativas que exigen los usuarios es mínima, mayormente los encuestados en percepciones marcaron que recibían un servicio normal o que estaban de acuerdo con el servicio pero en expectativas como es lógico los encuestados marcaron que les gustaría recibir lo mejor por ese motivo la brecha de percepciones sobre expectativas es menor y podría considerarse como un indicador de los aspectos que deben mejorarse. Estos resultados coinciden con los de Reaño y Sandoval (2019) los cuales también identificaron que las expectativas de sus clientes eran mayores a sus percepciones en cuanto a la calidad de servicio ofrecida por la empresa, demostrando que se necesitan realizar mejoras para lograr alcanzar una adecuada satisfacción por parte de sus consumidores. Según Rubio (1995) la calidad se trata de un concepto subjetivo que varía de acuerdo a la apreciación de cada individuo y debe ser usado para analizar la totalidad de partes que hacen que un servicio sea capaz de satisfacer las necesidades de los consumidores.

Con respecto al objetivo de determinar la calidad de servicio en relación a la apariencia de los elementos tangibles, los resultados mostraron que las expectativas de los clientes fueron superiores a sus percepciones siendo la apariencia limpia y agradable del personal y los equipos de apariencia moderna los aspectos con menor valoración. Resultados que coinciden con los de Nizama (2018) el cual identificó aspectos de mejora en cuanto a las instalaciones físicas de la empresa analizada y que se deberían mejorar tomando en cuenta las expectativas de sus clientes. Parasuraman, Zeithaml y Bitner (2013) indican que la dimensión de elementos tangibles comprende la apariencia que tienen las instalaciones físicas, equipos, empleados y materiales de comunicación;

siendo el conjunto de todos estos aspectos los que generan un visión adecuada del servicio de acuerdo a esta dimensión.

De acuerdo al objetivo de determinar la calidad de servicio en relación a la dimensión de Fiabilidad, se identificó una brecha negativa entre las expectativas y percepciones de los clientes siendo los aspectos con peor valoración: la muestra de un sincero interés en solucionar los problemas de los clientes y la culminación del servicio en el tiempo indicado. La negativa valoración de estos aspectos puede estar sustentada por la gran afluencia de personas en el periodo de tiempo en el que se recolectaron los datos, donde se identificaron largos tiempos de espera e incomodidad por parte de los clientes. Estos resultados son parecidos a los de Perez (2016) el cual identifico un servicio con deficiente rapidez, donde los clientes tenían que afrontar recurrentes demoras no explicadas por la empresa generando muchas incomodidades. Parasuraman, Zeithaml y Bitner (2013) definieron a la dimensión fiabilidad como la habilidad para prestar el servicio prometido de forma precisa; es decir además de cumplir con el servicio, realizarlo en el tiempo adecuado y mostrando un sincero interés.

Con respecto al objetivo de determinar la calidad de servicio con respecto a la dimensión capacidad de respuesta, los resultados muestran en promedio una diferencia negativa, siendo la disposición a ayudar el aspecto con menor valoración y la disposición a responder preguntas como el único aspecto con una brecha positiva dentro de esta dimensión aunque es una diferencia mínima que indica que aún se puede mejorar. Resultados que coinciden con los de Lopez (2018) el cual encontró una falta de motivación por parte de los empleados a ayudar sus clientes debido a que sentían que la empresa asumía la misma actitud con ellos. Parasuraman, Zeithaml y Bitner (2013) definieron a la dimensión capacidad respuesta como el deseo de ayudar a los clientes y de servirles de forma rápida, es decir la motivación que tienen los empleados por atender las necesidades de sus clientes.

Según el objetivo de determinar la calidad de servicio en relación a la dimensión de seguridad, se pudo encontrar que los aspectos peor valorados son los de amabilidad del personal de atención y conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los clientes. Esto se puede explicar debido que no existe un adecuado flujo de comunicación entre las distintas áreas de la institución educativa y la oficina de informes, llegando a presentarse casos en los que se desconoce de eventos o programas próximos a realizarse. Estos resultados coinciden con los de Suyo (2017) el cual también encontró una brecha negativa entre la expectativa de la dimensión de seguridad y la percepción del cliente luego de haber recibido el servicio. Parasuraman, Zeithaml y Bitner (2013) indicaron que la dimensión seguridad comprendía elementos como el conocimiento del servicio prestado, la cortesía de los empleados y su habilidad para transmitir confianza al cliente; los cuales en su totalidad generaban en los clientes una sensación de confianza con los empleados y con la organización en general.

De acuerdo al objetivo de determinar la calidad de servicio en relación a la dimensión empatía, los resultados indicaron que en promedio existe una brecha negativa entre las expectativas y la percepción de los clientes atendidos, siendo los aspectos con menor valoración la comprensión de las necesidades específicas de cada cliente y la preocupación por sus intereses; aunque como en todos los casos esta brecha negativa es mínima sigue siendo un indicador de mejora. En contradicción a estos resultados Alcalde y Castañeda (2016) encontraron a la dimensión empatía como el indicador mejor valorado y con mayor brecha positiva en la empresa analizada; siendo el aspecto que generaba una mejor experiencia de servicio en sus clientes. Parasuraman, Zeithaml y Bitner (2013) definieron la dimensión empatía como la atención individualizada, convirtiéndose en uno de los aspectos más importantes para que los clientes valoren una adecuada calidad en el servicio al sentir

que la organización sienta una verdadera preocupación por atender sus necesidades específicas.

## **V. Conclusiones**

De acuerdo a los resultados obtenidos, la presente investigación pudo concluir que la oficina de informes de una institución educativa, posee algunas carencias, las cuales repercuten en su baja calidad de servicio pues no cumple con los requerimientos óptimos de los clientes. Además se identificó que las expectativas que tienen estos últimos son mayores a sus percepciones luego de recibir el servicio, lo que conlleva a que los clientes no se sientan satisfechos con el servicio brindado por la oficina de informes de una institución educativa.

Respecto a la dimensión de elementos tangibles, se concluyó que las expectativas de los clientes no fueron satisfechas. Considerando que en el sector educación y en particular en las oficinas que se dedican a la atención del público, la apariencia de los trabajadores, equipos e instalaciones es muy importante se pudo evidenciar que los clientes de la oficina de informes de una institución educativa se mostraron disconformes con la apariencia de los trabajadores puesto que consideraron que no era del todo ordenada; así también, se mostraron descontentos con los equipos de las instalaciones debido a que no consideraron una adecuada modernidad.

En cuanto a la dimensión de fiabilidad, se pudo concluir que la oficina de informes de una institución educativa no cumplió con las expectativas de sus clientes; siendo su mayor deficiencia que los trabajadores no mostraron un sincero interés por solucionar los problemas de los visitantes además de no cumplir con los tiempos prometidos, puesto que, en ocasiones la gran afluencia de público generó excesivos tiempos de espera y los trabajadores no mostraron la habilidad suficiente para poder cumplir con los requerimientos de cada visitante en un tiempo adecuado.

Del mismo modo, evaluando la dimensión de capacidad de respuesta, se concluyó que como promedio de dimensión las expectativas de los clientes no

fueron cubiertas, sin embargo, aspectos como la disposición de los trabajadores a responder preguntas fueron bien valorados por los visitantes de la oficina de informes de una institución educativa. Por otro lado no se identificó una correcta disposición de los trabajadores para ayudar a sus clientes, aspecto que debe ser complementario al antes mencionado.

Posteriormente, al evaluar la dimensión de seguridad se identificó que los visitantes de la oficina de informes de una institución educativa, no se mostraron satisfechos con la amabilidad de los trabajadores y consideraron que no cuentan con los conocimientos suficientes para responder a sus preguntas; por lo cual se puede concluir que no se cumplió con las expectativas de los clientes.

Por último, en cuanto a la dimensión empatía se identificó que las principales deficiencias fueron que los trabajadores no mostraron una adecuada comprensión a las necesidades específicas de los clientes y preocupación por sus intereses; por lo que se puede concluir que la oficina de informes de una institución educativa no pudo satisfacer las expectativas de los visitantes en cuanto a esta dimensión.

## **VI. Recomendaciones**

De acuerdo a las deficiencias presentadas en la calidad de servicio, se recomienda realizar evaluaciones periódicas del servicio ofrecido. Las evaluaciones deberán ser tomadas luego de aplicar cualquier cambio y compararse con resultados anteriores buscando disminuir las brechas existentes entre las expectativas y percepciones de los visitantes a la oficina de informes de una institución educativa.

Por otra parte, también se debe realizar una mejora en las instalaciones, que permita a los visitantes sentirse cómodos. Estas nuevas instalaciones deberán estructurarse en un espacio más amplio para poder aumentar el aforo y cubrir con la demanda en tiempos de campaña alta, además de instalar equipos de apariencia moderna que agilicen los trámites ofrecidos. También es recomendable el uso de uniforme por parte de los trabajadores de la oficina de informes de una institución educativa, lo que mejorará su apariencia de cara al público.

También se recomienda establecer metas de calidad de servicio para los trabajadores de la oficina de informes de una institución educativa, las cuales deberán desafiantes pero logrables. Estas metas evaluarán tiempos, resolución de conflictos y trato con los clientes. Cabe resaltar que primero es necesario familiarizar a los trabajadores con los distintos procesos y sistemas usados para los tipos de servicio que se ofrecen para que no se presenten complicaciones.

Se debe implementar un plan de recompensas y reconocimientos a los trabajadores que presenten los mejores resultados en base a la calificación de los clientes, esto ayudará a aumentar la motivación que tiene el personal de atención de la oficina de informes de una institución educativa y también la disposición de estos mismos para ayudar a los visitantes con los problemas que presenten o los trámites que requieran.

Por otra parte, se debe capacitar a los trabajadores de la oficina de informes de una institución educativa enfatizando la resolución de problemas y la

amabilidad, con esto se busca brindar los conocimientos necesarios para lograr resolver cualquier conflicto que tengan los visitantes no dejando de lado el trato amigable y cercano que permitirá poder satisfacer las necesidades del cliente.

Por último, desarrollar sesiones de retroalimentación y escucha con los trabajadores para mejorar la capacidad de empatía, estas sesiones tendrá por objetivo mejorar la relación que tienen los empleados con sus superiores de manera que puedan sentir que la empresa toma en cuenta sus opiniones, entiende sus problemas y se pone en su lugar. Estas actividades deberán generar también una mejora en la interacción que tienen con los visitantes de la oficina de informes de una institución educativa.

## VII. Lista de Referencias

- ALCALDE, E. y CASTAÑEDA, J. (2016). *Estudio de la calidad de servicio brindada por la empresa Automotores San Lorenzo S.A.C. en la ciudad de Chiclayo 2014*. (Tesis de pregrado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo, Perú). Recuperada de [http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/678/1/TL\\_AlcaldeEnriquezErickCastanedaOnaJonathan.pdf](http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/678/1/TL_AlcaldeEnriquezErickCastanedaOnaJonathan.pdf)
- BARRANTES, F. y CAICAY, T. (2017). *Dimensiones de la calidad de servicio que influyen en la reputación corporativa de las empresas courier en Lima*. (Tesis de Licenciado en International Business). Universidad San Ignacio de Loyola, Lima, Perú). Recuperada de <http://repositorio.usil.edu.pe/handle/USIL/2651>
- BERRY, L. & PARASURAMAN, A. (1991). *Marketing service: Competitive through time*. San Francisco. The free Press.
- BERRY, L; PARASURAMAN, A. & ZEITHAML, V. (1985). *SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality*. Journal of reatiling, Vol. 64, N 1 spring.
- BERRY, L; PARASURAMAN, A. & ZEITHAML, V. (1988). *A conceptual model of service and its implications for the future research*. Journal of marketing, vol 49.
- BERRY, L; PARASURAMAN, A. y ZEITHAML, V. (1993). *Calidad total en la gestión de servicios: cómo lograr el equilibrio entre las percepciones y las expectativas de los consumidores*. Madrid. Ediciones Díaz de Santos, S.A.
- BLANCO, G. y NIETO, N. (2015). *Calidad de atención y su relación con la satisfacción de los usuarios del Seguro Integral de Salud (SIS en los servicios de emergencia del hospital Carlos Cornejo Rosello Vizcardo – Azángaro 2015*. (Tesina de Segunda Especialidad, Universidad Nacional de San Agustín, Arequipa, Perú). Recuperada de <http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/2243/HSblvege.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- EVANS, J. & LINDSAY, W. (2008). *Administración y control de la calidad*. México. Cengage Learning Editores, S.A.
- FOSTER, T. (2013). *Managing Quality*. New Jersey. Prentice Hall.
- GHOBIAN, A., SPELLER, S. & JONES, M. (1994). *Service Quality*. International journal of quality and reliability management.
- GOODMAN, J; MARRA, T. & BIRGHAM, L. (1986). *Customer service: Costly nuisance or low cost-profit strategy*. Journal of retail banking.
- HERNÁNDEZ, R., FERNÁNDEZ, C. y BAPTISTA, M. (2014). *Metodología de la investigación*. México. McGraw Hill.
- JAMES, P. (1997). *La gestión de la calidad total*. España. Prentice Hall.
- KOTLER, P. (1984). *Marketing Professional Service*. New York. Ed. Englewood cliffs. Prentice Hall.
- LÓPEZ, D. (2018). *Calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del Restaurante Rchy's de la ciudad de Guayaquil*. (Tesis de Maestría, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil). Recuperado de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/9867>
- NIZAMA, G. (2018). *La calidad percibida del servicio hotelero y su relación en la percepción del cliente, Miraflores, 2017. Caso: Hotel de 3 estrellas León de Oro Suites, área de front desk*. (Tesis de posgrado, Universidad San Martín de Porres). Recuperado de [http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/3809/1/nizama\\_rg\\_c.pdf](http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/3809/1/nizama_rg_c.pdf)
- PAYNE, A (1996). *La esencia de la mercadotecnia de servicios*. México. Ed. Prentice Hall.
- PÉREZ, G. (2016). *Evaluación de la calidad de servicio percibida por los estudiantes de la Universidad Santo Toribio de Mogrovejo con respecto a los servicios de limpieza de la Empresa Sebul en la ciudad de Chiclayo* (Tesis de pregrado,

Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo, Perú). Recuperada de <http://hdl.handle.net/20.500.12423/714>

REAÑO, C. y SANDOVAL, S. (2019). *Determinación del grado de la calidad de servicio al cliente para la empresa Aligropesa S.R.L.* (Tesis de pregrado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo, Perú). Recuperada de [http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1782/1/TL\\_Rea%C3%B1oVillalobosCarmen\\_SandovalDiazSharon.pdf](http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1782/1/TL_Rea%C3%B1oVillalobosCarmen_SandovalDiazSharon.pdf)

SALVADOR, C. (2004). *La visión humanista de los servicios universitarios.* Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=LVEOAQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq= analisis+de+la+calidad+del+servicio&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiB66aCvZLmAhVCzlkKHUPFD0QQ6AEINTAC#v=onepage&q= analisis%20de%20la%20calidad%20del%20servicio&f=false>

SERRANO, A. & LOPEZ, M. (2000). *Dimensions and measurement of quality service in hotels.* Actas del I word conference on productions and operations Management, CD ROM ISBN84-8009-103-7.

SUYO, L. (2017). *Calidad de servicio y satisfacción del asegurado en la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro.* Recuperada de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/7213>

ZEITHAML, V. y BITNER, M. (2002). *Marketing de servicios: un enfoque de integración del cliente a la empresa.* México. Mc. Graw Hill.

**VIII. Anexos**

## Anexo 01: Validación de encuesta por Manuel Hurtado

**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS**

Quien suscribe, Manuel Hurtado Sánchez, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos del proyecto de tesis para obtener el grado de **Licenciado en Administración de Empresas**, titulado **ANÁLISIS DE LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA OFICINA DE INFORMES DE UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA DEL NORTE DEL PAÍS SEGÚN EL MODELO SERVQUAL, 2019**; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, 04 de Noviembre de 2019.

-----  
**FIRMA DEL JUEZ EXPERTO**

Dr./Mg./Lic. Nombre: Manuel Hurtado Sánchez  
Cargo Actual: Coordinador de Información Estadística.

**I. DATOS DE LA INVESTIGACIÓN:****TÍTULO DE TESIS**

"ANÁLISIS DE LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA OFICINA DE INFORMES DE UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA DEL NORTE DEL PAÍS SEGÚN EL MODELO SERVQUAL, 2019"

**FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cuál es el nivel de la calidad del servicio de la oficina de informes de una institución educativa del norte de país, según el modelo SERVQUAL?"

**OBJETIVO GENERAL**

Analizar la calidad del servicio de la oficina de informes de una institución educativa del norte del país según el modelo SERVQUAL, 2019.

**OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

Determinar la calidad de servicio de la oficina de informes de una institución educativa del norte del país en relación a la dimensión elementos tangibles.  
Determinar la calidad de servicio de la oficina de informes de una institución educativa del norte del país en relación a la dimensión Fiabilidad.  
Determinar la calidad de servicio de la oficina de informes de una institución educativa del norte del país en relación a la dimensión capacidad de respuesta.  
Determinar la calidad de servicio de la oficina de informes de una institución educativa del norte del país en relación a la dimensión seguridad.  
Determinar la calidad de servicio de la oficina de informes de una institución educativa del norte del país en relación a la dimensión empatía.

## 2. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.

Variable	Dimensión	Indicadores	Instrumento
Calidad de Servicio	Elementos tangibles	Equipos de apariencia moderna.	Likert
		Las instalaciones físicas son visualmente atractivas.	
		Los empleados tienen apariencia pulcra.	
		Los elementos materiales (folletos, vitrinas, otros) son visualmente atractivos.	
	Fiabilidad	Cumplimiento de compromiso.	
		Solución de problemas.	
		Realiza bien el servicio la primera vez.	
		Cumplimiento en tiempo prometido.	
		Nivel de errores.	
	Capacidad de respuesta	Comunican cuando concluirá la realización del servicio.	
		Servicio rápido a sus clientes.	
		Disposición a ayudar a sus clientes.	
		Disposición para responder a las preguntas de sus clientes.	
	Seguridad	El comportamiento de los transmite confianza a sus clientes.	
		Los clientes se sienten seguros en sus transacciones.	
		Los empleados son siempre amables con los clientes.	
		Los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los clientes.	
		Atención individualizada.	
	Empatía	Horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes.	
		Empleados que ofrecen una atención personalizada a sus clientes.	
Preocupación por los mejores intereses de sus clientes.			
Comprenden las necesidades específicas de sus clientes.			

### INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS INSTRUMENTO

Respetado Juez, Ud. Ha sido seleccionado para evaluar el instrumento CUESTIONARIO PARA LA MEDICIÓN DEL NIVEL DE EXPECTATIVAS DE LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA OFICINA DE INFORMES DE UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA DEL NORTE DEL PAÍS, 2019, que es parte de la investigación "ANÁLISIS DE LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA OFICINA DE INFORMES DE UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA DEL NORTE DEL PAÍS SEGÚN EL MODELO SERVQUAL, 2019". La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de éstos sean utilizados efectivamente en sus aplicaciones. Agradecemos su valiosa colaboración.

#### I. DATOS GENERALES

Nombre y apellido del profesional experto: Manuel Heredia Saizberg  
 Cargo o institución donde labora: coordinador de información estadística  
 Investigador (a): Juan Pablo Vilchez Maifre

#### II. ASPECTO DE VALIDACIÓN

INDICADOR	DIMENSIÓN 1: ELEMENTOS TANGIBLES	Valoración del Juez	
		En Desacuerdo (0)	De Acuerdo (1)
Equipos de apariencia moderna.	¿Usted esperaría que la oficina de informes de una institución educativa cuente con equipos de apariencia moderna?		1
Las instalaciones físicas son visualmente atractivas.	¿Usted esperaría que las instalaciones de la oficina de informes de una institución educativa sean visualmente atractivas?		1
Los empleados tienen apariencia pulcra.	¿Usted esperaría que los empleados de la oficina de informes de una institución educativa tengan apariencia limpia y agradable?		1
Los elementos materiales (folletos, vitrinas, otros) de la oficina de informes de una institución educativa sean visualmente atractivos.	¿Usted esperaría que los elementos materiales (folletos, vitrinas, otros) de la oficina de informes de una institución educativa sean visualmente atractivos?		1

INDICADOR	DIMENSIÓN 2: FIABILIDAD	En Desacuerdo (0)	De Acuerdo (1)
Cumplimiento de compromiso.	¿Usted esperaría que la oficina de informes de una institución educativa cumpla con lo que promete hacer en el tiempo indicado?		1
Solución problemas.	¿Usted esperaría que cuando tenga un problema, la oficina de informes de una institución educativa muestre un sincero interés en solucionarlo?		1
Realiza bien el servicio la primera vez.	¿Usted esperaría que al visitar la oficina de informes de una institución educativa por primera vez, ésta ofera un buen servicio?		1
Cumplimiento en tiempo prometido.	¿Usted esperaría que la oficina de informes de una institución educativa termine el servicio en el tiempo prometido?		1
Nivel de errores.	¿Usted esperaría que la oficina de informes de una institución educativa se esfuerce en realizar sus registros sin errores?		1

INDICADOR	DIMENSIÓN 3: CAPACIDAD DE RESPUESTA	En Desacuerdo (0)	De Acuerdo (1)
Comunican cuando concluirá la realización del servicio.	¿Usted esperaría que el comportamiento de los empleados de la oficina de informes de una institución educativa transmita confianza?		1
Servicio rápido a sus clientes.	¿Usted esperaría sentirse seguro con la información brindada por la oficina de informes de una institución educativa?		1
Disposición a ayudar a sus clientes.	¿Usted esperaría que los empleados de la oficina de informes de una institución educativa sean siempre amables?		1
Disposición para responder a las preguntas de sus clientes.	¿Usted esperaría que los empleados de la oficina de informes de una institución educativa cuenten con conocimientos suficientes para responder a sus preguntas?		1

INDICADOR	DIMENSIÓN 4: SEGURIDAD	En Desacuerdo (0)	De Acuerdo (1)
El comportamiento de los transmite confianza a sus clientes.	¿Usted esperaría que el comportamiento de los empleados de la oficina de informes de una institución educativa transmita confianza?		
Los clientes se sienten seguro en sus transacciones.	¿Usted esperaría sentirse seguro con la información brindada por la oficina de informes de una institución educativa?		
Los empleados son siempre amables con los clientes.	¿Usted esperaría que los empleados de la oficina de informes de una institución educativa sean siempre amables?		
Los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los clientes.	¿Usted esperaría que los empleados de la oficina de informes de una institución educativa cuenten con conocimientos suficientes para responder a sus preguntas?		

INDICADOR	DIMENSIÓN 5: EMPATIA	En Desacuerdo (0)	De Acuerdo (1)
Atención individualizada.	¿Usted esperaría que la oficina de informes de una institución educativa le dé una atención individualizada?		
Horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes.	¿Usted esperaría que la oficina de informes de una institución educativa tenga horarios de trabajo convenientes para usted?		
Empleados que ofrecen una atención personalizada a sus clientes.	¿Usted esperaría que la oficina de informes de una institución educativa tenga empleados que ofrezcan una atención personalizada?		
Preocupación por los mejores intereses de sus clientes.	¿Usted esperaría que la oficina de informes de una institución educativa se preocupe por sus intereses?		
Comprenden las necesidades específicas de sus clientes.	¿Usted esperaría que la oficina de informes de una institución educativa comprenda sus necesidades específicas?		

III. **SUGERENCIAS** (realizar todas las observaciones, críticas o recomendaciones que considere oportuna para mejorar el cuestionario):

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

IV. **OPINIÓN DE APLICABILIDAD:**

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

V. **PROMEDIO DE VALIDACIÓN** \_\_\_\_\_

### INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS INSTRUMENTO

Respetado Juez, Ud. Ha sido seleccionado para evaluar el instrumento CUESTIONARIO PARA LA MEDICIÓN DEL NIVEL DE PERCEPCIONES DE LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA OFICINA DE INFORMES DE UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA DEL NORTE DEL PAÍS, 2019, que es parte de la investigación "ANÁLISIS DE LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA OFICINA DE INFORMES DE UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA DEL NORTE DEL PAÍS SEGÚN EL MODELO SERVQUAL, 2019". La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de éstos sean utilizados efectivamente en sus aplicaciones. Agradecemos su valiosa colaboración.

#### I. DATOS GENERALES

Nombre y apellido del profesional experto: Manuel Hurtado Sánchez  
 Cargo o institución donde labora: Coordinador de información estadística  
 Investigador (a): Juan Pablo Vilchez Mañre

#### II. ASPECTO DE VALIDACIÓN

INDICADOR	DIMENSIÓN 1: ELEMENTOS TANGIBLES	Valoración del Juez.	
		En Desacuerdo (0)	De Acuerdo (1)
Equipos de apariencia moderna.	La oficina de informes de una institución educativa cuenta con equipos de apariencia moderna.		1
Las instalaciones físicas son visualmente atractivas.	Las instalaciones físicas de la oficina de informes de una institución educativa son visualmente atractivas.		1
Los empleados tienen apariencia pulcra.	Los empleados de la oficina de informes de una institución educativa tienen apariencia pulcra.		1
Los elementos materiales (folletos, vitrinas, otros) son visualmente atractivos.	Los elementos materiales (folletos, vitrinas, otros) de la oficina de informes de una institución educativa son visualmente atractivos.		1

INDICADOR	DIMENSIÓN 2: FIABILIDAD	Valoración del Juez.	
		En Desacuerdo (0)	De Acuerdo (1)
Cumplimiento de compromiso	Cuando la oficina de informes de una institución educativa promete hacer algo en cierto tiempo, lo hace.		1
Solución problemas.	Cuando usted tiene un problema la oficina de informes de una institución educativa muestra un sincero interés en solucionarlo.		1
Realiza bien el servicio la primera vez.	La oficina de informes de una institución educativa realiza bien el servicio la primera vez.		1
Cumplimiento en tiempo prometido.	La oficina de informes de una institución educativa termina el servicio en el tiempo prometido.		1
Nivel de errores.	La oficina de informes de una institución educativa se esfuerza en mantener registros sin errores.		1

INDICADOR	DIMENSIÓN 3: CAPACIDAD DE RESPUESTA	Valoración del Juez.	
		En Desacuerdo (0)	De Acuerdo (1)
Comunican cuando concluirá la realización del servicio.	Los empleados de la oficina de informes de una institución educativa comunican a los clientes cuando concluirá la realización del servicio.		1
Servicio rápido a sus clientes.	Los empleados de la oficina de informes de una institución educativa le ofrecen un servicio rápido.		1
Disposición a ayudar a sus clientes.	Los empleados de la oficina de informes de una institución educativa siempre están dispuestos a ayudar.		1
Disposición para responder a las preguntas de sus clientes.	Los empleados de la oficina de informes de una institución educativa siempre están dispuestos para responder a sus preguntas.		1

INDICADOR	DIMENSIÓN 4: SEGURIDAD	En Desacuerdo (0)	De Acuerdo (1)
El comportamiento de los transmite confianza a sus clientes.	El comportamiento de los empleados de la oficina de informes de una institución educativa le transmite confianza.		↓
Los clientes se sienten seguro en sus transacciones.	Usted se siente seguro con la información brindada por la oficina de informes de una institución educativa.		↓
Los empleados son siempre amables con los clientes.	Los empleados de la oficina de informes de una institución educativa son siempre amables.	*	↓
Los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los clientes.	Los empleados de la oficina de informes de una institución educativa tienen conocimientos suficientes para responder a sus preguntas.		↓

INDICADOR	DIMENSIÓN 5: EMPATIA	En Desacuerdo (0)	De Acuerdo (1)
Atención individualizada.	La oficina de informes de una institución educativa le da una atención individualizada.		↓
Horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes.	La oficina de informes de una institución educativa tiene horarios de trabajo convenientes para usted.		↓
Empleados que ofrecen una atención personalizada a sus clientes.	La oficina de informes de una institución educativa tiene empleados que ofrecen una atención personalizada.		↓
Preocupación por los mejores intereses de sus clientes.	La oficina de informes de una institución educativa se preocupa por sus intereses.		↓
Comprenden las necesidades específicas de sus clientes.	La oficina de informes de una institución educativa comprende sus necesidades específicas.		↓

III. SUGERENCIAS (realizar todas las observaciones, críticas o recomendaciones que considere oportuna para mejorar el cuestionario):

---



---

IV. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

---



---

V. PROMEDIO DE VALIDACIÓN

---

## Anexo 02: Validación de encuesta por Sandra Loaiza

**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS**

Quien suscribe, Sandra C. Loaiza Ch., mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos del proyecto de tesis para obtener el grado de **Licenciado en Administración de Empresas**, titulado **ANÁLISIS DE LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA OFICINA DE INFORMES DE UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA DEL NORTE DEL PAÍS SEGÚN EL MODELO SERVQUAL, 2019**; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, 04 de Noviembre de 2019.

  
FIRMA DEL JUEZ EXPERTO

Dr./ Mg./Lic. Nombre: Lic. Est. Sandra C. Loaiza Ch.  
Cargo Actual: Docente de Facultad Ingeniería

## Anexo 03: Validación de encuesta por Jimena Campodónico

**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS**

Quien suscribe, Jimena Campodónico B., mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos del proyecto de tesis para obtener el grado de **Licenciado en Administración de Empresas**, titulado **ANÁLISIS DE LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA OFICINA DE INFORMES DE UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA DEL NORTE DEL PAÍS SEGÚN EL MODELO SERVQUAL, 2019**; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, 04 de Noviembre de 2019.

  
FIRMA DEL JUEZ EXPERTO

Dr./ Mg./ Lic. Nombre: Jimena Campodónico B.

Cargo Actual: Directora de Admisión y Marketing

## Anexo 04: Validación de encuesta por Hilder Dávila

**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS**

Quien suscribe, Hilder J. Dávila Guevara, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos del proyecto de tesis para obtener el grado de **Licenciado en Administración de Empresas**, titulado **ANÁLISIS DE LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA OFICINA DE INFORMES DE UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA DEL NORTE DEL PAÍS SEGÚN EL MODELO SERVQUAL, 2019**; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, 04 de Noviembre de 2019.



FIRMA DEL JUEZ EXPERTO

Dr./ Mg./ Lic. Nombre: Hilder Jairo Dávila Guevara  
Cargo Actual: Coordinador General de Ventas

## Anexo 05: Validación de encuesta por Karina Rodas

## CONSTANCIA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Quien suscribe, Karina Rodas Rufasto, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos del proyecto de tesis para obtener el grado de **Licenciado en Administración de Empresas**, titulado **ANÁLISIS DE LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA OFICINA DE INFORMES DE UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA DEL NORTE DEL PAÍS SEGÚN EL MODELO SERVQUAL, 2019**; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, 04 de Noviembre de 2019.



FIRMA DEL JUEZ EXPERTO

Dr./ Mg./Lic. Nombre: Karina Rodas Rufasto

Cargo Actual: Coordinadora de trade marketing y BTL

## Anexo 06: Validación de encuesta por Milagros Gamarra

**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS**

Quien suscribe, Milagros Gamarra Ucida, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos del proyecto de tesis para obtener el grado de **Licenciado en Administración de Empresas**, titulado **ANÁLISIS DE LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA OFICINA DE INFORMES DE UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA DEL NORTE DEL PAÍS SEGÚN EL MODELO SERVQUAL, 2019**; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, 04 de Noviembre de 2019.

  
FIRMA DEL JUEZ EXPERTO

Dr./ Mg./ Lic. Nombre: Milagros Gamarra Ucida.  
Cargo Actual: Docente - Escuela de Economía

## Anexo 07: Validación de encuesta por Jessica Solano

**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS**

Quien suscribe, Jessica Solano Parro, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos del proyecto de tesis para obtener el grado de **Licenciado en Administración de Empresas**, titulado **ANÁLISIS DE LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA OFICINA DE INFORMES DE UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA DEL NORTE DEL PAÍS SEGÚN EL MODELO SERVQUAL, 2019**; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, 04 de Noviembre de 2019.

  
FIRMA DEL JUEZ EXPERTO

Dr./ Mg./Lic. Nombre: Jessica Solano Parro

Cargo Actual: Docente

## Anexo 08: Validación de encuesta por Esther Vásquez

**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS**

Quien suscribe, Esther Leonor Vasquez Diaz, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos del proyecto de tesis para obtener el grado de **Licenciado en Administración de Empresas**, titulado **ANÁLISIS DE LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA OFICINA DE INFORMES DE UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA DEL NORTE DEL PAÍS SEGÚN EL MODELO SERVQUAL, 2019**; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, 04 de Noviembre de 2019.

  
FIRMA DEL JUEZ EXPERTO

Dr./ Mg./Lic. Nombre: Esther Leonor Vasquez Diaz

Cargo Actual: Docente Empresarial / Coordinadora Pluri

## Anexo 09: Encuesta



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**Escuela de Administración de Empresas**

**OBJETIVO:**

Analizar la calidad del servicio de la oficina de informes de una institución educativa, según el modelo SERVQUAL, 2019.

**CUESTIONARIO PARA LA MEDICIÓN DEL NIVEL DE EXPECTATIVAS DE LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA OFICINA DE INFORMES DE UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA, 2019**

Marque con un aspa (X) la alternativa que usted considere:

Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Normal	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

**DIMENSIÓN 1: ELEMENTOS TANGIBLES**

¿Usted esperaría que la oficina de informes de una institución educativa cuente con equipos de apariencia moderna?	1	2	3	4	5
¿Usted esperaría que las instalaciones de la oficina de informes de una institución educativa sean visualmente atractivas?	1	2	3	4	5
¿Usted esperaría que los empleados de la oficina de informes de una institución educativa tengan apariencia limpia y agradable?	1	2	3	4	5
¿Usted esperaría que los elementos materiales (folletos, vitrinas, otros) de la oficina de informes de una institución educativa sean visualmente atractivos?	1	2	3	4	5

**DIMENSIÓN 2: FIABILIDAD**

¿Usted esperaría que la oficina de informes de una institución educativa cumpla con lo que promete hacer en el tiempo indicado?	1	2	3	4	5
¿Usted esperaría que cuando tenga un problema, la oficina de informes de una institución educativa muestre un sincero interés en solucionarlo?	1	2	3	4	5
¿Usted esperaría que al visitar la oficina de informes de una institución educativa por primera vez, ésta diera un buen servicio?	1	2	3	4	5
¿Usted esperaría que la oficina de informes de una institución educativa termine el servicio en el tiempo prometido?	1	2	3	4	5
¿Usted esperaría que la oficina de informes de una institución educativa se esfuerce en realizar sus registros sin errores?	1	2	3	4	5

**DIMENSIÓN 3: CAPACIDAD DE RESPUESTA**

¿Usted esperaría que los empleados de la oficina de informes de una institución educativa comunicaran a los clientes cuando concluirá la realización del servicio?	1	2	3	4	5
¿Usted esperaría que los empleados de la oficina de informes de una institución educativa le ofrezcan un servicio rápido?	1	2	3	4	5
¿Usted esperaría que los empleados de la oficina de informes de una institución educativa estén siempre dispuestos a ayudarlo?	1	2	3	4	5
¿Usted esperaría que los empleados de la oficina de informes de una institución educativa siempre estén dispuestos para responder a sus preguntas?	1	2	3	4	5

<b>DIMENSIÓN 4: SEGURIDAD</b>					
¿Usted esperaría que el comportamiento de los empleados de la oficina de informes de una institución educativa transmita confianza?	1	2	3	4	5
¿Usted esperaría sentirse seguro con la información brindada por la oficina de informes de una institución educativa?	1	2	3	4	5
¿Usted esperaría que los empleados de la oficina de informes de una institución educativa sean siempre amables?	1	2	3	4	5
¿Usted esperaría que los empleados de la oficina de informes de una institución educativa cuenten con conocimientos suficientes para responder a sus preguntas?	1	2	3	4	5

<b>DIMENSIÓN 5: EMPATIA</b>					
¿Usted esperaría que la oficina de informes de una institución educativa le dé una atención individualizada?	1	2	3	4	5
¿Usted esperaría que la oficina de informes de una institución educativa tenga horarios de trabajo convenientes para usted?	1	2	3	4	5
¿Usted esperaría que la oficina de informes de una institución educativa tenga empleados que ofrezcan una atención personalizada?	1	2	3	4	5
¿Usted esperaría que la oficina de informes de una institución educativa se preocupe por sus intereses?	1	2	3	4	5
¿Usted esperaría que la oficina de informes de una institución educativa comprenda sus necesidades específicas?	1	2	3	4	5

**CUESTIONARIO PARA LA MEDICIÓN DEL NIVEL DE PERCEPCIONES DE  
LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA OFICINA DE INFORMES DE UNA  
INSTITUCIÓN EDUCATIVA, 2019**

Marque con un aspa (X) la alternativa que usted considere:

Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Normal	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

<b>DIMENSIÓN 1: ELEMENTOS TANGIBLES</b>					
La oficina de informes de una institución educativa cuenta con equipos de apariencia moderna.	1	2	3	4	5
Las instalaciones físicas de la oficina de informes de una institución educativa son visualmente atractivas.	1	2	3	4	5
Los empleados de la oficina de informes de una institución educativa tienen apariencia pulcra.	1	2	3	4	5
Los elementos materiales (folletos, vitrinas, otros) de la oficina de informes de una institución educativa son visualmente atractivos.	1	2	3	4	5

<b>DIMENSIÓN 2: FIABILIDAD</b>					
Cuando la oficina de informes de una institución educativa promete hacer algo en cierto tiempo, lo hace.	1	2	3	4	5
Cuando usted tiene un problema la oficina de informes de una institución educativa muestra un sincero interés en solucionarlo.	1	2	3	4	5
La oficina de informes de una institución educativa realiza bien el servicio la primera vez.	1	2	3	4	5
La oficina de informes de una institución educativa termina el servicio en el tiempo prometido.	1	2	3	4	5
La oficina de informes de una institución educativa se esfuerza en mantener registros sin errores.	1	2	3	4	5

<b>DIMENSIÓN 3: CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>					
Los empleados de la oficina de informes de una institución educativa comunican a los clientes cuando concluirá la realización del servicio.	1	2	3	4	5
Los empleados de la oficina de informes de una institución educativa le ofrecen un servicio rápido.	1	2	3	4	5
Los empleados de la oficina de informes de una institución educativa siempre están dispuestos a ayudar.	1	2	3	4	5
Los empleados de la oficina de informes de una institución educativa siempre están dispuestos para responder a sus preguntas.	1	2	3	4	5

<b>DIMENSIÓN 4: SEGURIDAD</b>					
El comportamiento de los empleados de la oficina de informes de una institución educativa le transmite confianza.	1	2	3	4	5
Usted se siente seguro con la información brindada por la oficina de informes de una institución educativa.	1	2	3	4	5
Los empleados de la oficina de informes de una institución educativa son siempre amables.	1	2	3	4	5
Los empleados de la oficina de informes de una institución educativa tienen conocimientos suficientes para responder a sus preguntas.	1	2	3	4	5

<b>DIMENSIÓN 5: EMPATIA</b>					
La oficina de informes de una institución educativa le da una atención individualizada.	1	2	3	4	5
La oficina de informes de una institución educativa tiene horarios de trabajo convenientes para usted.	1	2	3	4	5
La oficina de informes de una institución educativa tiene empleados que ofrecen una atención personalizada.	1	2	3	4	5
La oficina de informes de una institución educativa se preocupa por sus intereses.	1	2	3	4	5
La oficina de informes de una institución educativa comprende sus necesidades específicas.	1	2	3	4	5