

UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA
ESCUELA DE POSTGRADO
PROGRAMA DE MAESTRÍA EN GESTIÓN EDUCATIVA

**“MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD DEL
SERVICIO EDUCATIVO PARA
INCREMENTAR LOS NIVELES DE
SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN
INSTITUCIONES EDUCATIVAS DE LA
REGIÓN PIURA”**

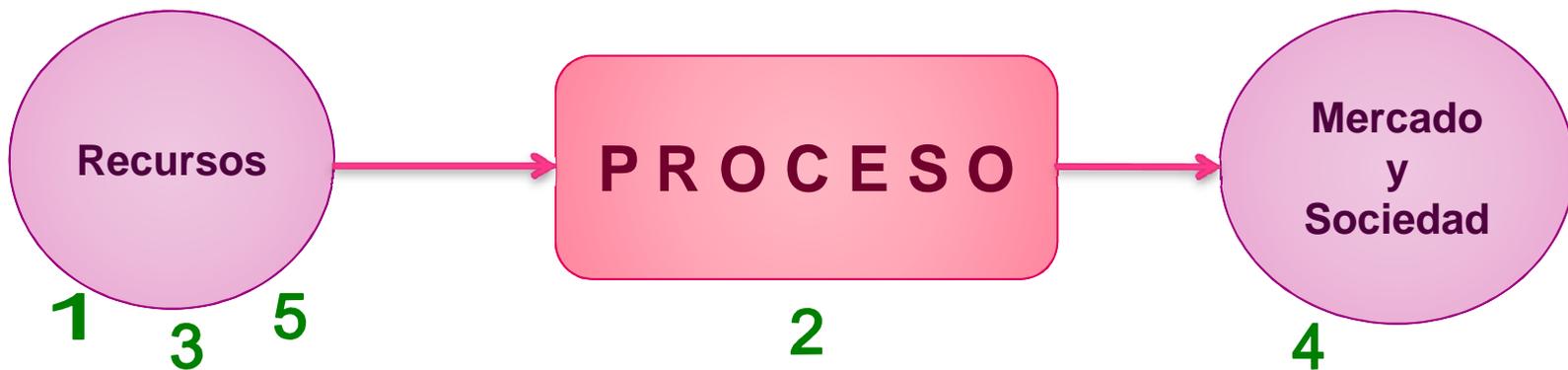
Dr. César Augusto Atoche Pacherres
www.cesar-augusto-atoche.com



... Y EL MUNDO CAMBIÓ



- 1 La mujer dejó el hogar y acude al centro de trabajo
- 2 **Responsabilidad social organizacional**
- 3 **Liberalización del comercio y facilitación de negocios**
- 4 El mercado y la sociedad son muy exigentes
- 5 **Transformación tecnológica**





PROBLEMA A INVESTIGAR:

¿Cuáles son las características a mejorar de la calidad del servicio educativo ofrecido por instituciones educativas de la Región Piura y cómo incrementar la satisfacción del usuario?



VARIABLES:

- **Independiente:**
 - Calidad del servicio educativo.

- **Intervinientes:**
 1. Diseño de la infraestructura.
 2. Variedad de servicios.
 3. Recompensas.
 4. Trato excelente del personal.
 5. Vivencias emocionales.

- **Dependiente:**
 - Nivel de satisfacción del usuario.



Indicadores:

- Percepción de la infraestructura. 1
- Percepción del diseño de la infraestructura. 1
- Percepción del trato al usuario. 4
- Percepción de servicios ofrecidos. 2
- Percepción de recompensas ofrecidas. 3
- Percepción de muebles y enseres. 1
- Percepción de excelencia del personal. 4
- Percepción sobre influencia de capacitación del personal. 4
- Percepción sobre vivencias emocionales. 5
- Percepción sobre trato al usuario. 5
- Percepción sobre speech o discurso breve. 5
- Percepción sobre volvería a visitar (satisfacción del usuario). Dep

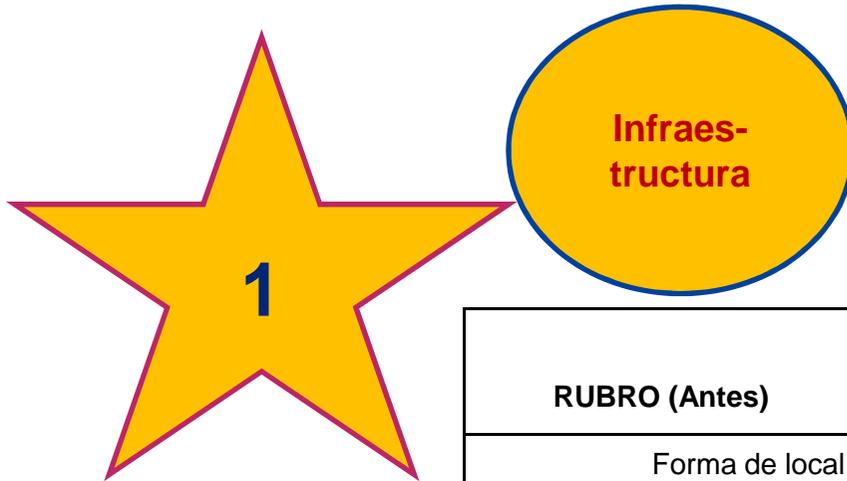
PROCEDIMIENTO

- Seleccionar un grupo de instituciones educativas de la región Piura.
- Se establece instituciones educativas como grupos de control (antes) y como grupos experimentales (después) en la variable trato excelente del personal vía capacitación.
- Se ofrece un curso de capacitación de 20 horas académicas, referido a “Trato excelente del personal”.
- Transcurrido al menos una semana (01), se procede a la medición del nivel de influencia del trato ofrecido por el personal en la satisfacción del usuario (a través de la variable “volvería a visitarnos”).
- Simultáneamente se procede a la medición de las otras variables en términos de intención (“que pasaría si ...”), tanto en el grupo de control como en el grupo experimental.
- Obtención y redacción de resultados o hallazgos.



MODELO





RUBRO (Antes)	SATISFACCIÓN (%)		INSATISFACCIÓN (%)	
	Secundaria	Primaria	Secundaria	Primaria
Forma de local				
Colores del local				
Distribución de ambientes				
Apariencia de local				
Colores de mobiliario				
Formas de iluminación				
Funcionamiento de equipos				

Insatisfacción → Expectativa = Percepción → Satisfacción

Peor y mucho peor que lo esperado

Mejor y mucho mejor que lo esperado

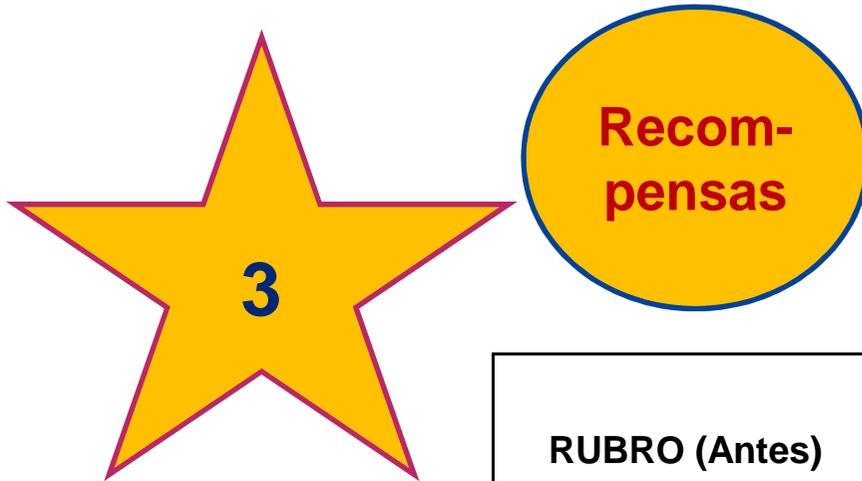


RUBRO (Antes)	SATISFACCIÓN (%)		INSATISFACCIÓN (%)	
	Secundaria	Primaria	Secundaria	Primaria
Variedad de servicios educativos Modalidad de servicio				

Insatisfacción → **Expectativa = Percepción** → **Satisfacción**

Peor y mucho peor que lo esperado

Mejor y mucho mejor que lo esperado



RUBRO (Antes)	SATISFACCIÓN (%)		INSATISFACCIÓN (%)	
	Secundaria	Primaria	Secundaria	Primaria
Algún tipo de identificación	13.30	00	13.50	00
Algún obsequio	13.30	00	13.30	00

Insatisfacción → Expectativa = Percepción → Satisfacción

Peor y mucho peor que lo esperado

Mejor y mucho mejor que lo esperado



Trato
excelente
del
personal

RUBRO (Antes)	SATISFACCIÓN (%)		INSATISFACCIÓN (%)	
	Secundaria	Primaria	Secundaria	Primaria
Profesionalidad				
Trato amable				

Insatisfacción → **Expectativa = Percepción** → **Satisfacción**

Peor y mucho peor que lo esperado

Mejor y mucho mejor que lo esperado



Vivencias emocionales

RUBRO (Antes)	SATISFACCIÓN (%)		INSATISFACCIÓN (%)	
	Secundaria	Primaria	Secundaria	Primaria
Aromatización				
Belleza de paisaje				
Servicios higiénicos limpios				
Facilidad de transporte				
Información al usuario				
Cercanía a otros destinos				
Confort				
Limpieza				
Seguridad				
Tranquilidad				
Rapidez en la atención				
Facilidad de otros servicios educativos				
Percepción relación precio-calidad				

Insatisfacción → **Expectativa = Percepción** → **Satisfacción**

Peor y mucho peor que lo esperado

Mejor y mucho mejor que lo esperado



PRUEBA DE HIPÓTESIS



Metodología de la Prueba de Hipótesis:

1. Definir la hipótesis nula a contrastar:

H0: Mediante un modelo de mejoramiento de la calidad del servicio educativo ofrecido por instituciones educativas de la región Piura, **no** se promoverá el mejoramiento de los niveles de satisfacción del usuario.

2. Definir las hipótesis alternativas:

H1: Mediante un modelo de mejoramiento de la calidad del servicio educativo ofrecido por instituciones educativas de la región Piura, **sí** se promoverá el mejoramiento de los niveles de satisfacción del usuario.

H2: Mediante cambios en el diseño de la infraestructura, mobiliario y equipos **sí** se logrará mejorar los niveles de satisfacción del usuario de las instituciones educativas de la Región Piura.

H3: Mediante el otorgamiento de variedad de servicios educativos, **sí** se logrará mejorar los niveles de satisfacción del usuario de las instituciones educativas de la Región Piura.



2. Definir las hipótesis alternativas:

H4: Mediante el otorgamiento de recompensas al usuario frecuente, **sí** se logrará mejorar los niveles de satisfacción del usuario de las instituciones educativas de la Región Piura.

H5: Mediante la capacitación orientada a la excelencia del personal, **sí** se logrará mejorar los niveles de satisfacción del usuario de las instituciones educativas de la Región Piura.

H6: Mediante la generación de vivencias emocionales positivas orientadas a un posicionamiento de comunicación basado en la educación inclusiva emprendedora, **sí** se logrará mejorar los niveles de satisfacción del usuario de las instituciones educativas de la Región Piura.

Prueba para una muestra

ANTES: (Secundaria)	Valor de prueba = 0					
	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
					Inferior	Superior
¿Volvería a visitarnos?	131.703	399	.000	3.895	3.84	3.95
Trato excelente del personal	59.466	399	.000	25.945	25.09	26.80

Prueba para una muestra

DESPUÉS: (Secundaria)	Valor de prueba = 0					
	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
					Inferior	Superior
Trato excelente del personal	129.302	399	.000	26.710	26.30	27.12
¿Volvería a visitarnos?	145.063	399	.000	4.3025	4.244	4.361



COMENTARIO: Si “t” después > “t” antes entonces se rechaza H0.

Dado que “t” después correspondiente a la variable “Trato excelente del personal” (129.302) es mayor que “t” antes (59.466), entonces se rechaza la hipótesis nula.

Dado que “t” después correspondiente a la variable “Volvería a visitarnos” (145.063) es mayor que “t” antes (131.703), entonces se rechaza la hipótesis nula.

En consecuencia, se rechaza la hipótesis nula y más bien, la capacitación sobre trato excelente del personal que forma parte del modelo de mejoramiento de la calidad del servicio educativo sí promoverá el mejoramiento de los niveles de satisfacción del usuario ya que volvería a visitar las instituciones educativas.



Prueba para una muestra

ANTES: (Primaria)	Valor de prueba = 0					
	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
					Inferior	Superior
¿Volvería a visitarnos?	28.721	399	.000	2.148	2.00	2.29
Trato excelente del personal	179.579	399	.000	24.655	24.39	24.92

Prueba para una muestra

DESPUÉS: (Primaria)	Valor de prueba = 0					
	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
					Inferior	Superior
¿Volvería a visitarnos?	99.148	399	.000	3.958	3.88	4.04
Trato excelente del personal	189.099	399	.000	24.495	24.24	24.75

COMENTARIO: Si “t” después > “t” antes entonces se rechaza H0.

Dado que “t” después correspondiente a la variable “Trato excelente del personal” (189.099) es mayor que “t” antes (179.579), entonces se rechaza la hipótesis nula.

Dado que “t” después correspondiente a la variable “Volvería a visitarnos” (99.148) es mayor que “t” antes (28.721), entonces se rechaza la hipótesis nula.



Prueba para una muestra

ANTES: (Secundaria)	Valor de prueba = 0					
	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
					Inferior	Superior
¿Volvería a visitarnos?	131.703	399	.000	3.895	3.84	3.95
Diseño de infraestructura	54.359	399	.000	24.843	23.94	25.74
Variedad de servicios	64.704	399	.000	26.408	25.61	27.21
Trato excelente del personal	59.466	399	.000	25.945	25.09	26.80
Vivencias emocionales	48.591	399	.000	22.805	21.88	23.73

Prueba para una muestra

DESPUÉS: (Secundaria)	Valor de prueba = 0					
	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
					Inferior	Superior
¿Volvería a visitarnos?	145.063	399	.000	4.3025	4.244	4.361
Diseño de infraestructura	246.551	399	.000	19.830	19.67	19.99
Variedad de servicios	189.398	399	.000	17.340	17.16	17.52
Recompensas	396.512	399	.000	19.71000	19.6123	19.8077
Trato excelente del personal	129.302	399	.000	26.710	26.30	27.12
Vivencias emocionales	94.775	399	.000	16.410	16.07	16.75

COMENTARIO: Si “ t ” DESPUÉS > “ t ” ANTES entonces se rechaza H0.



Prueba para una muestra

ANTES: (Primaria)	Valor de prueba = 0					
	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
					Inferior	Superior
¿Volvería a visitarnos?	28.721	399	.000	2.148	2.00	2.29
Diseño de infraestructura	178.145	399	.000	20.943	20.71	21.17
Variedad de servicios	162.067	399	.000	23.338	23.05	23.62
Recompensas	45.220	399	.000	9.823	9.40	10.25
Trato excelente del personal	179.579	399	.000	24.655	24.39	24.92
Vivencias emocionales	79.977	399	.000	21.243	20.72	21.76

Prueba para una muestra

DESPUÉS: (Primaria)	Valor de prueba = 0					
	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
					Inferior	Superior
¿Volvería a visitarnos?	99.148	399	.000	3.958	3.88	4.04
Diseño de infraestructura	294.789	399	.000	20.100	19.97	20.23
Variedad de servicios	176.989	399	.000	21.195	20.96	21.43
Recompensas	48.125	399	.000	13.763	13.20	14.32
Trato excelente del personal	189.099	399	.000	24.495	24.24	24.75
Vivencias emocionales	92.714	399	.000	20.448	20.01	20.88

COMENTARIO: Si "t" DESPUÉS > "t" ANTES entonces se rechaza H0.



HIPOTESIS	VALIDACIÓN V.I. LA CALIDAD DEL SERVICIO EDUCATIVO	VALIDACIÓN V.D. NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL USUARIO	CONTRASTACIÓN DE LA V.I. CON LA V.D. / CONVALIDACIÓN DE LA HIPOTESIS
<p>Mediante un modelo de mejoramiento de la calidad del servicio educativo ofrecido por instituciones educativas de la región Piura, se promoverá el mejoramiento de los niveles de satisfacción del usuario.</p>	<p>Concepto íntimamente relacionado con la eficiencia, difícil de definir y complejo de medir debido a la propia naturaleza del servicio educativo. Se utilizó un criterio de evaluación diferente para determinar la satisfacción de los usuarios por la atención recibida. Se constató que se ha recibido una asistencia insatisfactoria.</p>	<p>La satisfacción del usuario del servicio educativo es el resultado que el sistema alcanzó, y busca que dependa de aspectos cognitivos (expectativas y percepciones) como también de elementos afectivos o emociones (experiencia emocional, participación o vivencia directa, en términos de tiempo invertido, dinero, esfuerzo o sacrificio). La integración de ambos aspectos es contemplado en nuestro trabajo de investigación.</p>	<p>La satisfacción del usuario está en función de aspectos cognitivos y emocionales. En la medida que las instituciones educativas incorporen cambios en el diseño de la infraestructura, vivencias emocionales, recompensas a usuarios frecuentes, variedad de servicios educativos, trato excelente del personal, entonces se espera que aumente la satisfacción del usuario.</p>

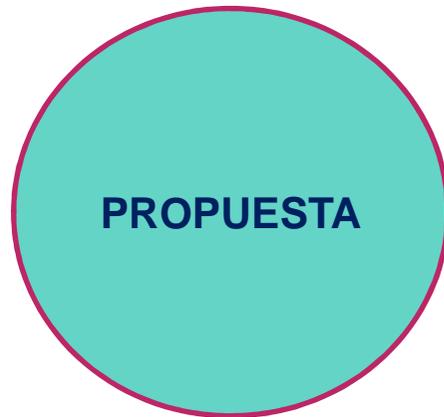


Gráfico del modelo cognitivo-afectivo
propuesto por Dr. César Augusto Atoche.



Infra- estruc- tura

Convenios:
taxis,
mototaxis,
“combi”

Iluminación:
a > luz = rojo,
naranja

Limpieza:
a > limpieza
=>
endorfinas

Techo:
Piramidal
(útero)

Mobiliario:
ergonómico

Diseño:
Círculo,
Estrella,
Punto,
Triángulo,
Cruz.

Formas:
Escritorio,
Sillas y
mesas
redondas.

Colores:
Blanco-
rojo, azul,
rojo).



**Variedad
de
servicios
educativos**

Valor:
Maximizar el
valor
percibido.

Criterio:
Complemen-
tariada.

Atención:
Facilidad de
servicios
educativos,
información al
usuario,
facilidad de
transporte.



Recom pensas

Preduca:
Puntos de 500
a 4,000 en 7
niveles.

**Premios
requeridos:**
Revista
institucional.

Premios:
Valor entre
2% y 10%.

Gestión:
Identificación
en PC vía DNI
o uso de
tarjeta propia.



**Trato
excelente
del
personal**

Vestimenta:
Uniforme, color
blanco, con logo,
nombre de la
institución
educativa,
eslogan.

Vocación:
Herencia.

Reclamos:
Calmado,
Oír c/eficacia,
Empatía,
Disculpase,
Solución.

Atención:
Speech o
discurso
breve, ante
reclamos:
amabilidad y
soluciones.

Atención:
Profesionaliza-
ción de la
gestión o
dirección
educativa.

Equipo:
Uso de "pe-
achímetro"
para
seleccionar
personal.



**Vivencias
emocio-
nales**

Colores:
Contrastes
(negro-
amarillo,
verde-blanco,
azul-blanco,
rojo-blanco)

Atención:
Comodidad
para
desplazamiento.

Atención:
Confort,
limpieza,
movilidad
disponible.

Atención:
Aromatización,
belleza del
paisaje-
entorno,
rapidez.



*Muchas
Gracias*

