

**UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN**  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
Escuela Profesional de Administración



*Una Institución Adventista*

**Factores socioeconómicos que se relacionan con la calidad de servicios de los colaboradores, en la I.E. Manuel Gonzales Prada, Naranjos San Martín, 2018.**

Por:  
Marleni Bernal Ticlla

Asesor:  
Mg. Robin Alexander Díaz Saavedra

**Tarapoto, mayo de 2019**

DECLARACIÓN JURADA  
DE AUTORÍA DEL INFORME DE TESIS

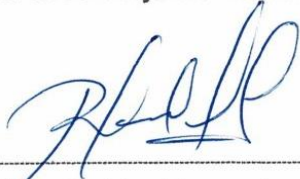
Yo, Mg. Robin Alexander Díaz Saavedra, de la facultad de Ciencias Empresariales de la Carrera Profesional de Administración, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que el presente informe de investigación titulado: "FACTORES SOCIOECONÓMICOS QUE SE RELACIONAN CON LA CALIDAD DE SERVICIOS DE LOS COLABORADORES EN LA I.E. MANUEL GONZALES PRADA, NARANJOS SAN MARTÍN, 2018" constituye la memoria que presenta la bachiller Marleni Bernal Ticlla, para aspirar al título profesional de Licenciada en Administración con Mención en Gestión Empresarial, cuya tesis ha sido realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

Las opiniones y declaraciones en este informe son de entera responsabilidad del autor, sin comprometer a la institución.

Y estando de acuerdo, firmo la presente declaración en Tarapoto, a los 20 días del mes de junio del 2019.



---

Mtro. Robin Alexander Díaz Saavedra

Factores socioeconómicos que se relacionan con la calidad de servicios de los colaboradores, en la I.E. Manuel Gonzales Prada, Naranjos San Martín, 2018.

# TESIS

Presentada para optar el título profesional de Licenciada en Administración – Mención: Gestión Empresarial


## JURADO CALIFICADOR

  
Mtro. José Tarrillo Paredes  
Presidente

  
Mtro. David Troya Palomino  
Secretario

  
Lic. Kelita Gillen Lopez  
Vocal

  
Mtro. Amado Arce Cobeñas  
Vocal

  
Mtro. Robin Alexander Díaz Saavedra  
Asesor

Morales, 24 de mayo del 2019

## **Dedicatoria**

A Dios por su sabiduría, salud y fuerza en los momentos llenos de vicisitudes, a mis padres y hermanos, por estar siempre presente en los momentos más valiosos de mi vida, por sus palabras sabias y su apoyo incondicional en mi formación personal y profesional. Ahora todo lo que soy los debo a su ejemplo de persistencia y valentía, por su amor y ayuda mutua, esta tesis es suya.

## **Agradecimiento**

A mi alma mater la Universidad Peruana Unión, a mis docentes entre ellos, el Mg. Robin Alexander Díaz Saavedra por sus conocimientos impartidos y apoyo profesional, los cuales han hecho de esta investigación una realidad.

## Tabla de contenido

Resumen.....	XIII
Abstract.....	XIV
Capítulo I.....	15
1.1 Descripción del problema	<b>15</b>
1.2 Formulación del problema	<b>19</b>
1.2.1 Problema general. ....	19
1.2.2 Problemas específicos. ....	19
1.3 Objetivos de la investigación	<b>20</b>
1.3.1 Objetivo general. ....	20
1.3.2 Objetivos específicos. ....	20
1.4 Justificación de la investigación	<b>20</b>
1.4.1 Relevancia Social. ....	20
1.4.2 Relevancia teórica. ....	21
1.4.3 Relevancia metodológica. ....	21
Capítulo II.....	22
Marco Teórico .....	22
2.1 Antecedentes de la investigación	<b>22</b>
2.1.1. Antecedentes Internacionales.....	22
2.1.2. Antecedentes nacionales .....	24
2.2 Bases teóricas	<b>28</b>
2.2.1 Factores socioeconómicos.....	28
2.2.1.1 Concepto de factores económicos.....	<b>28</b>
2.2.1.2 Percepción de ingresos económicos del cliente.....	<b>29</b>
2.2.1.3 Percepción de gastos mensuales. ....	<b>29</b>
2.2.1.4 Presencia de descuentos remunerativos.....	<b>30</b>
2.2.1.5 Acceso a incentivo periódicos.....	<b>30</b>
2.2.1.6. Retraso en el pago salarial. ....	<b>31</b>
2.2.1.2 Concepto de factores sociales .....	<b>32</b>
2.2.1.2.1 Nivel de educación del cliente interno. ....	32
2.2.1.2.2 Cargo del cliente interno. ....	33
2.2.1.2.3 Relaciones afectivas del cliente interno con la institución. ....	33

2.2.1.2.4 Generación de confianza social del cliente interno con la institución.....	34
2.2.1.3 Concepto de factores culturales .....	<b>35</b>
2.2.1.3.1 Cumplimiento de responsabilidad laboral con valores.....	35
2.2.1.3.2 Acceso a la tecnología aceptable.....	36
2.2.1.3.3 Identificación con los símbolos del colegio.....	36
2.2.2 Calidad de servicios .....	37
2.2.2.1. Enfoques de la calidad de servicio .....	<b>37</b>
2.2.2.1.1 Modelo nórdico.....	37
2.2.2.1,2 Modelo escuela americana.....	38
2.2.2.1.3 Modelo SERVPERF.....	39
2.2.2.1.4 Modelo de evaluación de la calidad del servicio Service Quality (SERVQUAL). .....	40
2.2.2.3 Tangibilidad .....	<b>44</b>
2.2.2.3.1 Confianza inspirada en el área laboral.....	44
2.2.2.3.2 Cumplimiento de promesas por el colaborador.....	45
2.2.2.3.3 Información verídica del colaborador.....	45
2.2.2.3.4 Capacidad de respuesta del colaborador.....	45
2.2.2.3.5 Tiempo indicado en el desarrollo de requerimientos.....	46
2.2.2.3.6 Solución de problemas con rapidez.....	46
2.2.2.3.7Seguridad.....	47
2.2.2.3.8Experiencia laboral aceptable.....	47
2.2.2.4. Fiabilidad .....	<b>47</b>
2.2.2.5 Capacidad de Respuesta.....	<b>48</b>
2.2.2.6 Seguridad .....	<b>48</b>
2.2.2.7 Empatía .....	<b>48</b>
2.2.3 Atención al cliente .....	49
2.2.3.1 Voluntad de servicio .....	<b>49</b>

2.2.3.2 Trato amable con los clientes .....	<b>49</b>
2.3 Base bíblica/filosófica .....	<b>50</b>
2.3.1 Bases bíblicas .....	50
2.3.2 Bases filosóficas.....	51
2.4 Marco conceptual o términos .....	<b>53</b>
2.4.1 Factores.....	53
2.4.2 Factor económico.....	53
2.4.3 Factor social. ....	54
2.4.4 Factor cultural.....	54
2.4.5 Calidad de servicios.....	54
2.4.6. Relación.....	55
Capítulo III.....	56
Metodología .....	56
3.1 Tipo de estudio .....	<b>56</b>
3.2 Diseño de investigación .....	<b>57</b>
3.3 Hipótesis .....	<b>58</b>
3.3.1 Identificación de variables.....	58
3.3.2 Hipótesis general.....	58
3.3.3 Hipótesis específicas.....	58
3.3.4 Operacionalización de variables.....	60
3.4. Población y muestra .....	<b>62</b>
3.4.1 Delimitación Espacial y Temporal.....	62
3.4.1.1 Delimitación Espacial .....	<b>62</b>
3.4.1.2 Delimitación Temporal .....	<b>62</b>
3.4.2 Delimitación de la Población y muestra.....	62
3.4.2.1 Delimitación de la Población.....	<b>62</b>
3.4.2.2 Delimitación de la Muestra.....	<b>62</b>
3.5. Plan del procesamiento de datos .....	<b>62</b>
3.5.1 Diseño del instrumento de investigación.....	62
3.5.2 Técnicas de recolección de datos.....	64
3.5.3 Descripción de la aplicación de instrumentos.....	64
3.5.3.1 Procedimientos de comprobación de la validez y confiabilidad de los instrumentos .....	<b>64</b>



3.5.4 Técnicas para el procesamiento y análisis de los datos. ....	64
Capítulo IV .....	66
Resultado y discusión.....	66
4.1 Resultado de la fiabilidad de los instrumentos de investigación	<b>66</b>
4.1.1 Fiabilidad mediante el Alfa de Cronbach. ....	66
4.2 Análisis descriptivo	<b>66</b>
4.2.1 Análisis descriptivo de datos sociodemográficos. ....	66
4.2.2 Resultado de Prueba de Normalidad.....	69
4.2.3 Resultados de las Tablas Cruzadas. ....	70
4.2.4 Resultados de la prueba de hipótesis.....	74
4.2.4.1 Resultado de la hipótesis general.....	<b>74</b>
4.2.4.2 Resultado de la hipótesis específica 01.....	<b>75</b>
4.2.4.3 Resultado de la hipótesis específica 02.....	<b>76</b>
4.2.4.4 Resultado de la hipótesis específica 03.....	<b>77</b>
4.2.4.5 Resultado de la hipótesis específica 04.....	<b>78</b>
4.2.4.6 Resultado de la hipótesis específica 05.....	<b>79</b>
Capítulo V .....	80
Conclusiones y recomendaciones.....	80
5.1 Conclusiones	<b>80</b>
5.2 Recomendaciones	<b>82</b>
Referencias.....	84
Anexos .....	94

## Índice de tablas

Tabla 1 Comparación de los cuatro modelos principales de calidad de servicio .....	41
Tabla 2 Matriz de variables .....	60
Tabla 3 Fiabilidad de Alfa de Cronbach de las variables .....	66
Tabla 4 Información sociodemográfica .....	67
Tabla 5 Prueba de Normalidad de las variables y sus dimensiones.....	69
Tabla 6 Tabla Cruzada Factor Económico en concordancia con la edad .....	70
Tabla 7 Tabla Cruzada Factor Social en concordancia con la edad.....	70
Tabla 8 Tabla Cruzada Factor cultural en concordancia con la edad.....	71
Tabla 9 Tabla Cruzada de Calidad de servicios .....	71
Tabla 10 Tabla Cruzada de Tangibilidad .....	72
Tabla 11 Tabla Cruzada de Fiabilidad .....	72
Tabla 12 Tabla Cruzada de Capacidad de respuesta .....	73
Tabla 13 Tabla Cruzada de Variable Seguridad.....	73
Tabla 14 Tabla Cruzada de Variable Empatía.....	74
Tabla 15 Relación de Factores Socioeconómicos y la Calidad de Servicios .....	75
Tabla 16 Relación de Factores Socioeconómicos y Tangibilidad .....	76
Tabla 17 Relación de Factores Socioeconómicos y Fiabilidad .....	76
Tabla 18 Relación de Factores Socioeconómicos y Capacidad de respuesta .....	77
Tabla 19 Relación de Factores Socioeconómicos y Seguridad .....	78
Tabla 20 Relación de Factores Socioeconómicos y Empatía .....	79

## Índice de Figuras

Figura 1: Modelo de Grönroos (nórdico).....	38
Figura 2: Modelo Americano .....	39
Figura 3: Modelo Americano .....	39
Figura 4: Modelo SERVQUAL.....	40
Figura 5: Modelo Cuantitativo .....	57

## Índice de Anexos

Anexo 1 Instrumento Validado .....	94
Anexo 2 Matriz instrumental.....	98
Anexo 3 Matriz de consistencia .....	102
Anexo 4 Carta de aceptación.....	105

## **Resumen**

La presente investigación se realiza con el objetivo de determinar la relación de los factores socioeconómicos con la calidad de servicios de los colaboradores, en la I.E. Manuel Gonzales Prada, en el periodo 2018. La investigación se realizó bajo el enfoque cuantitativo, con una muestra de 69 colaboradores. Se aplicó como instrumento una encuesta el cual fue validado por un juicio de expertos y se ha determinado su fiabilidad mediante el estadístico Alpha de Cronbach.

Al finalizar esta investigación se llegó a la conclusión que los factores socioeconómicos tienen una relación de 67.5 % con la variable calidad de servicios. Así como los factores socioeconómicos se relaciona con la dimensión tangibilidad en un 64.3%, del mismo modo con la dimensión fiabilidad en un 69,8%, así con la dimensión capacidad de respuesta en un 68,2%, así también la dimensión seguridad en un 70,6 y la dimensión empatía en un 67,1%. Así mismo se determinó que los factores socioeconómicos tienen mayor relación con la dimensión seguridad.

**Palabras clave:** Factores socioeconómicos, calidad de servicios, relación.

## **Abstract**

The present investigation is carried out with the objective of determining the relation of the socioeconomic factors with the quality of services of the collaborators, in the I.E. Manuel Gonzales Prada, in the period 2018. The research was conducted under the quantitative approach, with a sample of 69 collaborators. A survey was applied as an instrument which was validated by an expert judgment and its reliability was determined using the Cronbach Alpha statistic.

At the end of this investigation, it was concluded that socioeconomic factors have a relationship of 67.5% with the quality of services variable. Just as socioeconomic factors are related to the tangibility dimension in 64.3%, in the same way with the reliability dimension in 69.8%, as well as the response capacity dimension in 68.2%, as well as the security dimension in 70.6 and the dimension empathy in 67.1%. Likewise, it was determined that socioeconomic factors have a greater relationship with the security dimension.

**Key words:** Socioeconomic factors, quality of services, relationship.

## Capítulo I

### 1.1 Descripción del problema

Desde tiempos remotos el hombre ha buscado diligentemente la calidad. Los fenicios con la finalidad de asegurar la calidad implementaron un programa de acción correctiva, el cual consistía en cortar la mano del responsable por la repetición de errores, de la misma manera los egipcios estaban interesados en la calidad de la ejecución de sus construcciones.

Según Galván, Moctezuma, Dolci y López (2012) menciona que la calidad era parte de los acuerdos e intercambios comerciales, y la certeza de su cumplimiento estaba en la palabra dada entre caballeros, lo que significaba un compromiso perenne entre ambas partes. La calidad siempre ha sido un concepto en el hombre, solamente que no se la conocía tal cual la conocemos hoy día, ni se la evaluaba como se la evalúa en estos tiempos. Pasado el tiempo y con la llegada de la revolución industrial en el siglo XVIII cuando la calidad empieza a tomar la forma que conocemos hoy, principalmente debido a la producción en masa y el auge de los negocios.

Al término del siglo XX la calidad del servicio empezó a tener un nivel competitivo destacando la fidelización de los clientes hasta ser considerado como una ventaja competitiva para las empresas. Siendo necesario tener en cuenta las necesidades de los clientes, para generar ventajas competitivas, lograr lealtad e incrementar oportunidades de crecimiento y posibilidades de competencia en el mercado.

En el mundo los países desarrollados aprovechan su tecnología como un medio de llegar al cliente y mantenerlo satisfecho, realizando estudios previos de mercado que

les indiquen lo que su cliente necesita y como su personal debe estar preparado para brindar la mejor atención.

Teniendo conocimiento de la realidad educativa que viene atravesando nuestra nación, la cual muestra pobres desempeños en las diferentes evaluaciones internacionales. Por citar un ejemplo la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico - OCDE (2009) de prestigio mundial por la seriedad de las evaluaciones internacionales, instituyó el Programa Internacional de Evaluación de Estudiantes (2009), conocido mayormente por PISA, en dichas actividades los resultados obtenidos para los estudiantes peruanos fueron pésimos, ya que un 26% calificaron en el penúltimo nivel de la puntuación, mientras que un 54% se ubicaron en el más bajo nivel, de este modo el Perú se coloca entre los tres últimos, junto a Panamá y Melilla (país ubicado al norte de África). Así mismo el Banco Mundial (2011), realizó evaluaciones a los estudiantes de educación básica donde se aprecia que el 23,1% de los estudiantes logran alcanzar promedios tolerables en el desempeño en matemática y comprensión lectora, considerado estos resultados como un avance en comparación de las anteriores evaluaciones realizadas por la misma entidad. Ante esta situación problemática se concreta que la gestión institucional debe de utilizar métodos tecnificados de conducción para el proceso de sus acciones y al avance de sus metas.

Andrade (2003) menciona que es importante considerar que la dirección de la institución educativa debe lograr que el personal laborante se sienta comprometido y que se identifique con su Institución Educativa, lo quiera, la sienta suya y exista la necesidad de hacer de ésta la mejor institución de todas, con la buena conducción de la Gestión y Administración del Director, con dedicación, creatividad y desprendimiento de los docentes para mejorar la calidad del servicio educativa de cada una de las instituciones educativas, se trata de una gestión donde se dan procesos



educativos que atraviesan todas las acciones y espacios de la organización, desde el aula hasta la vida institucional, desde el entorno pedagógico, hasta los diversos universos, dimensiones y procesos organizacionales que hacen posible o no una enseñanza y unos aprendizajes con determinadas términos y características, así lo reafirma (Andrade, 2003, p. 19).

El Proceso de cambio organizacional en el Ministerio de Educación (MINEDU) es una necesidad inalienable, debido a que el actual sistema de gestión no está al servicio de las instituciones educativas y existe superposición de funciones en los tres niveles de gobierno que garantice el derecho de la educación. El diseño organizacional del MINEDU, desconcentrado en los tres niveles DRE, UGEL y de las IIEE impide la implementación articulada de las políticas educativas que garanticen la gestión de los aprendizajes, la calidad y la equidad. No es posible operar bajo ese modelo fraccionado al interior de las instancias y entre las mismas. Constituyendo una franja de impedimento para el buen desarrollo de la calidad y gestión en las instituciones educativas.

Según Ruiz (2009) menciona que uno de los desafíos que siempre deben tener las instituciones estatales y privadas es de tener una administración eficiente, a fin de mantener satisfecho a todos sus usuarios, demostrándoles los cambios que se vienen produciendo durante la administración, y que estos cambios beneficien a los estudiantes y a todos los que hacen uso de estos servicios. Así mismo concreta que la realidad actual nos hace ver que para un desarrollo institucional adecuado resulta necesaria una gestión institucional de calidad. Luego, para una gestión institucional de calidad es merecer y necesario que los servicios educativos sean también de calidad. Se percibe además que la calidad del servicio en las escuelas, se está convirtiendo cada vez más en un elemento imprescindible de calidad. De esta forma, se convierte en un

elemento estratégico para las instituciones que confiere una ventaja diferenciadora y perdurable en el tiempo a aquellas que tratan de alcanzarla.

La I.E. Manuel Gonzales Prada presenta dificultades en la infraestructura de las aulas de los pabellones A y B que están en mal estado (ventilación inadecuada, pintura degradada), del mismo modo el servicio higiénico de las damas está en mal estado, ya que el inodoro no funciona correctamente, por otra parte, las pizarras de la sección A y D del Pabellón “A”, están depreciadas. Así mismo no se cuenta con materiales didácticos para la realización de clases correspondientes, (libros actualizados y el internet es lento) por otra parte no cuenta con proyectores para todos los docentes. Por otra parte, se ha podido distinguir que la atención personalizada por parte de recepción del colegio es pésima, ya que los alumnos, colaboradores o padres de familia tienen que hacer fila frecuentemente para buscar hacer una consulta o requerimiento. Así mismo la propiedad privada de cada estudiante, colaborador no está seguro, ya que constantemente existen pérdidas de registro de docente, materiales de clase de los estudiantes. En otra instancia se puede apreciar que la base administrativa no muestra mucha empatía con los colaboradores, y estudiantes; dado que muchos estudiantes, no poseen la economía suficiente y su presentación no es la adecuada la administración no consiente el ingreso de los alumnos, o los colaboradores piden espacio de tiempo, por cuestiones de urgencia y la administración hace caso omiso a tal solicitud.

Actualmente, el colegio cuenta con 752 alumnos matriculados y 69 colaboradores.

Así mismo los problemas que aqueja a las instituciones educativas también ha incursionado en el colegio Manuel Gonzales Prada ya que viene atravesando dificultades que impide la buena gestión institucional al no existir compatibilidad en sus aspectos tan importantes como son la gestión pedagógica, organizativa, administrativa y en lo concerniente a la vinculación con el entorno, debido a que muchas veces la falta de

comunicación entre personal administrativo y la falta de mantenimiento en cuanto a su infraestructura y equipamiento educativo presentan bajas relaciones interpersonales y un pobre liderazgo que ejercen los directivos y docentes de la mencionada institución.

Por otra parte, el mencionado colegio presenta escasez de material didáctico, hay tardía distribución de los documentos de evaluación, escasa participación con nuestro acervo cultural, falta de política de seguridad, los alumnos que no practican los valores básicos, humanos y cristianos, con baja autoestima, interrupción de labores por parte de los padres de familia y docentes, no existe compromiso para participar en los eventos culturales.

## **1.2 Formulación del problema**

### **1.2.1 Problema general.**

¿Cuál es la relación de los factores socioeconómicos con la calidad de servicios de los colaboradores, en la I.E. Manuel Gonzales Prada Naranjos San Martín, 2018?

### **1.2.2 Problemas específicos.**

- a) ¿Cuál es la relación de los factores socioeconómicos con la tangibilidad de los colaboradores, en la I.E. Manuel Gonzales Prada, ¿Naranjos San Martín, 2018?
- b) ¿Cuál es la relación de los factores socioeconómicos con la fiabilidad de los colaboradores, en la I.E. Manuel Gonzales Prada, ¿Naranjos San Martín, 2018?
- c) ¿Cuál es la relación de los factores socioeconómicos con la capacidad de respuesta de los colaboradores, en la I.E. Manuel Gonzales Prada, Naranjos San Martín, ¿2018?
- d) ¿Cuál es la relación de los factores socioeconómicos con la seguridad de los colaboradores, en la I.E. Manuel Gonzales Prada, Naranjos San Martín, 2018?

- e) ¿Cuál es la relación de los factores socioeconómicos con la empatía de los colaboradores, en la I.E. Manuel Gonzales Prada, Naranjos San Martín, 2018?

### **1.3 Objetivos de la investigación**

#### **1.3.1 Objetivo general.**

Determinar la relación de los factores socioeconómicos con la calidad de servicios de los colaboradores, en la I.E. Manuel Gonzales Prada, Naranjos San Martín, 2018.

#### **1.3.2 Objetivos específicos.**

- a) Determinar la relación de los factores socioeconómicos con la tangibilidad de los colaboradores, en la I.E. Manuel Gonzales Prada, Naranjos San Martín, 2018.
- b) Determinar la relación de los factores socioeconómicos con la fiabilidad de los colaboradores, en la I.E. Manuel Gonzales Prada, Naranjos San Martín, 2018.
- c) Determinar la relación de los factores socioeconómicos con la capacidad de respuesta de los colaboradores, en la I.E. Manuel Gonzales Prada, Naranjos San Martín, 2018.
- d) Determinar la relación de los factores socioeconómicos con la seguridad de los colaboradores, en la I.E. Manuel Gonzales Prada, Naranjos San Martín, 2018.
- e) Determinar la relación de los factores socioeconómicos con la empatía de los colaboradores, en la I.E. Manuel Gonzales Prada, Naranjos San Martín, 2018.

### **1.4 Justificación de la investigación**

#### **1.4.1 Relevancia Social.**

Los resultados de esta investigación sirven a toda la sociedad de investigadores de la región y el país que requieran hacer una investigación similar de cualquier institución educativa estatal, teniendo las pautas y los factores que más se relacionan en la baja calidad de servicios por parte de los colaboradores.

#### **1.4.2 Relevancia teórica.**

Teniendo en cuenta las referencias investigadas, temas tratados, problemas solucionados. Será de utilidad teórica ya que se tendrá las bases cimentadas para otras investigaciones y por otra parte será de utilidad práctica. Así mismo será de tal importancia ya que teniendo en cuenta el nivel de correlación que existe entre los factores con la calidad de servicios de los colaboradores, la institución podrá implantar o mejorar políticas de selección y retención de su personal. Y de esa manera fomentar una mejor imagen de la propia institución, creando una cultura de portavoces para atraer más estudiantes a esta casa de estudios, y así lograr que los colaboradores se identifiquen con los símbolos del colegio.

#### **1.4.3 Relevancia metodológica.**

Además, se puede justificar metodológicamente, siendo la investigación cuantitativa, porque se conoce la realidad del colegio.

Esta investigación es viable ya que se posee la información del colegio y, así analizar con mayor profundidad el problema que aqueja. Referente a la baja calidad de servicio que se brinda, ya que la institución se encuentra dentro de la jurisdicción de la provincia; no generando gastos fuera del alcance.

## **Capítulo II**

### **Marco Teórico**

#### **2.1 Antecedentes de la investigación**

##### **2.1.1. Antecedentes Internacionales**

Ruiz (2016) en su tesis titulada “Evaluación de la calidad educativa en nivel secundaria desde la perspectiva de docentes y alumnos. Caso Centro Escolar Campogrande”, expuesta en las explanadas de la Universidad Pedagógica Nacional, México. El objetivo principal de esta investigación es: Determinar la relación que existe entre la gestión educativa y calidad educativa según desde la perspectiva de docentes y alumnos. La metodología utilizada para este estudio fue de un enfoque cuantitativo, de tipo básico, cuyo diseño es no experimental transversal correlacional, donde se han utilizado dos cuestionarios de tipo Likert validado a juicio de expertos y sometido a la prueba de Alfa de Cronbach. Se llegó a la conclusión que las instituciones públicas y privadas esperan tener acceso a sus resultados. Los docentes muestran gran disposición a emplear las nuevas tecnologías de la investigación y la comunicación al utilizar de manera frecuente el pizarrón electrónico, las presentaciones en PowerPoint y en general usando el ordenador como instrumento para el proceso educativo y con base en su percepción manifestó que diversifican las estrategias de evaluación permitiendo un equilibrio de la misma. Los resultados a los que se llegó son: se probó la hipótesis planteada y se concluye que la Gestión educativa se relaciona directa y significativamente con la calidad educativa de la Universidad Pedagógica de México.

Cevallos (2015). En su tesis titulada: “Modelo de calidad de servicio al cliente para mejorar la comercialización de combustibles en la estación de servicio Fogón”. Latacunga – Ecuador. (Tesis de grado, Escuela Politécnica del Ejército SEDE-Latacunga en el periodo 2015). El objetivo principal de este estudio es establecer un modelo de calidad de servicio al cliente que potencia la comercialización de los productos de la Estación de Servicios el Fogón. La metodología utilizada es la modalidad cualitativa porque, permití hacer un análisis de los elementos que componen el tema de estudio e interpretar alcanzando resultados, así mismo una investigación de campo porque, se analizó el fenómeno tal como se presentó, es decir se estuvo en contacto directo con la realidad, se arrojó resultados que se ajustan a las necesidades reales de la institución motivo de estudio. Se llegó a la conclusión que falta un plan de capacitación permanente para los trabajadores, existencia de falta de amabilidad en la atención al cliente y, falta de promoción del servicio que ofrece la E/S “El Fogón”. Se llegó a los siguientes resultados: La calidad del desempeño del servicio, de equipos y personal que brinda la Estación de Servicios “El Fogón”, el puntaje que más ejerce puntuación de muy bueno, con un valor porcentual de 31%.

Arteaga (2015). En su tesis titulada: “La calidad en el servicio como elemento diferenciador de imagen en una empresa de telecomunicaciones que ofrece servicios empresariales en datos e internet”. Loja – Ecuador. (Tesis para obtención del grado de Licenciada en Comunicación Social). El objetivo de la presente investigación es: Medir el índice de satisfacción de los clientes e identificar aspectos clave que permitan retener y fidelizar a los clientes actuales y atraer nuevos clientes. La metodología utilizada para este estudio fue: Deductivo, el cual parte de datos generales aceptados como válidos y que, por medio del razonamiento lógico, pueden deducirse varias suposiciones y llegar a una conclusión de tipo particular. Se llegó a la conclusión: Una empresa enfocada en el

cliente debe estudiar y comprender las necesidades y expectativas del cliente, mediante investigaciones cuantitativas como las encuestas, o cualitativas como las entrevistas de grupos. Debe medir la satisfacción del cliente y actuar sobre resultados, gestionar de forma sistemática las relaciones con los clientes y asegurar el equilibrio entre la satisfacción del cliente y de las otras partes integrantes de la empresa como accionistas, etc. Así mismo la empresa debe asegurarse de que los objetivos y metas de la organización están ligados a las necesidades y expectativas del cliente, así como comunicar las necesidades y expectativas del cliente a toda la organización para que toda ella se enfoque a conseguir la satisfacción deseada por el cliente. Los resultados que se obtuvo fueron los siguientes: Respecto al cargo desempeñado el 91 % de los entrevistados tienen una injerencia fuerte en las decisiones respecto al tema tecnológico de la compañía, 56% son gerentes de Sistemas, el 35% Gerentes Técnicos y sólo un 10% son administradores de red.

### **2.1.2. Antecedentes nacionales**

Según Sarmiento (2016). En su investigación titulada “Gestión pedagógica y la calidad del servicio educativo en la Institución Educativa 20402 “Virgen de Fátima” de la Provincia de Huaral – Lima 2013”. El objetivo del estudio es establecer como la gestión pedagógica mediante la planificación se relaciona con la calidad del servicio educativo en la Institución Educativa 20402 “Virgen de Fátima” de la provincia de Huaral – Lima 2013, así mismo establecer cómo la gestión pedagógica mediante la organización se relaciona con la calidad servicio educativo en la institución mencionada. La metodología utilizada para este estudio es de un diseño correlacional, determinando la asociación entre las variables mediante la prueba Chi cuadrado. La conclusión a la que se llegó es primero: con un nivel de significancia del 5% y un Chi – cuadrado ( $30,765 > 7,962$ ) se acepta la hipótesis planteada, si la gestión pedagógica es eficaz entonces se relacionará



significativamente en la calidad de servicio educativo en la Institución Educativa 20402 “Virgen de Fátima de la Provincia de Huaral – Lima 2013”. Así mismo con un nivel de significancia del 5% y un Chi-cuadrado ( $17,070 > 7,962$ ) se acepta la hipótesis planteada si la gestión pedagógica mediante la planificación son las correctas entonces mejorará significativamente la calidad del servicio de la Institución Educativa 201402 “Virgen de Fátima” De la provincia de Huaral – Lima 2013. Los resultados obtenidos en cuanto al tratamiento de la segunda variable se pudieron apreciar que el 34,5% de los alumnos respondió regular a la innovación de la calidad del servicio educativo, asimismo un 27,6% respondió regular a la evaluación realizada a la calidad de servicio educativo, por último, el 31 % respondió regular a la calidad de servicio educativo brindado en la Institución Educativa.

Pelaes (2015). En la tesis denominada: “Hacia la calidad de los servicios de las empresas contratistas de telefónica del Perú”. Lima – PERU. (Tesis de Maestría, Universidad Nacional Mayor de San Marcos en el periodo 2015- 2016). El objetivo principal de este estudio es verificar en términos cualitativos, cuán satisfechos están los clientes frente al proceso que tiene el servicio para llegar a ellos. La metodología utilizada para esta investigación es descriptiva – explicativa. Y se llegó a las siguientes conclusiones: Con referencia al nivel de satisfacción de los clientes acerca del proceso de atención en telefónica empresa se encontró que el 56% de los entrevistados manifestó encontrarse satisfecho, mientras que el 17% se encontraban insatisfechos señalando como principal motivo la demora en la atención. Como recomendación fehaciente se hace la sugerencia a las empresas contratistas estudiadas en esta investigación; buscar incrementar su valor agregado en cuanto a la calidad de servicios, brindando mayores beneficios a los usuarios sin afectar costes en el fondo financiero.

Soriano & Azcoy (2016). En su tesis titulada: “Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente en una Entidad Bancaria de Trujillo, 2016”, para optar el grado de MAESTRO en: Administración de Empresas. El objetivo del presente estudio es - Determinar el impacto que tiene la calidad de servicio en la satisfacción del cliente de una entidad bancaria de Trujillo, en el año 2016. La metodología usada en esta investigación es correlacional, con un diseño no experimental. En conclusión: Para el caso de la entidad bancaria investigada, se concluye que se logró determinar que la calidad de servicio impacta positivamente en la satisfacción del cliente, en 0.143 para el caso de percepción de los clientes y 0.071 para el caso de expectativas, según el modelo obtenido que posee un grado explicación de 91.6%. Se recomienda a la entidad bancaria poner énfasis a las expectativas que tienen los clientes, tanto en limpieza, organización y tiempos récord en la atención, ya que es lo primordial que retiene el cliente para su próxima fidelización.

Acosta & David (2015). En su tesis titulada: “Análisis de calidad de servicio al cliente interno y externo para propuesta de modelo de gestión de calidad en una empresa de seguros en Guayaquil”. El objetivo de la presente investigación es: Analizar la calidad de servicio interno y externo en una empresa aseguradora de la ciudad de Guayaquil para aumentar el nivel de ventas de la organización. La metodología usada en esta investigación es bajo el método inductivo con la modalidad descriptiva-analítica. En conclusión: Referente a la satisfacción que perciben los clientes internos (colaboradores) y clientes externos (asesores productores de seguros) evidenciándose deficiencias en la calidad de servicio y cultura organizacional, causas que están relacionando en el incumplimiento en un 80% de la producción emitida con relación al presupuesto establecido para el año 2013. Se recomienda a la entidad aseguradora buscar que su servicio de atención al cliente se estandarice por encima de las expectativas del mercado; por otra parte, concientizar a toda la gama interna de colaboradores que el cliente es el

pilar que mueve los rendimientos de la organización, ya que de una u otra manera dependen del mismo.

Arrué (2016). En su tesis titulada: “Análisis de la calidad del servicio de atención en la oficina desconcentrada de Osiptel Loreto desde la percepción del usuario período junio a setiembre de 2014”, para optar el grado de Magister en Gestión Pública. El objetivo del presente estudio es: Evaluar la calidad del servicio de atención a usuarios de la Oficina Desconcentrada del OSIPTEL Loreto. La metodología usada en esta investigación es descriptiva - no experimental, con un diseño transversal. En conclusión: En base a todos los usuarios entrevistados la percepción se encuentra en el rango de satisfacción baja (62%), siendo una escala de calificación que podría considerarse como adecuado para el usuario pero no suficiente respecto al servicio recibido en todo el proceso en la oficina desconcentrada del OSIPTEL Loreto. Se recomienda a la Oficina desconcentrada de Osiptel Loreto poner énfasis a la forma y procedimientos en la atención del cliente, ya que la percepción del mismo no es eficiente. Así mismo realizar constantes estudios para observar la evolución de la percepción del cliente en relación a la calidad de servicios emitidos por la menciona Oficina de Osiptel.

Lousiana & Salinas (2015). En su tesis titulada: “Evaluación de la calidad de los servicios a bordo, en las empresas de transporte interprovincial de la ciudad de Trujillo en el año 2013” para obtener el título profesional de licenciado en administración. El objetivo del presente estudio es distinguir qué elementos del servicio brindado abordo, se relacionan para que la calidad del servicio sea muy buena. La metodología usada para este tipo de investigación es descriptiva correlacional de corte transversal – ya que se mide la relación de dos variables en un momento dado. Los autores concluyen: Según la evaluación se ha demostrado que las empresas de transporte interprovincial poseen sus propios sistemas de calidad internos los cuales se adecuan según sus objetivos de cada

empresa. Además, entre los principales servicios adicionales que solicitan los usuarios destacan un incremento en la comodidad de los asientos de bus para que puedan descansar como segunda alternativa se obtiene que los precios deben reducirse, como tercera opción se debe presentar una variedad de medidas ofrecidas en el transcurso del viaje y en un porcentaje menor se mencionó que se deben implementar postres a las comidas ofrecidas por las empresas de transporte terrestre interprovincial. Sin embargo, el estudio demostró que existen dificultades para acceder al servicio a bordo ofrecido por las empresas de transporte interprovincial; costos elevados. Se recomienda a las empresas de transporte velar por el bienestar de los pasajeros, brindándoles todos los beneficios que estos requieren sin incurrir en gastos adicionales.

## **2.2 Bases teóricas**

### **2.2.1 Factores socioeconómicos**

Según Chase (2014) menciona que los factores socioeconómicos son aquellas características sociales y económicas que ayudan a moldear y dar forma a la personalidad, las actitudes y la forma de vida, pueden estar definidos por las diferentes regiones y los vecindarios rurales y urbanos.

#### ***2.2.1.1 Concepto de factores económicos.***

Moya (2012), afirma que la economía es el estudio de la manera en que la sociedad decide qué se va a producir, cómo y para quién. Es decir el objeto de la economía es el estudio de la conducta humana relacionada con la producción, el intercambio y el uso de los bienes y servicios.

Frente a este cometido se puede expresar, que la economía es el resultado de las decisiones transaccionales de las diferentes personas, en sus respectivas actividades. Dicho de otro modo, es el estudio del modo en que los humanos y la comuna conjunta utilizan, haciendo uso o no del dinero como bien de intercambio de valor. Esto, con el fin

de obtener distintos bienes y distribuirlos para su consumo o utilización presente o futura entre las diferentes personas y grupos que conforman la sociedad.

Así mismo Golstein (2009) menciona. Es una ciencia social (al igual que la sociología, la ciencia política) por que estudia de manera científica el comportamiento del ser humano dentro de la sociedad en la que vive cuando trata de allegarse recursos escasos para satisfacer sus necesidades.

### ***2.2.1.2 Percepción de ingresos económicos del cliente.***

Álvarez (2001), menciona que los ingresos económicos son las contraprestaciones de dinero que percibe un trabajador por la emisión de sus servicios o productos, esto en un tiempo establecido entre el colaborador y el jefe, o por otra parte el dueño de su oficio o actividad.

Frente a este comentario se puede expresar que los ingresos económicos son la masa dineraria que obtiene toda persona que intercambia su tiempo o servicios, por un bien en dinero o en especie. Dicho de otro modo; es el incremento de valor o beneficio que pueda tener o adquirir un individuo.

### ***2.2.1.3 Percepción de gastos mensuales.***

Yaulema (2011) expresa que los gastos desde la óptica presupuestaria están constituidos por las adquisiciones de “bienes económicos” que realizan las personas o las instituciones para el cumplimiento de sus respectivos objetivos o fines; constituyen las compras de los insumos necesarios para el desarrollo de determinada función productiva, ya sea ésta de índole comercial, industrial, agropecuaria, minera, financiera, profesional, administrativa, etc.

Ante lo expuesto por Yaulema (2011) podemos agregar. Los gastos son decrementos en el valor monetario y validez de un bien, dado que una erogación dada no ejerce una contraprestación igual o mayor; en cambio produce una pérdida inaudita del bien o dinero.

Florez (2007), afirma que un gasto es un egreso o en términos coloquiales una salida de efectivo que una empresa o persona paga por la compra de un producto, un bien o un servicio. Por lo general, un gasto se convierte en una inversión ya sea tangible o intangible.

En otros términos un gasto es un desembolso de dinero que una persona natural o jurídica realiza al momento de adquirir cualquier bien o servicio, convirtiéndose muchas veces en sumas por encima del presupuesto destinado para realizar dichas actividades.

#### ***2.2.1.4 Presencia de descuentos remunerativos.***

Según Hernández (2013), el término salario significa la remuneración o ganancia, sea cual fuere su denominación o método de cálculo, siempre que pueda evaluarse en efectivo, fijada por acuerdo o por la legislación nacional, y debida por un empleador a un trabajador en virtud de un contrato de trabajo, escrito o verbal, por el trabajo que este último haya efectuado o deba efectuar o por servicios que haya prestado o deba prestar". La presencia de algún descuento con o sin fundamento es refutable por los trabajadores.

Con respecto a las afirmaciones anteriores se puede resaltar que la remuneración es una retribución que recibe un colaborador en beneficio de su trabajo en virtud al tiempo dado. Los descuentos tienen consecuencias desfavorables para la empresa, ya que los colaboradores no se desempeñarán eficientemente.

#### ***2.2.1.5 Acceso a incentivo periódicos.***

Orianna (2015), afirma que los incentivos salariales son una parte variable del salario que reciben los trabajadores. Son pagos en los que se valora de forma más tangible la contribución del empleado. La empresa o institución debe tener un plan de incentivos. Por otro lado nos da a conocer los incentivos no salariales, son los que se reciben de forma no monetaria. Se llaman también incentivos morales. Pueden traducirse en días de

vacaciones, horarios más flexibles u otro tipo de reconocimientos. Recompensar al trabajador es hacerle partícipe del éxito del proyecto. Ya que ha contribuido con su trabajo, es justo que también se lleve una parte. Un incentivo salarial relacionado con el resultado del trabajo de un equipo motiva más al personal a trabajar en equipo.

Con lo expuesto anteriormente podemos ver que los incentivos tanto salariales como no salariales juegan un papel muy importante en la motivación del personal, y de esa manera se puede lograr los objetivos de una empresa o institución de una manera más eficiente.

#### ***2.2.1.6. Retraso en el pago salarial.***

Fabo (2017) concreta que la falta de pago de los salarios durante un dilatado periodo de tiempo se puede equiparar a un atentado a la dignidad del trabajador, lo que supone una excepción a la obligación de continuar prestando servicios hasta que no recaiga una resolución judicial, según afirma una sentencia del (Tribunal Superior de Justicia).

Ante lo expuesto por Fabo (2017) el retraso ante el pago salarial es tomado como un delito por parte de la empresa o compañía que ha utilizado el servicio. Del mismo modo podemos referir que el retraso salarial trae consigo consecuencias como: deficiencia en el trabajo, bajo rendimiento productivo por parte de los colaboradores.

Valverde (2012) expresa que cuanto al pago del salario, se aplica el principio de pos remuneración, el cual comporta que el salario se abonará por los servicios ya prestados. Por ello, se entiende que, una vez que el trabajador presta sus servicios en una empresa, tiene el derecho a recibir contraprestación por ello. Automáticamente se deben contabilizar los salarios que recibirá en la fecha que haya sido acordada previamente en el contrato de trabajo.

Ante lo expuesto por los anteriores autores se puede referir que: el pago del salario debe hacerse puntualmente, sin que pueda excederse de un mes, según las fechas

acordadas o convenidas en el contrato de trabajo. El incumplimiento de la empresa del pago puntual de los salarios llevará consigo una serie de consecuencias jurídicas.

Según lo expuesto por parte de las entidades jurídicas antes mencionadas se puede destacar que el retraso de la remuneración de un colaborador trae consigo tanto problemas jurídicos como también el desánimo o desmotivación por su parte ya que si el individuo no percibe sus pagos puntuales no se siente a gusto en su trabajo, lo que trae consigo un rendimiento pésimo y deficiente para la organización.

### ***2.2.1.2 Concepto de factores sociales***

Miranda (2012), enfatiza que los factores son cosas de elementos reales, que existen en nuestro mundo y que por su naturaleza son importantes. Cuando se habla de sociales, hace referencia a lo social, a todo aquello que ocurre en una sociedad, es decir en un conjunto de seres humanos relacionados entre sí por algunas cosas que tienen en común.

Lo que quiere decir Miranda (2012). Los factores sociales son cosas o elementos que se relacionan o ejercen importancia en los diferentes tipos de personas, ya que la sociedad plantea sus decisiones en base a. He ahí nace la importancia de del estudio de estos factores.

#### ***2.2.1.2.1 Nivel de educación del cliente interno.***

Según Almagro (2013) señala que "el valor económico de la educación se basa en la idea de que las personas tienen que potenciar sus capacidades como productoras y consumidoras mediante la inversión en ellas mismas y que la escolarización es la inversión en capital humano más importante".

Podemos añadir a lo expuesto por Almagro. Los colaboradores eficientes tienen el arte de capacitarse en áreas que desconocen, con la intención de facilitarse el conocimiento y aprovechar oportunidades en los posteriores años.



Por otra parte, Rajimón (2016) indica que el valor añadido en una función de producción educativa es la formación del capital humano como valor económico que genera la educación a largo plazo y que beneficia no sólo a los destinatarios de la acción formativa, sino que genera efectos indirectos que constituyen un beneficio para todo el sistema social en su conjunto.

Con respecto a las afirmaciones anteriores se puede analizar que el nivel de educación ya sea maestría, doctorado, etc., son escalas muy importantes en la vida profesional de un individuo, esto a la vez induce a romper barreras del conformismo y llevar una vida de preparación profesional, de ese modo lograr el desarrollo personal competitivo.

#### *2.2.1.2.2 Cargo del cliente interno.*

Alalú (2016), menciona que la creación de la relación positiva entre el colaborador y la empresa, además otorgándoles poder de decisión, genera trabajadores apasionados y productivos, además de tener una mejor actitud en su centro de trabajo.

Ante lo mencionado por Alalú, toda persona que labora en una compañía necesita sentirse seguro: así mismo importante y que demuestren que necesitan su labor, de ese modo se genera el sentido de compromiso e identificación del mismo hacia la empresa. En ese sentido otorgarle un cargo de responsabilidad al colaborador le ayudará a potenciar sus capacidades a un nivel más elevado y, por consiguiente beneficios valorativos a la entidad.

#### *2.2.1.2.3 Relaciones afectivas del cliente interno con la institución.*

Botina (2014), menciona que las relaciones interpersonales en el trabajo son esenciales para el logro de los objetivos de la empresa, combinando capacidades y recursos individuales; por ello es indispensable conservar y promover relaciones interpersonales saludables que permitan establecer un excelente clima laboral y con ello incrementar la productividad en una organización.

Así mismo González (2012) afirma que actualmente, se ha reconocido que una de las condiciones subjetivas de la calidad de vida de los trabajadores radica en la relación de la interacción de los ámbitos familiar y laboral, reconociéndose que ambos se relacionan recíprocamente.

Por otra parte Chávez (2013), indica que las buenas amistades en una empresa ocurren cuando los empleados sienten que pueden confiar unos en otros. Los trabajadores tienen que sentir en su mayoría que sus jefes y compañeros de trabajo están actuando de la mejor manera o al menos tratando de hacerlo. Tienen que sentirse como si tuvieran siempre el respaldo de los demás. Sólo entonces se sentirán seguros y motivados para invertir en sus relaciones en el lugar de trabajo.

Sin duda tener una buena relación tanto con la familia como también con los compañeros y jefes de trabajo influye en gran medida en la producción y una atención de calidad ya que en esencia el personal estará motivado y gustoso de trabajar en un ambiente de compañerismo.

#### *2.2.1.2.4 Generación de confianza social del cliente interno con la institución.*

Vásquez (2013), define la confianza social del modo siguiente: «Decir que yo confío en ti en lo relativo a algún asunto significa que tengo razones para esperar que tú actúes de acuerdo con mi interés respecto a dicho asunto, porque tienes buenas razones para hacerlo, razones que se basan en mi interés. Tus intereses contienen mi interés». Por lo tanto, la confianza es «interés encapsulado».

Podemos ver que la confianza social es un intercambio de intereses, esto abarca más que todo a una reputación aceptable del colaborador en la sociedad frente a la institución. Si la sociedad o las personas que conocen al cliente interno confían y pueden cederle un activo o valor para ser conservado, entonces la institución no tendrá ningún problema con el mismo.

### ***2.2.1.3 Concepto de factores culturales***

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 2005) define, los factores culturales como el conjunto de los rasgos distintivos espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o a un grupo social y que abarca, además de las artes y las letras, los modos de vida, las maneras de vivir juntos, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO],2005).

Voutssas (2011), indica que la cultura en si son los conocimientos que posee cada ciudadano, ya sean de un grupo social o de un pueblo en sus costumbres ancestrales y modalidades, así como también la riqueza que posee la masa.

Si bien es cierto la cultura es un conjunto de rasgos que distingue a una persona, por lo tanto las instituciones educativas deben capacitar a los colaboradores, haciéndoles partícipes y al mismo tiempo sumergiéndoles en la cultura organizacional de la institución.

#### ***2.2.1.3.1 Cumplimiento de responsabilidad laboral con valores.***

Arana & Batista (2009), mencionan que los valores son saberes del ser humano y parte de la cultura que lo constituye, de su esencia humana, saberes que se expresan por sus destrezas y capacidades tanto por predisposiciones biológicas, como desarrollos sociales, y que constituyen la estructura de la personalidad

La responsabilidad es un valor muy importante y a la vez significativo ya que es como la razón de ser de un individuo, debido a que ello garantiza las relaciones interpersonales en el trabajo o en cualquier ámbito.

Así mismo Ismael (2015), afirma que la responsabilidad amplificada con valores por parte del colaborador supone, en sentido general, además del logro de los objetivos

económicos, la aportación de beneficios, a la comunidad; el cumplimiento cabal de los principios éticos, cívicos.

#### *2.2.1.3.2 Acceso a la tecnología aceptable.*

Según Aguirre (2013), menciona que la Tecnología en el campo de la educación se convierte en una fortaleza que ofrece el progreso tecnológico en este sector a nivel mundial. Pues constituye herramientas útiles como instrumento para lograr una educación continuada y aprendizaje de por vida; esto les permitirá a los profesionales del sector acceder a información actualizada y a formarse en los avances de los conocimientos educacionales, ellas constituyen un mecanismo de prestación de un amplio rango de servicios.

Por otro lado afirma que el uso de las tecnologías informacionales facilita la gestión del conocimiento por parte del estudiante, todo ello bajo la guía y conducción del profesor, quien no sólo cumple la función instructiva, sino que resulta sumamente importante en el cumplimiento de las funciones regulativa y afectiva de la comunicación pedagógica.

Frente al estudio realizado, podemos opinar que: La tecnología es un factor muy importante en el ámbito educativo ya que gracias a este medio tato el área de docencia, como el área de los directivos desarrolle sus actividades de manera más eficiente.

#### *2.2.1.3.3 Identificación con los símbolos del colegio.*

Sánchez (2007) menciona, cuando los individuos comparten las mismas categorías, tienden a identificarse y a desarrollar comportamientos y lecturas del mundo incluyente. Al contrario, cuando se encuentran con personas que piensan de manera opuesta, o que no representa sus valores y creencias, suelen generar procesos de diferenciación que se traducen en conductas y valoraciones excluyentes.

Se puede decir que, si los colaboradores de una empresa o institución se identifican con los símbolos de la misma, se contará con un personal motivado, generando una fortaleza que conlleva al cumplimiento de los objetivos deseados.

### **2.2.2 Calidad de servicios**

Según Zeithaml (2005) expresa que la calidad de servicio es la eficacia percibida, es decir a juicio del consumidor sobre la excelencia y superioridad de un producto.

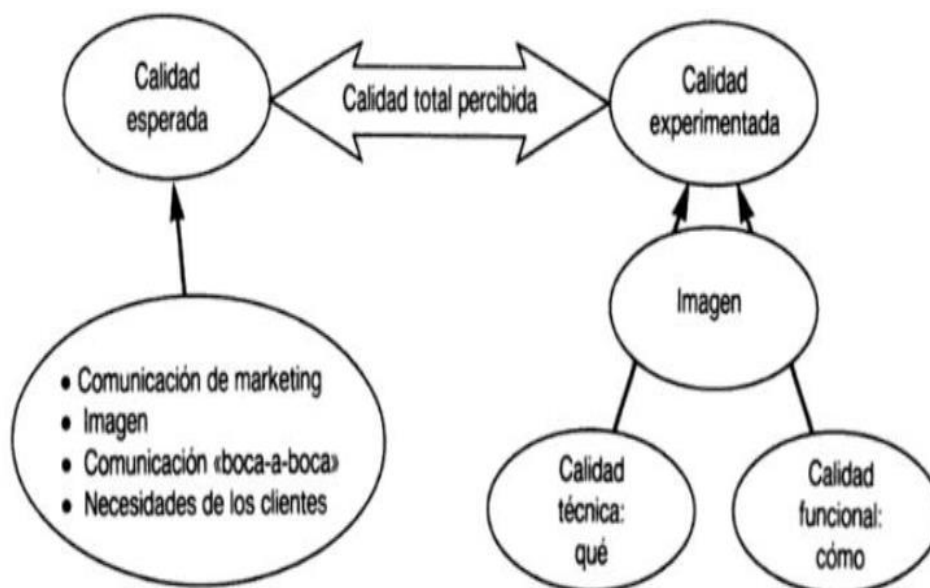
Dicho de otro modo, la calidad de servicios es conformidad con los requerimientos. Los requerimientos tienen que estar claramente establecidos para que no haya malentendidos; las mediciones deben ser tomadas continuamente para determinar conformidad con esos requerimientos; la no conformidad detectada es una ausencia de calidad. Para que más adelante esta pueda medirse (alta - baja) de acuerdo a la percepción de cliente.

#### **2.2.2.1. Enfoques de la calidad de servicio**

##### *2.2.2.1.1 Modelo nórdico.*

El modelo nórdico ofrece aclarar las ideas sobre la calidad de servicio y explica que los consumidores establecen comparación entre el servicio esperado y el servicio recibido. Este patrón comprende dos dimensiones: calidad técnica y calidad funcional. Grönroos (1988, 1994), citado por Gelvez (2011), indica que el modelo nórdico es un modelo cuantitativo que se basa principalmente en la dimensionalidad de la calidad de servicio; y Duque (2005), concreta que el consumidor aporta con el resultado del servicio, pero también por la forma en que lo recibe; todo ello estudia transversalmente las diferencias entre servicio esperado y percepción del servicio.

A continuación, se presenta el cuadro elaborado por Grönroos (1990) donde se explica sobre el modelo nórdico.



*Figura 1: Modelo de Grönroos (nórdico)*

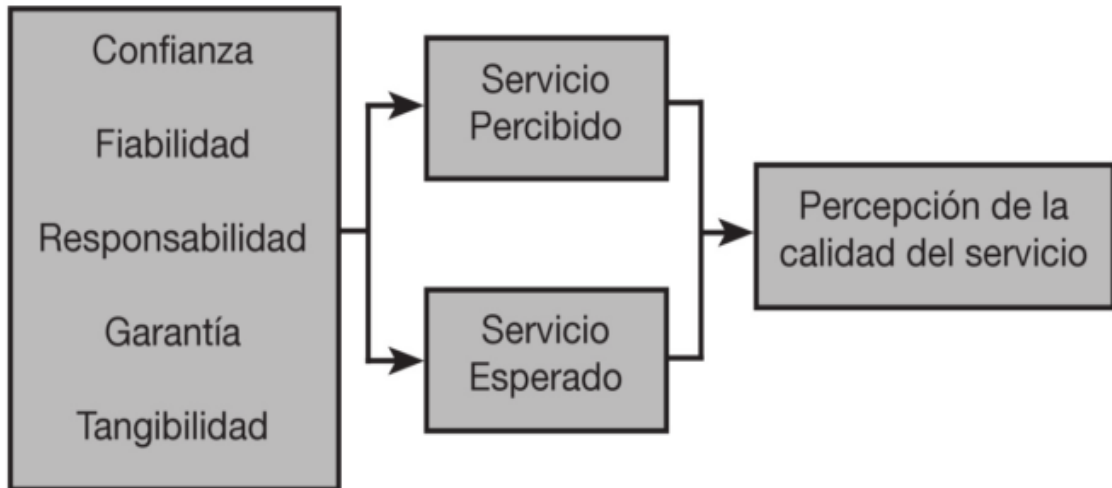
*Fuente: Grönroos (1990)*

#### *2.2.2.1,2 Modelo escuela americana.*

El modelo de la escuela americana muestra la diferenciación del nivel de servicio esperado y la percepción que tiene el cliente sobre el nivel de servicio; si ambos elementos no se gestionan de la mejor manera, el cliente puede percibirá una baja calidad de servicio.

Parasuraman, Zeithaml y Berry (como se citó por Fernández, 2012), indican que el modelo americano partió del paradigma de la desconfirmación, al igual que Grönroos, para así, poner en marcha un instrumento que permitiera la medición de la calidad de servicio; y, según Pecina (2014), el instrumento SERVQUAL, puede cuantificar la calidad de servicio, el cual le ayuda a medir las expectativas y percepciones del cliente independientemente y por separado.

A continuación, se presenta el cuadro elaborado por Zeithaml, Berry y Parasuraman (1988).

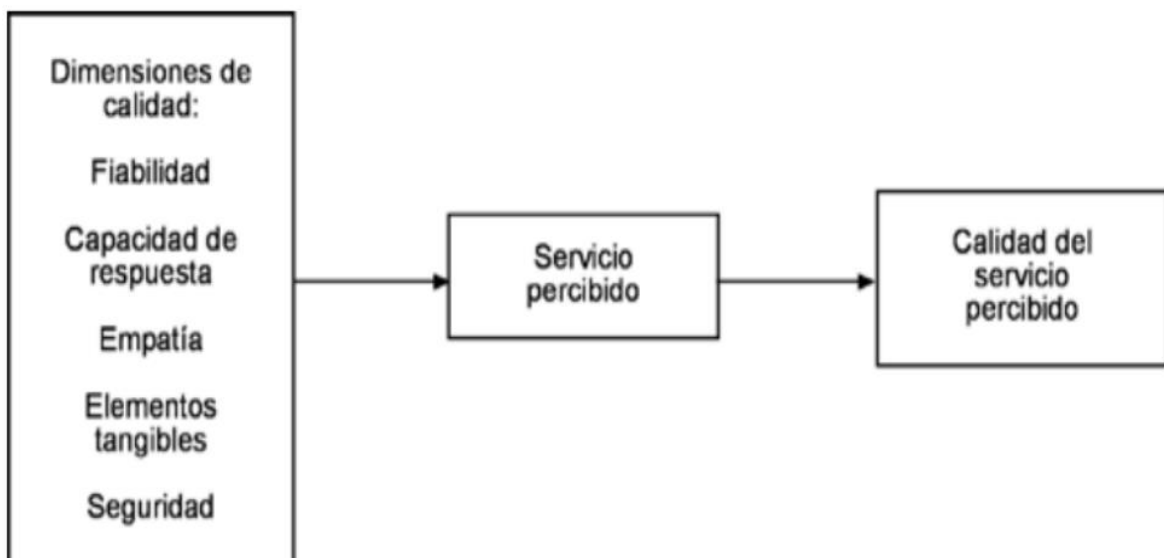


*Figura 2: Modelo Americano*

Fuente: Zeithaml, Berry y Parasuraman (1988).

#### *2.2.2.1.3 Modelo SERVPERF.*

Cronin y Taylor (1992), concretan que para este modelo el instrumento consta de 22 ítems que evalúan la percepción y la varianza total en medida de la calidad del servicio, y, asimismo, que posee mejores propiedades psicométricas en términos de validez de constructo y eficacia operacional.



*Figura 3: Modelo Americano*

Fuente: Berry y Parasuraman (1988)

2.2.2.1.4 Modelo de evaluación de la calidad del servicio Service Quality (SERVQUAL).

El modelo SERVQUAL mide la estándar calidad de servicio y está basado en las diferencias que existe entre percepciones y expectativas del cliente.

Duque & Diosa (2014), confirman que la escala SERVQUAL es un modelo Americano; y el modelo, según López (2014), se realizó por los autores Parasuraman, Zeithaml y Berry con el propósito de medir la calidad de servicio mediante una diferencia entre percepciones y las expectativas de los clientes; ya que, a través de su aplicación, si la percepción iguala o supera la expectativa del cliente el servicio es considerado de buena calidad; en cambio, si la percepción es inferior al de la expectativa, entonces el servicio presenta deficiencia de calidad.

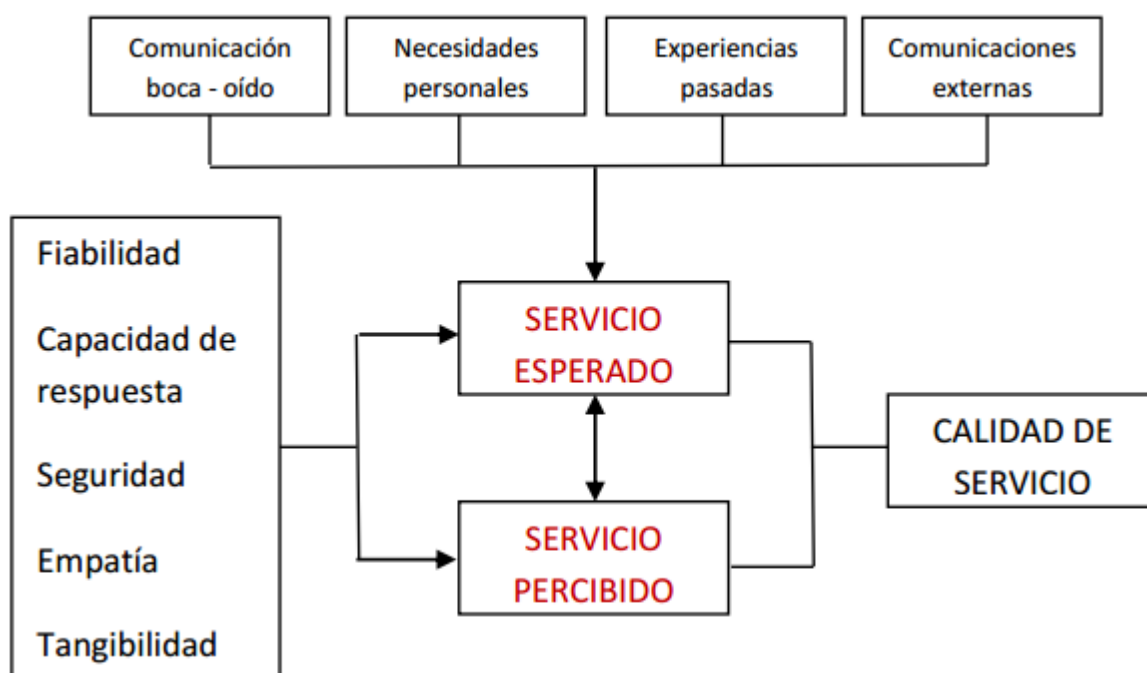


Figura 4: Modelo SERVQUAL

Fuente: Zeithaml, Berry y Parasuraman (1988).



Tabla 1 *Comparación de los cuatro modelos principales de calidad de servicio*

Modelo	Dimensión	Indicador	Sub Indicador	Descripción	Autor
Nórdico	Calidad esperada	Comunicación de marketing		El modelo	Grönroos (1990)
		Imagen		nórdico ofrece	
	Comunicación "boca a boca"		aclarar las		
	Necesidades de los clientes		ideas sobre la		
	Calidad experimentada		Calidad Técnica: qué	calidad de	
		Imagen		servicio y	
				explica que los	
				consumidores	
				establecen	
				comparación	
				entre el	
				servicio	
				esperado y el	
				servicio	
			Calidad funcional: cómo	recibido.	

<b>Escuela Americana</b>	Confianza	Servicio percibido	Percepción de la calidad de servicio	Muestra la	Zeithaml, Berry y Parasuraman (1988).
	Fiabilidad			diferenciación	
	Responsabilidad			del nivel de	
	Garantía			servicio	
	Tangibilidad	esperado			
		Servicio esperado		y la	
				percepción que	
				tiene el cliente	
				sobre el nivel	
				de servicio.	
	Fiabilidad			El instrumento	
	Capacidad de respuesta			consta de 22	
	Empatía			ítems que	Berry y
<b>SERVPERF</b>	Elementos tangibles	Servicio percibido	Calidad del servicio percibido	evalúan la	Parasuraman (1988)
				percepción y	
				la varianza	
	Seguridad			total en medida	

de la calidad  
del servicio.

<b>SERVQUAL</b>	Fiabilidad	Servicio esperado	Comunicación boca -oído	Mide el	Zeithaml, Berry y Parasuraman (1988).
	Capacidad de respuesta		Necesidades personales	estándar	
	Seguridad		Experiencias Pasadas	calidad de	
			servicio y está		
		Servicio percibido		basado en las	
				diferencias	
				que existe	
				entre	
				percepciones y	
	Empatía		Comunicaciones externas	expectativas	
	Tangibilidad			del cliente.	

*Fuente:* Elaboración propia

Después de analizar los cuatro modelos relacionados a la calidad de servicio, tomaremos como referencia el modelo **SERVQUAL** cuyas dimensiones son: fiabilidad, tangibilidad, capacidad de respuesta, seguridad, y empatía. Así mismo se hará uso de este modelo ya que absorbe las conceptualizaciones y diseños expuestos de los modelos antes mencionados, cuyo autor más relevante es Parasuraman (1988), ya que sus investigaciones se adaptan con mayor facilidad al marco teórico y los resultados que queremos llegar en la presente investigación.

### ***2.2.2.3 Tangibilidad***

Sanz (2009), indica que la cantidad y la calidad de estos esfuerzos, las múltiples definiciones de confianza en la literatura son pertinentes, debido a que se trata de un concepto abstracto que a menudo es usado indistintamente con términos relacionados: credibilidad, confiabilidad o lealtad; y también a que es multidimensional, pues incluye dimensiones cognitivas, emocionales y conductuales.

Ampliando lo dicho por Sanz (2009). La fiabilidad es tener la certeza de algo que no he adquirido aún, pero se tiene la seguridad que cumplirá con mis expectativas o al contrario con las expectativas de otro individuo, en este caso sea que se trate de una empresa u organización que ofrezca productos o preste servicios como en este caso.

#### ***2.2.2.3.1 Confianza inspirada en el área laboral.***

Según Rojas (2010). Afirma que la confianza se puede definir en términos de la relación que se establece entre dos personas y de la vulnerabilidad que una de ellas presenta ante las acciones de la otra. La confianza implica la decisión de no controlar estas acciones, apoyándose para ello en la expectativa que surge del conocimiento del otro.

Para Kramer (2012), la confianza es producto del riesgo derivado de la incertidumbre con respecto a las intenciones y acciones de otras personas de las cuales se depende. Para

que exista confianza uno de los requisitos es que exista riesgo, es decir, que exista la percepción de que es posible perder. Un segundo requisito indispensable es que exista interdependencia.

#### *2.2.2.3.2 Cumplimiento de promesas por el colaborador.*

Según Lehman (2014). El compromiso es lo que transforma una promesa en realidad, es la palabra que habla con valentía de nuestras intenciones, es la acción que habla más alto que las palabras, es hacerse al tiempo cuando no lo hay, es cumplir con lo prometido cuando las circunstancias se ponen adversas, es el material con el que se forja el carácter para poder cambiar las cosas, es el triunfo diario de la integridad sobre el escepticismo. Comprometerse y mantener los compromisos, son la esencia de la pro actividad.

#### *2.2.2.3.3 Información verídica del colaborador.*

Rodríguez (2009) afirma que un servicio que es prestado en forma dudosa puede causar malestar al cliente, empero cuando es aceptable y se brinda una información verídica y oportuna, e inclusive el cliente podría modificar su percepción sobre el servicio y la empresa, hasta influir positivamente o llegar a mostrar lealtad.

Según lo expuesto por Rodríguez (2011), se puede ver que brindar información verídica es lo primordial en el éxito empresarial, debido a que es una fortaleza que se puede utilizar para reducir o eliminar distintas debilidades que posea la organización.

#### *2.2.2.3.4 Capacidad de respuesta del colaborador.*

Rodríguez et al (2017), Menciona que la capacidad de respuesta es importante, ya que se debe contar con planes que permitan reaccionar pronta y adecuadamente, según el tipo y características de los eventos. Una capacidad de repuesta eficiente significa contar con un plan de emergencia, mediante la cual exista la capacidad de controlar la situación, , coordinar los esfuerzo gubernamentales ,privados y con todos los

colaboradores y ofrecer las alternativas más rápidas y seguras para una mayor satisfacción.

Por otro lado Higuchi & Troutt (2004), menciona que la capacidad de respuesta es el medio por el cual se pretende mitigar una de las principales preocupaciones en la gestión por parte de los directivos, que vendría a ser la demanda caprichosa del mercado, la cual genera una distorsión en la información.

De acuerdo a las afirmaciones anteriores se puede decir que la capacidad de respuesta es la habilidad que el colaborador en si tiene para solucionar cualquier percance, inquietud o incógnita por parte de sus clientes.

#### *2.2.2.3.5 Tiempo indicado en el desarrollo de requerimientos.*

Mendoza (2013) menciona, que la premisa en el tiempo es de vital importancia para generar confianza con los clientes, dado que cada requerimiento es necesario que se brinde con el sistema Justo a Tiempo. Los comparadores y proveedores necesitan además del tiempo, la seguridad en sus pedidos.

#### *2.2.2.3.6 Solución de problemas con rapidez.*

Según Pozner (2000), indica que la resolución de los problemas educativos requiere que se comunique de modo convincente que la estrategia es un camino posible de transformación. Es por ello que el proceso de implementación necesita prácticas de liderazgo del equipo gestor, para motivar e inspirar el sentido de la transformación propuesta en todos los actores.

El mejoramiento continuo requiere posicionarse para innovar partiendo de los problemas, es decir, de las pérdidas de calidad, del déficit, de las disfuncionalidades. El equipo que busca el mejoramiento continuo transitará por etapas que le permitan idear alternativas de solución, combinar ideas en estrategias, decidir evaluando la eficacia y eficiencia de cada propuesta de solución para tratar el problema surgido.

De acuerdo a la posición de Pozner (2000), en una institución surgen diferentes problemas tanto internos como externos, pero es de allí de los problemas donde las empresas pueden buscar soluciones. Ya que un problema no hay que verlo como es, sino todo lo contrario como una oportunidad de mejora, y continuo desarrollo.

#### *2.2.2.3.7 Seguridad.*

Flores (2015), considera que seguridad es el sentimiento que tiene el cliente cuando pone sus problemas en manos de los directivos y colaboradores y a la misma vez confían que serán resueltos de la mejor manera posible. Seguridad implica conocimientos y atención mostrados por parte de un individuo y sus habilidades para concitar credibilidad y confianza. Esto significa que no sólo es importante el cuidado de los intereses del cliente, sino que también el colaborador debe demostrar su preocupación por el cliente; esto para dar una mayor satisfacción.

De acuerdo a lo que afirma Flores (2015) podemos ver que la seguridad abarca muchas situaciones, en este caso seguridad en sí es brindar un grado de confianza recíproca hacia los clientes y alumnos, en tal sentido se refiere a la certeza de convicción por parte de los clientes.

#### *2.2.2.3.8 Experiencia laboral aceptable.*

Según Fuentes (2016) menciona que el nivel de experiencia laboral de los trabajadores se relaciona significativamente en la satisfacción de los clientes. Así mismo esa satisfacción que tiene el cliente se genera a través de un proceso bien establecido desde la entrada hasta la entrega del bien o servicio final.

#### **2.2.2.4. Fiabilidad**

Según Fuentes (2015) es la capacidad para dar por realizado el servicio ofrecido de forma confiable, cuidadosa y con exactitud de su formalidad.

Así mismo ante lo expuesto por Fuentes (2015), Lara (2002) se hace presente para complementar lo expresado por el anterior autor concretando: La fiabilidad es la participación del vendedor que se sujeta a la jurisdicción, reglamentos y legislación comercial, mientras supone que sus actos son siempre actos de comercio, salvo prueba en contrario.

#### ***2.2.2.5 Capacidad de Respuesta***

Según Yunta (2009) menciona, que la capacidad de respuesta es necesaria para ayudar al cliente y proporcionar el mejor servicio., así mismo, Vásquez (2016), afirma que la capacidad de respuesta, es la disposición y la voluntad del personal laborante que está siempre dispuesto a brindar el servicio. Así mismo Fraiz (2006) concreta, que la capacidad de respuesta es un elemento que exige ser muy cuidadoso desde la primera vez, y que ayuda a cumplir con el objetivo de no perder a los clientes.

#### ***2.2.2.6 Seguridad***

Según Bitner (2002) expresa, que la seguridad, en la empresa es donde el cliente deposita sus problemas cuando desee llegar a evidenciar que estos lleguen a ser resueltos de la manera más eficiente mediante la credibilidad, honestidad e integridad. Por otra parte Aspinwal (1996) reafirma que la seguridad es: la confidencialidad de los datos expuestos y la capacidad del personal que crea una sensación de confianza en el cliente.

#### ***2.2.2.7 Empatía***

Rogers ( como se citó en Méndez & Ryszard, 2005) afirma que la empatía es uno de los elementos esenciales que aporta el profesional asistencial a la relación con el cliente. Es la capacidad de percibir el mundo interior de la otra persona, integrado por significados personales y privados, como si fuera el propio pero sin perder nunca ese ‘como si’. Por ejemplo, “percibir como propias la confusión del cliente, su timidez y enojo, su sensación



de que lo tratan injustamente, pero sin dejar que se unan a la propia incertidumbre, miedo, rabia o sospecha.

Cuando el asesor capta con claridad el mundo del cliente y puede moverse libremente dentro de él, puede comunicarle a ese individuo su comprensión de aquello que él conoce vagamente y volcar en palabras los significados de experiencias de las que él apenas si tiene conciencia”.

### **2.2.3 Atención al cliente**

Según Ríos (2014) expresa, que la atención al cliente va de la mano con la calidad en lo brindado y este es indispensable y es necesario medirlo, ya que lo que no se puede medir, no se puede controlar, también es imprescindible recalcar que la calidad si bien no es fácil obtenerla tampoco es difícil, y que ciertamente el no tenerla es pérdida cuantiosa de dinero, y obviamente esto va en contra de los objetivos de cualquier organización.

Acotando a lo expuesto por Ríos (2014) podemos decir que la atención al cliente constituye el pilar fundamental para sentar las bases de la fidelización futura, partiendo de este hito es necesario brindar una atención personalizada a cada cliente- ello con la finalidad de ser competitivos en el mercado.

#### **2.2.3.1 Voluntad de servicio**

Según Chiavenato (2005) afirma que la voluntad de servicio es una fortaleza independientemente ventajosa del colaborador, ya que este tendrá todo el deseo de hacer grandes esfuerzos en favor de la organización en la cual labora.

Ante lo expuesto por Chiavenato (2005) se puede añadir: la voluntad de brindar un servicio de acorde con los estándares que posee la empresa brindará un valor especial y agregado, y además proporcionándole posición frente a la competencia.

#### **2.2.3.2 Trato amable con los clientes**

Según Figueroa (2014) afirma, conseguir los mejores clientes es uno de los pasos importantes para hacer crecer una empresa. El camino para llegar a ese punto es contratar y conservar a los mejores empleados. Cuando un trabajador se siente satisfecho está en mejores condiciones de prestar un servicio de calidad, brinda un mejor trato y amabilidad, es más ágil y diligente, y por sobre todas las cosas, no se deja condicionar por la falta de recursos y fallas tecnológicas u organizativas, por lo que mantendrán el negocio atractivo para los dueños, los inversionistas y los proveedores.

Frente a lo referido por Figueroa (2014) podemos decir que el colaborador juega un papel elemental en la retención de clientes fieles. Colaboradores bien tratados, podrán brindar el mejor servicio a los clientes quien en última instancia crea el negocio y fomenta su crecimiento.

## **2.3 Base bíblica/filosófica**

### **2.3.1 Bases bíblicas**

Sin lugar a dudas que la calidad de servicio es vital en las organizaciones o instituciones que vendan productos o presten servicios. En tal sentido estos productos o servicios deben de estar estandarizados a satisfacer completamente las expectativas de los clientes a su nivel, en el mismo sentido la Biblia se hace presente en el libro de Juan capítulo 13 versos del 3 al 5 que “Jesús conocía el poder que poseía su Padre sobre todas las cosas, por ello estando a la mesa, se amarró una toalla en la cintura y vertiendo agua en una vasija lavó los pies de sus discípulos”, así concibe el servicio como parte elemental” (Reyna y Valera, p,345). Dicho de otro modo, Jesús siendo dueño supremo del universo, demostró que un buen servicio es para todos y que debe de ser de calidad.

Por otra parte en los negocios y en la vida personal se debe de servir a las personas en todos los requerimientos que ellos convengan y esté a nuestro alcance. Así mismo en la biblia en el libro de Mateo capítulo 20 versículos 27 y 28 menciona: “El que quiera ser primero entre

nosotros será nuestro siervo, como el Hijo del Hombre no vino para ser servido, sino para servir” (Reina y Valera, 1960, p, 624). Nos conceptualiza el valor de servir, el que quiera ser el primero en el mercado, tiene que aprender a ser el último.

Respecto al trabajo diligente y honroso la biblia se hace presente en el libro de Colosenses capítulo 3 versículos 23 y 24 menciona: “Hagan lo que hagan, trabajen de buena gana, como para el Señor y no como para nadie en este mundo, conscientes de que el Señor los recompensará con la herencia. Ustedes sirven a Cristo el Señor” (Reina y Valera, p.612). Es necesario el trabajo para vitalizar los sentidos, fortalecer las energías y hacerlo para voluntad divina.

En ese mismo sentido Pablo el gran erudito se presenta en la biblia haciendo referencia pura al trabajo; en el libro de 1 Corintios capítulo 16 versículo 14 concreta: “Por lo tanto, mis queridos hermanos, manténganse firmes e incommovibles, progresando siempre en la obra del Señor, conscientes de que su trabajo en el Señor no es en vano” (Reina y Valera, 1960, p.524). El trabajo está ligado íntimamente con el servicio los cuales deben de ser de un estándar y nivel elevado.

La calidad en el servicio, es el resultado de procesos cuantiosos y a la vez diligentemente dirigidos. En ese sentido la biblia en el libro de Proverbios capítulo 12 versículo 24 expresa: EL de manos diligentes gobernará, pero el perezoso será subyugado. (Reina y Valera, 1960, p. 485). En esta parte nos da a conocer que cuando somos colaboradores o dirigentes de una organización debemos ser prudentes en el movimiento del dinero. Y brindamos un buen servicio, es decir de calidad.

La calidad y el buen servicio se logran a base de esfuerzo dedicado y diligencia, ante esto la biblia se hace presente; en libro de 2 Timoteo 2:15: “Esfuézate por presentarte a Dios aprobado, como obrero que no tiene de qué avergonzar y que interpreta rectamente a palabra de verdad” (Reina y Valera, 1970, p.824). En esta parte nos da a conocer que se debe realizar las cosas con esfuerzo y así ser dicho por parte de Dios como obrero esforzado.

### **2.3.2 Bases filosóficas**

El mundo competitivo de hoy, es un factor muy importante en la política económica gubernamental es el mantenimiento de los patrones del comercio internacional que son tan libres cómo es posible de acuerdo con las restricciones de prácticas de poco equitativas como el “dumping” operación irreal de productos comparables en el mercado son solo comparables en el mercado internacionales y nacionales. Sin embargo, los productos son solo comparables si su calidad es comparable, y estos requieren de una calidad clara y prácticas de calidad medibles. El creciente e intenso interés gubernamental es prácticas justas de importación y exportación, colocara inevitablemente un interés igualmente creciente sobre los programas de control que mantendrá estos requisitos. (Morales, 2016).

Todo obrero será probado para que se sepa si trabaja en favor del progreso de la institución del Señor o para servir sus propios intereses. Los que son convertidos darán cada día pruebas de que no tratan de emplear para su uso personal las ventajas y los conocimientos que hayan adquirido. Comprenden que la providencia divina les ha concedido estas ventajas para que, como instrumentos en las manos del Señor, puedan servir a su causa realizando un trabajo de calidad superior. (Harmon, 1971).

Nadie debe trabajar para ser alabado o para satisfacer su deseo de dominar. El verdadero obrero obrará lo mejor que pueda para que así pueda dar la gloria a Dios. Tratará de mejorar todas sus facultades, y cumplirá sus deberes como para Dios. Su único deseo será que Cristo reciba de él un homenaje y un servicio perfectos. (Harmon, 1971).

No por los discursos de Pablo, sino por sus prisiones, la atención de la corte imperial fue atraída al cristianismo; en calidad de cautivo, rompió las ligaduras que mantenían a muchas almas en la esclavitud del pecado. (...). Pablo declaró: "Muchos de los

hermanos en el Señor, tomando ánimo con mis prisiones, se atreven mucho más a hablar la palabra sin temor. (Harmon, 1959, p, 52)

Una vez usted sugirió que si los gerentes de nuestras instituciones ofrecieran sueldos más elevados, asegurarían obreros de mejor calidad y así realizarían un trabajo mejor. Hermano, este razonamiento no está en armonía con los planes del Señor. Somos todos siervos suyos. No nos pertenecemos. Hemos sido comprados por un precio y debemos glorificar a Dios en nuestro cuerpo y espíritu, los que le pertenecen. Esta es una lección que todos debemos aprender. Necesitamos la disciplina indispensable para (...). Un carácter cristiano cabal. (Harmon, 1913)

Harmon (1995) Afirma que. “La obra de los colegios y escuelas preparatorias deben ser fortalecidas cada año tras año”. (p.316).

## **2.4 Marco conceptual o términos**

### **2.4.1 Factores.**

Son recapitulaciones que condicionan una situación convirtiéndose en causantes de evolución o transformación de los hechos; son los que contribuyen a que se obtengan determinados resultados. Lancha (2015) afirma. “Los factores también llamados; agrupación de elementos condicionantes que contribuyen a lograr un resultado esperado, empleando ciertos criterios de medición”. (p.3-5). Así mismo se puede decir que son agrupaciones de supuestos que llevan a cabo la generación de hipótesis para su pronta verificación.

### **2.4.2 Factor económico.**

Al transcurrir la historia el ser humano estuvo ligado con la producción económica, la misma que se relaciona con el trabajo colectivo y social, además intervienen grupos de personas y la naturaleza; esta producción económica permite obtener ingresos y generar gastos, los cuales definirán el estatus económico al que pertenece dentro de la sociedad.

Montenegro (2015) afirma. “Entre los factores económicos tenemos los permanentes, los temporales y los de ámbito internacional, existen factores de correlación en funcionamiento y desarrollo, los cuales son determinantes en la economía de una institución o país”. (p.4-6). En tal sentido los factores económicos se relacionan cualitativa y cuantitativamente en ámbitos dinerarios.

#### **2.4.3 Factor social.**

Se refiere a las actividades, deseos, expectativas, grados de inteligencia y educación de las personas de una determinada sociedad. Sanchez (2011) sostiene. “Los factores sociales son elementos o situaciones que afectan a los seres humanos en conjunto, sea en el lugar y en el espacio en el que se encuentren”. (p.8). Frente a este comentario emitido por Sanchez se puede expresar que los factores sociales contribuyen a la construcción de un hecho a lo que las personas persiguen.

#### **2.4.4 Factor cultural.**

Se conforma con las actitudes reflejadas hacia el exterior mediante las costumbres o actitudes que se muestra antes las diversas situaciones que se presenten día a día; para dar un cambio a nivel de cultura es necesario reestructurar la escala de valores, dirigiéndola hacia un sentido de solidaridad tanto con personas y la sociedad. Fanjul (2010) sostiene. “El factor cultural es aquello que afecta la actividad exterior de la empresa”. (p.1). Así mismo se puede decir que se reaccionan en las acciones de los hombres, en su proceso de desarrollo.

#### **2.4.5 Calidad de servicios.**

Según Parasuraman y Crönroos (como se citó en González & Fraiz Brea, 2006), sostienen que la calidad del servicio percibida por el cliente es un juicio global del consumidor, relativo a la superioridad del servicio, la cual resulta de la comparación que hacen los clientes entre

sus expectativas sobre el servicio que recibirán y la percepción de la actuación de las empresas que proveen ese servicio.

Por otra parte, independientemente la calidad es el conjunto de elementos que funcionan independientemente y cuyos elementos poseen características inherentes a una cosa. Elizabeth (2016) afirma. “La calidad se puede definir como el conjunto de propiedades y características de un servicio que le confiere la aptitud para satisfacer las necesidades implícitas o explícitas, o que sería lo mismo expresado en terminología adaptada a lo cotidiano, la presentación de los mejores servicios posibles con un presupuesto determinado, entendiendo que no se trata de trabajar más o de gastar más, se trataría de hacerlo de una forma más racional” (p.18). La calidad está referida a satisfacer necesidades, de allí nacerá el hecho de su medición.

#### **2.4.6. Relación.**

La relación es un factor homogéneo que une circunstancias y elementos para un fin determinado. Steizel (2015) afirma. “La relación es entendida como el intento de afectar en los sentimientos, en el pensamiento o en las acciones de otras personas. La esencia de la correlación interpersonal en las organizaciones consiste en que un agente A, intenta que el objetivo (target) B logre hacer lo que A quiere. En este sentido la correlación tiene que ver con una capacidad de lograr que las cosas se hagan, por eso resulta fundamental analizarla para comprender el desempeño de las organizaciones. Los subordinados necesitan cosas de sus jefes, los jefes de sus colaboradores, y cada uno de sus pares”. (p.204). Así mismo la correlación genera un patrón de conducta en las diferentes tipos de persona, condicionándoles a adquirir o desear poseer algo.

## Capítulo III

### Metodología

#### 3.1 Tipo de estudio

Esta investigación es de tipo básico, ya que según Sampiere (2014), recolecta información para ser procesada, para luego aumentar el conocimiento científico.

Así mismo se ha utilizado un enfoque cuantitativo, ya que según Hernández, Fernández y Baptista (2014) se utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías.

El tipo de estudio para esta investigación es correlacional descriptivo, Hernández, Fernández y Baptista (2014). Debido a que se considera al fenómeno estudiado y sus componentes: mide conceptos y define variables, así mismo busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población. Por otra parte permite que los conceptos o variables se relacionen, aprueba predicciones y cuantifica relaciones entre conceptos o variables.

Es útil para mostrar con precisión los ángulos o dimensiones de los fenómenos, suceso, comunidad, contexto o situación.

El estudio es descriptivo ya que busca describir los hechos teniendo como variables a:

X: Factores Socioeconómicos

Y: Calidad de servicios



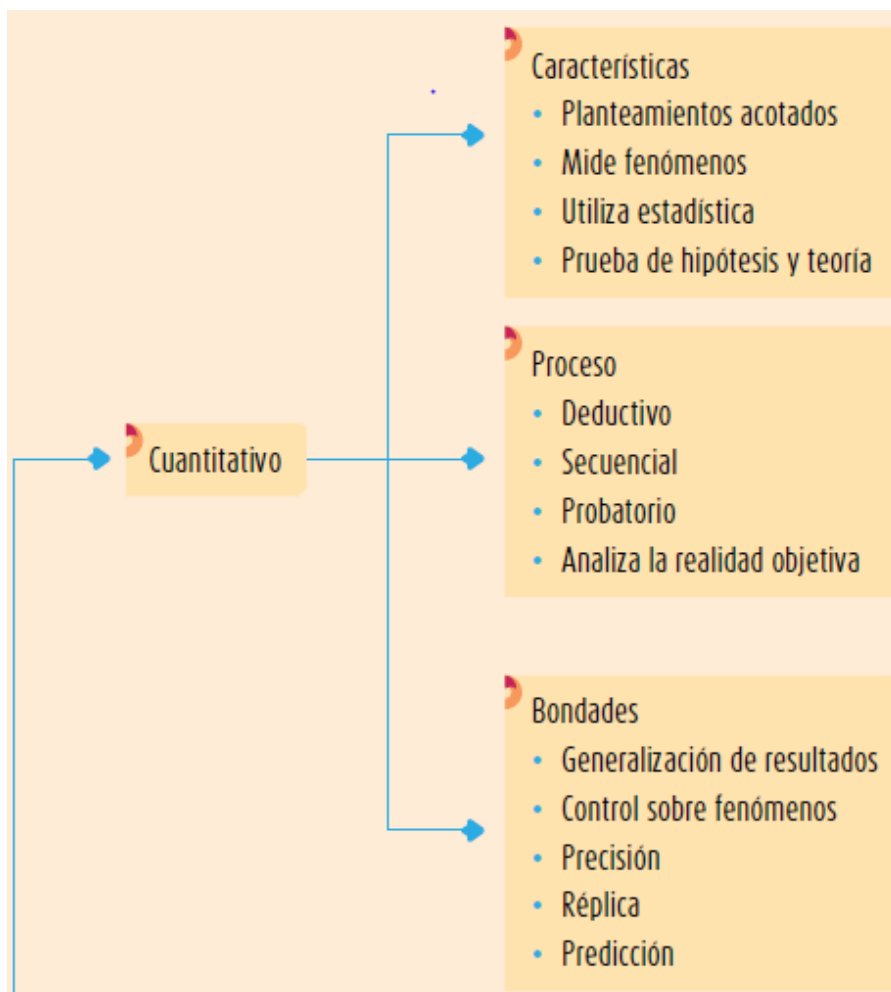


Figura 5: Modelo Cuantitativo

Fuente: Hernández, Fernández y Baptista (2014).

### 3.2 Diseño de investigación

Hernández, Fernández y Baptista (2014), Manifiesta que para esta investigación se utiliza un diseño no experimental ya que es un estudio que se realiza sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos.

Dentro de esa perspectiva es que la investigación es de diseño no experimental de corte transversal debido a que se analizaran las variables en un momento único es decir en un punto del tiempo y ubicando la relación de las variables X, Y.

El diseño de investigación que corresponde se resume en el siguiente esquema:



Donde:

X, Y= Variables

X $\longleftrightarrow$ Y= Grado de relación existente entre variable 1 con variable 2

### 3.3 Hipótesis

#### 3.3.1 Identificación de variables.

Variable 1: Factores Socioeconómicos

Variable 2: Calidad de Servicios

#### 3.3.2 Hipótesis general.

¿Los factores socioeconómicos tienen relación significativa con la calidad de servicios de los colaboradores, en la I.E. Manuel Gonzales Prada, Naranjos, San Martín, 2018?

#### 3.3.3 Hipótesis específicas.

¿Los factores socioeconómicos tienen relación significativa con la tangibilidad de los colaboradores, en la I.E. Manuel Gonzales Prada, Naranjos, San Martín, 2018?

¿Los factores socioeconómicos tienen relación significativa con la fiabilidad de los colaboradores, en la I.E. Manuel Gonzales Prada, Naranjos, San Martín, 2018?

¿Los factores socioeconómicos tienen relación significativa con la capacidad de respuesta de los colaboradores, en la I.E. Manuel Gonzales Prada, Naranjos, San Martín, 2018?

¿Los factores socioeconómicos tienen relación significativa con la seguridad de los colaboradores, en la I.E. Manuel Gonzales Prada, Naranjos, San Martín, 2018?

¿Los factores socioeconómicos tienen relación significativa con la empatía de los colaboradores, en la I.E. Manuel Gonzales Prada, Naranjos, San Martín, 2018?

### 3.3.4 Operacionalización de variables.

Tabla 2 *Matriz de variables*

<b>TÍTULO</b>	<b>VARIABLE</b>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>
<p><b>Factores que se relacionan con la calidad de servicios de los colaboradores, en la I.E. Manuel Gonzales Prada, Naranjos San Martín, 2018.</b></p>	<p><b>Factores Socioeconómicos</b></p>	<p>Factor Económico</p>	Percepción de ingresos económicos buenos
			Percepción de gastos mensuales elevados
			Presencia de descuentos remunerativos
			Acceso a incentivos periódicos
			Retraso en el pago salarial
	<p><b>Factores Socioeconómicos</b></p>	<p>Factor Social</p>	Nivel de educación aceptable
			Cargo aceptable
			Buenas relaciones afectivas
			Generación de confianza social
			Cumplimiento del horario laboral con valores
<p><b>Factores Socioeconómicos</b></p>	<p>Factor Cultural</p>	Acceso a la tecnología	
		Identificación con los símbolos del colegio	
		Atención	
<p><b>Factores Socioeconómicos</b></p>	<p>Calidad de servicios</p>	<p>Tangibilidad</p>	Instalaciones Físicas
			Presencia

	Material
	Promesa
Fiabilidad	Interés sincero
	Servicio
	Énfasis
Capacidad de respuesta	Comunicación
	Servicio Rápido
	Disponibilidad
	Confianza
	Seguridad
Seguridad	Cortesía
	Conocimientos necesarios
	Horario
Empatía	Atención
	Interés
	Comprensión

---

*Fuente:* Elaboración propia

### **3.4. Población y muestra**

#### **3.4.1 Delimitación Espacial y Temporal.**

##### ***3.4.1.1 Delimitación Espacial***

La presente investigación titulada “factores socioeconómicos que se relacionan con la calidad de servicios de los colaboradores, en la I.E. Manuel Gonzales Prada, se desarrolló en la ciudad de Naranjos, región San Martín del periodo 2018.

##### ***3.4.1.2 Delimitación Temporal***

Esta investigación se desarrolló durante 14 meses desde el mes de febrero del 2018 hasta el mes de abril del 2019. En la ciudad de Naranjos, Rioja, departamento de San Martín.

#### **3.4.2 Delimitación de la Población y muestra.**

##### ***3.4.2.1 Delimitación de la Población***

La población de la presente investigación estuvo constituida por colaboradores de la I. E. Manuel Gonzales Prada que son en total 69, dicha información es proporcionada por el área de Recursos Humanos de la mencionada institución.

##### ***3.4.2.2 Delimitación de la Muestra***

Cuando la población no es numerosa y todos sus integrantes son manejables por el investigador se aplica un censo poblacional. “Esto significa que a través del censo poblacional es posible estudiar cada uno de los elementos que componen la población cuando ésta es pequeña” (Parra, 2003, p.16). Se aplicó un censo poblacional a los 69 colaboradores de la I.E. Manuel Gonzales Prada.

### **3.5. Plan del procesamiento de datos**

#### **3.5.1 Diseño del instrumento de investigación.**

En la investigación realizada se utilizó el método denominado cuestionario, ya que se llevó a cabo directamente con los inmersos en el resultado. Para demostrar y comprobar la hipótesis se utilizó el examen interrogatorio “cuestionario”.

Para medir la calidad de servicio se utilizó un instrumento SERVQUAL, que fue elaborado por Parasuraman (1991), el cual consiste en 21 preguntas con opciones, y está conformado por cinco (5) dimensiones que son: tangibilidad (4) ítems, fiabilidad (5) ítems, capacidad de respuesta (4) ítems, seguridad (4) ítems y empatía (4) ítems; y presenta una escala de Likert del 1 al 5, donde, 1 = Nunca; 2= Casi nunca; 3 = Algunas Veces; 4 = Casi Siempre; y 5 = siempre.

Así mismo, para medir los factores socioeconómicos, se utilizó el instrumento elaborado por Nereyda et al (2008), el cual fue utilizado por los tesisistas Bernal & Edquen (2017), en su tesis titulada “factores socioeconómicos que se relacionan con la morosidad de los clientes del colegio Simón Bolívar Tarapoto – San Martín, 2017” teniendo un grado de fiabilidad, Alfa de Cronbach 85.2%, contando con una fiabilidad muy alta, de acuerdo al rango de medida de Ruiz (2005). El cual consiste de tres dimensiones y doce (12) preguntas: Factor económico (5) ítems, factor social (4) ítems y factor cultural (3) ítems, haciendo un total de 12 y se presentan en una escala de Likert, donde 1 = Nunca; 2= Casi nunca; 3 = Algunas Veces; 4 = Casi siempre; y 5 = siempre.

Esto comprenderá un conjunto de preguntas para medir las variables de estudio. Se utilizó una guía de análisis de texto con 33 indicadores sobre las 8 dimensiones de factor económico, social, cultural, tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía. La primera dimensión cuenta con cinco indicadores, la segunda dimensión con cuatro ítems, la tercera dimensión con tres ítems, la cuarta dimensión con cuatro ítems, la quinta dimensión con cuatro ítems, la sexta dimensión con tres

ítems, la séptima dimensión con cuatro indicadores, la octava dimensión con cuatro indicadores.

### **3.5.2 Técnicas de recolección de datos.**

La recolección de datos se realizó de manera personalizada a cada colaborador, dato extraído del área de talento humano del colegio. Por otro lado, cada encuesta se llenaba de acuerdo a la información proporcionada por dichos colaboradores.

### **3.5.3 Descripción de la aplicación de instrumentos.**

#### ***3.5.3.1 Procedimientos de comprobación de la validez y confiabilidad de los instrumentos***

Se realizó a en primer término a través de la validación de juicio de expertos, luego se procedió a verificar su confiabilidad haciendo uso del programa SPSS, el primer instrumento contó con un índice de Alfa de Cronbach 85.2%, esto quiere decir que su confiabilidad según el rango de medición de Ruiz (2005) es muy elevada. Por otra parte, el instrumento de medición de calidad de servicios contó con un Alfa de Cronbach, 97.7%, interpretando como tal en la escala de Ruiz (2005), con una confiabilidad muy alta.

### **3.5.4 Técnicas para el procesamiento y análisis de los datos.**

La técnica para el procesamiento y análisis de los datos utilizados fueron: el paquete estadístico SPSS versión 22 Español, herramienta que nos permitió procesar y analizar los datos y determinar la correlación de los factores con la calidad en la I.E. Manuel Gonzales Prada, así mismo con los programas de Microsoft Excel, Microsoft Word. Del mismo modo para la medición de los resultados e interpretación de los mismos; se utilizó el rango de medida, impuesta por Sampiere (2014).

0.90 = Correlación negativa muy fuerte.

-0.75 = Correlación negativa considerable.



-0.50 = Correlación negativa media.

-0.25 = Correlación negativa débil.

-0.10 = Correlación negativa muy débil.

0.00 = No existe correlación alguna entre las variables.

+0.10 = Correlación positiva muy débil.

+0.25 = Correlación positiva débil.

+0.50 = Correlación positiva media.

+0.75 = Correlación positiva considerable.

+0.90 = Correlación positiva muy fuerte.

+1.00 = Correlación positiva perfecta (“A mayor X, mayor Y” o “a menor X, menor Y”, de manera proporcional. Cada vez que X aumenta, Y aumenta siempre una cantidad constante).

## Capítulo IV

### Resultado y discusión

#### 4.1 Resultado de la fiabilidad de los instrumentos de investigación

##### 4.1.1 Fiabilidad mediante el Alfa de Cronbach.

En la presente tabla se muestra el grado de confiabilidad.

Tabla 3 *Fiabilidad de Alfa de Cronbach de las variables*

Variable1	Dimensiones	Alfa de Cronbach	Ítems
Factores socioeconómicos con un alfa de Cronbach de 0,852 (12 ítems)	Factor económico	0,890	5
	Factor social	0,896	4
	Factor Cultural	0,815	3
Variable2	Dimensiones	Alfa de Cronbach	Ítems
Calidad de servicios con un alfa de Cronbach de 0,977 (21 ítems)	Tangibilidad	0,882	4
	Fiabilidad	0,889	5
	Capacidad de respuesta	0,881	4
	Seguridad	0,884	4
	Empatía	0,865	4

*Fuente:* Elaboración propia

Los instrumentos son aptos de acuerdo a los coeficientes de Alfa de Cronbach.

#### 4.2 Análisis descriptivo

##### 4.2.1 Análisis descriptivo de datos sociodemográficos.

Tabla 4 *Información sociodemográfica*

<b>Etiqueta</b>	<b>Valores</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Edad	Menos de 30 años	17	25%
	31 - 40 años	28	41%
	41 - 50 años	17	25%
	Más de 51 años	7	10%
	Total	69	100%
Género	Masculino	56	81%
	Femenino	13	19%
	Total	69	100%
Estado Civil	Casado	36	52%
	Soltero	15	22%
	Divorciado	2	3%
	Conviviente	16	23%
	Total	69	100%
Religión	Católico	37	54%
	Protestante	32	46%
	Total	69	100%
Grado de Instrucción	Universitario	57	83%
	Técnico	12	17%
	Total	69	100%
Procedencia Encuestado	Costa	5	7%
	Sierra	40	58%
	Selva	24	35%
	Total	69	100%

*Fuente:* Elaboración propia

De acuerdo con esta tabla 4, las variables demográficas trabajadas en el presente estudio fueron: el género, edad del encuestado, estado civil, religión, condición laboral y procedencia del encuestado. Se trabajó con una muestra de 69 personas. La muestra estuvo constituida por un 81 % de colaboradores varones y un 19 % de colaboradores mujeres.

La edad oscila en menos de 30 y más de 51 años. Donde el 25%, de los colaboradores tienen menos de 30 años, un 41 %, están entre 31 y 40 años, un 25% tienen entre 41 y 50 años y un 10% tienen más de 51 años respectivamente.

Se observó, con respecto al estado civil de los encuestados, el 52% es de condición casado, el 22% de condición soltero, el 3% están divorciados, el 23% son convivientes.

Sobre la religión que profesan, el 54% de los colaboradores son católicos, el 46% son protestantes.

Se observó, en relación al grado de instrucción que presentaron los colaboradores, que el 83% tuvieron grado de instrucción universitario y el 17% técnico superior.

Acercas de la procedencia de los encuestados, el 7% de los encuestados son de la costa, el 58% son de la sierra y un 35% son de la selva.

#### 4.2.2 Resultado de Prueba de Normalidad.

Tabla 5 Prueba de Normalidad de las variables y sus dimensiones

Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			
	Estadístico	gl	Sig.
Factores	0.279	69	0
socioeconómicos			
factor Económico	0.254	69	0
Factor Social	0.221	69	0
Factor Cultural	0.252	69	0
Calidad de			
Servicios	0.253	69	0
Tangibilidad	0.236	69	0
Fiabilidad	0.231	69	0
Capacidad de			
Respuesta	0.238	69	0
Seguridad	0.246	69	0
Empatía	0.24	69	0

*Fuente:* Elaboración Propia

En la tabla 5 podemos observar que para este tipo de análisis estadístico se utiliza la prueba de normalidad de Kolmogorov – Smirnow, debido a que los datos no son normales ya que la significancia es menor a uno.

### 4.2.3 Resultados de las Tablas Cruzadas.

Tabla 6 Tabla Cruzada *Factor Económico en concordancia con la edad*

		Género		Total
		Masculino	Femenino	
<b>FACTOR ECONÓMICO</b>	BAJO	21,7%	1,4%	23,2%
	MEDIO	53,6%	15,9%	69,6%
	ALTO	5,8%	1,4%	7,2%
<b>Total</b>		<b>81,2%</b>	<b>18,8%</b>	<b>100,0%</b>

*Fuente:* Elaboración propia

En la tabla 6 se puede distinguir que los colaboradores del género masculino, muestran poco interés en el factor económico ya que su calificación ha sido en un nivel medio, con un nivel porcentual de 53.6% en tanto que las mujeres 15.9%.

Tabla 7 *Tabla Cruzada Factor Social en concordancia con la edad.*

		Edad				Total
		Menos de 30 años	31 - 40 años	41 - 50 años	Más de 51 años	
<b>FACTOR</b>	BAJO	5.8%	11.6%		1.4%	18.8%
<b>SOCIAL</b>	MEDIO	14.5%	21.7%	18.8%	8.7%	63.8%
	ALTO	4.3%	7.2%	5.8%		17.4%
<b>Total</b>		<b>24.6%</b>	<b>40.6%</b>	<b>24.6%</b>	<b>10.1%</b>	<b>100.0%</b>

*Fuente:* Elaboración propia.

En la tabla 7 (siete) se aprecia que los colaboradores que están en la edad de 31- 40 años, consideran que el factor social no es tan importante, ya que califican en un nivel medio con 21.7%, en tanto que los de la edad de más de 51 años califican en 8.7%.

Tabla 8 *Tabla Cruzada Factor cultural en concordancia con la edad.*

		Género		
		Masculino	Femenino	Total
<b>FACTOR CULTURAL</b>	BAJO	21.7%		21.7%
	MEDIO	52.2%	17.4%	69.6%
	ALTO	7.2%	1.4%	8.7%
<b>Total</b>		<b>81.2%</b>	<b>18.8%</b>	<b>100.0%</b>

*Fuente:* Elaboración propia.

En la tabla 8 (ocho) se puede distinguir que los colaboradores del género masculino consideran que el factor cultural, no tiene mucha relevancia debido que su calificación es de un nivel medio con un 52.2%, en tanto que las damas con 17.4%.

Tabla 9 *Tabla Cruzada de Calidad de servicios*

		Género		
		Masculino	Femenino	Total
<b>CALIDAD DE SERVICIO</b>	BAJO	21.7%	5.8%	27.5%
	MEDIO	39.1%	7.2%	46.4%
	ALTO	20.3%	5.8%	26.1%
<b>Total</b>		<b>81.2%</b>	<b>18.8%</b>	<b>100.0%</b>

*Fuente:* Elaboración propia.

En la tabla 9 (nueve) se muestra que los colaboradores del género masculino, con un valor porcentual de 39.1%, consideran que la calidad de servicios emitida no es adecuada y que califican en un nivel medio, en tanto que las damas en un 7.2%.

Tabla 10 *Tabla Cruzada de Tangibilidad*

		Género		
		Masculino	Femenino	Total
<b>TANGIBILIDAD</b>	BAJO	23.2%	4.3%	27.5%
	MEDIO	36.2%	8.7%	44.9%
	ALTO	21.7%	5.8%	27.5%
<b>Total</b>		<b>81.2%</b>	<b>18.8%</b>	<b>100.0%</b>

*Fuente:* Elaboración propia.

En la tabla 10 se muestra que los colaboradores del género masculino consideran a la dimensión tangibilidad como no muy relevante, ya que lo califican en un nivel medio con un valor porcentual de 36.2%, mientras que sólo el 8.7% de damas califican de forma relevante.

Tabla 11 *Tabla Cruzada de Fiabilidad*

		Edad				Total
		Menos de 30 años	31 - 40 años	41 - 50 años	Más de 51 años	
<b>FIABILIDAD</b>	BAJO	7.2%	15.9%	5.8%		29.0%
	MEDIO	14.5%	18.8%	18.8%	8.7%	60.9%
	ALTO	2.9%	5.8%		1.4%	10.1%
<b>Total</b>		<b>24.6%</b>	<b>40.6%</b>	<b>24.6%</b>	<b>10.1%</b>	<b>100.0%</b>

*Fuente:* Elaboración propia.

En la tabla 11 (once) muestra que los colaboradores cuya edad está entre 31 a 50 años consideran que la variable fiabilidad no es tan importante ya que su calificación es de 18.8% en un nivel medio.



Tabla 12 *Tabla Cruzada de Capacidad de respuesta*

	Género		Total
	Masculino	Femenino	
<b>CAPACIDAD DE RESPUESTA</b> BAJO	21,7%	5,8%	27,5%
MEDIO	37,7%	7,2%	44,9%
ALTO	21,7%	5,8%	27,5%
<b>Total</b>	<b>81,2%</b>	<b>18,8%</b>	<b>100,0%</b>

*Fuente:* Elaboración propia

En la tabla 12 se muestra que los colaboradores del género masculino califican a la dimensión capacidad de respuesta como no tan principal ya que su valoración está en un nivel medio con un valor porcentual de 37.7%, en tanto que las damas en un 7.2%.

Tabla 13 *Tabla Cruzada de Variable Seguridad*

	Género		
	Masculino	Femenino	Total
<b>SEGURIDAD</b> BAJO	21.7%	5.8%	27.5%
MEDIO	39.1%	7.2%	46.4%
ALTO	20.3%	5.8%	26.1%
<b>Total</b>	<b>81.2%</b>	<b>18.8%</b>	<b>100.0%</b>

*Fuente:* Elaboración propia.

En la tabla 13 (trece) se muestra que los colaboradores del colegio Manuel Gonzales Prada del género masculino califican a la dimensión seguridad como no ejecutada dentro de la institución ya que su apreciación está por un nivel medio con un valor porcentual del 39.1% en tanto que las damas 7.2%.

Tabla 14 *Tabla Cruzada de Variable Empatía*

		Edad				Total
		Menos de 30 años	31 - 40 años	41 - 50 años	Más de 51 años	
<b>EMPATIA</b>	BAJO	4.3%	14.5%	5.8%		24.6%
	MEDIO	13.0%	14.5%	13.0%	7.2%	47.8%
	ALTO	7.2%	11.6%	5.8%	2.9%	27.5%
<b>Total</b>		<b>24.6%</b>	<b>40.6%</b>	<b>24.6%</b>	<b>10.1%</b>	<b>100.0%</b>

*Fuente:* Elaboración propia.

En la tabla 14 se muestra que los colaboradores de la edad que está entre 31 a 40 años del colegio Manuel Gonzales Prada califican a la dimensión empatía como lejana a la institución, no se brinda o ejecuta, ya que su calificación está en un nivel bajo con 14.5%.

#### **4.2.4 Resultados de la prueba de hipótesis.**

##### ***4.2.4.1 Resultado de la hipótesis general***

H<sub>1</sub>: Existe relación significativa entre los factores socioeconómicos y la calidad de servicios de los colaboradores en la I.E Manuel Gonzales Prada, 2018

H<sub>0</sub>: No existe relación significativa entre los factores socioeconómicos y la calidad de servicios de los colaboradores en la I.E Manuel Gonzales Prada, 2018.

Regla de decisión:

Si el p valor  $\geq 0.05$  se acepta la hipótesis Nula.

Si el p valor  $\leq 0.05$  se rechaza la Hipótesis Nula, por lo tanto, se acepta la Hipótesis Alterna.

Tabla 15 *Relación de Factores Socioeconómicos y la Calidad de Servicios*

Factores Socioeconómicos	Calidad de Servicios		
	Rho Spearman	P	N
	,675**	,000	69

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

*Fuente:* Elaboración Propia

En la tabla 15 se muestra el análisis de relación entre los factores socioeconómicos y la calidad de servicios .Donde la correlación de Rho Spearman es = 0,675; con un p- valor = 0,000 (correlación positiva media); por lo cual se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula, es decir los factores socioeconómicos se relaciona significativamente con la calidad de servicios. Indicando que a mejor gestión de los factores socioeconómicos, mejor será la calidad de servicios.

#### **4.2.4.2 Resultado de la hipótesis específica 01**

H1: Existe relación significativa entre los Factores Socioeconómicos y la Tangibilidad de colaboradores en la I.E Manuel Gonzales Prada, 2018

H0: No existe relación significativa entre los Factores Socioeconómicos y la Tangibilidad de los colaboradores en la I.E Manuel Gonzales Prada, 2018.

Regla de decisión

Si el p valor  $\geq 0.05$  se acepta la hipótesis Nula.

Si el p valor  $\leq 0.05$  se rechaza la Hipótesis Nula, por lo tanto, se acepta la Hipótesis Alterna

Tabla 16 *Relación de Factores Socioeconómicos y Tangibilidad*

<b>Factores Socioeconómicos</b>	<b>Tangibilidad</b>		
	Rho Spearman	P	N
	,643**	,000	69

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

En la tabla 16 se muestra el análisis de relación entre los Factores Socioeconómicos y la dimensión Tangibilidad. Donde la correlación de Rho Spearman es =0, 643; con un p-valor = 0,000 (correlación positiva media); por lo cual se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula, es decir los Factores Socioeconómicos se relacionan significativamente con la dimensión Tangibilidad. Indicando que a mejor gestión de los Factores Socioeconómicos, mejor será el grado de Tangibilidad dentro de la institución.

#### **4.2.4.3 Resultado de la hipótesis específica 02**

H1 : Existe relación significativa entre los Factores Socioeconómicos y la Fiabilidad de colaboradores en la I.E Manuel Gonzales Prada, 2018

H0 : No existe relación significativa entre los Factores Socioeconómicos y la Fiabilidad de los colaboradores en la I.E Manuel Gonzales Prada, 2018.

Regla de decisión

Si el p valor  $\geq 0.05$  se acepta la hipótesis Nula.

Si el p valor  $\leq 0.05$  se rechaza la Hipótesis Nula, por lo tanto, se acepta la Hipótesis Alterna

Tabla 17 *Relación de Factores Socioeconómicos y Fiabilidad*

<b>Factores Socioeconómicos</b>	<b>Fiabilidad</b>		
	Rho Spearman	P	N
	,698**	,000	69

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

En la tabla 17 se muestra el análisis de relación entre los Factores Socioeconómicos y la dimensión Fiabilidad. Donde la correlación de Rho Spearman es  $=0,698$ ; con un p-valor  $= 0,000$  (correlación positiva media); por lo cual se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula, es decir los Factores Socioeconómicos se relacionan significativamente con la dimensión Fiabilidad. Indicando que a mejor gestión de los Factores Socioeconómicos, mejor será el grado de Fiabilidad dentro de la institución.

#### **4.2.4.4 Resultado de la hipótesis específica 03**

H1 : Existe relación significativa entre los Factores Socioeconómicos y la Capacidad de Respuesta de los colaboradores en la I.E Manuel Gonzales Prada, 2018

H0 : No existe relación significativa entre los Factores Socioeconómicos y la Capacidad de Respuesta de los colaboradores en la I.E Manuel Gonzales Prada, 2018.

Regla de decisión

Si el p valor  $\geq 0.05$  se acepta la hipótesis Nula.

Si el p valor  $\leq 0.05$  se rechaza la Hipótesis Nula, por lo tanto, se acepta la Hipótesis Alterna.

Tabla 18 *Relación de Factores Socioeconómicos y Capacidad de respuesta*

<b>Capacidad de Respuesta</b>			
<b>Factores Socioeconómicos</b>	Rho Spearman	P	N
	$,682^{**}$	$,000$	69

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

En la tabla 18 se muestra el análisis de relación entre los Factores Socioeconómicos y la Capacidad de Respuesta. Donde la correlación de Rho Spearman es  $=0,682$ ; con un p-valor  $= 0,000$  (correlación positiva media); por lo cual se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula, es decir los Factores Socioeconómicos se relacionan significativamente con la dimensión Capacidad de Respuesta. Indicando que a mejor

gestión de los Factores Socioeconómicos, mejor será la Capacidad de respuesta por parte de los colaboradores en la institución.

#### **4.2.4.5 Resultado de la hipótesis específica 04**

H1 : Existe relación significativa entre los Factores Socioeconómicos y dimensión Seguridad de los colaboradores en la I.E Manuel Gonzales Prada, 2018

H0 : No existe relación significativa entre los Factores Socioeconómicos y la dimensión seguridad de los colaboradores en la I.E Manuel Gonzales Prada, 2018.

Regla de decisión

Si el p valor  $\geq 0.05$  se acepta la hipótesis Nula.

Si el p valor  $\leq 0.05$  se rechaza la Hipótesis Nula, por lo tanto, se acepta la Hipótesis Alterna

Tabla 19 *Relación de Factores Socioeconómicos y Seguridad*

<b>Factores Socioeconómicos</b>	<b>Seguridad</b>		
	Rho Spearman	P	N
	,706**	,000	69

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

En la tabla 19 se muestra el análisis de relación entre los Factores Socioeconómicos y la dimensión Seguridad. Donde la correlación de Rho Spearman es =0, 706; con un p- valor = 0,000 (correlación positiva media); por lo cual se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula, es decir los Factores Socioeconómicos se relacionan significativamente con la dimensión Seguridad. Indicando que, a mejor gestión de los Factores Socioeconómicos, mejor será el grado de Seguridad por parte de los colaboradores en la institución.

#### 4.2.4.6 Resultado de la hipótesis específica 05

H1 : Existe relación significativa entre los Factores Socioeconómicos y dimensión Empatía de los colaboradores en la I.E Manuel Gonzales Prada, 2018

H0 : No existe relación significativa entre los Factores Socioeconómicos y la dimensión Empatía de los colaboradores en la I.E Manuel Gonzales Prada, 2018.

Regla de decisión

Si el p valor  $\geq 0.05$  se acepta la hipótesis Nula.

Si el p valor  $\leq 0.05$  se rechaza la Hipótesis Nula, por lo tanto, se acepta la Hipótesis Alterna

Tabla 20 *Relación de Factores Socioeconómicos y Empatía*

		<b>Empatía</b>	
<b>Factores Socioeconómicos</b>	Rho Spearman	P	N
	,671**	,000	69

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

En la tabla 20 se muestra el análisis de relación entre los Factores Socioeconómicos y la dimensión Empatía. Donde la correlación de Rho Spearman es =0, 671; con un p- valor = 0,000 (correlación positiva); por lo cual se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula, es decir los Factores Socioeconómicos se relacionan significativamente con la dimensión Empatía. Indicando que a mejor gestión de los Factores Socioeconómicos, mejor será el grado de Empatía por parte de los colaboradores en la institución.

## **Capítulo V**

### **Conclusiones y recomendaciones**

#### **5.1 Conclusiones**

Bajo la interpretación y análisis de los resultados del presente trabajo de investigación titulado “Factores Socioeconómicos que se relacionan con la calidad de servicios de los colaboradores en la I.E. Manuel Gonzales Prada Naranjos San Martín, 2018”, de acuerdo a lo estudiado se concluye que:

En cuanto a las variables calidad de servicios y factores socioeconómicos se muestra que la relación es mediamente positiva; este resultado valida que la hipótesis formulada sí tiene relación. De este modo para dar solución al problema de calidad de servicios es necesario mejorar los factores socioeconómicos. Dicho de otro modo, a mejor gestión de los factores socioeconómicos, mejor será la calidad de servicios por parte de los colaboradores de la mencionada institución.

Referente a los factores socioeconómicos y la dimensión tangibilidad de los colaboradores en el I.E. Manuel Gonzales, Naranjos San Martín, 2018 se concreta que sí tiene una relación positivamente media, determinando así que: mejorando la gestión de los factores socioeconómicos, se mejorará la identificación con los símbolos del colegio, y la infraestructura será visualmente atractiva.

En cuanto a los factores socioeconómicos y la dimensión fiabilidad de los colaboradores en el I.E. Manuel Gonzales, Naranjos San Martín, 2018 se concreta que sí tiene una relación positivamente media, determinando así que: mejorando la gestión de los factores socioeconómicos, la fiabilidad del cliente externo e interno mejorará considerablemente respecto al colegio, mostrando así mayor interés ante los problemas de los alumnos y



padres, la atención del colaborador sea de primera, y disposición del colegio para ayudar tanto alumnos, profesores y padres de familia.

En consonancia a los factores socioeconómicos y la dimensión capacidad de respuesta de los colaboradores en el I.E. Manuel Gonzales, Naranjos San Martín, 2018 se muestra que hay una relación positivamente media, determinando así que: mejorando la gestión de los factores socioeconómicos, la capacidad de respuesta por parte de la institución mejorará considerablemente, comunicando así con exactitud lo requerido por alumnos y administrativos, brindando una atención rápida y teniendo la disponibilidad de responder dudas, o preguntas expuestas por el recurrente.

De acuerdo a los factores socioeconómicos y la dimensión seguridad de los colaboradores en el I.E. Manuel Gonzales, Naranjos San Martín, 2018 se concreta que hay una relación positivamente media, determinando así que: mejorando la gestión de los factores socioeconómicos, la seguridad en la institución mejorará notablemente, cuyo comportamiento de los trabajadores y administrativos inspirará confianza, las personas se sentirán seguras de realizar sus actividades dentro de la institución, y la cortesía con los recurrentes mejorará.

En cuanto a los factores socioeconómicos y la dimensión empatía de los colaboradores en el I.E. Manuel Gonzales, Naranjos San Martín, 2018 se concreta que se tiene una relación positivamente media, determinando así que: mejorando la gestión de los factores socioeconómicos, la empatía por parte de la institución mejorará inminentemente, ya que se brindará una atención personalizada a los usuarios, todos en conjunto buscarán actuar del modo más conveniente para el usuario, y comprender las necesidades de cada usuario interno y externo de la institución.

## 5.2 Recomendaciones

De acuerdo a la investigación sobre los factores socioeconómicos y la calidad de servicios, se formula las siguientes recomendaciones:

- ❖ Se recomienda a la I.E Manuel Gonzales Prada que siga manteniendo el enfoque dentro de los factores socioeconómicos; en el aspecto económico, que se realice incentivos periódicos y que no haya retrasos de los pagos salariales; en el aspecto social, que haya buenas relaciones afectivas, así mismo que exista buena generación de confianza social; en cuanto al aspecto cultural el cumplimiento de los horarios laborales y fomentar los valores.
- ❖ Seguir brindando una buena atención al cliente, la apariencia física adecuada y atractiva de la infraestructura se mantenga, así mismo fomentar siempre la buena presencia de los colaboradores y que sigan, gestionando la adquisición de material didáctico; de ese modo se contribuirá a brindar una mejor calidad de servicios
- ❖ Seguir cumpliendo las expectativas tanto de alumnos, padres de familia, e internamente de los directivos hacia los colaboradores, demostrar siempre interés sincero ante las inquietudes de los usuarios finales, enfatizando en el servicio hacia los demás; aportando así a mejorar la calidad de servicios
- ❖ Que los colaboradores sigan manteniendo la disposición y la voluntad de brindar un servicio adecuado, solucionando cualquier percance que se presente en el desarrollo de las actividades diarias; por otro lado, seguir brindando una comunicación óptima a los alumnos y padres de familia, ayudando así a mejorar la calidad de servicios.

- ❖ Mantener la confianza creada ante los alumnos, que muestren siempre credibilidad, honestidad e integridad hacia los demás tratándoles siempre con cortesía, facilitando de este modo una mejor calidad de servicios.
- ❖ Seguir impartiendo una adecuada atención a los alumnos, así mismo mostrando un interés de comprensibilidad ante cualquier suceso que se amerite, logrando así una mejora en la calidad de servicios.

### Referencias

- Alalú, L. (2016). *Engagement: Más allá del compromiso del colaborador*. Engagement, Pag. 1-4. Obtenido de <http://www.infocapitalhumano.pe/recursos-humanos/informes/engagement-mas-alla-del-compromiso-del-colaborador>.
- Almagro, S. e. (2013). Economía de la educación: capital humano rendimiento educativo. *Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal*, Pag.3,5. Obtenido de <http://www.redalyc.org/html/413/41303603>.
- Alonso, J. S. (2009). Factores que se relacionan en los gatos. *Universidad Nacional Mayor de San Marcos*, 11,13-17.
- Botina, L. C. (2014). Relaciones interpersonales en el bienestar laboral. *Universidad Mariana*, Pag. 19-22. Obtenido de <http://www.umariana.edu.co/ojs-editorial/index.php/BoletinInformativoCEI/article>.
- Cámere, E. (2012). *Educación Privada*. Instituto de Investigación para el Desarrollo y la Defensa Nacional – Iniden – noviembre 2012. Año 21. N°11. Obtenido de <https://entreeducadores.com/2012/12/28/la-educacion-privada>.
- Castillo, F. A. (2014). La importancia de la imagen personal, la primera impresión queda. *Ética y presentación.*, Pag. 4,6. Obtenido de [https://gestion.pe/tendencias/management-empleo/importancia-imagen personal - primera-impresion-queda-75833](https://gestion.pe/tendencias/management-empleo/importancia-imagen-personal-primera-impresion-queda-75833).
- Chávez, M. L. (2013). Family, Affective Relations and Ethnic Identity among Indigenous Urban Migrants in San Luis Potosí. *SciELO - Scientific Electronic Library Online*.
- Chiavento, I. (2005). *Administración de recursos humanos-El capital humano de las organizaciones*. Rio de Janeiro-Brasil: Edamsa Impresiones S.A. de C.V. Obtenido.[https://educacionparatodalavida.files.wordpress.com/2016/05/administracion\\_de\\_recursos\\_humanos\\_9na\\_e.pdf](https://educacionparatodalavida.files.wordpress.com/2016/05/administracion_de_recursos_humanos_9na_e.pdf).

- Delgado, Lima, Del Pilar, Rodriguez. (2008). *Una estrategia pedagógica extracurricular parra educar valores en la formación profesional de los estudiantes de la Escuela Latinoamericana de Medicina. Panorama Cuba y Salud, Mayo-Agosto, 47-54.* Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=477348935008>.
- Diario Gestión. (2016). ¿Cómo administrar gastos para incrementar ahorro? *Diario Gestión.* Obtenido de <http://gestion.pe/tu-dinero/como-administrar-gastos-incrementar-ahorro-2155732>.
- Dongo, A. (2009). Significadode los Factores Sociales Y Culturales en el Desarrollo Congnitivo. 1-11.
- El Comercio. (25 de Diciembre de 2015). "Los bancos peruanos que más satisfacen a sus clientes". *Diario el Comercio.* Obtenido de <http://elcomercio.pe/economia/personal/bancos-peruanos-que-mas-satisfacen-sus-clientes- noticia-1866580/2>.
- El Comercio. (2016). “El conocimiento eleva el nivel de empleabilidad”. *Diario el comercio.* Obtenido de <http://elcomercio.pe/suplementos/comercial/ejecutivos-estudios/experiencia-importante-base-universidad-1002468>
- El Comercio. (2017). "Cuatro consejos para empezar el año ahorrando y evitar gastos". *El Comercio.* Obtenido de <http://elcomercio.pe/economia/personal/cuatro-consejos-empezar-ano-ahorrando-y-evitar-gastos-noticia>.
- Elizabeth, A. D. (2016). Gestion de calidad y su correlación en la satisfaccion del cliente en la clinica de fertilidad del norte “clinifer” chiclayo-2015. *Universidad Señor de Sipan*, pag. 101,118.
- Escorra M. Luis Miguel. (1980). Cuantificación de la Validez de Contenido por Criterio de Jueces.

- Fabo, C. R. (2017). Extinción del contrato por impago y retrasos continuados en el abono de salarios. *Universidad Pública de Navarra*, Pag. 12,17.
- Fanjul, E. (2010). Factores Culturales e Internacionalización de la Empresa. 1-14.
- Figueroa, J. J. (2014). “Atención al cliente en los servicios de la municipalidad de malacatán san marcos”. *Universidad Rafael Landívar*, Pag. 124,127. Obtenido de <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/01/01/Chang-Juan.pdf>.
- Floreys, H. (2007). Enfoque gerencial de los costos y gastos. *ISSN*, 12,18. Obtenido de <http://ride.org.mx/1-11/index.php/ridesecondario/article/viewFile/130/125>.
- Fuentes, S. (2016). Nivel de experiencia laboral de los trabajadores y la satisfacción de los clientes en la compañía inmobiliaria Alcanfores S.A.C, Lima - Perú. *Universidad Inca García de la Vega.*, Pag. 4,6. Obtenido de <http://repositorio.uigv.edu.pe/handle/20.500.11818/1018>.
- Galván, M. D. (2012). De la idea al concepto en la calidad en los servicios. *Conamed*, Pag. Obtenido de <http://www.medigraphic.com/cgi-bin/new/resumen.cgi Idarticulo>.
- González, J. H. (2012). Emotional relations and the subjectification and identity formation process in high school. *SciELO - Scientific Electronic Library Online.*, Pag. 12,15. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/scielo.php>.
- Gutiérrez. (2010). Propuesta para mejorar el Servicio de Atención al Cliente en la empresa Movistar de la ciudad de Trujillo. *Cybertesis UPAO*, 17-19. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/169645821/Proyecto-de-Tesis-Movistar-Del-Peru>.
- Harmon de white, E. G. (1913). *Consejo para los Maestro, Padres y Alumnos acerca de la Educación Cristiana*. Buenos Aires: Casa Editora Sudamericana.
- Harmon de White, E. G. (1959). *Felicidad y Armonía en el Hogar*. Florida: Casa Editora Sudamericana.
- Harmon de White, E. G. (1967). *Hogar Cristiano*. Florida: Casa Editora Sudamericana.

- Harmon de white, E. G. (1971). *Consejos Sobre Mayordomía Cristiana*. Buenos Aires: Casa Editora Sudamericana.
- Harmon de White, E. G. (1975). *Joya de los Testimonios tomo 2*. Buenos Aires: Casa Editora Sudamericana.
- Harmon de White, E. G. (1995). *Recibirés Poder Harmon*. Buenos Aires: Casa Editora Sudamericana .
- Hernandez, J. V. (2013). Descuentos de las remuneraciones de los trabajadores dependientes. *Universidad de chile*, 11,12. Obtenido de [http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/112721/de-aros\\_j.pdf](http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/112721/de-aros_j.pdf).
- Herrera, B. M. (2010). *Investigación y diseño: Reflexines y consideraciones con respecto al estado de la investigación actual en diseño*.
- Iglesias. (2015). Proyecto de un colegio con enseñanza de calidad basada en aplicación de la metodología de las inteligencias múltiples y horario extendido dirigido a los nse B y C en Lima Norte. *Rpositorio Academico. UPC*, 14-15. doi:10.13140/RG.2.1.1967.7520.
- Ilander, G. P.-B. (2010). Autonomía laboral, transferencia de conocimiento y motivación de los trabajadores como fuente de ventajas competitivas. *SciELO - Scientific Electronic Library Online*, Pag. 3,4. Obtenido de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0121](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121).
- Ismael, C. S. (2015). Las normas de responsabilidad social. Su dimensión en el ámbito laboral de las empresas\*. *Universidad Nacional Autónoma de México*. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/rlds/n20/1870-4670-rlds-20-00003.pdf>.
- Jorge Rojas H. (2010). Confianza: un valor necesario y ausente en la educación. *SciELO - Scientific Electronic Library Online*, Pag. 12,14. Obtenido de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0185](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185).

- Jorge, L. A. (2014). "Análisis de la calidad del servicio de atención en la oficina desconcentrada de osiptel loreto desde la percepción del usuario período junio a setiembre de 2014". *Universidad nacional de la amazonía peruana*, 10,11,18. Obtenido de [http://repositorio.unapikitos.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/3744/Jorge\\_Tesis\\_Maestria\\_2014](http://repositorio.unapikitos.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/3744/Jorge_Tesis_Maestria_2014).
- Jorquera, F. D. (2012). Calidad y Satisfacción en el Servicio a Clientes de la Industria Automotriz: Análisis de principales Factores que afectan la evaluación de los clientes. *Universidad de Chile*, 12-18. Obtenido de <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/108111/Droguett20Jorquera>
- Kramer. (2012). *Confianza requisito que exista riesgo*. Obtenido de <http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/unsa/5089/EDCjigojl.pdf>.
- Labourdette, S. (2007). Relaciones sociales y poder <http://www.scielo.org.ar/pdf/orisoc/v7/v7a02.pdf>. 1-21.
- Lancha, J. M. (2015). *Cuatro factores clave para una buena gestión reputacional*. Obtenido de <http://udep.edu.pe/hoy/2015/jose-manuel-lancha-riesgo-reputacional>.
- Liza Soriano de Silva, C. M. (2016). Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente en una. *Universidad Privada del Norte*, 13,14,17. Obtenido de <http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle>.
- María Leonor Conejeros S. (2010). Confianza: un valor necesario y ausente en la educación. *SciELO - Scientific Electronic Library Online*. Obtenido de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0185](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185).
- María.A.Acosta & David, P. D. (2014). Análisis de la calidad del servicio al cliente interno y externo para propuesta de modelo de gestión de calidad en una empresa de seguros en una empresa en Guayaquil . *Universidad politécnica salesiana del ecuador*,12,17,18.



- Mendoza, E. O. (2013). Justo a tiempo como herramienta para mejorar el servicio al cliente en empresas comercializadoras de equipo de cómputo de la ciudad de quetzaltenango”. *Universidad Rafael Landívar*, Pag. 13,14. Obtenido de <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2013/01/01/Mendoza-Edvin.pdf>.
- Minaya Robles Jonathan, R. R. (2017). “Capacidad de respuesta del personal, pacientes y familiares ante un simulacro en caso de sismo del servicio de emergencia de un hospital nacional”. *Cayetano Heredia*, pag. 32,33. Obtenido de <http://repositorio.upch.edu.pe>.
- Miranda, C. O. (2012). La definición de factores sociales en el marco de las investigaciones actuales. *Revisa Santiago- Costa Rica*, Pag. 4-7. Obtenido de <https://sites.google.com/site/e518tecnofilosofia/-que-entendemos-por-factores-sociales>.
- Miranda, C. O. (2012). La definición de factores sociales en el marco de las investigaciones actuales. *Universidad de Oriente, Santiago de Cuba*, Pag. 12,22. Obtenido de <https://revistas.uo.edu.cu/index.php/stgo/article/viewFile/164/159>.
- Mirosław, M. C. (2005). El desarrollo de las relaciones interpersonales en las experiencias transculturales: Una aportación del enfoque centrado en la persona. *Universidad ibeoamericana*.
- Montenegro, L. (2015). *Factores y sectores económicos relacionados en LAS Pymes*. Obtenido de <https://www.gestion.org/economia-empresa/3359/factores-economicos-en-la-empresa>.
- Montoya, C. C. (2017). Servicio en el sector Transporte terrestre interprovincial en el Perú. *Pontificia Universidad Católica del Perú*, Pag. 12,15. Obtenido de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio>.

- Morales, P. V. (2016). Nuevo Impacto de la Calidad. *Estrucplan*, Pag.1-3. Obtenido de <https://www.estrucplan.com.ar/Producciones/imprimir.asp?IdEntrega=2607>.
- Moya, M. A. (2012). *Fundamental od trhe economy*. Obtenido de [http://ru.iiec.unam.mx/2462/1/Fundamentos de economia secuencia correcta](http://ru.iiec.unam.mx/2462/1/Fundamentos%20de%20economia%20secuencia%20correcta).
- Oliva, A. (2006). Relaciones familiares y desarrollo adolescente. Anuario de Psicología, Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=97012834001>.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco). (2005). *¿Cultura y desarrollo? ¿Desarrollo y cultura?* Lima: Imprenta San Miguel S.R.L. Obtenido de <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001440/144076s>.
- Orianna, G. (2015). Análisis de incentivos laborales otorgados a los trabajadores de la empresa dedicada al sector hotero ubicada en tucacas, estado falcón. *Universidad de carabobo*, 12,14-16.
- Pelaes. (2015). Hacia la calidad de los servicios de las empresas contratistas de telefónica del Perú. *Cybertesis Unmsm*, 14-17. Obtenido de <http://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/cybertesis/2722>.
- Pelaes. (2015). Hacia la calidad de los servicios de las empresas contratistas de telefónica del Perú. *Cybertesis Unmsm*, 14-17. Obtenido de <http://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/cybertesis/2722>.
- Pozner, P. (2000). *Resolución de problemas*. Obtenido de [http://www.poznerpilar.org/biblioteca/museo\\_feria/www.pgi.me.gov.ar/download/Mod07](http://www.poznerpilar.org/biblioteca/museo_feria/www.pgi.me.gov.ar/download/Mod07).
- Rajimón. (2016). Importancia de la educación para el desarrollo económico. *Banco Mundial -BIRF-AJF*, Pag.1-3. Obtenido de <https://blogs.worldbank.org/voices/es/por-que-la-educacion-es-importante-para-el-desarrollo-economico>.

- RÍOS, C. K. (2014). La calidad del servicio al cliente y su fidelidad del servicio al cliente y su económicos y financieros de la empresa restaurante campestre sac - Chiclayo periodo enero a septiembre 2011 y 2012. *Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo*, Pag. 22,23. Obtenido de <http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat>.
- Rodríguez Arroyo A. (2009). Plan de comercialización para el producto en el mercado nacional. *Universidad de Costa Rica*, Pag. 28,29. Obtenido de <http://www.kerwa.ucr.ac.cr/bitstream/handle/10669/15345/15345>.
- Salinas, L. &. (2013). Evaluación de la calidad de los servicios a bordo, en las empresas de transporte interprovincial de la ciudad de Trujillo en el año 2013. *Repositotio Upao*, 10,11,12-18.
- Sánchez. (2007). Gente bien, gente decente: Fronteras simbólicas, procesos de identificación y diferenciación de profesionales pertenecientes a las clases medias en Cali. *Revista Científica Guillermo de Ockham*. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=105316864>.
- Sanchez, A. (2011). *Tecnología de gestión y filosofía*. Obtenido de <https://sites.google.com/site/e518tecnofilosofia/-que-entendemos-por-factores-sociales>.
- Santiago, Á. C. (2001). El debate de las necesidades en la era de la globalización: Un análisis del patrón de consumo alimentario español en los últimos veinticinco años. *Enfoque Económico. Biblioteca central de la Universidad de Complutencia de Madrid*, 12,16. Obtenido de <https://biblioteca.ucm.es/tesis/cee/ucm-t25412>.
- Sanz, S. (2009). Concepto, dimensiones y antecedentes de la confianza en los entornos. *Teoría y Praxis*, Pag. 14,22. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/4561/456145109003>.

- Segura, B. y. (2010). La importancia del aprendizaje y conocimiento del idioma ingles. *Aprendiendo en lenguas extranjeras.*, Pag. 12,14. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6234740>.
- Sorett, M. A. (2009). La calidad del servicio que brinda la Escuela de Postgrado de la Armada (EPAR). *Cybertesis UNMSM*, 15-19. Obtenido de [http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/4264/Suarez\\_br.p?sequence=1](http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/4264/Suarez_br.p?sequence=1).
- Steizel, S. (2015). La relación interpersonal hacia arriba en entornos virtuales de trabajo: una comparación entre trabajadores presenciales y virtuales. *Universitat Oberta de Catalunya*.
- Suárez M. (1997). A tono con la tecnología ciberespacial . *Colombia Médica*, 28() Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28328201>.
- Valverde, J. R. (2012). El retraso reiterado en el pago del salario. *Red de Asesorias Ius Time*, Pag.1,2. Obtenido de <http://iusasesor.com/not/626/el-retraso-reiterado-en-el-pago-del-salario-por-la-empresa-debe-superar-los-3-meses>.
- Vargas. (2000). El aprendizaje de lenguas extranjeras como herramienta. *SPEACK ENGLISH UNIVERSITY*, Pag.24,25. Obtenido de [https://www.oei.es/historico/congresolenguas/comunicacionesPDF/Bonilla\\_Alvaro2.pdf](https://www.oei.es/historico/congresolenguas/comunicacionesPDF/Bonilla_Alvaro2.pdf)
- VILLAIZÁN, S. R. (2007). La satisfacción estudiantil con la calidad educativa de la Universidad. *Pontificia Universidad Catolica del Peru*, 9,10,11. Obtenido de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/620>.
- Viñarás Abad, Mónica. (2013). Estrategias de comunicación para generar confianza. *Comunicación y Hombre*, Noviembre-, 58-73. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=129429455004>.

Voutsas Juan M. (2011). Cultural, economic and social factors of documentary digital preservation. *SciELO - Scientific Electronic Library Online.*, Pag. 2-4.

Yulema, K. A. (2011). “Examen Especial a las cuentas de Anticipo de Fondos, Inversiones en Bienes de larga duración, Ingresos y Gastos de Gestión del 1 de Enero al 31 de Diciembre del 2010 en el instituto Tecnológico Superior Juan de Velasco. *Escuela superior politécnica de chimborazo*, 23,34.

Zeithaml, V. A. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *INNOVAR, revista de ciencias administrativas y sociales.*, Pag. 6,7.  
Obtenido de <http://www.redalyc.org/html/818/81802505>.

## **Anexos**

### *Anexo 1 Instrumento Validado*

Instrumento Validado

Universidad Peruana Unión

Facultad de Ciencias Empresariales

Escuela Profesional Administración

### **Cuestionario: Factores y calidad de servicios**

El presente cuestionario tiene el propósito de recoger información correspondiente al desarrollo de una tesis titulada: Factores socioeconómicos que se relacionan con la Calidad de Servicio de los colaboradores, en la I.E. Manuel Gonzales Prada Naranjos San Martin, 2018. En este sentido, agradecemos de antemano la honestidad de sus respuestas, dada la seriedad exigida por una investigación.

### **I. INFORMACIÓN DEMOGRÁFICA**

Marque con una X el número que corresponda a su respuesta,

#### **1. Género:**

Masculino (1)                      Femenino (2)

#### **2. Edad del encuestado**

Menos de 30 años            (1)

31 – 40 años                    (2)

41 – 50 años                    (3)

Más de 51                        (4)

#### **3. Estado civil**

Casado (1)   Soltero (2)      Divorciado (3)   Conviviente ( )

#### **4. Religión**

Católico (1)      Protestante (2)

**5. Grado de instrucción**

Superior (1) Técnico Superior (2)

**6. Condición laboral**

Contratado (1) Nombrado (2)

**7. Procedencia del encuestado**

Costa (1) Sierra (2) Selva (3)

**II. INFORMACIÓN SOBRE LAS VARIABLES DE INVESTIGACIÓN:**

Cada ítem tiene cinco posibles respuestas, marque con una X el número de la columna que corresponda a su respuesta.

Nunca	Casi nunca	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
1	2	3	4	5

	Ítems					
	<b>Factores Socio - económicos</b>					
	<b>Factor económico</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
1	Como colaborador de la institución Manuel Gonzales Prada, percibo ingresos económicos buenos.					
2	Como colaborador de la institución Manuel Gonzales Prada, percibo gastos mensuales elevados.					
3	Como colaborador de la institución Manuel Gonzales Prada, observo la presencia de descuentos remunerativos.					
4	Como colaborador de la institución Manuel Gonzales Prada, tengo acceso a incentivos periódicos.					
5	Como colaborador de la institución Manuel Gonzales Prada, veo retrasos en el pago salarial.					
	<b>Factor Social</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
6	Como colaborador de la institución Manuel Gonzales Prada, considero que tengo un nivel de educación aceptable.					

7	Como colaborador de la institución Manuel Gonzales Prada, tengo un puesto aceptable dentro de la institución.					
8	Como colaborador de la institución Manuel Gonzales Prada, tengo buenas relaciones afectivas con los estudiantes, padres y administrativos.					
9	Como colaborador de la institución Manuel Gonzales Prada, considero que la experiencia en mi labor genera confianza social.					
	<b>Factor Cultural</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
10	Como colaborador de la institución Manuel Gonzales Prada, cumpro mi horario laboral como referente de los valores.					
11	Como colaborador de la institución Manuel Gonzales Prada, tengo acceso a la tecnología de una manera aceptable.					
12	Como colaborador de la institución Manuel Gonzales Prada, me identifico con los símbolos de la institución.					
	<b>Calidad de servicios</b>					
	<b>Tangibilidad</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
13	Como colaborador de la institución Manuel Gonzales Prada, me identifico con los símbolos de la institución.					
14	Las instalaciones físicas de la institución Manuel Gonzales Prada son visualmente atractivas.					
15	Los colaboradores de la institución Manuel Gonzales Prada tienen buena presencia.					
16	En la institución Manuel Gonzales Prada, el material asociado con la atención (como folletos, afiches y volantes) es visualmente atractivo.					
	<b>Fiabilidad</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
17	La institución Manuel Gonzales Prada, cuando promete hacer algo en una fecha determinada, lo cumple (pedidos, entregas).					
18	Cuando los alumnos o padres de estos tienen problemas, la institución Manuel Gonzales Prada muestra un interés sincero por solucionarlo.					
19	La institución Manuel Gonzales Prada le presta un buen servicio en la atención como colaborador.					
20	Como colaborador de la institución Manuel Gonzales Prada cometo errores frecuentes en los registros y documentos.					



21	La institución Manuel Gonzales Prada está dispuesta a ayudarlo.					
	<b>Capacidad de respuesta</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
22	Como colaborador de la institución Manuel Gonzales Prada comunico con exactitud lo requerido por alumnos y administrativos.					
23	Como colaborador de la institución Manuel Gonzales Prada proporciono una atención rápida.					
24	Como colaborador de la institución Manuel Gonzales Prada siempre estoy dispuesto a ayudar.					
25	Como colaborador de la institución Manuel Gonzales Prada nunca estoy demasiado ocupado para responder a preguntas expuestas.					
	<b>Seguridad</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
26	Como colaborador de la institución Manuel Gonzales Prada considero que mi comportamiento inspira confianza.					
27	Como colaborador de la institución Manuel Gonzales Prada me siento seguro de realizar mis actividades.					
28	Como colaborador de la institución Manuel Gonzales Prada considero que soy cortés con alumnos, padres, y administrativos.					
29	Como colaborador de la institución Manuel Gonzales Prada tengo los conocimientos necesarios para contestar preguntas.					
	<b>Empatía</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
30	Como colaborador de la institución Manuel Gonzales Prada, tengo un horario adecuado para atender a todos los usuarios.					
31	Como colaborador de la institución Manuel Gonzales Prada, brindo una atención personalizada todos los usuarios.					
32	Como colaborador de la institución Manuel Gonzales Prada, me intereso por actuar del modo más conveniente para los usuarios.					
33	Como colaborador de la institución Manuel Gonzales Prada, comprendo las necesidades de cada usuario interno y externo de la institución					

## Anexo 2 Matriz instrumental

TÍTULO	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	DEFINICIÓN INSTRUMENTAL	ESCALA
<b>Factores que se relacionan con la calidad de servicios de los colaboradores, en la I.E. Manuel Gonzales Prada, Naranjos San Martín, 2018.</b>	<b>Factores</b>	<b>Factor Económico</b>	Percepción de ingresos económicos buenos	1) Como colaborador de la institución Manuel Gonzales Prada, percibo ingresos económicos buenos.	<b>1=nunca 2=casi nunca 3=algunas veces 4=casi siempre 5=siempre Bernal &amp; Edquen (2017), Escala Likert</b>
			Percepción de gastos mensuales elevados	2) Como colaborador de la institución Manuel Gonzales Prada, percibo gastos mensuales elevados.	
			Presencia de descuentos remunerativos	3) Como colaborador de la institución Manuel Gonzales Prada, observo la presencia de descuentos remunerativos.	
			Acceso a incentivos periódicos	4) Como colaborador de la institución Manuel Gonzales Prada, tengo acceso a incentivos periódicos.	
			Retraso en el pago salarial	5) Como colaborador de la institución Manuel Gonzales Prada, veo retrasos en el pago salarial.	
		<b>Factor Social</b>	Nivel de educación aceptable	6) Como colaborador de la institución Manuel Gonzales Prada, considero que tengo un nivel de educación aceptable.	
			Cargo aceptable	7) Como colaborador de la institución Manuel Gonzales Prada, tengo un puesto aceptable dentro de la institución.	
			Buenas relaciones afectivas	8) Como colaborador de la institución Manuel Gonzales Prada, tengo buenas relaciones afectivas con los estudiantes, padres y administrativos.	

		Generación de confianza social	9) Como colaborador de la institución Manuel Gonzales Prada, considero que la experiencia en mi labor genera confianza social.	
		Cumplimiento del horario laboral con valores	10) Como colaborador de la institución Manuel Gonzales Prada, cumplo mi horario laboral como referente de los valores.	
		Acceso a la tecnología	11) Como colaborador de la institución Manuel Gonzales Prada, tengo acceso a la tecnología de una manera aceptable.	
	Factor Cultural	Identificación con los símbolos del colegio	12) Como colaborador de la institución Manuel Gonzales Prada, me identifico con los símbolos de la institución.	
<b>Calidad de servicios</b>	Tangibilidad	Atención	13) Para una adecuada atención; la institución Manuel Gonzales Prada cuenta con un equipamiento de aspecto moderno.	<b>1=nunca 2=casi nunca 3=algunas veces 4=casi siempre 5=siempre Parasuraman (1991), Escala de Likert</b>
		Instalaciones Físicas	14) Las instalaciones físicas de la institución Manuel Gonzales Prada son visualmente atractivas.	
		Presencia	15) Los colaboradores de la institución Manuel Gonzales Prada tienen buena presencia.	
		Material	16) En la institución Manuel Gonzales Prada, el material asociado con la atención (como folletos, afiches y volantes) es visualmente atractivo.	
	Fiabilidad	Promesa	17) La institución Manuel Gonzales Prada, cuando promete hacer	

			algo en una fecha determinada, lo cumple (pedidos, entregas).
		Interés sincero	18) Cuando los alumnos o padres de estos tienen problemas, la institución Manuel Gonzales Prada muestra un interés sincero por solucionarlo.
		Servicio	19) La institución Manuel Gonzales Prada le presta un buen servicio en la atención como colaborador.
		Énfasis	20) Como colaborador de la institución Manuel Gonzales Prada cometo errores frecuentes en los registros y documentos.
			21) La institución Manuel Gonzales Prada está dispuesta a ayudarlo.
	Capacidad de respuesta	Comunicación	22) Como colaborador de la institución Manuel Gonzales Prada comunico con exactitud lo requerido por alumnos y administrativos.
		Servicio Rápido	23) Como colaborador de la institución Manuel Gonzales Prada proporciono una atención rápida.
		Disponibilidad	24) Como colaborador de la institución Manuel Gonzales Prada siempre estoy dispuesto a ayudar.
			25) Como colaborador de la institución Manuel Gonzales Prada nunca estoy demasiado ocupado para responder a preguntas expuestas.
	Seguridad	Confianza	26) Como colaborador de la institución Manuel Gonzales Prada

			considero que mi comportamiento inspira confianza.
		Seguridad	27) Como colaborador de la institución Manuel Gonzales Prada me siento seguro de realizar mis actividades.
		Cortesía	28) Como colaborador de la institución Manuel Gonzales Prada considero que soy cortés con alumnos, padres, y administrativos.
		Conocimientos necesarios	29) Como colaborador de la institución Manuel Gonzales Prada tengo los conocimientos necesarios para contestar preguntas.
	Empatía	Horario	30) Como colaborador de la institución Manuel Gonzales Prada, tengo un horario adecuado para atender a todos los usuarios.
		Atención	31) Como colaborador de la institución Manuel Gonzales Prada, brindo una atención personalizada a todos los usuarios.
		Interés	32) Como colaborador de la institución Manuel Gonzales Prada, me intereso por actuar del modo más conveniente para los usuarios.
		Comprensión	33) Como colaborador de la institución Manuel Gonzales Prada, comprendo las necesidades de cada usuario interno y externo de la institución?

## Anexo 3 Matriz de consistencia

<b>Título</b>	<b>Problema General</b>	<b>Objetivo General</b>	<b>Hipótesis General</b>	<b>Diseño</b>
<b>Factores socioeconómicos que se relacionan con la calidad de servicios de los colaboradores, en la I.E. Manuel Gonzales Prada, Naranjos San Martín, 2018.</b>	¿Cuál es la relación de los factores socioeconómicos con la calidad de servicios de los colaboradores, en la I.E. Manuel Gonzales Prada Naranjos San Martín, 2018?	Determinar la relación de los factores socioeconómicos con la calidad de servicios de los colaboradores, en la I.E. Manuel Gonzales Prada, Naranjos San Martín, 2018.	¿Los factores socioeconómicos tienen relación significativa con la calidad de servicios de los colaboradores, en la I.E. Manuel Gonzales Prada, Naranjos San Martín, 2018?	Descriptivo-no experimental -corte transversal Hernández, Fernández y Baptista (2014) X Y
	<b>Problemas Específicos</b>	<b>Objetivos Específicos</b>	<b>Hipótesis Específicas</b>	
	¿Cuál es la relación de los factores socioeconómicos con la tangibilidad de los colaboradores, en la I.E. Manuel Gonzales Prada, Naranjos San Martín, 2018?	Determinar la relación de los factores socioeconómicos con la tangibilidad de los colaboradores, en la I.E. Manuel Gonzales Prada, Naranjos San Martín, 2018.	¿Los factores socioeconómicos tienen relación significativa con la tangibilidad de los colaboradores, en la I.E. Manuel Gonzales Prada, Naranjos San Martín, 2018.?	X Y1

<p>¿Cuál es la influencia de los factores socioeconómicos con la fiabilidad de los colaboradores, en la I.E. Manuel Gonzales Prada, Naranjos San Martín, 2018?</p>	<p>Determinar la relación de los factores socioeconómicos con la fiabilidad de los colaboradores, en la I.E. Manuel Gonzales Prada, Naranjos San Martín, 2018.</p>	<p>Los factores socioeconómicos tienen relación significativa con la fiabilidad de los colaboradores, en la I.E. Manuel Gonzales Prada, Naranjos San Martín, 2018</p>	<p>X Y2</p>
<p>¿Cuál es la relación de los factores socioeconómicos con la capacidad de respuesta de los colaboradores, en la I.E. Manuel Gonzales Prada, Naranjos San Martín, 2018?</p>	<p>Determinar la relación de los factores socioeconómicos con la capacidad de respuesta de los colaboradores, en la I.E. Manuel Gonzales Prada, Naranjos San Martín, 2018.</p>	<p>¿Los factores socioeconómicos tienen relación significativa con la capacidad de respuesta de los colaboradores, en la I.E. Manuel Gonzales Prada, Naranjos San Martín, 2018?</p>	<p>X Y3</p>
<p>¿Cuál es la relación de los factores socioeconómicos con la seguridad de los colaboradores, en la I.E. Manuel Gonzales Prada, Naranjos San Martín, 2018?</p>	<p>Determinar la relación de los factores socioeconómicos con la seguridad de los colaboradores, en la I.E. Manuel Gonzales Prada, Naranjos San Martín, 2018.</p>	<p>¿Los factores socioeconómicos tienen relación significativa con la seguridad de los colaboradores, en la I.E. Manuel Gonzales Prada, Naranjos San Martín, 2018?</p>	<p>X Y4</p>

	<p>¿Cuál es la relación de los factores socioeconómicos con la empatía de los colaboradores, en la I.E. Manuel Gonzales Prada, Naranjos San Martín, 2018?</p>	<p>Determinar la relación de los factores socioeconómicos con la empatía de los colaboradores, en la I.E. Manuel Gonzales Prada, Naranjos San Martín, 2018.</p>	<p>¿Los factores socioeconómicos tienen relación significativa con la empatía de los colaboradores, en la I.E. Manuel Gonzales Prada, Naranjos San Martín, 2018?</p>	<p>X</p>	<p>Y5</p>
--	---	---	--	----------	-----------



Anexo 4 Carta de aceptación



DIRECCIÓN REGIONAL DE EDUCACIÓN  
UNIDAD DE GESTIÓN EDUCATIVA LOCAL DE RIOJA  
INSTITUCIÓN EDUCATIVA "MANUEL GONZALES PRADA"



**"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"**  
**"Año del Diálogo y la Reconciliación Nacional"**

Naranjos, 19 Junio del 2018

Lic. David Troya Palomino

CORDINADOR DE LA E.P.ADMINISTRACIÓN, FILIAL TARAPOTO.

Presente:

Tengo el agrado de dirigirme a usted con la finalidad de hacer de su conocimiento que la Srta. Marleni Bernal Ticlla, Bachiller de la carrera de Administración con mención en gestión empresarial, de la Institución Universitaria que usted representa, ha sido admitida para realizar su tesis titulada "Factores que se relacionan con la calidad de servicio de los colaboradores" en la I.E. Manuel Gonzales Prada, Naranjos San Martín, 2018.

Aprovecho la oportunidad para expresarle mi consideración y estima personal.

Atentamente:


 Unidad de Gestión Educativa Local de Rioja  
*E. Pardo Miguel*  
 Prof. E. Pardo Miguel Sánchez  
 C.M. 1027059013

CORREO ELECTRONICO: [iemgonzalespradra@gmail.com](mailto:iemgonzalespradra@gmail.com)

AV. PARDO MIGUEL S/N  
DIRECTOR RPM N° 979500533  
SUB DIRECCIÓN. RPM. N° 942978929

PARDO MIGUEL – NARANJOS