

**UNIVERSIDAD NACIONAL AMAZÓNICA DE MADRE
DE DIOS**

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y
NEGOCIOS INTERNACIONALES**



TESIS

**“Calidad de servicio a través del modelo kano en la
Dirección Regional de Educación Madre de Dios - Puerto
Maldonado 2024”**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

AUTORES:

Bach. FLORES COLLADO, Geraldine
Aleli

Bach. SERNA PARIGUANA, Reny.

ASESORA:

Dra. PAREDES VALVERDE, Yolanda.

CO – ASESOR:

Dr. QUISPE HERRERA, Rosel.

Puerto Maldonado, julio 2025

**UNIVERSIDAD NACIONAL AMAZÓNICA DE MADRE
DE DIOS**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y
NEGECIOS INTERNACIONALES**



TESIS

**“Calidad de servicio a través del modelo kano en la
Dirección Regional de Educación Madre de Dios - Puerto
Maldonado 2024”**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

AUTORES:

Bach. FLORES COLLADO, Geraldine
Alelí

Bach. SERNA PARIGUANA, Reny.

ASESORA:

Dra. PAREDES VALVERDE, Yolanda.

CO – ASESOR:

Dr. QUISPE HERRERA, Rosel.

Puerto Maldonado, julio 2025

DEDICATORIA

"Dedico la presente tesis a mis padres, mi refugio y mayor fuente de fortaleza, por su amor incondicional y por acompañarme en cada paso de este camino. A mis amigos, por sus palabras de aliento y constante apoyo. Finalmente, a todos aquellos que, de una u otra manera, han sido parte de este largo y desafiante proceso."

Bach. FLORES COLLADO, Geraldine Alelí.

Dedico esta tesis a mí mismo, por el esfuerzo y la dedicación invertidos en cada etapa de este proceso. A mi madre, por su apoyo incondicional que han sido fundamentales en este camino. A mi asesora de tesis, por su invaluable orientación y guía intelectual.

Bach. SERNA PARIGUANA, Reny.

AGRADECIMIENTO

A lo largo de este proceso académico, hemos contado con el valioso apoyo de diversas personas e instituciones, sin las cuales la realización de esta tesis no habría sido posible. Por ello, deseo expresar mi más profundo agradecimiento.

En primer lugar, extendo mi gratitud a la **Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios**, no solo por ser el espacio donde hemos crecido como profesionales, sino también por su inquebrantable compromiso con el desarrollo de la educación en nuestra región. El respaldo y las facilidades brindadas por esta casa de estudios han sido esenciales para el desarrollo de esta investigación.

A nuestros asesores de tesis, la Dra. **Yolanda Paredes Valverde** y el Dr. **Rosel Quispe Herrera**, así como a los miembros del jurado revisor, les expreso mi más sincero reconocimiento por guiarnos con su sabiduría, inspirarnos con su dedicación, y enseñarnos que en la búsqueda del conocimiento nunca se transita en soledad.

Asimismo, agradezco profundamente a la **Dirección Regional de Educación de Madre de Dios**, cuya invaluable colaboración y apoyo han sido fundamentales para la realización de esta investigación. Su disposición para facilitar el acceso a información relevante ha sido determinante en la culminación exitosa de este trabajo, por lo cual manifiesto mi gratitud y reconocimiento.

Bach. FLORES COLLADO, Geraldine
Alelí.

Bach. SERNA PARIGUANA, Reny.

TURNITIN_ALELI FLORES Y RENY SERNA

INFORME DE ORIGINALIDAD

6%

INDICE DE SIMILITUD

7%

FUENTES DE INTERNET

4%

PUBLICACIONES

1%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

hdl.handle.net

Fuente de Internet

4%

2

repositorio.unas.edu.pe

Fuente de Internet

1%

3

repositorio.cidecuador.org

Fuente de Internet

1%

4

alicia.concytec.gob.pe

Fuente de Internet

1%

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias < 1%

Excluir bibliografía

Activo

PRESENTACIÓN

SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO:

Nos dirigimos a ustedes con gran respeto y entusiasmo para presentarles la investigación intitulada **“CALIDAD DE SERVICIO A TRAVÉS DEL MODELO KANO EN LA DIRECCIÓN REGIONAL DE EDUCACIÓN MADRE DE DIOS – PUERTO MALDONADO 2024”**, la misma que fue desarrollada acorde al “Reglamento General de Grados y Títulos de la Universidad Nacional de Madre de Dios”. A través de la investigación, se podrá obtener información valiosa sobre las necesidades y demandas de los usuarios. Esto permitió comprender qué aspectos están funcionando bien y cuáles requieren atención en este importante organismo público, al conocer las necesidades y expectativas de los usuarios, se pueden tomar medidas adecuadas para satisfacerlas de manera efectiva.

Esperamos que con nuestra investigación la Dirección Regional de Educación de Madre de Dios pueda optimizar los servicios ofrecidos, fortalecer su imagen y tomar decisiones informadas. Así mismo esperamos que sea de utilidad para cualquier otra entidad interesada en mejorar la calidad del servicio y la satisfacción del usuario.

Atentamente,

Bach. FLORES COLLADO, Geraldine
Alelí.

Bach. SERNA PARIGUANA, Reny.

RESUMEN

En el presente trabajo se tuvo como objetivo analizar la calidad de servicio a través del modelo Kano en la Dirección Regional de Educación Madre de Dios – Puerto Maldonado 2024. La metodología empleada fue de enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental y de nivel descriptivo. Como instrumento de recolección de datos, se utilizaron encuestas basadas en el modelo Kano, aplicadas mediante una escala Likert. La población estimada fue de 35,971 personas, de la cual se extrajo una muestra aleatoria simple de 380 participantes. Las mediciones y análisis mediante el método Kano nos permitió clasificar a la dimensión de “Fiabilidad” como “Calidad Mínima”, ya que su ausencia genera una insatisfacción de -79.26% y su presencia aporta una satisfacción de 37.47%; la dimensión de “Capacidad de Respuesta” es clasificada como “Calidad Lineal”, con una insatisfacción de -71.10% en su ausencia y una satisfacción de 67.46% cuando está presente; la dimensión de “Seguridad” también se clasifica como “Calidad Mínima”, generando -77.11% de insatisfacción en su ausencia y 48.55% de satisfacción en su presencia; la dimensión de “Empatía” se considera “Calidad Lineal”, con -52.81% de insatisfacción en su carencia y 65.18% de satisfacción en su presencia; finalmente, la dimensión de “Elementos Tangibles” es clasificada como “Calidad Mínima”, ya que su ausencia produce -53.33% de insatisfacción, mientras que su presencia otorga 43.68% de satisfacción.

Palabras claves: Kano, calidad de servicio, calidad mínima, calidad lineal, calidad atractiva, calidad indiferente, fiabilidad, empatía, seguridad, capacidad de respuesta, elementos tangibles, satisfacción, percepción

ABSTRACT

The objective of this work was to analyze the quality of service through the Kano model in the Regional Directorate of Education Madre de Dios - Puerto Maldonado 2024. The methodology used was a quantitative approach, with a non-experimental design and a descriptive level. As a data collection instrument, surveys based on the Kano model were used, applied using a Likert scale. The estimated population was 35,971 people, from which a simple random sample of 380 participants was extracted. The measurements and analysis using the Kano method allowed us to classify the "Reliability" dimension as "Must Be Quality", since its absence generates a dissatisfaction of -79.26% and its presence provides a satisfaction of 37.47%; the "Responsiveness" dimension is classified as "one dimensional Quality", with a dissatisfaction of -71.10% in its absence and a satisfaction of 67.46% when present; the "Security" dimension is also classified as "Must Be Quality", generating -77.11% dissatisfaction in its absence and 48.55% satisfaction in its presence; the "Empathy" dimension is considered "one dimensional Quality", with -52.81% dissatisfaction in its absence and 65.18% satisfaction in its presence; finally, the "Tangible Elements" dimension is classified as "Must Be Quality", since its absence produces -53.33% dissatisfaction, while its presence gives 43.68% satisfaction.

Keywords: Kano, quality of service, must-Be quality, one dimensional quality, attractive quality, indifferent quality, reliability, empathy, security, responsiveness, tangible elements, satisfaction, perception.

INTRODUCCIÓN

La globalización ha reforzado significativamente la importancia del concepto de calidad de servicio en la gestión, tanto pública como privada. Actualmente, se prioriza la provisión de servicios que no solo sean adecuados, sino que además superen las expectativas y satisfagan plenamente las necesidades de los usuarios o consumidores. En el caso de la Dirección Regional de Educación de Madre de Dios, su rol crucial en el desarrollo y promoción de la educación resalta la importancia de garantizar la excelencia en su oferta educativa, asegurando el éxito de su misión y el bienestar de la comunidad educativa. Por tanto, el objetivo general de este proyecto de estudio es analizar la calidad de servicio a través del modelo Kano en la Dirección Regional de Educación Madre de Dios – Puerto Maldonado 2024.

La investigación se dividió en cuatro capítulos:

En el primer capítulo, se describe el problema a analizar, así como los objetivos generales y específicos y los problemas tanto generales como específicos que se plantearán en el estudio.

El segundo capítulo tiene como finalidad fundamentar a nivel conceptual los términos que se utilizarán en la investigación, así como presentar estudios previos relacionados con el tema de estudio.

En el tercer capítulo, se detalla la metodología empleada para la realización del estudio, y se determina el modelo y diseño de la investigación, así como las técnicas y métodos empleados para recopilar la información necesaria y estimar la población objeto de análisis.

En el cuarto capítulo se presentarán y analizarán los resultados obtenidos a través de las herramientas empleadas en el estudio, de acuerdo con los objetivos planteados en la investigación.

En la sección final de la investigación, se presentarán las discusiones y recomendaciones obtenidas a partir de los resultados analizados. Asimismo, se incluirá una lista de las fuentes bibliográficas consultadas para la realización del trabajo.

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	
AGRADECIMIENTO.....	
RESUMEN	
ABSTRACT	
INTRODUCCIÓN	
INDICE DE FIGURAS	
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	
CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	1
1.1. Descripción del Problema.....	1
1.2. Formulación del Problema.....	3
1.2.1. Problema General	3
1.2.2. Problemas Específicos	3
1.3. Objetivos	4
1.3.1. Objetivo General	4
1.3.2. Objetivos Específicos	4
1.4. Variable.....	5
1.5. Operacionalización de la Variable.....	6
1.6. Justificación.....	7
1.7. Consideraciones Éticas	7
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	9
2.1. Antecedentes de estudio	9
2.1.1. Calidad de Servicio	9
Antecedentes Internacionales	9
Antecedentes Nacionales.....	15
Antecedentes Regionales	20
2.2. Modelo Teórico	23

2.3. Marco Teórico	26
2.3.1. Calidad de Servicio	26
2.3.2. Satisfacción del Usuario	31
2.4. Definición de Términos	33
2.4.1. Calidad de Servicio	33
2.4.2. Satisfacción del usuario	34
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	35
3.1. Tipo de Estudio.....	35
3.2. Diseño de Estudio.....	35
3.3. Población y Muestra	35
3.3.1. Población	35
3.3.2. Muestra	37
3.4. Métodos y Técnicas	38
3.4.1. Métodos	38
3.4.2. Técnicas	39
3.5. Tratamiento de los Datos.....	39
CAPÍTULO IV: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	40
4.1 Confiabilidad del instrumento.....	40
4.1.2 Análisis de la variable Calidad de Servicio a través del modelo kano.	42
Dimensión Fiabilidad	42
Dimensión Capacidad de Respuesta	49
Dimensión Seguridad	56
Dimensión Empatía	61
Dimensión Elementos Tangibles	65
4.1.2 Análisis Kano general.....	74
DISCUSIONES.....	86

CONCLUSIONES.....	89
SUGERENCIA.....	92
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	94

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de la variable	6
Tabla 2 Clasificación de atributos	25
Tabla 3 Consolidación de indicadores	26
Tabla 4 Población de profesores	36
Tabla 5 Población de Padres de Familia.....	36
Tabla 6 Crecimiento poblacional estimado para el año 2024.....	37
Tabla 7 Muestra Ajustada	38
Tabla 8 Confiabilidad de la Variable Calidad del Servicio mediante Alfa de Cronbach.	41
Tabla 9 Resumen de procesamiento de casos	41
Tabla 10 Indicadores de Fiabilidad	42
Tabla 11 Indicadores de Capacidad de Respuesta	49
Tabla 12 Indicadores de Seguridad	56
Tabla 13 Indicadores de Empatía	61
Tabla 14 Indicadores de Elementos Tangibles	65
Tabla 15 Dimensiones de Calidad de Servicio.....	74
Tabla 15 Dimensiones de Calidad de Servicio (2)	75

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Grado de Satisfacción del cliente (Modelo Kano).....	26
---	----

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Grado de impacto de los indicadores de Fiabilidad en la satisfacción e insatisfacción de los usuarios.....	44
Gráfico 2 Grado de impacto de los indicadores de Capacidad de Respuesta en la satisfacción e insatisfacción de los usuarios	51
Gráfico 3 Grado de impacto de los indicadores de Seguridad en la satisfacción e insatisfacción de los usuarios	58
Gráfico 4 Grado de impacto de los indicadores de Empatía en la satisfacción e insatisfacción de los usuarios	62
Gráfico 5 Grado de impacto de los indicadores de Elementos Tangibles en la satisfacción e insatisfacción de los usuarios.....	66
Gráfico 6 Grafico ordenado de menor a mayor de todos los indicadores de las dimensiones de calidad según su impacto en la satisfacción del usuario	70
Gráfico 7 Grafico ordenado de menor a mayor de todos los indicadores de las dimensiones de calidad según su impacto en la insatisfacción del usuario.	71
Gráfico 8 Porcentaje de impacto de las dimensiones de calidad de servicio en la satisfacción de los usuarios	78
Gráfico 9 Distribución de todos los indicadores en el cuadrante del modelo Kano separado por sus dimensiones.....	82
Gráfico 10 Distribución de las dimensiones de Calidad de Servicio en el cuadrante del modelo Kano	100

CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Descripción del Problema

Desde que la humanidad hizo la transición de una vida nómada a una sedentaria, surgió la necesidad crucial de establecer sistemas de gestión y regulación dentro de las comunidades y ciudades en crecimiento. Esto llevó al surgimiento de las primeras formas de gobierno, y líderes correspondientes. En este proceso, se delinearon los precursores de lo que hoy conocemos como ministerios: entidades encargadas de administrar áreas específicas de interés social, como salud, educación, infraestructura y defensa, entre otras. Esta dinámica persiste en la actualidad en diversas naciones.

A lo largo del tiempo, los sistemas de gobierno han ido evolucionando para integrar los avances y descubrimientos de la sociedad. Sin embargo, este desarrollo ha traído consigo una complejidad creciente, dando lugar al fenómeno de la burocracia, un fenómeno especialmente notable dado el aumento exponencial de la población en los últimos siglos. Esta dinámica ha creado una urgencia para que las entidades gubernamentales modernicen de manera constante sus mecanismos de administración y así proveer servicios de alta calidad a sus ciudadanos. En este contexto, la digitalización se ha destacado repetidamente como una herramienta eficaz para optimizar la gestión gubernamental.

En el caso específico del Perú, a lo largo de su historia, ha enfrentado desafíos en la prestación de servicios de calidad a su población a través de sus instituciones públicas. Este problema continúa siendo motivo de preocupación y debate en la actualidad. La excelencia en los servicios ofrecidos por las entidades estatales sigue siendo una

meta difícil de alcanzar, con problemas arraigados en la burocracia, los largos tiempos de espera y la corrupción en algunos niveles administrativos. Además, la falta de conocimientos y capacidades en gestión de recursos adecuada agrava la situación. Encuestas recientes muestran una creciente insatisfacción entre los usuarios de los servicios públicos, reflejando una profunda desconfianza en los políticos, malestar con el sistema económico y otros aspectos preocupantes (INFOBAE, 2022)

A nivel regional, se ha evidenciado un aumento significativo en la población estudiantil como resultado del fenómeno migratorio de las últimas décadas. Este incremento ha generado la necesidad imperiosa de implementar medidas que permitan afrontar la creciente demanda educativa. Como resultado, el 20 de enero de 1970, mediante la resolución suprema N° 18.70-ED, se creó la Dirección Regional de Educación Madre de Dios (DRE), con el objetivo principal de atender de manera efectiva las necesidades de la creciente cantidad de estudiantes.

La calidad de servicio es un elemento clave para el buen funcionamiento y el cumplimiento de la misión de la Dirección Regional de Educación en Madre de Dios. Dado que la educación desempeña un papel fundamental en el desarrollo de la sociedad y el bienestar de las personas, que en este caso son los estudiantes, docentes, padres de familia y la comunidad educativa en general.

Tras observar la forma en que se presta el servicio, se pudo identificar una serie de carencias y deficiencias, destacándose entre ellas el incumplimiento de los plazos establecidos de atención al usuario (Oficio N°028-2019-GOREMAD/DRE-OCI) como una problemática significativa, revelando una marcada carencia de fiabilidad en el servicio proporcionado. Adicionalmente, se observó una deficiencia en la diligencia y la prontitud para resolver los problemas de los usuarios, lo que conlleva a una capacidad de respuesta insatisfactoria y notablemente limitada, además de que los usuarios no puedan presentar un reclamo de manera correcta debido a las carencias en la implementación de este mecanismo por parte de la DRE (Informe de orientación de Oficio N°4187-

2022-CG/GRMDSOO). Paralelamente, se hizo evidente la insuficiencia de las instalaciones físicas y se identificaron deficiencias en el aspecto de la tangibilidad dentro del entorno de la DRE.

Otro aspecto crucial es la falta de empatía hacia las preocupaciones y necesidades individuales de los usuarios, lo que genera una ausencia de confianza y seguridad en relación al servicio proporcionado. Bajo esta perspectiva, se puede apreciar que existen carencias en las dimensiones de la calidad de servicio que pueden estar afectando a los usuarios de la DRE. No obstante, es crucial considerar que la percepción de calidad varía de persona a persona y está influenciada por la naturaleza de la entidad que ofrece los servicios y por los pensamientos preconcebidos de los usuarios, entendiendo que lo que se percibe como calidad para algunos usuarios puede diferir del resto de los usuarios.

Con el fin de abordar esta compleja problemática, se ha elegido investigar cómo es la calidad del servicio, basada en las cinco dimensiones esenciales identificadas por Parasuraman, a través del modelo KANO reconocido por su eficacia en comprender las preferencias y necesidades del usuario al recibir un bien o servicio.

1.2. Formulación del Problema

1.2.1. Problema

General

¿Cómo es la calidad de servicio a través del modelo Kano en la Dirección Regional de Educación Madre de Dios – Puerto Maldonado 2024?

1.2.2. Problemas Específicos

PE₁. ¿Cómo es la fiabilidad a través del modelo Kano en la Dirección Regional de Educación Madre de Dios – Puerto Maldonado 2024?

PE₂. ¿Cómo es la capacidad de respuesta a través

del modelo Kano en la Dirección Regional de Educación Madre de Dios – Puerto Maldonado 2024?

PE3. ¿Cómo es la seguridad a través del modelo Kano en la Dirección Regional de Educación Madre de Dios – Puerto Maldonado 2024?

PE4. ¿Cómo es la empatía a través del modelo Kano en la Dirección Regional de Educación Madre de Dios – Puerto Maldonado 2024?

PE5. ¿Cómo son los elementos tangibles a través del modelo Kano en la Dirección Regional de Educación Madre de Dios – Puerto Maldonado 2024?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo General

Analizar la calidad de servicio a través del modelo Kano en la Dirección Regional de Educación Madre de Dios – Puerto Maldonado 2024.

1.3.2. Objetivos Específicos

OE1. Describir la fiabilidad a través del modelo Kano en la Dirección Regional de Educación Madre de Dios – Puerto Maldonado 2024.

OE2. Describir la capacidad de respuesta a través del modelo Kano en la Dirección Regional de Educación Madre de Dios – Puerto Maldonado 2024.

OE3. Describir la seguridad a través del modelo Kano en la Dirección Regional de Educación Madre de Dios – Puerto Maldonado 2024.

OE4. Describir la empatía a través del modelo Kano en la Dirección Regional de Educación Madre de Dios – Puerto Maldonado 2024.

OE5. Describir los elementos tangibles a través del modelo Kano en la Dirección Regional de Educación Madre de Dios – Puerto Maldonado 2024.

1.4. Variable

Variable de estudio:

Calidad de servicio

Dimensiones:

Dimensión Fiabilidad

Dimensión Capacidad de respuesta

Dimensión Seguridad

Dimensión Empatía

Dimensión Elementos tangibles

1.5. Operacionalización de la Variable

Tabla 1 Operacionalización de la variable

DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	
Variable de Calidad de servicio. “La calidad de servicio se construye en la mente de los usuarios o de los consumidores, de un servicio y se basa en el conocimiento de las necesidades de los clientes y en exceder las expectativas o esperanzas que tienen los usuarios de un determinado servicio.” (Izquierdo, 2021)	Variable de Calidad de Servicio. Se refiere a la medida en que una empresa o entidad cumple con las expectativas y necesidades de sus clientes durante la prestación de un servicio. Es un concepto subjetivo que puede variar según las percepciones individuales de cada cliente, pero se puede definir operacionalmente a través de los siguientes indicadores: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles.	D1	• Servicio Adecuado	1	
		Fiabilidad	• Plazo establecido	2	
		“Habilidad para prestar el servicio prometido de forma cuidadosa y fiable.” (Setó, 2004)	• Confiabilidad	3	
			• Conocimientos profesionales	4	
			• Resolución de problemas	5	
		D2	• Suministrar el servicio rápido	6	
		Capacidad de Respuesta	• Accesibilidad	7	
		“Disposición y voluntad de los empleados para ayudar a los clientes y ofrecerles un servicio rápido.” (Setó, 2004)	• Disponibilidad	8	
			• Responsabilidad	9	
			• Flexibilidad	10	
			• Personalización del servicio	11	
		D3	• Realizar las operaciones	12	
		Seguridad		13	
		“Conocimientos y atención mostrados por el personal de contacto y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza al cliente.” (Setó, 2004)		• Resolución de interrogantes	14
				• Prestar atención	15
		D4	• Implicación	16	
		Empatía		17	
		“Atención individualizada que el proveedor de servicio ofrece a los clientes.” (Setó, 2004)		• Amabilidad	18
		D5	• Respeto	19	
		Elementos Tangibles		20	
		“Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación.” (Setó Pamies, 2004)		• Instalaciones físicas	21
				• Presentación del personal	22
		• Equipos			

1.6. Justificación

La presente investigación denominada “**Calidad de servicio a través del Modelo Kano en la Dirección Regional de Educación Madre de Dios – Puerto Maldonado 2024**” se fundamenta en diversas razones que justifican la importancia y pertinencia de llevar a cabo dicho estudio:

¿Por qué de la investigación?

Porque la Dirección Regional de Educación Madre de Dios – Puerto Maldonado presenta deficiencias al proporcionar el servicio y cumplir con las expectativas de los usuarios que interactúan con esta institución, que incluyen tanto a docentes como a padres de familia. Esta situación señala la necesidad de explorar y aplicar métodos para mejorar la calidad del servicio proporcionado.

¿Para qué realizamos la investigación?

La investigación se realiza para mejorar la calidad del servicio en la Dirección Regional de Educación de Madre de Dios – Puerto Maldonado. Este estudio busca identificar las áreas críticas que requieren atención y proponer sugerencias, con el fin de mejorar la experiencia de los usuarios.

¿Para quién la investigación?

Esta investigación está dirigida principalmente a beneficiar a la Dirección Regional de Educación de Madre de Dios – Puerto Maldonado, con el fin de que implemente estrategias y acciones específicas destinadas a mejorar la calidad de sus servicios.

1.7. Consideraciones Éticas

La ética en relación a la Calidad de servicio a través del Modelo Kano en la Dirección Regional de Educación Madre

de Dios – Puerto Maldonado 2024 se refleja en la conducta de sus trabajadores hacia la sociedad. Esta ética se manifiesta mediante costumbres y valores morales que guían las interacciones con los usuarios. En este contexto, es esencial que los argumentos utilizados al brindar el servicio sean diversos y apropiados.

Los valores y principios que la DRE debe atender al interactuar con los usuarios incluyen la transparencia, credibilidad, responsabilidad y confianza. Estos valores deben ser incorporados en un código de conducta que oriente el comportamiento de los trabajadores al momento de brindar los diferentes servicios. De esta manera, se busca establecer una relación basada en la confiabilidad y la satisfacción de los usuarios, contribuyendo a forjar una reputación positiva para la institución.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de estudio

2.1.1. Calidad de Servicio

Antecedentes Internacionales

Según Salazar et al. (2020), en su investigación “***Calidad del Servicio Municipal desde la Perspectiva del Ciudadano, 2020***” definió como propósito de la investigación, caracterizar la calidad de servicio municipal desde la perspectiva del ciudadano, la metodología empleada fue de tipo básica, de diseño no experimental y descriptiva, teniendo una muestra de su población de 157 ciudadanos, la técnica aplicada fue la encuesta y como instrumento de medición el cuestionario.

Los resultados muestran que los elementos tangibles el 42.7% se encuentra AED y TED, capacidad de respuesta el 45.5% están en TDA y ADA, así como la fiabilidad con un 53.7% y seguridad con un 52.7%. por otro lado, también aseveran que los nudos críticos para la gestión en esta municipalidad son las siguientes: en la dimensión de empatía encontramos cuatro nudos críticos siendo la más crítica con un 54% el seguimiento de trámite, en la dimensión de seguridad, solo se encontró un indicador el cual es la compresión al usuario con un 47%, para la dimensión de capacidad de respuesta se identificó tres nudos siendo el principal con un 53% las dificultades en resolver reclamos, para la dimensión de fiabilidad se identificó como nudo crítico solo uno con un 50% que es la atención virtual y la dimensión de elementos tangibles, se encontró cinco nudos críticos donde las instalaciones no son modernas obtuvo un 57%. Recomendado así que la municipalidad

plantea propuesta para la mejora y resolución de estos nudos críticos dentro de la municipalidad.

Tal como señala Quismondo et al. (2020), en su artículo de investigación ***“Análisis de Importancia-Valoración (IPA) y Modelo Kano aplicados a centros fitness de la Comunidad de Madrid”***, el cual tuvo como objetivo proponer la aplicación conjunta del Análisis de Importancia-Valoración y del Modelo Kano para profundizar en la percepción del usuario, Se utilizó el cuestionario como instrumento para recopilar datos, el cual fue diseñado y distribuido a 419 usuarios de centros fitness de la Comunidad de Madrid (243 hombres y 176 mujeres) con una edad media de 32.33 años (SD=11.50). Los resultados permitieron profundizar en los elementos con mayor necesidad de atención por parte de los gestores, así como establecer diferencias estadísticamente significativas ($p < 0.05$) según el modelo de negocio, genero, antigüedad, formación académica y tiempo de desplazamiento. Se identificaron como elementos prioritarios la limpieza e higiene en los espacios deportivos, así como también el estado de los materiales la proximidad y el horario y día de aperturas, también recomienda que este tipo de trabajo debería ser aplicado para otros sectores como son el sector público.

Conforme a lo expuesto por Hidalgo (2019), en su trabajo de investigación ***“Calidad del Servicio y Satisfacción al Cliente en el Sector Financiero del Cantón Ambato”***, el cual tuvo como objetivo diagnosticar la situación actual de la empresa Uninova en cuanto a la calidad del servicio y la atención al cliente. El enfoque metodológico utilizado fue de naturaleza cuantitativa con un diseño no experimental de carácter transversal. La población considerada en la investigación estuvo compuesta por 450 clientes activos de la empresa, de los cuales se obtuvo una muestra de 270 clientes.

Tras la aplicación de la técnica de la encuesta, cuyo instrumento (cuestionario) se basó en el modelo SERVQUAL, se obtuvieron los siguientes resultados: la dimensión de confiabilidad arrojó un puntaje

de 6.97 y 6.65 en relación con las expectativas y percepciones, respectivamente, generando una brecha de 0.63. La dimensión de responsabilidad obtuvo una puntuación de 5.29 y 5.01 en las expectativas y percepciones, respectivamente, resultando en una brecha de 0.2. La dimensión de seguridad obtuvo una puntuación de 5.49 y 5.12 en las expectativas y percepciones, respectivamente, generando una brecha de 0.36. La dimensión de empatía obtuvo un puntaje de 6.64 y 6.26 en las expectativas y percepciones, respectivamente, lo que resultó en una brecha de 0.38. Por último, la dimensión de tangibilidad obtuvo un puntaje de 5.40 y 5.23 en las expectativas y percepciones, respectivamente, arrojando una brecha de 0.17.

En base a estos datos, se llegó a la conclusión de que los clientes de la empresa Uninova se encuentran satisfechos con el servicio ofrecido, ya que se obtuvo una brecha significativa promedio del 4.07%. No obstante, se identificó que la dimensión de responsabilidad representa un punto débil, mientras que la confiabilidad es una fortaleza del servicio ofrecido.

De acuerdo con López y Galvis (2016), en su trabajo de investigación titulado ***“Estudio Comparativo de la Satisfacción del Cliente Mediante el Modelo de Kano, Aplicado a las Zonas de Comida de Centros Comerciales Localizados en Cartagena de Indias, Segundo Semestre de 2015”***, tuvo como objetivo determinar la percepción que tienen las personas acerca de los productos ofertados y servicios adicionales, en los diferentes establecimientos en las zonas de comidas de los centros comerciales localizados en Cartagena de Indias para conocer su nivel de satisfacción. Se trata de una investigación de enfoque descriptivo y analítico, que empleará un enfoque cuali-cuantitativo y se llevará a cabo mediante el método transversal. Se utilizará la técnica de encuestas junto con la observación como método complementario a una muestra de 229

personas que consumen en las zonas de comidas de los centros comerciales de Cartagena.

De acuerdo a la información recolectada, se determinó que la satisfacción de los clientes en las áreas de comida es predominantemente baja, abarcando un 62% de insatisfacción con respecto a la calidad del servicio brindado. Se observó que dimensiones como la variedad, promociones, ambiente, decoración, higiene y mobiliario generan insatisfacción entre los clientes.

Por otro lado, se identificaron áreas de satisfacción en ciertas dimensiones, tales como la calidad de los platillos, el precio, la rapidez en el servicio, la amabilidad y atención del personal, así como la gestión de la información. La aplicación del modelo Kano permitió un análisis más profundo y una categorización detallada de los atributos del servicio en cada centro comercial. Los atributos del servicio en las zonas de comida de los centros comerciales se clasificaron como lineales, lo que implica que una mejora en la implementación de estos atributos conlleva a un aumento en los niveles de satisfacción del cliente.

Según Santamaría (2016) En su investigación ***“Análisis de la Calidad del Servicio Posventa y la Satisfacción de Clientes de los Concesionarios de la Industria Automotriz en Colombia”***, se propuso como objetivo identificar y analizar los aspectos que impactan en la satisfacción de los clientes de los concesionarios de la industria automotriz, frente a la calidad del servicio posventa, mediante la aplicación de un estudio de caso a partir de la implementación del modelo SERVPERF. Para llevar a cabo este trabajo, se empleó una metodología mixta, donde se utilizaron tanto técnicas de recolección de información primaria, como encuestas y entrevistas, como también información secundaria obtenida de bases de datos relevantes.

En concordancia con el enfoque de investigación aplicado, se empleó la escala SERVPERF para medir la calidad del servicio percibida por

una muestra no probabilística de 139 clientes de los concesionarios Chevrolet Continautos y CentroDiesel.

En los datos recopilados se observó que los concesionarios destacan por su estructura organizativa bien establecida, tecnología de vanguardia, la experiencia y especialización de sus trabajadores en sus respectivas funciones, la amabilidad con la que brindan el servicio, así como la eficacia en la programación de citas y las facilidades de pago para brindar comodidad y seguridad a sus clientes.

Por lo que se concluye que los clientes de los concesionarios, en general, están altamente satisfechos con el servicio posventa en las cinco dimensiones evaluadas: elementos tangibles, empatía, confiabilidad, seguridad y capacidad de respuesta.

En cuanto al estudio de caso de los concesionarios Continautos y Centro Diesel, se concluye que los clientes perciben un servicio de alta calidad, sin embargo, identificaron oportunidades de mejora en áreas como el tiempo de espera para agendar citas, la comunicación con los clientes y la integración de nuevas tecnologías. Además, destacan la importancia de que los concesionarios se enfoquen en ofrecer valores agregados y garantías de calidad en lugar de competir en precios.

A nivel gerencial, sugieren evaluar la flexibilización de la estructura y modelo de negocio de los concesionarios para adaptarse a un mercado cada vez más competitivo y en constante transformación.

Conforme a lo expuesto por Pedraza Melo et al. (2014), en su investigación ***“Evaluación de la Calidad del Servicio en la Administración Pública en México: Estudio Multicaso en el Sector Salud”***, el objetivo del estudio fue analizar la calidad de los servicios y la gestión de la infraestructura biomédica en el sector salud de Tamaulipas, adoptando un enfoque cuantitativo. La metodología utilizada fue de tipo no experimental y transversal. Se recopilaron y analizaron datos mediante cuestionarios, empleando técnicas estadísticas. La escala de medición de calidad se basó en las

dimensiones del modelo SERVQUAL, aunque se adaptó para asegurar su relevancia y validez en el contexto específico del estudio. La población estudiada incluyó a usuarios de servicios de salud en unidades hospitalarias. La muestra fue cuantitativa y no probabilística, compuesta por participantes 19 voluntarios que estaban en las unidades hospitalarias por trámites o servicios y que accedieron a responder el cuestionario. Se obtuvo una tasa de respuesta del 90.8%, lo que equivale a 349 cuestionarios completados. El estudio concluyó que existen diferencias estadísticamente significativas en los factores de calidad de los servicios de salud. Los usuarios afiliados al sistema UPYSSET percibieron mayor empatía, confiabilidad, calidad de instalaciones y capacidad de respuesta, mientras que los usuarios del Seguro Popular evaluaron positivamente los tiempos de espera. Estos hallazgos resaltan la variabilidad en la percepción de calidad entre diferentes grupos de usuarios y sugieren la necesidad de mejorar aspectos específicos de los servicios para lograr una valoración más uniforme y elevada.

Según lo expuesto por Carlos et al. (2010), en su artículo de investigación ***“La Calidad del Servicio de un Centro de Información”***, el estudio realizado tuvo como propósito determinar el nivel de la calidad del servicio de consulta de un Centro de Información de una Institución de Educación Superior para identificar oportunidades de mejora. Para lograr este propósito se diseñó un instrumento basado en el modelo SERVQUAL, que midió la calidad del servicio desde la perspectiva del usuario, mediante el contraste de la calidad esperada y la percibida. La investigación se centró en una población de 3,664 estudiantes de licenciatura, inscritos en siete programas académicos en modalidad escolarizada, seleccionando una muestra de conveniencia de 346 alumnos para la aplicación del cuestionario. Las dimensiones evaluadas incluyeron tangibilidad, fiabilidad, empatía y confort, las cuales mostraron diferencias en su número y estructura interna respecto a las dimensiones tradicionales del modelo SERVQUAL. Los resultados expusieron brechas significativas en la

calidad, destacando áreas críticas que requieren atención y mejoras. Este análisis proporciona un marco referencial tanto para supervisar la efectividad de las mejoras implementadas como para medir la calidad del servicio en instituciones educativas similares, estableciendo un precedente valioso para futuras investigaciones y prácticas administrativas en el contexto de la educación superior.

Antecedentes Nacionales

De acuerdo con Zambrano (2022), en la presente investigación ***“La Calidad de Servicio y Satisfacción de los Usuarios de la Dirección Regional de Educación de Ancash, 2022”***, tuvo como objetivo principal determinar la relación entre las variables calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la Dirección Regional de Educación de Ancash. La metodología adoptada correspondió a una investigación básica con un diseño no experimental y un enfoque correlacional. La población total comprendió a 450 usuarios, y la muestra seleccionada para el estudio incluyó a 218 participantes. La recolección de datos se llevó a cabo a través de encuestas en línea, empleando cuestionarios diseñados para evaluar ambas variables objeto de estudio. Los resultados obtenidos revelan que el 43.6% de los usuarios percibió una calidad de servicio regular, mientras que el 42.2% expresó una satisfacción igualmente regular en relación con la atención proporcionada en la DRE de Ancash. La investigación determinó la existencia de una relación directa y moderada entre la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios. Esto se confirmó mediante un valor de Rho de 0.458, con un valor de p de 0.01. Esta conclusión se sustenta en un valor de Rho de 0.458, con un valor de p de 0.01. En consecuencia, se validó la hipótesis general que planteaba la existencia de una relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios en la Dirección Regional de Educación de Ancash durante el año 2022.

Para Ugarte (2021), la presente tesis ***"Calidad de Servicio y Satisfacción de los Estudiantes del Comedor Universitario en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos"***, tuvo como objetivo determinar la relación existente entre la calidad de servicio y la satisfacción de los estudiantes que utilizan el comedor universitario en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos - año 2019. La investigación se enmarca en un enfoque cuantitativo con un diseño descriptivo correlacional y se llevó a cabo con una población de 2500 estudiantes. De esta población, se seleccionó una muestra de 333 estudiantes quienes participaron en el estudio al responder un cuestionario especialmente diseñado como instrumento de investigación.

Los resultados obtenidos, con un nivel de confiabilidad del 0.926 en la escala Alpha de Cronbach, indicaron que el 31.80% y el 31.50% de los estudiantes calificaron la calidad de servicio del comedor como casi deficiente y regular, respectivamente. Por otro lado, la satisfacción de los estudiantes fue calificada como medio satisfecha por el 51.10% de los encuestados. A partir de estos hallazgos, los autores concluyen que existe una relación positiva, directa y significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción de los estudiantes usuarios del comedor universitario.

Según Gutierrez et al. (2021), en su artículo de investigación titulada ***"Estudio sobre la calidad del servicio de atención al cliente a los pacientes de EsSalud"***, donde se planteó con el objetivo de conocer como es la calidad de servicio que brinda EsSalud y la satisfacción que presenta los usuarios del seguro. Para ello el trabajo fue del tipo mixta, descriptiva y analítica, utilizando como instrumentación de medición tres cuestionarios. Con una muestra del alrededor de 6000 personas. Los resultados revelaron que el principal problema identificado en esta red de salud fue la demora en la atención, lo cual constituía la razón principal por la que los usuarios evitaban acudir a estos centros de salud. Sin embargo, una de las razones fundamentales por las que los

usuarios seguían acudiendo a este servicio era la gratuidad de la atención médica. En conclusión, se destacó que la principal deficiencia percibida radicaba en la lentitud en la atención, mientras que los aspectos más satisfactorios para los usuarios fueron la atención médica y quirúrgica.

Tal como señala Chavez (2021), en su trabajo de investigación ***“Calidad de Servicio y Satisfacción del Usuario en la Subgerencia de Obras de la Dirección Regional de Agricultura del Gobierno Regional de Lima, 2021”***, planteó como objetivo general determinar si existe correlación entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario de la Subgerencia de Obras de la Dirección Regional de Agricultura. La investigación adoptó un enfoque aplicado y no experimental, con un diseño correlacional de corte transversal y una metodología cuantitativa. La población incluyó 54 empleados y un promedio mensual de 161 usuarios atendidos. Se eligieron 114 usuarios como muestra representativa, junto con todos los empleados. Para el estudio, se utilizó la técnica de la encuesta a través de un cuestionario como instrumento de medición.

Los resultados muestran una reputación positiva en la dimensión de "fiabilidad", "sensibilidad", y "seguridad" con una significativa cantidad de encuestados teniendo percepciones positivas en distintos aspectos de estas dimensiones.

En dimensión de "empatía", se aprecia una visión globalmente positiva hacia la atención personalizada, satisfacción de necesidades y disponibilidad horaria, aunque es esencial abordar la presencia de un grupo neutro en ciertos aspectos.

En relación a los "elementos tangibles", como equipos modernos, instalaciones adecuadas, presentación del personal y disponibilidad de materiales, los resultados reflejan una tendencia primordialmente positiva. No obstante, se observa una proporción minoritaria pero notable de encuestados que tienen opiniones desfavorables en algunos puntos, indicando la posibilidad de mejoras en áreas específicas para

alcanzar una percepción global más positiva y uniforme entre los usuarios. La investigación concluye que existe una fuerte correlación positiva de nivel "muy alto" entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en la Subgerencia de Obras de la Dirección Regional de Agricultura del Gobierno Regional de Lima.

Según lo expuesto por Phang (2020), en su investigación ***“Calidad de Servicio de Atención Percibida por Contribuyentes de una Institución Pública, Departamento de Lambayeque, octubre 2019 - enero 2020”***, este estudio tuvo como objetivo determinar el nivel de calidad de servicio global, por área de atención según dimensiones y grado de instrucción, percibida por los contribuyentes de una institución pública del departamento de Lambayeque, durante octubre 2019 a enero del 2020. Se adoptó un diseño de investigación aplicado, descriptivo, no experimental y transversal que utilizó encuestas y cuestionarios con escala Likert basados en el modelo Servqual. La muestra analizada incluyó 220 de una población de 1,228 contribuyentes. Los resultados revelaron que ni el grado de instrucción ni las áreas de atención influyen significativamente en la percepción de la calidad del servicio. A nivel global, la calidad del servicio fue percibida como insatisfactoria, con la fiabilidad emergiendo como la dimensión con las brechas más negativas. En cuanto a las áreas de atención, Trámites fue bien valorada, especialmente en las dimensiones de seguridad y empatía, mientras que Orientación y Cabinas experimentaron niveles de insatisfacción, particularmente en fiabilidad y empatía. Los atributos más valorados fueron los empleados bien vestidos y amables, mientras que el mantenimiento de registros sin errores y el cumplimiento de compromisos fueron los menos apreciados.

De acuerdo con Bardales & Toribio (2015), en su tesis ***“Aplicación de la Metodología Kano para Mejorar la Retención de los Clientes de la Empresa Overall de la Ciudad de Trujillo Año 2015”***, se propuso

determinar si la aplicación de la metodología de Kano mejorará la retención de los clientes de la empresa Overall de la ciudad de Trujillo en el año 2015. En función de su tipología, la investigación es de naturaleza descriptiva y la muestra está compuesta por 12 clientes de la empresa Overall incluye organizaciones de renombre como Hidrandina, Samsung, América Móvil, Oster, 3M, Hasbro, Cementos Inka, Lenovo, Bosch, Banco Cencosud, College y Kimberly Clark., y su implementación se apoyó en la utilización de un cuestionario como herramienta de recolección de datos.

Los resultados destacan que la aplicación del Método Kano tuvo un impacto significativo en la satisfacción de los clientes de la empresa Overall. Se observó un aumento considerable, pasando del 25% de clientes satisfechos previo a la implementación del método, al 92% de satisfacción posterior. Además, esta estrategia condujo a mejoras sustanciales en diversos atributos evaluados, tales como la capacitación del personal, la atención al cliente, la supervisión, la adopción de tecnología y la motivación del equipo. Estos hallazgos subrayan la eficacia del enfoque Kano para abordar y mejorar áreas cruciales en la satisfacción del cliente en Overall.

Tal como señala Carbajal (2012), en su tesis ***“La Percepción de la Calidad de los Servicios en Instituciones Públicas de la Ciudad de Tingo María”***, donde se propuso analizar los factores que influyen en la percepción de la calidad de servicios en las instituciones más representativas de la ciudad de Tingo María, para lo cual se trabajó con 161 empleados de la Universidad Nacional Agraria de la Selva. La investigación es de tipo básico realizado a nivel descriptivo, para lo cual se empleó el método descriptivo con diseño transversal. Los datos fueron recogidos mediante encuestas y analizados utilizando estadísticas descriptivas, análisis de varianza (ANVA) así como la prueba pos-hoc (DUNCAN). Según el estado civil la muestra estuvo integrado por casados (56%), solteros (29%), convivientes (13%) y viudos (2%). La mayoría de los encuestados comprenden a personal

administrativo en la categoría de profesional (22%), seguido por el nivel técnico (20%), lo cual nos indica que tienen conocimientos sobre los conceptos fundamentales de la calidad de servicios. En Essalud el factor seguridad es el mejor percibido ($X=2.90$), seguido por tangibilidad ($X=2.74$); en el Banco de la Nación el factor mejor percibido también es seguridad ($X=3.41$), seguido por fiabilidad ($X=3.15$); mientras que en la Universidad Nacional Agraria de la Selva el factor mejor percibido es tangibilidad ($X=3.19$), seguido por seguridad ($X=3.13$). De acuerdo a este análisis podemos inferir que en dos de las entidades los factores emocionales son los más valorados por los usuarios (Essalud, seguridad; Banco de la Nación, seguridad), mientras que el factor tangibilidad asociado con la infraestructura, mobiliario y otros aspectos físicos, es el mejor valorado por los encuestados.

Antecedentes Regionales

Según Puma & Álvares (2019), en la presente tesis ***“Calidad de Servicio y Satisfacción del Usuario de la EPS Emapat S.A. de la Ciudad de Puerto Maldonado, Madre de Dios 2019”***, se propuso determinar la influencia de la calidad de servicio en la satisfacción del usuario en la EPS EMAPAT S.A., para ello se utilizó una metodología de tipo cuantitativa. La población considerada está conformada por 18,357 usuarios que reciben el suministro de agua en sus hogares y la muestra elegida fue de 376 usuarios, para obtener los datos e información necesarios, se utilizó la técnica de la encuesta cuyo cuestionario se elaboró tomando como base el modelo SERVQUAL. Además de aplicar los cuestionarios, también se llevó a cabo una entrevista a los usuarios de forma simultánea.

Los resultados obtenidos indicaron que el 35,4% considera que a veces existe calidad de servicio, mientras que otro 35,4% considera regular la calidad de servicio y el 24,5% afirma que casi siempre existe un servicio de calidad, con respecto a las dimensiones fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía, y finalmente los elementos tangibles se obtuvo un porcentaje desfavorable ya que los usuarios perciben que no

son ejecutados de manera adecuada. En cuanto a la variable “satisfacción del usuario” solo el 40.2% esta regularmente satisfecho, se infiere a partir de dicho resultado que se precisa una mayor intervención para mejorar algunos factores como las expectativas, la percepción, la atención y quejas, la conformidad, y finalmente la información.

Tras procesar los datos de las variables y dimensiones, el estudio concluyó si hay relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en la EPS EMAPAT S.A. a una significancia de 0,05.

Para Quispe & Huisa (2019), en la presente tesis ***“Calidad de Atención y Satisfacción de los Usuarios Externos del Puesto de Salud la Joya - 2019”***, como parte de su objetivo se plantearon: determinar la influencia que tiene la calidad de servicio en la satisfacción de los usuarios externos del Puesto de Salud La Joya. La investigación tuvo un diseño explicativo-correlacional; por lo tanto, la metodología empleada es de tipo cuantitativa. Su población estuvo constituida por 14635 usuarios del establecimiento de salud, pero la muestra se compone solamente de 374 usuarios. Para el recojo de información se aplicó la técnica de la encuesta a través de su instrumento el cuestionario.

Los resultados muestran que la calidad de servicio se encuentra en un nivel medio representado por el 45,2% esto debido a que los usuarios externos perciben que el servicio de salud que se ofrece no es confiable, y que hay poca predisposición por parte del personal para brindar un servicio eficiente. Asimismo, los usuarios consideran que la infraestructura y equipamiento del puesto de salud es parcialmente adecuado. En cuanto a la satisfacción de los usuarios del puesto de salud La Joya se obtuvo un resultado mayoritario de poca satisfacción, alcanzando un porcentaje del 46,3%. Por lo que se concluye que los resultados obtenidos de la “calidad de servicio” si influyen en la “satisfacción de los usuarios externos”.

De acuerdo con Barrios & Sandoval (2019), en la presente tesis ***“Calidad de Atención y Satisfacción de los Usuarios Externos de la DEMUNA del Municipio de Tambopata –2019”***, el propósito de este estudio fue evaluar cómo la calidad de atención influye en la satisfacción de los usuarios externos de la DEMUNA en el municipio de Tambopata durante el año 2019. El diseño del presente trabajo es de tipo descriptivo correlacional y emplea una metodología cuantitativa para su desarrollo. La población está compuesta por un total de 197 usuarios externos que recibieron atención en la DEMUNA durante el periodo de enero a junio del 2019. La muestra, por otro lado, está conformada por 130 usuarios externos. Para conseguir la información de las variables se realizó encuestas a los usuarios a través de cuestionarios.

Según los datos proporcionados, podemos decir que la mayoría de los usuarios externos de la DEMUNA del municipio de Tambopata están satisfechos con la calidad de atención que reciben. El 63,8% de los usuarios externos calificaron la calidad de atención como "buena", mientras que el 30,8% la califican como "muy buena"; Dado que, los trabajadores de la institución transmiten sensibilidad, empatía, seguridad y confianza en su atención. Respecto a la satisfacción del usuario los datos muestran que en general la mayoría de los usuarios externos de la DEMUNA del municipio de Tambopata están satisfechos con el servicio. El porcentaje más alto de satisfacción se da en la valoración de la confianza que brindan los trabajadores de la DEMUNA, donde el 63,8% de los usuarios externos están satisfechos y el 29,2% muy satisfechos. La percepción que tienen los usuarios de la DEMUNA también tiene un alto grado de satisfacción, con el 42,3% satisfechos y el 39,2% muy satisfechos. En cuanto a la expectativa que tenían los usuarios sobre la DEMUNA, el 60,8% están satisfechos y el 34,6% muy satisfechos.

En conclusión, la investigación revela que existe una fuerte correlación positiva y significativa desde el punto de vista estadístico entre la

calidad de atención y la satisfacción de los usuarios externos de la DEMUNA del municipio de Tambopata.

2.2. Modelo Teórico

El trabajo de investigación está basado en los siguientes modelos:

El modelo de Kano

Desarrollado por el profesor japonés Noriaki Kano en los años 80, en su trabajo titulado “Attractive Quality and Must-Be Quality” (traducido del japonés) es una herramienta utilizada para la gestión de calidad de productos y servicios. Este modelo busca identificar y clasificar los atributos de los productos con el fin de relacionarlos con el nivel de satisfacción que brindan a los clientes.

El objetivo principal del modelo de Kano es permitir a las organizaciones identificar claramente los atributos valorados por sus usuarios, con el fin de ofrecer productos y/o servicios acordes a estas valoraciones. Para lograr esto, el modelo de Kano ayuda a identificar tres elementos clave:

- **Falencias del producto o servicio:** Se refiere a los atributos que deberían estar presentes, pero no lo están o no en suficiente grado, lo cual puede generar insatisfacción en los usuarios. Por ejemplo, si un hotel no cuenta con sábanas limpias y toallas, esto sería considerado una falencia básica.
- **Conveniencia de agregar atributos:** Se refiere a la evaluación de si es conveniente o no invertir en la adición de un determinado atributo, considerando si los usuarios estarán dispuestos a pagar por este atributo adicional. Por ejemplo, si un hotel está considerando agregar iluminación adecuada, ubicación cercana a una estación de metro, o estar ubicado en una zona tranquila, estos atributos podrían marcar la diferencia con los competidores y ser considerados como atributos de rendimiento deseados por los usuarios.

- **Superación de competidores:** Se refiere a determinar qué atributos podrían ayudar a superar a los competidores en el mercado. Por ejemplo, si un hotel ofrece atributos que sorprenden positivamente a los usuarios y van más allá de sus expectativas, como detalles adicionales en la decoración o servicios exclusivos, esto podría considerarse como atributos emocionantes o motivadores que podrían generar una mayor satisfacción en los usuarios.

El modelo de KANO clasifica los atributos en seis dimensiones, pero para la realización del presente trabajo, consideramos solo trabajar con los 4 principales, según su impacto en la satisfacción del usuario:

- **Calidad básica** (Must be): Son los atributos mínimos que los usuarios esperan encontrar en un producto o servicio. Si estos atributos no se cumplen, puede haber una gran insatisfacción por parte del usuario. Sin embargo, cumplir con los atributos básicos no necesariamente aumenta la satisfacción del usuario, ya que son considerados como requisitos mínimos.
- **Calidad lineal** (one – dimensional): Son los atributos solicitados por los usuarios y que pueden marcar la diferencia. Estos atributos influyen significativamente en la satisfacción del usuario, ya que, a mayor cantidad de atributos de rendimiento encontrados, mayor será la satisfacción del usuario.
- **Calidad atractiva** (attractive): Son atributos que sorprenden al usuario, ya que van más allá de sus expectativas. Estos atributos generan una gran satisfacción en el usuario, aunque su ausencia no necesariamente genera insatisfacción.
- **Calidad indiferente:** (indifferent): Son atributos que no influyen en la satisfacción del usuario, ya que son considerados como irrelevantes o de poca importancia para ellos.

Clasificación de los atributos

El modelo Kano utiliza tanto preguntas funcionales como disfuncionales. A partir de las respuestas a estas preguntas, se clasifican los atributos en categorías utilizando el cuadro que se muestra a continuación. Las categorías del modelo Kano se abrevian de la siguiente manera:

- Calidad mínima (M)
- Calidad indiferente (I)
- Calidad atractiva (O)
- Calidad lineal (A)
- Calidad inversa (R), no se tomará en cuenta

Tabla 2

Clasificación de atributos

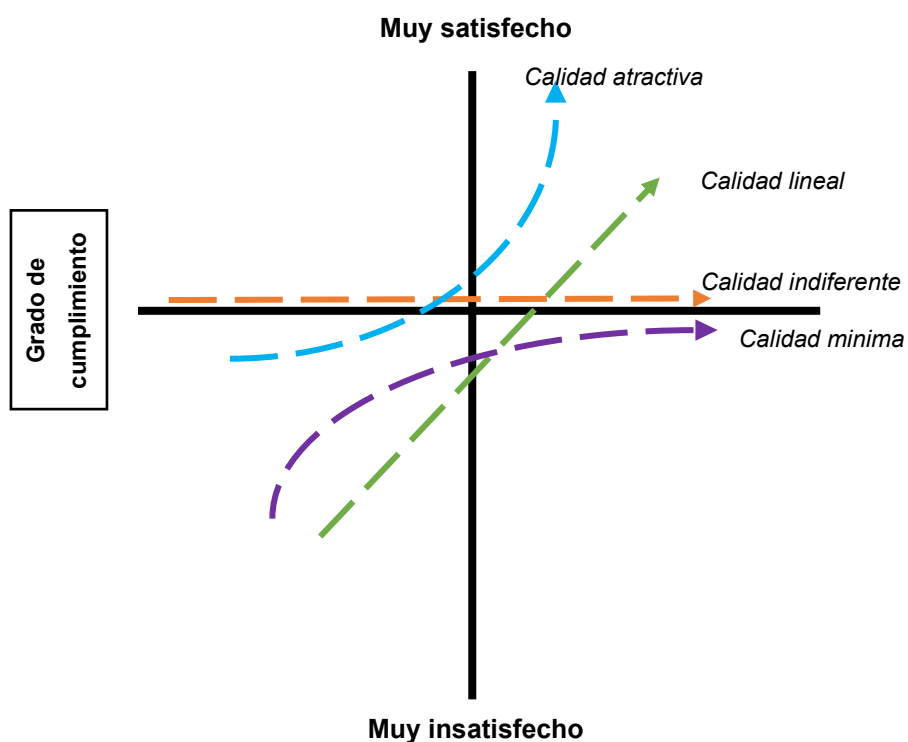
Características del producto o servicio		Preguntas disfuncionales				
		Me gusta	Debe ser así	Neutral	Puedo tolerarlo	Me disgusta
Preguntas funcionales	Me gusta	Q	A	A	A	O
	Debe ser así	R	I	I	I	M
	Neutral	R	I	I	I	M
	Puedo tolerarlo	R	I	I	I	M
	Me disgusta	R	R	R	R	Q

Fuente: Modelo Kano (1980)

Después de filtrar todas las respuestas se crea un nuevo cuadro donde se muestra y detalle la distribución de las respuestas obtenidas por cada atributo, de esta manera podemos determinar a cuál de las categorías que plantea el modelo KANO pertenece.

Tabla 3*Consolidación de indicadores*

Característica del producto o servicio	Calidad mínima	Calidad indiferente	Calidad atractiva	Calidad lineal	Total	Categoría
Indicador 1						
Indicador 2						
Indicador 3						

Figura 1*Grado de Satisfacción del cliente (Modelo Kano)*

2.3. Marco Teórico

2.3.1. Calidad de Servicio

De acuerdo con Hernán (2017), la calidad de servicio se erige como un componente estratégico fundamental para la viabilidad de las corporaciones de gran envergadura en el ámbito comercial. Si una

empresa tiene la capacidad para captar y fidelizar a sus clientes logrará una ventaja competitiva frente a sus rivales asegurando el éxito en el mercado.

En palabras de Ángulo (1991), la calidad de servicio como una evaluación subjetiva que realiza un cliente acerca de si el rendimiento de un producto o servicio principal coincide con sus expectativas, considerando tanto los elementos secundarios cuantitativos como cualitativos que lo componen.

Sánchez García y Sánchez Romero (2016) aseveran que la calidad de servicio es una herramienta útil para determinar las áreas en las que tienen deficiencias y detectar las principales áreas de insatisfacción para los clientes en una organización y así de esta manera obtener el posicionamiento sólido en el mercado para ser competitivo.

Solórzano y López (2013), sostienen que la calidad de servicio es un aspecto fundamental para cualquier empresa, independientemente de su tamaño o naturaleza. Proporcionar un buen servicio es crucial para mantener la preferencia de los clientes, ya que éste es el primer punto de contacto que tienen con la empresa. Si se descuida, puede convertirse en una amenaza para la organización. Sin embargo, en algunas ocasiones, las empresas no utilizan adecuadamente este servicio, lo que puede afectar su crecimiento y desarrollo. Por lo tanto, es esencial comprender la importancia del servicio al cliente y establecer una estructura óptima para brindarlo correctamente.

Tal y como señala Godoy (2011), la calidad de servicio es el punto de mira que debe guiar a todos los miembros de la empresa en sus operaciones, dado que el éxito de éstas descansa en gran medida en la satisfacción de los clientes. En efecto, el compromiso con la calidad del servicio se ha erigido como un requisito insoslayable para competir eficazmente en el ámbito de las organizaciones industriales y comerciales a nivel global, debido a las significativas repercusiones que ello conlleva en los resultados económicos a

corto y largo plazo de las compañías que se enfocan en la atención al cliente.

Pizzo (2013) argumenta que el concepto de excelencia en la atención al cliente alude a la práctica profundamente arraigada y sistemática de una entidad con el propósito de comprender y satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes. Esta práctica engloba la entrega de un servicio que sea accesible, apropiado, ágil, adaptable, perceptible, útil, puntual, seguro y confiable, incluso en situaciones inesperadas o cuando se presenten errores. Resulta esencial que el cliente perciba que se le atiende de manera personalizada, con dedicación y eficacia, superando sus previsiones y proporcionándole un valor superior al que aguardaba. La excelencia en la atención al cliente se traduce en un aumento de ingresos y una reducción de costos para la organización.

Fiabilidad

Duque Oliven (2005) cita a Druke 1990 la fiabilidad alude a la capacidad de una empresa prestadora de servicios para suministrar sus prestaciones de manera segura, consistente y diligente. Esta noción abarca todos aquellos componentes que posibilitan a los clientes reconocer la competencia y pericia profesional de la organización.

Rezaei et al. (2018) consideran la fiabilidad como un elemento fundamental y distintivo de los servicios. Consiste en la capacidad de la empresa de cumplir con el servicio prometido de manera fiable, puntual y precisa.

Valenzuela et al. (2021) cita a Solano & Uzcátegui (2017) la fiabilidad se compone de una serie de factores, incluyendo la eficacia en la prestación del servicio, la garantía ofrecida al cliente, el conocimiento y habilidades de los colaboradores encargados de brindar el servicio, su capacidad para comunicarse con claridad y generar confianza, la eficiencia en la entrega del servicio correcto

desde el primer momento, la efectividad en la repetición del servicio tantas veces como sea necesario hasta lograr su perfección.

Según Gutiérrez (2006), la fiabilidad en su amplitud, alude al fiel cumplimiento de la empresa de sus promesas, de su palabra, en la entrega, el servicio, los precios, en la resolución de los problemas que aparezcan. Los clientes en su sabia elección, anhelan hacer negocios con aquellos que cumplen sus promesas sin demora, especialmente en lo que toca a los atributos básicos del servicio. Y así, la confianza que se edifica entre empresa y cliente se convierte en un vínculo sólido y duradero, capaz de sostener una relación de mutuo beneficio y satisfacción.

Capacidad de Respuesta

Gotera et al. (2010) definen la dimensión de capacidad de respuesta como el acto de prestar servicio con voluntad y rapidez frente a las solicitudes e inquietudes de los usuarios, en esta dimensión se considera como responsabilidad también la flexibilidad que brinda la organización a los clientes.

Tigani (2016) asevera que la capacidad de respuesta refleja el nivel de preparación que ostentamos para iniciar la acción requerida. La dilatación en la prestación del servicio puede tener un impacto negativo en la satisfacción del cliente.

Alcaide (2015) menciona que la capacidad de respuesta se traduce en la disposición del personal para proveer el servicio en el momento en que el cliente lo requiere, en lugar de limitarse a seguir la conveniencia de la empresa.

Duque Oliven (2005) cita a Druke 1990 la capacidad de respuesta implica la disposición, la rapidez y la accesibilidad de la organización para atender las necesidades de los clientes de manera eficiente.

Seguridad

Para Hernández et al. (2017), la seguridad es el grado de confianza que un cliente tiene en una organización cuando le confía sus problemas, esperando que sean resueltos de manera eficaz. La

seguridad implica la credibilidad, confiabilidad y honestidad de la organización. En este contexto se erige con mayor preponderancia en servicios de alto riesgo.

Hernández et al. (2017) cita a Riveros (2007) la dimensión de seguridad destaca la importancia de garantizar que los empleados cuenten con los conocimientos, habilidades y capacidades necesarias para brindar un servicio excepcional, lo que se traduce en una experiencia satisfactoria para el cliente.

Empatía

Duque (2005) cita a Peter Druker (1990) la disposición de una empresa para ofrecer a su clientela cuidado y atención personalizada denota una actitud de elevado valor. No se trata únicamente de ser cortés con el cliente, se debe también de proveer una atención personalizada, un compromiso profundo y una implicación plena con el cliente, conociendo a fondo tanto sus características personales como sus requisitos específicos.

Carpene (2018) indica que la empatía es la habilidad de establecer un nexo sincero entre lo que nos está pasando a nosotros y lo que está pasando a la persona que tenemos delante, consiguiendo que ésta se sienta entendida y comprendida. Al manifestar empatía, se establece una conexión profunda favoreciendo la comprensión mutua en cualquier interacción social o comercial.

De acuerdo con Douglas y Bateson (2006), la empatía es la facultad de percibir y experimentar los sentimientos de los demás como si fueran propios. Las empresas empáticas se caracterizan por no perder de vista la perspectiva del cliente y por tener una clara noción de lo que significa ser un consumidor de su propia firma. En virtud de esta comprensión, las empresas empáticas son capaces de identificar las necesidades y requerimientos de su clientela, y ajustar sus servicios de manera accesible y eficiente para satisfacer dichas demandas.

Elementos Tangibles

Cantú (2011) expresa que los elementos tangibles son aquellos aspectos físicos y materiales que son evidentes y perceptibles para los clientes al interactuar con un producto o servicio.

Gotera et al. (2010) la dimensión tangible de la oferta de servicios se refiere a los elementos físicos y materiales que los clientes pueden percibir. Incluyen instalaciones físicas, equipamiento, imagen del personal y materiales de comunicación. Son importantes para la evaluación de la calidad del servicio, especialmente para clientes nuevos. Por lo tanto, deben ser diseñados y gestionados cuidadosamente para ofrecer una experiencia satisfactoria.

2.3.2. Satisfacción del Usuario

Según Kotler y Armstrong (2013), la satisfacción del cliente se encuentra íntimamente ligada a la percepción que tiene el comprador acerca del desempeño del producto, el cual se evalúa en relación con las expectativas previas que se tenían. En el caso en que el rendimiento del producto no alcance las expectativas, el cliente experimentará insatisfacción. Por otro lado, si el desempeño del producto cumple con las expectativas, se generará una satisfacción por parte del comprador. En el supuesto de que el desempeño del producto supere las expectativas, el cliente sentirá una gran satisfacción, incluso llegando al grado de sentirse encantado con el producto.

Douglas y Bateson (2006) señalan que la satisfacción del cliente se fundamenta en la confrontación entre sus expectativas previas y sus percepciones de la calidad del servicio que ha recibido. Si las percepciones del cliente coinciden con sus expectativas, se considera que el cliente está satisfecho.

Gómez del Rocío (2006) sostiene que, en el contexto empresarial, lograr la satisfacción del cliente implica ofrecerle un producto o servicio que cumpla con sus expectativas en términos de calidad,

utilidad y valor, y que justifique el pago que ha realizado por él. En este sentido, se puede considerar que la satisfacción del cliente es una recompensa por el cumplimiento de sus necesidades y expectativas.

Tal como mencionan Mejias y Manrique (2011), la satisfacción del cliente puede considerarse como un constructo que refleja la evaluación subjetiva de un cliente sobre el servicio que ha recibido, basada en su percepción de la calidad y la adecuación del servicio en relación con sus expectativas y necesidades.

Calidad mínima

Munguía y García (2021) se refieren a la calidad mínima como las características esenciales que un producto o servicio debe ofrecer para satisfacer las expectativas mínimas del cliente. La falta de cualquier atributo importante podría afectar negativamente la aceptación del producto o servicio, lo que podría resultar en su rechazo.

Pittaluga (2003) cuando se cumplen, estos atributos se consideran como algo normal, pero su ausencia se percibe como una falta de calidad. Los clientes/usuarios dan por sentado que estos atributos están presentes y los consideran esenciales, incluso si no los mencionan explícitamente.

Calidad lineal

Munguía y García (2021) afirman que los atributos del producto o servicio que el cliente espera adquirir desempeñan un papel crucial en la aceptación o rechazo por parte de los clientes, ya que su presencia o ausencia puede tener un impacto significativo en la decisión de compra.

Según Pittaluga (2003), la presencia de estos atributos conduce a la satisfacción del cliente, mientras que su ausencia genera insatisfacción. Estos atributos se consideran intrínsecos al producto o servicio ofrecido y son clave para el reconocimiento de

una organización como competente o no. Además, son un factor determinante en la competitividad de una empresa.

Calidad Atractiva

Munguía y García (2021) en este tipo de calidad utilizamos el término "atrayente" para describir la calidad de un producto o servicio que contiene atributos que el cliente no espera encontrar. En el modelo Kano, se refiere a los atributos que no son necesarios para la satisfacción básica del cliente, pero que pueden generar entusiasmo y satisfacción adicional cuando se incluyen en el producto o servicio.

Best (2007) son los requisitos que el cliente no solicita o no espera, pero que si están presentes pueden contribuir a mejorar la percepción que el cliente tiene del producto o servicio, aunque de no ser así el cliente no expresara insatisfacción. Estas características pueden ser impulsoras de mejoras en el valor entregado al cliente.

Calidad Indiferente

Munguía y García (2021) describe aquellos atributos de un producto o servicio que no tienen ningún impacto significativo en la percepción de satisfacción del cliente, ya sea positivo o negativo. Best (2007) son aquellas que no tienen impacto en la satisfacción o insatisfacción del cliente. Su presencia o ausencia no afecta su nivel de satisfacción. Por lo tanto, eliminar estas características no afectaría la satisfacción del cliente y podría reducir los costos del producto.

2.4. Definición de Términos

2.4.1. Calidad de Servicio

Lovelock y Wirtz (2009) evaluaciones cognitivas a largo plazo que hacen los clientes de la prestación del servicio de una empresa.

Fiabilidad

Gómez del Rocío (2006) es realizar el servicio con formalidad y exactitud.

Empatía

Pablo y Torres (2023) identificación mental y afectiva de un sujeto con el estado de ánimo de otro.

Seguridad

(Khan et al., 2021) la información y cordialidad de los trabajadores y su capacidad de transmitir confianza y certeza.

Capacidad de Respuesta

(J. Refugio, 2002) disposición de ayudar a los clientes y proveerlos de un servicio rápido.

Elementos Tangibles

(Gómez del Rocío, 2006) es la parte visible de la oferta del servicio y que refleja la naturaleza y calidad del servicio mismo (instalaciones, equipo, apariencia del personal)

2.4.2. Satisfacción del usuario

Lovelock y Wirtz (2009) reacción emocional de corto plazo ante un desempeño específico de servicio.

Calidad básica

Atencio y González (2009) cita a Pérez 2001 satisfacción de los aspectos no especificados o implícitos.

Calidad lineal

Sharif y Tamaki (2011) atributo que ayuda a aumentar la satisfacción y viceversa.

Calidad atractiva

Sharif y Tamaki (2011) atributo que conduce a una mayor satisfacción, mientras que no se espera que este en el producto.

Calidad indiferente

Sharif y Tamaki (2011) atributo que su presencia no aumenta y disminuye la satisfacción del cliente.

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de Estudio

El tipo de estudio aplicado en la investigación sobre la “Calidad de servicio a través del modelo Kano en la Dirección Regional de Educación Madre de Dios – Puerto Maldonado 2024” es de naturaleza descriptiva. Este enfoque metodológico nos permite describir y caracterizar detalladamente la situación actual de la calidad de servicio a través del modelo KANO sin alterar las condiciones naturales del contexto de estudio.

El estudio se enmarca dentro de una metodología cuantitativa, lo que implica la recopilación de datos numéricos.

3.2. Diseño de Estudio

El diseño de estudio del presente trabajo de investigación es no experimental, puesto que se centra en recolectar información de manera no intrusiva, sin modificar ni manipular datos, con el fin de determinar el comportamiento, actitudes y características particulares que influyen en la calidad de servicio proporcionada por la DRE.

3.3. Población y Muestra

3.3.1. Población

La población de estudio en la Dirección Regional de Educación (DRE) incluye a padres de familia y profesores quienes son los que concurre al servicio de la DRE, los datos de la cantidad de profesores que existen dentro del Distrito de Tambopata fueron extraídos del INEI según compendio estadístico de Madre De Dios 2021 con especificación del distrito de Tambopata, el cual se detalla en el siguiente cuadro:

Tabla 4*Población de profesores*

Variable /Cantidad	En el año 2020
Profesores	1361

Fuente: Compendio Estadístico Madre de Dios 2021

Para la población de padres de familia, esta fue estimada en base a la cantidad de alumnos matriculados que existen en todos los colegios del distrito de Tambopata, la cantidad de alumnos matriculados fue extraído del INEI según compendio estadístico de Madre de dios 2021, el cual se detalla en el siguiente cuadro:

Tabla 5*Población de Padres de Familia*

Variable/Cantidad	En el año 2020
Alumnos matriculados	29395
Padres de familia estimado*	29395

**se estimó que por cada alumno matriculado existirá una padre o madre que representará al menor en tramites a realizar en la Dirección Regional de educación, se multiplica entonces la cantidad de alumnos matriculados x1 y se halla la cantidad de padres de familia estimado.*

Fuente: INEI: Compendio estadístico Madre de Dios 2021

Para la estimación de las cantidades para el año 2024 nos basamos en la

tasa de crecimiento que hubo en el 2020 con respecto al año 2019 lo cual se detalla en el siguiente cuadro:

Tabla 6

Crecimiento poblacional estimado para el año 2024

Variable/cantidad por año	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Tasa de crecimiento
Profesores	1268	1361	1460	1567	1681	1804	7.33%
Alumnos Matriculados	27923	29395	30944	32574	34290	36097	5.27%
Padres de familia estimado*	27923	29395	30944	32574	34290	36097	
Total						37901	

Nota: Se multiplico x1 con respecto a la cantidad de alumnos matriculados por los motivos explicados en el cuadro 4

3.3.2. Muestra

La muestra será extraída del número total de usuario posibles de la DRE, con una población finita de 37901, margen de error del 5%, con un nivel de confianza del 95%, la probabilidad de éxito, así como de fracaso al 50% (0.5) utilizando la siguiente formula se obtendrá el tamaño de la muestra

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Datos:

N=37971

e= 5%= 0.05

$$p= 0.5$$

$$q=0.5$$

$$\alpha= 95\%$$

Reemplazando en la fórmula:

$$n = \frac{37901 * 1.96_{\alpha}^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (37901 - 1) + 1.96_{\alpha}^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{35901 * 3.8416 * 0.5 * 0.5}{0.0025 * 37901 + 3.8416 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{36400.1205}{95.7104} = 380.31 \text{ redondeando a solo } 380$$

Tabla 7

Muestra Ajustada

Datos	Población	Porcentaje (Ne/ N)	Muestra Ajustada (N %) *
Padres de familia	36097	95.24%	362
Profesores	1804	4.76%	18
Total	37901	100.00%	380

Nota: Los numero fueron redondeados a números enteros para la realización adecuada del trabajo

3.4. Métodos y Técnicas

3.4.1. Métodos

La presente investigación se basará en un enfoque cuantitativo para la recopilación y análisis de datos. La información será obtenida a través de instrumentos específicos y posteriormente se analizará

utilizando software como Excel. Los resultados se representarán de manera visual mediante gráficos y tablas.

3.4.2. Técnicas

En esta investigación se emplearán técnicas de observación y encuestas para analizar la calidad del servicio a través del Modelo Kano en la Dirección Regional de Educación de Madre de Dios – Puerto Maldonado 2024. Para analizar cómo los usuarios perciben la calidad del servicio, emplearemos un cuestionario que incorpora 46 una escala de Likert con preguntas funcionales y disfuncionales. Esta herramienta nos permitirá medir las respuestas de manera efectiva, facilitando la recopilación de datos esenciales y la derivación de resultados concluyentes.

3.5. Tratamiento de los Datos

Durante la investigación de la “Calidad de Servicio a través del Modelo Kano en la Dirección Regional de Educación Madre de Dios - Puerto Maldonado 2024” se realizará el siguiente tratamiento de datos que consta de:

- Diagnóstico de la calidad del servicio de la DRE.
- Análisis estadísticos
- Preparación de la encuesta
- Validación de la encuesta
- Aplicación de la encuesta piloto
- Reformulación de la encuesta
- Aplicación de la encuesta definitiva
- Procesamiento y análisis de datos
- Conclusiones y recomendaciones

CAPÍTULO IV: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 Confiabilidad del instrumento

Para evaluar la confiabilidad de la información recopilada mediante los instrumentos de recolección de datos, se empleó el coeficiente de confiabilidad conocido como "Alfa de Cronbach".

En el contexto de la investigación, la confiabilidad es esencial para asegurar que los resultados obtenidos sean precisos y reproducibles. Se evalúa a través de diferentes métodos, siendo uno de los más comunes el coeficiente de confiabilidad, como el coeficiente alfa de Cronbach. Es una medida de confiabilidad para evaluar la consistencia interna de un conjunto de ítems o preguntas en un instrumento de medición. Esta métrica proporciona información sobre la fiabilidad y la coherencia de las respuestas obtenidas a partir de estos ítems.

El coeficiente de Alfa de Cronbach varía entre 0 y 1. Cuanto más cercano esté a 1, mayor será la consistencia interna del instrumento. Un valor alto indica que las preguntas o ítems miden de manera coherente la misma característica o constructo subyacente.

Para calcular el Alfa de Cronbach, se comparan todas las combinaciones posibles de ítems en un instrumento. Si un conjunto de ítems mide la misma característica, se espera que las respuestas a esas preguntas estén altamente correlacionadas. El Alfa de Cronbach cuantifica esta correlación interna.

El Alfa de Cronbach es valioso porque proporciona información sobre la validez interna del instrumento. Un instrumento confiable es esencial para obtener resultados consistentes y precisos en la investigación.

Además, la confiabilidad del instrumento influye en la interpretación y generalización de los hallazgos, ya que resultados inconsistentes podrían atribuirse a la falta de fiabilidad del instrumento en lugar de variaciones reales en la variable medida.

Tabla 8

Confiabilidad de la Variable Calidad del Servicio mediante Alfa de Cronbach.

Alfa de Cronbach	N° de elementos
0,804	42

Fuente: Obtenida con el Software SPSS

Con un coeficiente de Alfa de Cronbach de 0.804, se evidencia una coherencia interna sólida en la escala utilizada para medir la variable de Calidad de Servicio. Este valor sugiere que los elementos de la escala miden de manera consistente y confiable la variable en cuestión. En términos generales, el resultado de 0.804 es altamente favorable, indicando que el instrumento de medición es confiable para evaluar la calidad de servicio.

Tabla 9

Resumen de procesamiento de casos

	N	%
Casos	15	100,0
Valido	0	,0
Excluido	15	100.0
Total		

Fuente: Obtenida con el Software SPSS

4.1.2 Análisis de la variable Calidad de Servicio a través del modelo kano.

Con el fin de alcanzar nuestro objetivo principal en la investigación, que consiste en Analizar la calidad de servicio a través del modelo Kano en la Dirección Regional de Educación Madre de Dios – Puerto Maldonado 2024, se llevó a cabo una encuesta dirigida a los usuarios. Por lo que, se presentan los resultados obtenidos, los cuales serán detallados mediante tablas y gráficos acompañados de sus respectivas interpretaciones y análisis.

Dimensión Fiabilidad

Tabla 10

Indicadores de Fiabilidad

Calidad Modelo Kano	Servicio adecuado	Plazo establecido	Confiabilidad	Conocimientos profesionales	Resolución de problemas
Calidad Mínima	305	281	229	251	62
%	80.26%	73.95%	60.26%	66.05%	16.32%
Calidad Atractiva	22	30	57	39	186
%	5.79%	7.89%	15.00%	10.26%	48.95%
Calidad Lineal	48	66	74	77	113
%	12.63%	17.37%	19.48%	20.26%	29.74%
Calidad Indiferente	5	3	20	13	19
%	1.32%	0.79%	5.26%	3.42%	05.00%
Población Total	380	380	380	380	380

Fuente: Base de datos

Para el indicador de Servicio adecuado

Interpretación:

En la tabla 10 se observan las respuestas de los usuarios en frecuencias y porcentajes correspondientes a la pregunta 1 del cuestionario, relacionada

con la dimensión de “Fiabilidad”. De lo mostrado se detalla que, de un total de 380 usuarios encuestados que representan el 100%, se evidencia que, para el indicador de “servicio adecuado”, el 80.26% (305) usuarios lo considera como “Calidad Mínima”, el 12.63% (48) usuarios como “Calidad Lineal”, el 5.79% (22) usuarios como “Calidad Atractiva”, y el 1.32% (5) usuarios considera al indicador “servicio adecuado” como “Calidad Indiferente”.

Para el indicador Plazo establecido

Interpretación:

En la tabla 10 se observan las respuestas de los usuarios en frecuencias y porcentajes correspondientes a la pregunta 2 del cuestionario, relacionada con la dimensión de “Fiabilidad”. De lo mostrado se detalla que, de un total de 380 usuarios encuestados que representan el 100%, se evidencia que, para el indicador de “plazo establecido”, el 73.95% (281) usuarios lo considera como “Calidad Mínima”, el 17.37% (66) usuarios como “Calidad Lineal”, el 7.89% (30) usuarios como “Calidad Atractiva” y el 0.79% (3) usuarios considera al indicador “plazo establecido” como “Calidad Indiferente”.

Para el indicador de Confiabilidad

Interpretación:

En la tabla 10 se observan las respuestas de los usuarios en frecuencias y porcentajes correspondientes a la pregunta 3 del cuestionario, relacionada con la dimensión “Fiabilidad”. De lo mostrado se detalla que, de un total de 380 usuarios encuestados que representan el 100%, se evidencia que, para el indicador de “confiabilidad”, el 60.26% (229) usuarios lo considera como “Calidad Mínima”, el 19.47% (74) usuarios como “Calidad Lineal”, el 15.00% (57) usuarios como “Calidad Atractiva” y el 5.26% (20) usuarios considera al indicador de “confiabilidad” como “Calidad Indiferente”.

Indicador de Conocimientos profesionales:**Interpretación:**

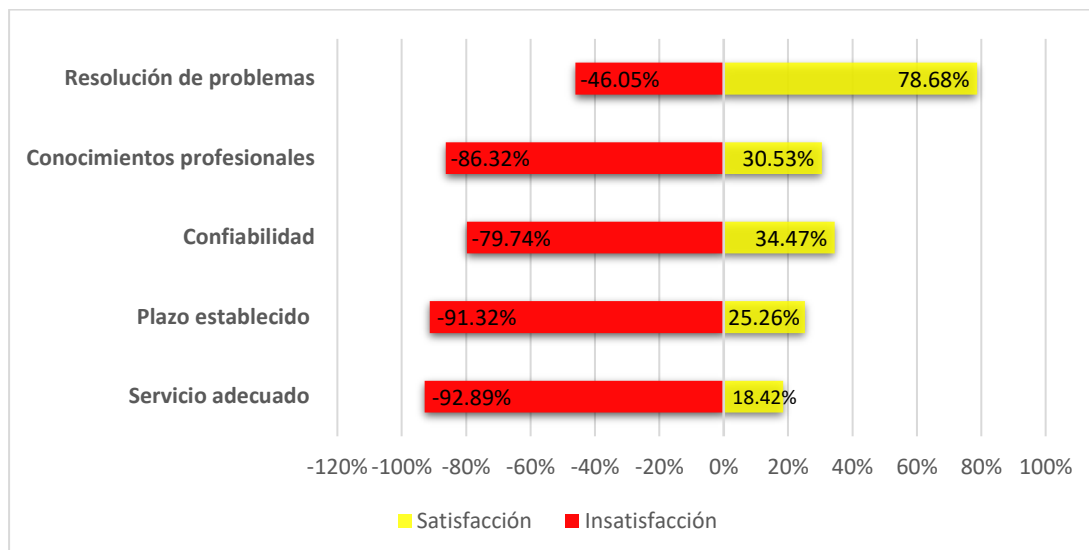
En la tabla 10 se observan las respuestas de los usuarios en frecuencias y porcentajes correspondientes a la pregunta 4 del cuestionario, relacionada con la dimensión “Fiabilidad”. De lo mostrado se detalla que, de un total de 380 usuarios encuestados que representan el 100%, se evidencia que, para el indicador de “conocimientos profesionales”, el 66.05% (251) usuarios lo considera como “Calidad Mínima”, el 20.26% (77) usuarios como “Calidad Lineal”, el 10.26% (39) usuarios como “Calidad Atractiva” y el 3.42% (13) usuarios considera al indicador “conocimientos profesionales” como “Calidad Indiferente”.

Para el indicador Resolución de problemas:**Interpretación:**

En la tabla 10 se observan las respuestas de los usuarios en frecuencias y porcentajes correspondientes a la pregunta 5 del cuestionario, relacionada con la dimensión “Fiabilidad”. De lo mostrado se detalla que, de un total de 380 usuarios encuestados que representan el 100%, se evidencia que, para el indicador de “resolución de problemas”, el 48.95% (186) usuarios lo considera como “Calidad Atractiva”, el 29.74% (113) usuarios como “Calidad Lineal”, el 16.32% (62) usuarios como “Calidad Mínima” y el 5.00% (19) usuarios considera al indicador “resolución de problemas” como “Calidad Indiferente”.

Gráfico 1

Grado de impacto de los indicadores de Fiabilidad en la satisfacción e insatisfacción de los usuarios.



Para el indicador de Servicio adecuado

Interpretación:

En el Gráfico 1 se puede apreciar que cuando el indicador “Servicio adecuado” está presente, este impacta en la satisfacción del usuario en un 18.42 % de 100%, y por el contrario la ausencia de este indicador impacta en un -92.89 % de -100%.

Análisis:

A partir de los datos mencionados, se infiere que los usuarios encuestados consideran el indicador como “Calidad Mínima”. Esta apreciación se sustenta en la observación del impacto derivado de su ausencia y presencia. La discrepancia entre los efectos positivos y negativos resulta destacable: mientras que la influencia positiva ligada a la presencia del indicador es notablemente inferior, el impacto negativo derivado de su ausencia supera ampliamente el -50%. Estos hallazgos enfatizan de manera contundente la relevancia crítica de garantizar un servicio adecuado para satisfacer las necesidades del usuario, aunque su presencia no genere mucha satisfacción.

Para el indicador de Plazo establecido

Interpretación:

En el Gráfico 1 se puede apreciar que cuando el indicador “Plazo establecido” está presente, este impacta en la satisfacción del usuario en un 25.26% de 100%, y por el contrario la ausencia de este indicador impacta en un -91.32% de -100%.

Análisis:

A partir de los datos presentados, se infiere que los usuarios encuestados consideran este indicador como “Calidad Mínima”. Esta apreciación se basa en la observación del impacto generado tanto por la ausencia como por la presencia del indicador, el cual no presenta una relación proporcional equitativa. Esta disparidad muestra que los usuarios no otorgan un valor significativo al cumplimiento de los plazos establecidos, dado que su impacto en la satisfacción no supera el +50%. Sin embargo, su incumplimiento provoca un efecto negativo mucho mayor, cercano al -100%, lo que subraya la importancia crítica de asegurar este indicador en la prestación de los servicios. Esto sugiere que las expectativas mínimas de los usuarios deben cumplirse rigurosamente para evitar la insatisfacción. Por lo tanto, aunque el cumplimiento de los plazos establecidos no incrementa considerablemente la satisfacción, su incumplimiento tiene un impacto desproporcionadamente alto en la experiencia del usuario.

Para el indicador de Confiabilidad

Interpretación:

En el Gráfico 1 se puede apreciar que cuando el indicador “Confiabilidad” está presente, este impacta en la satisfacción del usuario en un 34.47% de 100%, y por el contrario la ausencia de este indicador impacta en un -79.74% de -100%.

Análisis:

Con base en los datos proporcionados, se infiere que los usuarios encuestados consideran este indicador como “Calidad Mínima”. Esta conclusión se sustenta en la observación del impacto generado tanto por su ausencia como por su presencia. La influencia positiva del indicador no supera el +50%, lo que la hace considerablemente menor en comparación con el impacto negativo provocado por su ausencia, que excede ampliamente el -50%. La falta de este indicador tiene un impacto significativo en la satisfacción del usuario, lo cual sugiere que, aunque los usuarios esperan su presencia, esta no genera un alto nivel de satisfacción cuando se cumple. Esto subraya la necesidad de implementar y mantener el indicador de confiabilidad en los servicios ofrecidos, a fin de mejorar la experiencia del usuario y la percepción de la calidad del servicio.

Para el indicador de Conocimientos profesionales

Interpretación:

En el Gráfico 1 se puede apreciar que cuando el indicador “Conocimientos profesionales” está presente, este impacta en la satisfacción del usuario en un 30.53% de 100%, y por el contrario la ausencia de este indicador impacta en un -86.32% de -100%.

Análisis:

A partir de la interpretación del gráfico, se deduce que los encuestados consideran este indicador como “Calidad Mínima”. Esta percepción se fundamenta en la observación del impacto derivado tanto por la presencia como por la ausencia del indicador. Los resultados muestran que la carencia de “Conocimientos profesionales” en el servicio genera un impacto negativo que excede el 50% en la insatisfacción de los usuarios, en contraste con el impacto positivo, que es relativamente limitado cuando este indicador está presente.

Este hecho subraya la importancia estratégica del indicador, destacándolo como un componente esencial para garantizar no solo la calidad del servicio,

sino también para evitar la insatisfacción de los usuarios. Aunque su presencia no parece elevar considerablemente los niveles de satisfacción, su ausencia provoca un daño significativo en la percepción del servicio. Por ello, fortalecer este indicador en el personal no solo debe considerarse como básico en el servicio, sino como un factor determinante para consolidar la confianza del usuario y asegurar la excelencia en la prestación del servicio

Para el indicador de Resolución de problemas

Interpretación:

En el Gráfico 1 se puede apreciar que cuando el indicador “Resolución de problemas” está presente, este impacta en la satisfacción del usuario en un 78.68 % de 100%, y por el contrario la ausencia de este indicador impacta en un -46.05% de -100%.

Análisis:

Basándonos en los resultados presentados, se puede deducir que los encuestados consideran este indicador como “Calidad Atractiva”. Esta conclusión se fundamenta en la observación del impacto generado tanto por su presencia como por su ausencia. Los resultados sugieren que la capacidad para abordar y resolver los problemas de los usuarios tiene un impacto muy positivo en su experiencia, superando ampliamente el 50%. En contraste, aunque la ausencia del indicador genera un impacto negativo en la insatisfacción del usuario, este efecto no es tan pronunciado.

Este hallazgo indica que la presencia de este indicador dentro del servicio proporciona una satisfacción adicional y superior a la de otros indicadores. Sin embargo, su ausencia no provoca una insatisfacción considerable en los usuarios, lo que caracteriza al indicador como un elemento que, si bien no es indispensable, cuando está presente, aumenta notablemente la percepción de calidad del servicio.

Dimensión Capacidad de Respuesta

Tabla 11

Indicadores de Capacidad de Respuesta

Calidad Modelo Kano	Suministrar el servicio rápido	Accesibilidad	Disponibilidad	Responsabilidad	Flexibilidad	Personalización del servicio
Calidad Mínima	22	183	79	280	50	61
%	5.79%	48.16	20.79%	73.68%	13.16%	16.05%
Calidad Atractiva	61	72	121	43	195	100
%	16.05%	18.95%	31.84%	11.32%	51.32%	26.32%
Calidad Lineal	286	118	165	55	123	199
%	75.26%	31.05	43.42%	14.47%	32.37%	52.37%
Calidad Indiferente	11	7	15	2	12	20
%	2.89%	1.84%	3.95%	0.53%	3.16%	5.26%
Población Total	380	380	380	380	380	380

Fuente: Base de datos

Para el indicador Suministrar el Servicio Rápido

Interpretación:

En la tabla 11 se observa las respuestas de los usuarios en frecuencias y porcentajes correspondientes a la pregunta 6 del cuestionario, relacionada con la dimensión “Capacidad de Respuesta”. De lo mostrado se detalla que, de un total de 380 usuarios encuestados que representan el 100%, se evidencia que para el indicador de “suministrar el servicio rápido” el 75.26% (286) usuarios lo considera como “Calidad Lineal”, el 16.05% (61) usuarios como “Calidad Atractiva”, el 5.79% (22) usuarios como “Calidad Mínima”, y el 2.89% (11) usuarios considera al indicador “suministrar el servicio rápido” como “Calidad Indiferente”.

Para el Indicador Accesibilidad**Interpretación:**

En la tabla 11 se observa las respuestas de los usuarios en frecuencias y porcentajes correspondientes a la pregunta 7 del cuestionario, relacionada con la dimensión “Capacidad de Respuesta”. De lo mostrado se detalla que, de un total de 380 usuarios encuestados que representan el 100%, se evidencia que para el indicador de “accesibilidad” el 48.16% (183) usuarios lo considera como “Calidad Mínima”, el 31.05% (118) usuarios como “Calidad Lineal”, el 18.95% (72) usuarios como “Calidad Atractiva”, y un 1.84% (7) usuarios considera al indicador “accesibilidad” como “Calidad Indiferente”.

Para el Indicador de Disponibilidad**Interpretación:**

En la tabla 11 se observa las respuestas de los usuarios en frecuencias y porcentajes correspondientes a la pregunta 8 del cuestionario, relacionada con la dimensión “Capacidad de Respuesta”. De lo mostrado se detalla que, de un total de 380 usuarios encuestados que representan el 100%, se evidencia que para el indicador “disponibilidad” el 43.42% (165) usuarios lo considera como “Calidad Lineal”, el 31.84% (121) usuarios como “Calidad Atractiva”, el 20.79% (79) usuarios como “Calidad Mínima”, y un 3.95% (15) usuarios considera al indicador “disponibilidad” como “Calidad Indiferente”.

Para el indicador de Responsabilidad**Interpretación:**

En la tabla 11 se observa las respuestas de los usuarios en frecuencias y porcentajes correspondientes a la pregunta 9 del cuestionario, relacionada con la dimensión “Capacidad de Respuesta”. De lo mostrado se detalla que, de un total de 380 usuarios encuestados que representan el 100%, se evidencia que para el indicador de “responsabilidad” el 73.68% (280) usuarios lo considera como “Calidad Mínima”, el 14.47% (55) usuarios como “Calidad Lineal”, el 11.32% (43) usuarios como “Calidad Atractiva” y el 0.53% (2) usuarios considera al indicador “responsabilidad” como “Calidad Indiferente”.

Para el indicador de Flexibilidad**Interpretación:**

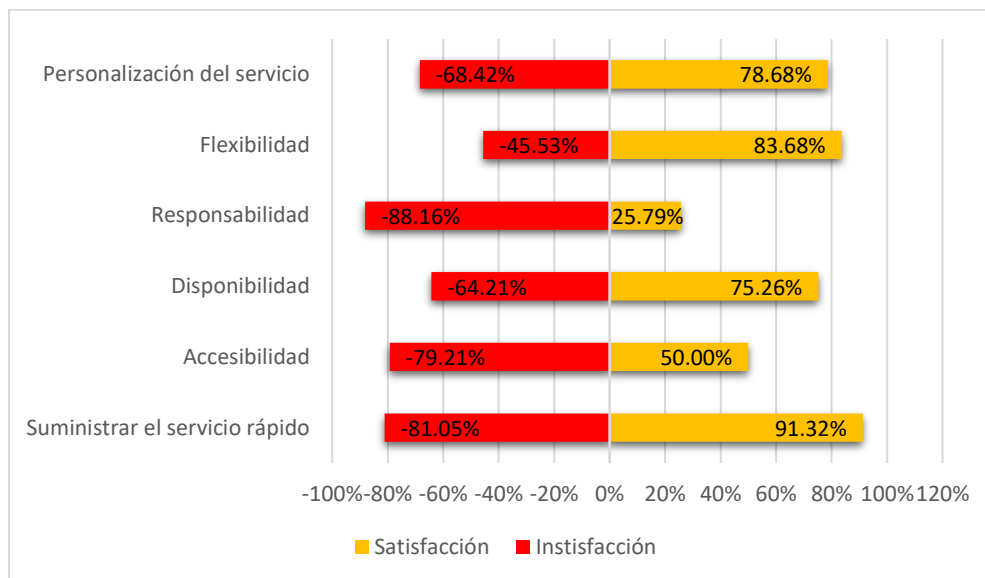
En la tabla 11 se observa las respuestas de los usuarios en frecuencias y porcentajes correspondientes a la pregunta 10 del cuestionario, relacionada con la dimensión “Capacidad de Respuesta”. De lo mostrado se detalla que, de un total de 380 usuarios encuestados que representan el 100%, se evidencia que para el indicador de “flexibilidad” el 51.32% (195) usuarios lo considera como “Calidad Atractiva”, el 32.37% (123) usuarios como “Calidad Lineal”, el 13.16% (50) usuarios como “Calidad Mínima”, y el 3.16% (12) usuarios considera al indicador “flexibilidad” como “Calidad Indiferente”.

Para el indicador Personalización del servicio:**Interpretación:**

En la tabla 11 se observa las respuestas de los usuarios en frecuencias y porcentajes correspondientes a la pregunta 11 del cuestionario, relacionada con la dimensión “Capacidad de Respuesta”. De lo mostrado se detalla que, de un total de 380 usuarios encuestados que representan el 100%, se evidencia que para el indicador de “personalización del servicio” el 52.37% (199) usuarios lo considera como “Calidad Lineal”, el 26.32% (100) usuarios como “Calidad Atractiva”, el 16.05% (61) usuarios como “Calidad Mínima”, y el 5.26% (20) usuarios considera al indicador “personalización del servicio” como “Calidad Indiferente”.

Gráfico 2

Grado de impacto de los indicadores de Capacidad de Respuesta en la satisfacción e insatisfacción de los usuarios



Para el indicador Suministrar el servicio rápido

Interpretación:

En el Gráfico 2 se puede apreciar que cuando el indicador “Suministrar el servicio rápido” está presente, este impacta en la satisfacción del usuario en un 91.32% de 100%, y por el contrario la ausencia de este indicador impacta en un -81.05% de -100%.

Análisis:

Con base en los datos proporcionados, se infiere que los usuarios encuestados consideran este indicador como “Calidad Lineal”. Esta apreciación se basa en la observación del impacto generado tanto por la ausencia como por la presencia del indicador, donde la relación entre la rapidez en la prestación del servicio y la satisfacción del usuario parece ser directamente proporcional. Es decir, a medida que aumenta la velocidad en la entrega del servicio, también lo hace la satisfacción del usuario, mientras que una mayor lentitud en la prestación del servicio genera una mayor insatisfacción.

Este análisis sugiere que los usuarios valoran la eficiencia y la prontitud en la entrega del servicio como aspectos clave para su satisfacción, lo que subraya la importancia de garantizar una respuesta rápida y oportuna a las necesidades del usuario para mejorar su experiencia

Para el indicador Accesibilidad

Interpretación:

En el Gráfico 2 se puede apreciar que cuando el indicador de “Accesibilidad” está presente, este impacta en la satisfacción del usuario en un 50.00% de 100%, y por el contrario la ausencia de este indicador impacta en un -79.21% de -100%.

Análisis:

En función de los datos proporcionados, se infiere que los usuarios encuestados consideran este indicador como “Calidad Mínima”. Esta conclusión se sustenta en la observación del impacto generado tanto por la presencia como por la ausencia del indicador. La diferencia entre el impacto positivo y negativo destaca la importancia crítica de la accesibilidad en la satisfacción del usuario. Cuando el indicador está presente, contribuye significativamente a una experiencia satisfactoria, con un impacto del 50%. En cambio, la ausencia de accesibilidad provoca un efecto adverso considerablemente mayor, superando el -50%, lo que evidencia que la falta de facilidades para acceder a los servicios afecta negativamente la experiencia del usuario.

Por lo tanto, la implementación y mejora de medidas de accesibilidad se vuelven imperativas para garantizar una experiencia satisfactoria para todos los usuarios.

Para el indicador Disponibilidad

Interpretación:

En el Gráfico 2 se puede apreciar que cuando el indicador “Disponibilidad” está presente, este impacta en la satisfacción del usuario en un 75.26% de

100%, y por el contrario la ausencia de este indicador impacta en un -64.21% de -100%.

Análisis:

A partir de la interpretación del Gráfico 2, se puede inferir que los usuarios encuestados consideran este indicador como “Calidad Lineal”. Esta conclusión se basa en la observación del impacto generado tanto por la presencia como por la ausencia del indicador. La disponibilidad del indicador tiene un efecto muy positivo en la satisfacción del usuario, lo que sugiere que los usuarios valoran altamente la accesibilidad de los servicios. En contraste, la falta de este indicador produce un impacto negativo de igual magnitud en la insatisfacción del usuario.

Esta relación lineal entre la presencia y ausencia del indicador, y su efecto en la satisfacción, refuerza la idea de que la disponibilidad es un componente esencial para garantizar una experiencia satisfactoria. Por lo tanto, es fundamental asegurar la disponibilidad continua de los servicios para cumplir con las necesidades y expectativas de los usuarios.

Para el indicador Responsabilidad

Interpretación:

En el Gráfico 2 se puede apreciar que cuando el indicador “Responsabilidad” está presente, este impacta en la satisfacción del usuario en un 25.79% de 100%, y por el contrario la ausencia de este indicador impacta en un -88.16% de -100%.

Análisis:

De acuerdo con la interpretación de los datos, se puede inferir que los usuarios encuestados consideran este indicador como “Calidad Mínima”. Esta conclusión se basa en la observación del impacto generado tanto por la presencia como por la ausencia del indicador. Los resultados sugieren que la presencia del indicador tiene un efecto moderado en la satisfacción del usuario, ya que no supera el 50% en los niveles de satisfacción. No obstante,

la ausencia de este indicador genera un impacto negativo significativamente mayor, superando ampliamente el -50% de insatisfacción.

Por lo tanto, aunque la responsabilidad no sea el factor determinante para alcanzar una satisfacción excepcional, su ausencia provoca un efecto considerablemente adverso en la percepción de la calidad del servicio por parte del usuario

Para el indicador Flexibilidad

Interpretación:

En el Gráfico 2 se puede apreciar que cuando el indicador “Flexibilidad” está presente, este impacta en la satisfacción del usuario en un 83.68% de 100%, y por el contrario la ausencia de este indicador impacta en un -45.53% de -100%.

Análisis:

Tomando en cuenta la información proporcionada, se deduce que los usuarios encuestados consideran a este indicador como “Calidad Atractiva”. Esta apreciación se fundamenta en la observación del impacto resultante de la ausencia o presencia del indicador.

La “flexibilidad”, al estar presente, ejerce un efecto muy positivo en la satisfacción del usuario, lo que indica que los usuarios valoran altamente este atributo. Esto sugiere que la flexibilidad trasciende las expectativas básicas del cliente, contribuyendo de manera significativa a su satisfacción general.

Por otro lado, la ausencia de este indicador tiene un impacto negativo menor en la satisfacción del usuario, dado que no supera el -50%. Esto implica que, si bien la “flexibilidad” mejora notablemente la experiencia del usuario cuando está presente, su falta no genera un efecto tan adverso como el de otros aspectos de calidad.

Para el indicador Personalización del servicio

Interpretación:

En el Gráfico 2 se puede apreciar que cuando el indicador Personalización del servicio está presente, este impacta en la satisfacción del usuario en un 78.68% de 100%, y por el contrario la ausencia de este indicador impacta en un -68.42% de -100%.

Análisis:

Sobre la base de los datos presentados, se infiere que los usuarios encuestados consideran a este indicador como “Calidad Lineal”. Esta conclusión se sustenta en la observación del impacto derivado de la ausencia y presencia del indicador. Estos resultados reflejan una relación notable entre la presencia del indicador de “Personalización del Servicio” y la satisfacción del usuario, debido a que el impacto tanto en la satisfacción e insatisfacción superan el +-50%. La dinámica de los resultados expuestos otorga a la personalización del servicio como un factor determinante para la satisfacción del usuario.

Dimensión Seguridad

Tabla 12

Indicadores de Seguridad

Calidad Modelo Kano	Realizar las operaciones	Resolución de interrogantes	Prestar atención	Credibilidad
Calidad Mínima	255	169	128	220
%	67.11%	44.47%	33.68%	57.89%
Calidad Atractiva	44	92	100	50
%	11.58%	24.21%	26.32%	13.16%
Calidad Lineal	80	116	147	109
%	21.05%	30.53%	36.68%	28.68%
Calidad Indiferente	1	3	5	1
%	0.26%	0.79%	1.32%	0.26%
Población Total	380	380	380	380

Fuente: Base de datos

Para el Indicador Realización de las operaciones

Interpretación

En la tabla 12 se observa las respuestas de los usuarios en frecuencias y porcentajes correspondientes a la pregunta 12 del cuestionario, relacionada con la dimensión “Seguridad”. De lo mostrado se detalla que, de un total de 380 usuarios encuestados que representan el 100%, se evidencia que para el indicador “Realizar las Operaciones” el 67.11% (255) usuarios lo considera como “Calidad Mínima”, el 21.05% (80) usuarios como “Calidad Lineal”, el 11.58% (255) como “Calidad Atractiva” y el 0.26% (1) usuarios considera al indicador de “Realizar las Operaciones como “Calidad Indiferente”.

Para el indicador de Resolución de interrogantes

Interpretación:

En la tabla 12 se observa las respuestas de los usuarios en frecuencias y porcentajes correspondientes a la pregunta 13 del cuestionario, relacionada con la dimensión “Seguridad”. De lo mostrado se detalla que, de un total de 380 usuarios encuestados que representan el 100%, se evidencia que para el indicador de “Resolución de interrogantes” el 44.47% (169) usuarios lo considera como “Calidad Mínima”, el 30.53% (116) usuarios como “Calidad Lineal”, el 24.21% (92) usuarios como “Calidad Atractiva”, y el 0.79% (3) usuarios considera al indicador de “Resolución de interrogantes” como Calidad Indiferente.

Para el indicador de Prestar atención

Interpretación:

En la tabla 12 se observa las respuestas de los usuarios en frecuencias y porcentajes correspondientes a la pregunta 14 del cuestionario, relacionada con la dimensión “Seguridad”. De lo mostrado se detalla que, de un total de 380 usuarios encuestados que representan el 100%, se evidencia que para el indicador “Prestar atención” el 36.68% (147) usuarios lo considera como “Calidad Lineal”, el 33.68% (128) usuarios como “Calidad Mínima”, el 26.32%

(100) usuarios como “Calidad Atractiva”, y el 1.32% (5) usuarios considera al indicador de “Prestar atención” como “Calidad Indiferente”.

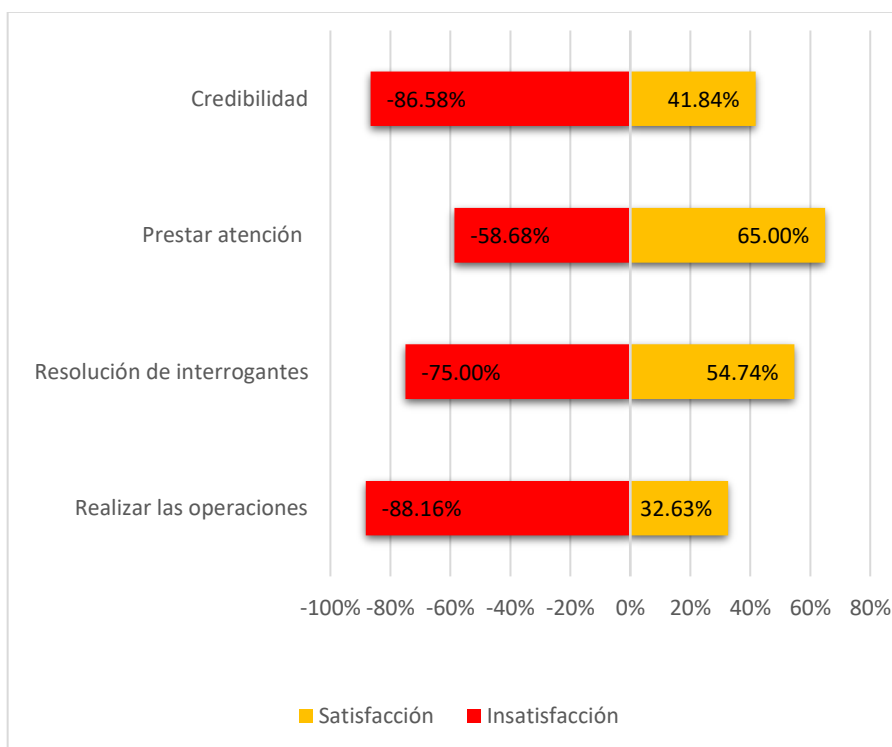
Para el indicador de Credibilidad

Interpretación

En la tabla 12 se observa las respuestas de los usuarios en frecuencias y porcentajes correspondientes a la pregunta 15 del cuestionario, relacionada con la dimensión “Seguridad”. De lo mostrado se detalla que, de un total de 380 usuarios encuestados que representan el 100%, se evidencia que para el indicador “Credibilidad” el 57.89% (220) usuarios lo considera como “Calidad Minina”, el 28.68% (109) usuarios como “Calidad Lineal”, el 13.16% (50) usuarios como “Calidad Atractiva”, y el 0.26%% (1) usuarios considera al indicador “Credibilidad” como “Calidad Indiferente”.

Gráfico 3

Grado de impacto de los indicadores de Seguridad en la satisfacción e insatisfacción de los usuarios



Para el indicador de Credibilidad**Interpretación:**

En el Gráfico 3 se puede apreciar que cuando el indicador “Credibilidad” está presente, este impacta en la satisfacción del usuario en un 41.84% de 100%, y por el contrario la ausencia de este indicador impacta en un -86.58% de -100%.

Análisis:

El análisis del Gráfico 3 revela que los usuarios encuestados consideran este indicador como un elemento de "Calidad Mínima". Esta apreciación se sustenta en la observación del impacto derivado de la ausencia y presencia del indicador. Aunque algunos usuarios muestran una satisfacción moderada con el indicador, su puntuación no supera el +50%, lo que denota que su influencia es insuficiente para proporcionar una experiencia sobresaliente o una satisfacción considerable, siendo visto solo como el estándar mínimo aceptable.

En ausencia de este indicador, los usuarios experimentan una insatisfacción que sobrepasa el -50%, ya que su falta impide alcanzar el nivel básico de funcionalidad que consideran necesario para una experiencia adecuada. Por lo tanto, la presencia del indicador es crucial no solo para evitar una percepción negativa considerable, sino también para asegurar que el servicio cumpla con los estándares mínimos que los usuarios esperan.

Para el indicador de Prestar atención**Interpretación:**

En el Gráfico 3 se puede apreciar que cuando el indicador de “Prestar atención” está presente, este impacta en la satisfacción del usuario en un 65.00 % de 100%, y por el contrario la ausencia de este indicador impacta en un -58.68% de -100%.

Análisis:

La interpretación del Gráfico 3 señala que los usuarios encuestados consideran este indicador como de "Calidad Lineal", lo cual se fundamenta

en la observación de su impacto tanto en su ausencia como en su presencia. Se observa una relación proporcionalmente simétrica, en la que el efecto sobre la satisfacción e insatisfacción del usuario supera el umbral del +/- 50%.

A medida que mejora el desempeño del indicador, la satisfacción del cliente aumenta proporcionalmente. De igual forma, su ausencia genera una insatisfacción significativa, ya que los usuarios perciben su carencia como una deficiencia importante que perjudica su experiencia. Por ello, la presencia del indicador, así como su mejora continua, son fundamentales para garantizar un nivel satisfactorio de experiencia del cliente.

Para el indicador de Resolución de interrogantes

Interpretación:

En el Gráfico 3 se puede apreciar que cuando el indicador de “Resolución de interrogantes” está presente, este impacta en la satisfacción del usuario en un 54.74% de 100%, y por el contrario la ausencia de este indicador impacta en un -75.00% de -100%.

Análisis:

La interpretación del Gráfico 3 sugiere que los usuarios encuestados consideran a este indicador como “Calidad Lineal”. Esta apreciación se sustenta en la observación del impacto derivado de la ausencia y presencia del indicador; mostrando una relación proporcionalmente simétrica, donde tanto el impacto en la satisfacción e insatisfacción del usuario supera el +/-50%, de esta manera, podemos concluir que los usuarios se encuentran satisfechos cuando resuelven sus interrogantes, así como también le genera una insatisfacción similar cuando no son resueltos.

Para el indicador de Realización de las operaciones

Interpretación:

En el Gráfico 3 se puede apreciar que cuando el indicador de “Resolución de las operaciones” está presente, este impacta en la satisfacción del usuario en un 32.63 % de 100%, y por el contrario la ausencia de este indicador impacta en un -88.16% de -100%.

Análisis

La interpretación del Gráfico 3 sugiere que los usuarios encuestados consideran a este indicador como “Calidad Mínima”. Esta apreciación se sustenta en la observación del impacto derivado de la ausencia y presencia del indicador; mostrando una relación proporcional asimétrica, donde el impacto en la satisfacción del usuario no supera el 50%, mientras que la insatisfacción que genera si supera el -50%, esto nos muestra que los usuarios esperan en que se realice las operaciones correctamente, aunque esto no les proporcione un alto nivel de satisfacción. Sin embargo, cualquier falla en el cumplimiento de sus expectativas genera una insatisfacción significativa.

Dimensión Empatía

Tabla 13

Indicadores de Empatía

Calidad Modelo Kano	Implicación	Amabilidad	Respeto
Calidad Mínima	35	89	223
%	9.21%	23.42%	58.68%
Calidad Atractiva	257	168	63
%	67.63%	44.21%	16.58%
Calidad Lineal	66	100	89
%	17.37%	36.32%	23.42%
Calidad Indiferente	22	23	5
%	5.79%	6.05%	1.32%
Población total	380	380	380

Fuente: base de datos

Para el indicador de Implicación

Interpretación:

En la tabla 13 se observa las respuestas de los usuarios en frecuencias y porcentajes correspondiente a la pregunta 16 del cuestionario, relacionada

con la dimensión “Empatía”. De lo mostrado se detalla que, de un total de 380 usuarios encuestados que representan el 100%, se evidencia que para el indicador de “Implicación” el 67.63% (257) usuarios lo considera como “Calidad Atractiva”, el 17.37% (66) usuarios como “Calidad Lineal”, el 9.21% (35) usuarios como “Calidad Mínima”, y el 5.79% (22) usuarios considera al indicador de implicación como “Calidad Indiferente”.

Para el indicador de Amabilidad

Interpretación:

En la tabla 13 se observa las respuestas de los usuarios en frecuencias y porcentajes correspondiente a la pregunta 17 del cuestionario, relacionada con la dimensión “Empatía”. De lo mostrado se detalla que, de un total de 380 usuarios encuestados que representan el 100%, se evidencia que para el indicador de “amabilidad” el 44.21% (168) usuarios lo considera como “Calidad Atractiva”, el 36.32% (100) usuarios como “Calidad Lineal”, el 23.42% (89) usuarios como “Calidad Mínima”, y un 6.05% (23) usuarios considera al indicador “amabilidad” como “Calidad Indiferente”.

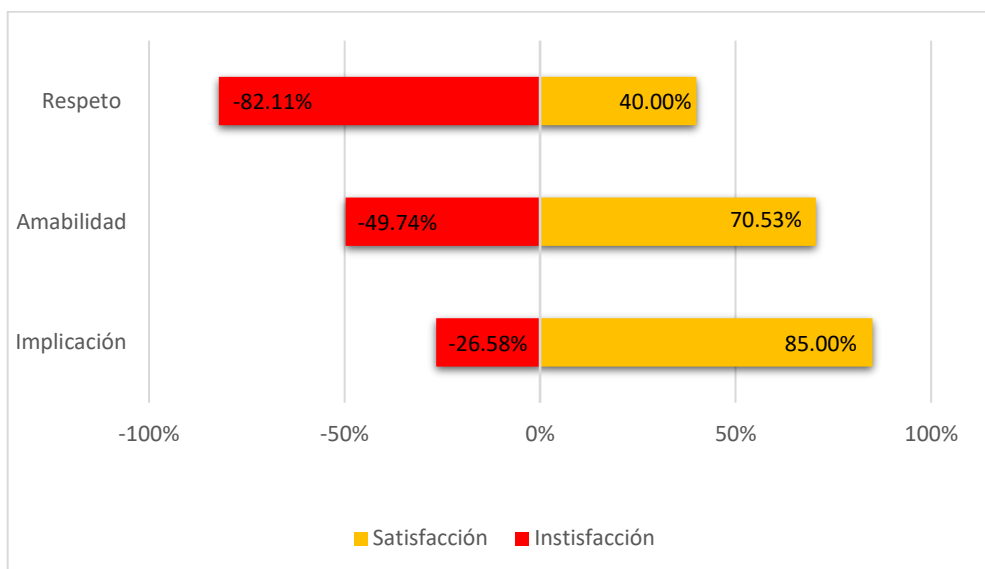
Para el Indicador de Respeto

Interpretación:

En la tabla 13 se observa las respuestas de los usuarios en frecuencias y porcentajes correspondientes a la pregunta 18 del cuestionario, relacionada con la dimensión “Empatía”. De lo mostrado se detalla que, de un total de 380 usuarios encuestados que representan el 100%, se evidencia que para el indicador de “respeto” el 58.68% (223) usuarios lo considera como “Calidad Mínima”, el 23.42% (89) usuarios como “Calidad Lineal”, el 16.58% (63) usuarios como “Calidad Atractiva”, y un 1.32% (05) usuarios considera al indicador de “respeto” como “Calidad Indiferente”.

Gráfico 4

Grado de impacto de los indicadores de Empatía en la satisfacción e insatisfacción de los usuarios



Para el indicador de Respeto

Interpretación

En el Gráfico 4 se puede apreciar que cuando el indicador “Respeto” está presente, este impacta en la satisfacción del usuario en un 40.00 % de 100%, y por el contrario la ausencia de este indicador impacta en un -82.11% de -100%.

Análisis

La interpretación del Gráfico 4 refleja que los encuestados considera este indicador como de "Calidad Mínima". Esta apreciación se fundamenta en la observación del impacto derivado de su ausencia y presencia, evidenciando una desproporción considerable entre ambos escenarios: mientras que la satisfacción del usuario no alcanza el 50%, la insatisfacción supera ampliamente el -50% cuando el indicador está ausente.

Se deduce, por tanto, que, aunque el indicador no contribuye de manera directa a generar una satisfacción significativa, su falta provoca una insatisfacción notable entre los usuarios. Esto subraya la importancia de su presencia en el servicio para evitar una experiencia negativa.

Para el indicador de Amabilidad:**Interpretación:**

En el Gráfico 4 se puede apreciar que cuando el indicador de “Amabilidad” está presente, este impacta en la satisfacción del usuario en un 70.53% de 100%, y por el contrario la ausencia de este indicador impacta en un -49.74% de -100%.

Análisis:

La interpretación del Gráfico 4 revela que los usuarios encuestados consideran este indicador como “Calidad Atractiva”. Esta apreciación se sustenta en la observación del impacto derivado de la ausencia y presencia del indicador; lo cual exhibe una relación proporcionalmente asimétrica, donde el impacto de la satisfacción del usuario supera ampliamente el 50%, mientras que por el contrario el impacto en la insatisfacción del usuario no supera el -50%.

En esencia nos indica que, la presencia de este indicador durante el servicio le genera mucha satisfacción al usuario, pero por el contrario su ausencia no genera una insatisfacción significativa.

Para el indicador de Implicación**Interpretación:**

En el Gráfico 4 se puede apreciar que cuando el indicador de “Implicación” está presente, este impacta en la satisfacción del usuario en un 85.00. % de 100%, y por el contrario la ausencia de este indicador impacta en un -26.58% de -100%.

Análisis:

La interpretación del Gráfico 4 revela que los encuestados consideran este indicador como "Calidad Atractiva". Esta apreciación se basa en la observación del impacto derivado de su ausencia y presencia. Se destaca que la presencia del indicador genera un impacto positivo en la satisfacción

del usuario, superando el 50%, mientras que su ausencia no ocasiona una insatisfacción significativa, ya que el impacto negativo no sobrepasa el -50%.

Estos resultados sugieren que el indicador contribuye considerablemente a mejorar la experiencia del usuario, elevando los niveles de satisfacción. No obstante, su carencia no genera un descontento severo, lo que indica que, aunque valioso, no es esencial para evitar una percepción negativa.

Dimensión Elementos Tangibles

Tabla 14

Indicadores de Elementos Tangibles

Calidad Modelo Kano	Instalaciones Físicas	Presentación del Personal	Equipos
Calidad Mínima	194	30	95
%	51.05%	7.89%	25%
Calidad Atractiva	61	48	100
%	16.05%	12.63%	26.32%
Calidad Lineal	115	5	169
%	30.26%	1.32%	44.47%
Calidad Indiferente	10	297	16
%	2.63%	78.16%	4.21%
Total, Población	380	380	380

Fuente: base de datos

Para el Indicador Instalaciones físicas

Interpretación

En la tabla 14 se observa las respuestas de los usuarios en frecuencias y porcentajes correspondiente a la pregunta 19 del cuestionario, relacionada con la dimensión “Elementos tangibles”. De lo mostrado se detalla que, de un

total de 380 usuarios encuestados que representan el 100%, se evidencia que para el indicador de “Instalaciones físicas” el 51.05% (194) usuarios lo considera como “Calidad Mínima”, el 30.26% (115) usuarios como “Calidad Lineal”, el 16.05% (61) usuarios como “Calidad Atractiva”, y un 2.63% (10) usuarios considera al indicador “Instalaciones físicas” como “Calidad indiferente”.

Para el indicador de Presentación del personal

Interpretación:

En la tabla 14 se observa las respuestas de los usuarios en frecuencias y porcentajes correspondiente a la pregunta 20 del cuestionario, relacionada con la dimensión “Elementos tangibles”. De lo mostrado se detalla que, de un total de 380 usuarios encuestados que representan el 100%, se evidencia que para el indicador “Presentación del personal” el 78.16% (297) usuarios lo considera como “Calidad indiferente”, mientras un 12.63% (48) usuarios como “Calidad Atractiva”. Por otro lado, el 7.89% (30) usuarios lo consideran como “Calidad Mínima”, y el 1.32% (5) usuarios considera al indicador de “Presentación del personal” como “Calidad Lineal”.

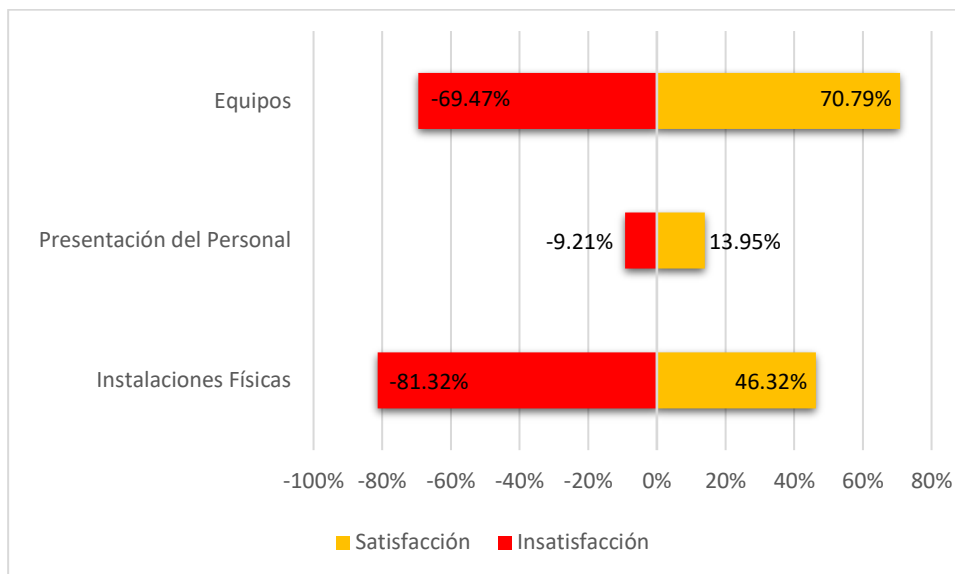
Para el indicador Equipos

Interpretación:

En la tabla 14 se observa las respuestas de los usuarios en frecuencias y porcentajes correspondientes a la pregunta 21 del cuestionario, relacionada con la dimensión “Elementos tangibles”. De lo mostrado se detalla que, de un total de 380 usuarios encuestados que representan el 100%, se evidencia que para el indicador de “Equipos” un 44.47% (169) usuarios lo considera como “Calidad Lineal”, el 26.32% (100) usuarios como “Calidad Atractiva”, el 25% (95) usuarios como “Calidad Mínima”, y el 4.21% (16) usuarios considera al indicador “Equipos” como “Calidad Indiferente”.

Gráfico 5

Grado de impacto de los indicadores de Elementos Tangibles en la satisfacción e insatisfacción de los usuarios



Para el indicador de Equipos

Interpretación:

En el Gráfico 5 se puede apreciar que cuando el indicador de “Equipos” está presente, este impacta en la satisfacción del usuario en un 70.79% de 100%, y por el contrario la ausencia de este indicador impacta en un -69.47% de -100%.

Análisis:

La interpretación del Gráfico 5 refleja que los encuestados consideran este indicador como “Calidad Lineal”. Esta valoración se basa en la observación del impacto derivado tanto de su presencia como de su ausencia. Los resultados muestran que la satisfacción y la insatisfacción del usuario aumentan proporcionalmente según el nivel de presencia o falta del indicador, con un impacto que supera el 50% en la satisfacción y el -50% en la insatisfacción.

Es importante destacar la importancia de la consistencia en la implementación: dado que el indicador tiene un impacto proporcional tanto en la satisfacción como en la insatisfacción, es crucial asegurar que su

implementación sea constante y efectiva. Cualquier fluctuación en su nivel de presencia podría provocar variaciones significativas en la percepción del usuario, afectando directamente su experiencia con el servicio.

Para el indicador de Presentación del personal

Interpretación:

En el Gráfico 5 se puede apreciar que cuando el indicador de "Presentación del personal" está presente, este impacta en la satisfacción del usuario en un 13.95% de 100%, y por el contrario la ausencia de este indicador impacta en un -9.21% de -100%.

Análisis:

Según la información obtenida en el Gráfico 5, se infiere que los encuestados consideran este indicador como "Calidad Indiferente". Esta percepción se fundamenta en la observación del impacto derivado de la ausencia y presencia del indicador, donde el impacto en la satisfacción no supera el 50% cuando el indicador está presente, y el impacto en la insatisfacción tampoco sobrepasa el -50% en su ausencia. En otras palabras, los usuarios no experimentan una satisfacción ni insatisfacción significativa ante la presencia o falta de este atributo.

Este hallazgo indica que el indicador no tiene un efecto notable en la percepción del usuario sobre la calidad del servicio, lo que sugiere que no requiere una atención prioritaria en las estrategias de mejora o intervención.

Para el indicador de Instalaciones físicas

Interpretación:

En el Gráfico 5 se observa que la presencia del indicador de "Instalaciones físicas" tiene un impacto en la satisfacción del usuario del 46.32% de 100%. Por otro lado, la ausencia de este indicador genera un impacto negativo del -81.32% de -100%.

Análisis:

La interpretación de los resultados indica que los encuestados consideran este indicador como "Calidad Mínima". Esta conclusión se basa en la observación del impacto derivado de su presencia y ausencia. Específicamente, se observa que la falta del indicador genera un impacto más significativo en la insatisfacción, superando el -50%, mientras que su presencia no alcanza el 50% en términos de satisfacción. En otras palabras, los usuarios experimentan una percepción negativa más acentuada cuando el indicador no está presente en comparación con la percepción positiva que se genera con su inclusión.

Esto sugiere que el indicador es considerado un requisito esencial para garantizar un nivel mínimo de calidad en el servicio, funcionando más como un factor básico cuya ausencia no es tolerada que como un elemento que incrementa significativamente la satisfacción cuando está presente.

Gráfico 6

Gráfico ordenado de menor a mayor de todos los indicadores de las dimensiones de calidad según su impacto en la satisfacción del usuario

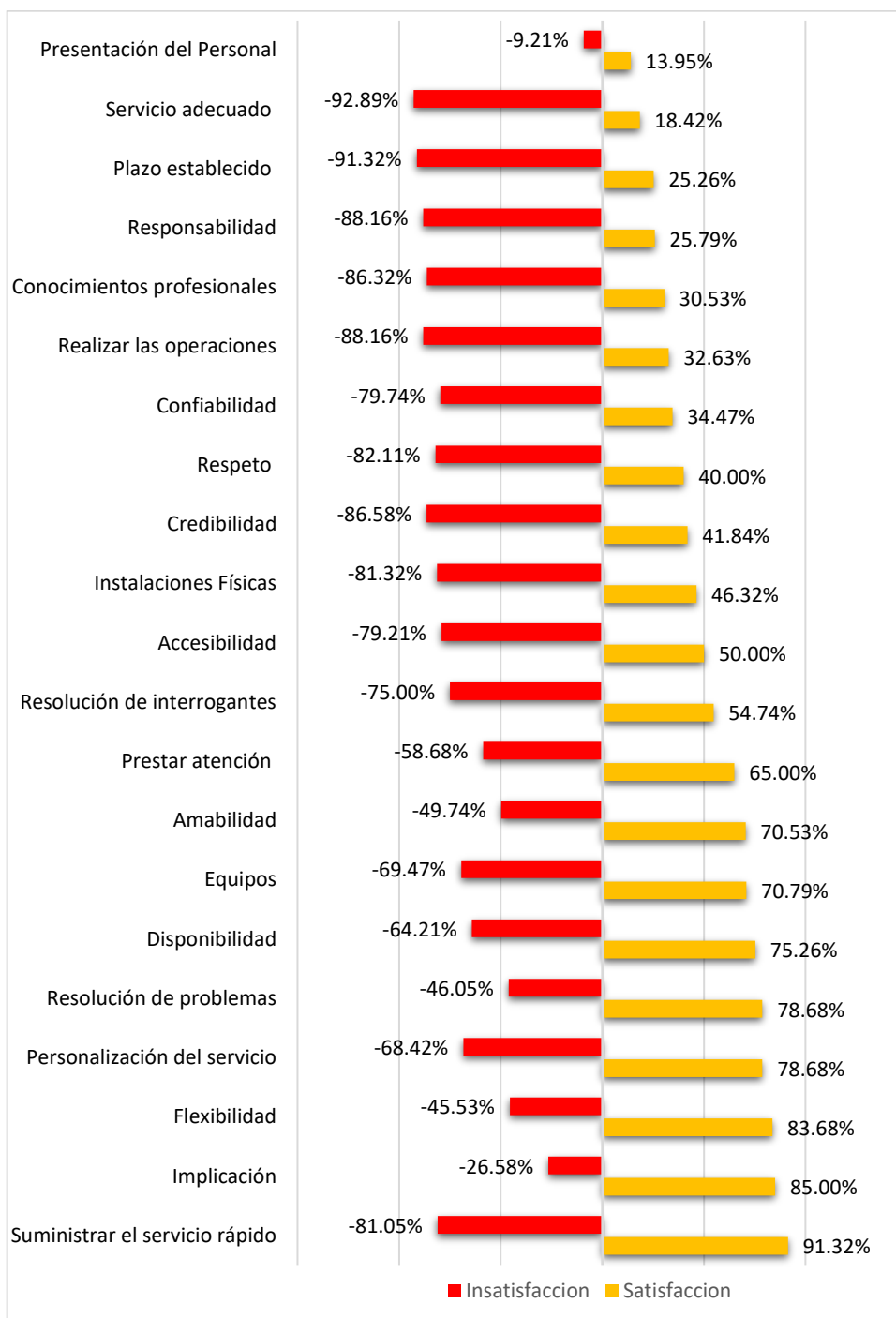
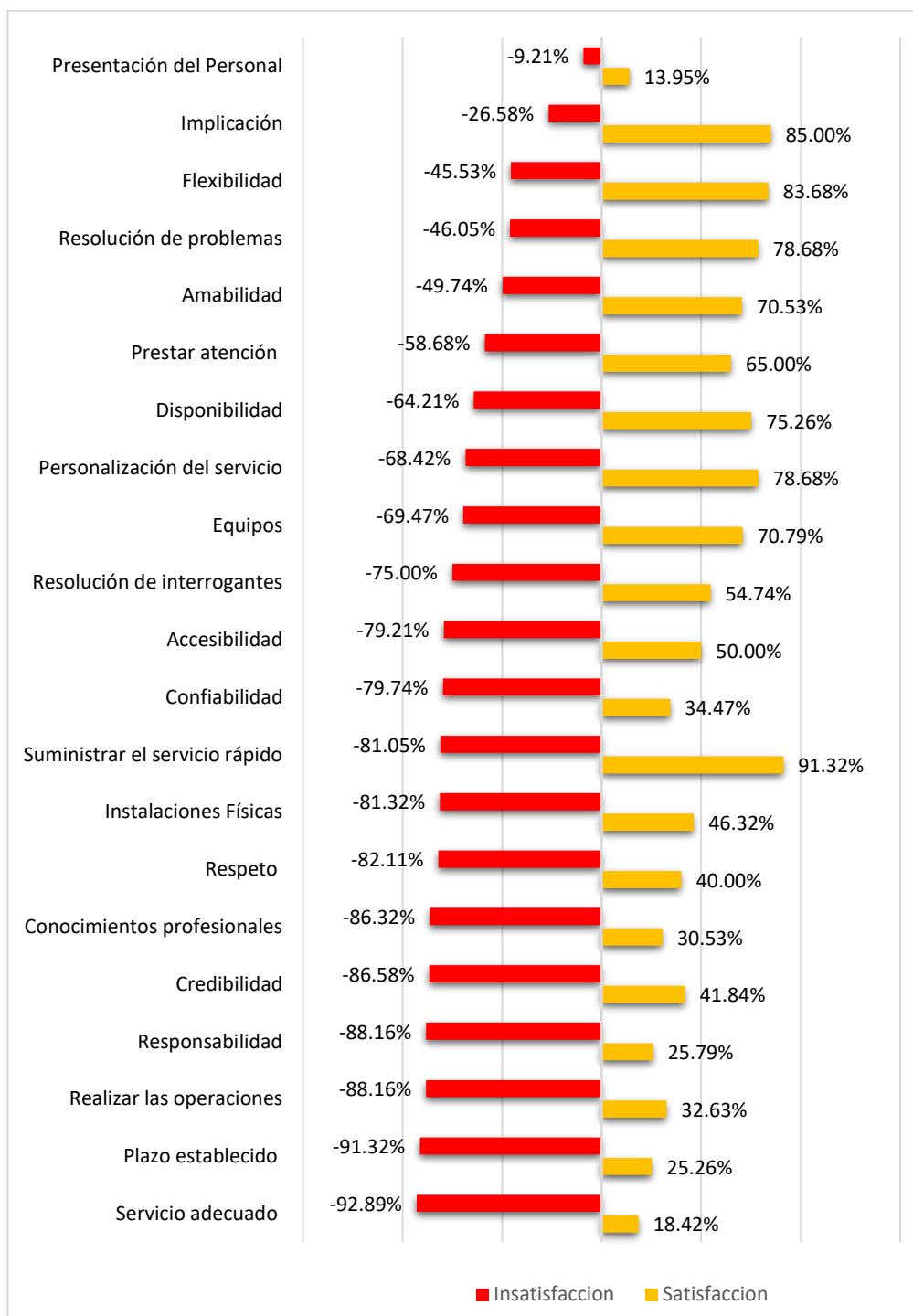


Gráfico 7

Gráfico ordenado de menor a mayor de todos los indicadores de las dimensiones de calidad según su impacto en la insatisfacción del usuario



Interpretación y Análisis

La interpretación del Gráfico 6 revela una distribución jerárquica de los indicadores según su influencia en la satisfacción de los usuarios, ordenados de menor a mayor impacto porcentual. En este contexto, se destaca que el indicador "presentación del personal" muestra una influencia muy baja tanto en la satisfacción como en la insatisfacción general de los usuarios.

Este hallazgo sugiere que no se debe considerar este indicador como un factor clave para mejorar la calidad del servicio, ya que su presencia o ausencia resulta prácticamente indiferente para los usuarios.

Por otro lado, se identifica que los indicadores que más contribuyen a la satisfacción de los usuarios son "suministrar el servicio rápido", "implicación", "flexibilidad" y "personalización del servicio", cada uno superando el 70% de impacto en la satisfacción. Es notable que tres de los cuatro indicadores pertenecen a la dimensión de "Capacidad de Respuesta", situándola como la dimensión con más indicadores de gran impacto de la satisfacción de los usuarios.

En contraste, el Gráfico 7 presenta una clasificación ascendente de los indicadores que generan menor insatisfacción ante su ausencia. Se destaca que los indicadores de "presentación del personal", "implicación", "flexibilidad", "resolución de problemas" y "amabilidad" son los que menos impacto de insatisfacción generan, ya que ninguno de ellos supera el -50%.

Según el modelo Kano, estos hallazgos sugieren que estos indicadores no deben ser considerados como factores imprescindibles para la calidad del servicio. Esto implica que, aunque puedan contribuir a la experiencia del usuario, su ausencia no resulta en un descontento significativo, lo que permite enfocar esfuerzos en otros aspectos que puedan tener un mayor impacto en la percepción de calidad del servicio.

Por otro lado, los indicadores que causan mayor insatisfacción son "servicio adecuado", "plazo establecido", "realizar las operaciones", "responsabilidad" y "credibilidad", todos ellos superando el -85% de impacto en la insatisfacción cuando no están presentes.

Este hallazgo resalta la importancia crítica de estos indicadores en la percepción de calidad del servicio, ya que su ausencia genera un descontento significativo entre los usuarios. Esto sugiere que se debe prestar especial atención a la mejora y el mantenimiento de estos aspectos, ya que son fundamentales para garantizar una experiencia satisfactoria y evitar la insatisfacción del cliente.

4.1.2 Análisis Kano general

Tabla 15

Dimensiones de Calidad de Servicio

Dimensión	Indicador	Calidad modelo Kano								n	%
		Calidad Mínima	%	Calidad Atractiva	%	Calidad Lineal	%	Calidad Indiferente	%		
Fiabilidad	Servicio adecuado	305	80.26%	22	5.79%	48	12.63%	5	1.32%	380	100%
	Plazo establecido	281	73.95%	30	7.89%	66	17.37%	3	0.79%	380	100%
	Confiabilidad	229	60.26%	57	15.00%	74	19.47%	20	5.26%	380	100%
	Conocimientos profesionales	251	66.05%	39	10.26%	77	20.26%	13	3.42%	380	100%
	Resolución de problemas	62	16.32%	186	48.95%	113	29.74%	19	5.00%	380	100%
	Promedio	225	59.36%	68	17.59%	75	19.90	12	3.15%	380	100%
Capacidad de respuesta	Suministrar el servicio rápido	22	5.79%	61	16.05%	286	75.26%	11	2.89%	380	100%
	Accesibilidad	183	48.16%	72	18.95%	118	31.05%	7	1.84%	380	100%
	Disponibilidad	79	20.79%	121	31.84%	165	43.42%	15	3.95%	380	100%
	Responsabilidad	280	73.68%	43	11.32%	55	14.47%	2	0.53%	380	100%
	Flexibilidad	50	13.16%	195	51.32%	123	32.37%	12	3.16%	380	100%
	Personalización del servicio	61	16.05%	100	26.32%	199	52.37%	20	5.26%	380	100%
Promedio		112	29.60%	99	26.05%	158	41.45%	11	2.9%	380	100%

Fuente: Base de datos

Tabla 15*Dimensiones de Calidad de Servicio (2)*

Dimensión	Atributo	Calidad modelo Kano									
		Calidad Mínima	%	Calidad Atractiva	%	Calidad Lineal	%	Calidad Indiferente	%	n	%
Seguridad	Realizar las operaciones	255	67.11%	44	11.58%	80	21.05%	1	0.26%	380	100%
	Resolución de interrogantes	169	44.47%	92	24.21%	116	30.53%	3	0.79%	380	100%
	Prestar atención	128	33.68%	100	26.32%	147	38.68%	5	1.32%	380	100%
	Credibilidad	220	57.89%	50	13.16%	109	28.68%	1	0.26%	380	100%
Promedio		193	50.78%	72	18.97%	113	29.73%	2	0.52%	380	100%
Empatía	Implicación	35	9.21%	257	67.63%	66	17.37%	22	5.79%	380	100%
	Amabilidad	89	23.42%	168	44.21%	100	26.32%	23	6.05%	380	100%
	Respeto	223	58.68%	63	16.58%	89	23.42%	5	1.32%	380	100%
Promedio		117	30.50%	162	42.78%	85	22.36%	16	4.36%	380	100%
Elementos tangibles	Instalaciones físicas	194	51.05%	61	16.05%	115	30.26%	10	2.63%	380	100%
	Presentación del personal	30	7.89%	48	12.63%	5	1.32%	297	78.16%	380	100%
	Equipos	95	25.00%	100	26.32%	169	44.47%	16	4.21%	380	100%
Promedio		106	27.97%	69	18.31%	96	25.34%	109	28.38%	380	100%

Fuente: base de datos

Para la dimensión de Fiabilidad

Interpretación:

En la tabla 15 sección 1 se observa las respuestas de los usuarios en frecuencias y porcentajes correspondientes a las preguntas 1, 2, 3, 4 y 5 del cuestionario, relacionada con la dimensión “FIABILIDAD”. De lo mostrado se detalla que, de un total de 380 usuarios encuestados que representan el 100%, se evidencia que en promedio el 59.36% (225) usuarios lo considera como “Calidad Mínima”, el 19.90% (75) usuarios como “Calidad Lineal”, el 17.59% (68) usuarios como “Calidad Atractiva”, y el 3.15% (12) usuarios como “Calidad Indiferente”.

Para la dimensión de Capacidad de Respuesta

Interpretación:

En la tabla 15 sección 2 se observa las respuestas de los usuarios en frecuencias y porcentajes correspondientes a las preguntas 6, 7, 8, 9, 10 y 11 del cuestionario, relacionada con la dimensión “CAPACIDAD DE RESPUESTA”. De lo mostrado se detalla que, de un total de 380 usuarios encuestados que representan el 100%, se evidencia que promedio el 41.45% (158) usuarios lo considera como “Calidad Lineal”, el 29.60% (112) usuarios como “Calidad Mínima”, el 26.05% (99) usuarios como “Calidad Atractiva”, y el 2.9% (11) usuarios como “Calidad Indiferente”.

Para la dimensión de Seguridad

Interpretación:

En la tabla 15 sección 1 se observa las respuestas de los usuarios en frecuencias y porcentajes correspondientes a las preguntas 12, 13, 14 y 15 del cuestionario, relacionada con la dimensión “SEGURIDAD”. De lo mostrado se detalla que, de un total de 380 usuarios encuestados que representan el 100%, se evidencia en promedio que el 50.78% (193) usuarios lo considera como “Calidad Mínima”, el 29.73% (113) usuarios como “Calidad Lineal”, el 18.97% (72) usuarios como “Calidad Atractiva”, y el 0.52% (2) usuarios considera al indicador de “Instalaciones físicas” como “Calidad Indiferente”.

Para la dimensión de Empatía

Interpretación:

En la tabla 15 sección 2 se observa las respuestas de los usuarios en frecuencias y porcentajes correspondientes a las preguntas 16, 17, y 18 del cuestionario, relacionada con la dimensión “EMPATIA”. De lo mostrado se detalla que, de un total de 380 usuarios encuestados que representan el 100%, se evidencia en promedio que el 42.78% (162) usuarios lo considera como “Calidad Atractiva”, el 30.50% (117) usuarios como “Calidad Mínima”, el 22.36% (85) usuarios como “Calidad Lineal”, y el 4.36% (16) usuarios como “Calidad Indiferente”.

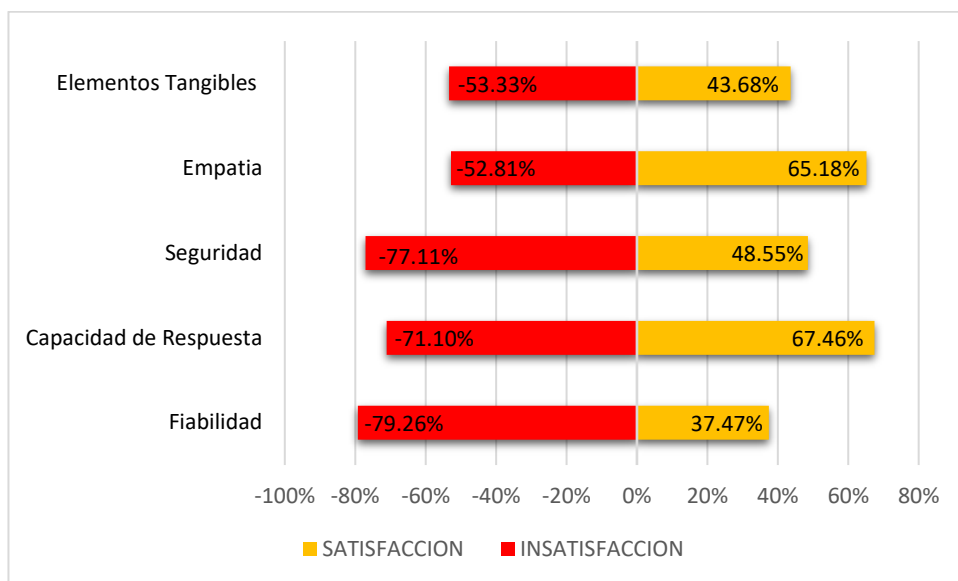
Para la dimensión de Elementos tangibles

Interpretación:

En la tabla 15 sección 3 se observa las respuestas de los usuarios en frecuencias y porcentajes correspondientes a las preguntas 19, 20, y 21 del cuestionario, relacionada con la dimensión “ELEMENTOS TANGIBLES”. De lo mostrado se detalla que, de un total de 380 usuarios encuestados que representan el 100%, se evidencia en promedio que un 28.38% (109) usuarios lo considera como “Calidad Indiferente”, el 27.97% (106) usuarios como “Calidad Mínima”, el 25.34% (96) usuarios como “Calidad Lineal”, y el 18.31% (69) usuarios como “Calidad Atractiva”.

Gráfico 8

Porcentaje de impacto de las dimensiones de calidad de servicio en la satisfacción e insatisfacción de los usuarios



Para la dimensión de Fiabilidad

Interpretación:

En el Gráfico 8 se puede apreciar que cuando la dimensión “Fiabilidad” está presente, este impacta en la satisfacción del usuario en un 37.47% de 100%, y por el contrario la ausencia de este indicador impacta en un -79.26% de -100%.

Análisis:

La interpretación del Gráfico 8 sugiere que la dimensión “Fiabilidad” es considerada como “Calidad Mínima”. Esta conclusión se basa en la observación del impacto resultante de la presencia y ausencia de la dimensión. En concreto, su contribución a la satisfacción del usuario no supera el 50%, mientras que su impacto en la insatisfacción es superior al -50%. Esta notable disparidad evidencia el carácter básico de la dimensión de fiabilidad en el servicio. Los usuarios consideran esta característica como un elemento mínimo esperado, y aunque no aporte un valor añadido significativo cuando está presente, su ausencia se convierte en una fuente importante de insatisfacción. Esto posiciona a la fiabilidad como un factor esencial para evitar experiencias negativas. En este sentido, esta dimensión opera como

una condición necesaria para satisfacer las expectativas básicas del usuario, sin la cual la percepción general de la calidad del servicio se ve considerablemente afectada.

Para la dimensión de Capacidad de Respuesta

Interpretación:

En el Gráfico 8 se puede apreciar que cuando la dimensión “Capacidad de Respuesta” está presente, este impacta en la satisfacción del usuario en un 67.46% de 100%, y por el contrario la ausencia de este indicador impacta en un -71.10% de -100%.

Análisis:

La interpretación del Gráfico 8 revela que la dimensión “Capacidad de Respuesta” es considerada como “Calidad Lineal”. Esta conclusión se basa en la observación del impacto resultante de la presencia y ausencia de la dimensión. El grado de impacto de satisfacción e insatisfacción superan el $\pm 50\%$ respectivamente. Esto sugiere que esta dimensión tiene un efecto proporcional en la experiencia del usuario: tanto su presencia como su ausencia generan reacciones significativas. Cuando está presente, contribuye a una elevada satisfacción, y cuando falta, conduce a una alta insatisfacción. Esto indica que la “Capacidad de Respuesta” es crucial para cumplir con las expectativas de los usuarios, quienes valoran su disponibilidad y rapidez como factores esenciales en la percepción de calidad del servicio.

Para la dimensión de Seguridad

Interpretación:

En el Gráfico 8 se puede apreciar que cuando la dimensión de “Seguridad” está presente, este impacta en la satisfacción del usuario en un 48.55% de 100%, y por el contrario la ausencia de este indicador impacta en un -77.11% de -100%.

Análisis:

La interpretación del Gráfico 8 revela que la dimensión de “Seguridad” es considerada como “Calidad Mínima”. Esta conclusión se basa en la observación del impacto derivado de la presencia y ausencia de la dimensión, su contribución a la satisfacción no supera el 50%, mientras que su influencia en la insatisfacción excede el -50%. Esta diferencia en los impactos sugiere que esta dimensión es percibida como un aspecto fundamental del servicio. Aunque su presencia no eleva considerablemente la satisfacción, su ausencia provoca un impacto negativo significativo, lo que indica que los usuarios esperan la “Seguridad” como un estándar básico en su experiencia. En otras palabras, esta dimensión no incrementa en gran medida la satisfacción cuando está presente, pero su falta genera una fuerte insatisfacción, subrayando su papel esencial en evitar experiencias negativas y mantener una percepción adecuada de calidad en el servicio.

Para la dimensión de Empatía

Interpretación:

En el Gráfico 8 se puede apreciar que cuando la dimensión de “Empatía” está presente, este impacta en la satisfacción del usuario en un 65.18% de 100%, y por el contrario la ausencia de este indicador impacta en un 52.81% de -100%.

Análisis:

La interpretación del Gráfico 8 sugiere que la dimensión de “Empatía” es considerada como “Calidad Lineal”. Esta apreciación se sustenta en la observación del impacto derivado de la ausencia y presencia de la dimensión, lo que indica una relación proporcional entre la percepción de empatía y la experiencia del usuario ya que el grado de impacto en la satisfacción e insatisfacción supera el $\pm 50\%$. En particular, el impacto en la satisfacción e insatisfacción supera el $\pm 50\%$, lo que indica que la presencia de empatía aumenta considerablemente la satisfacción del usuario, mientras que su ausencia produce una insatisfacción significativa, destacando su papel esencial en la percepción de calidad del servicio.

Para la dimensión de Elementos Tangibles

Interpretación:

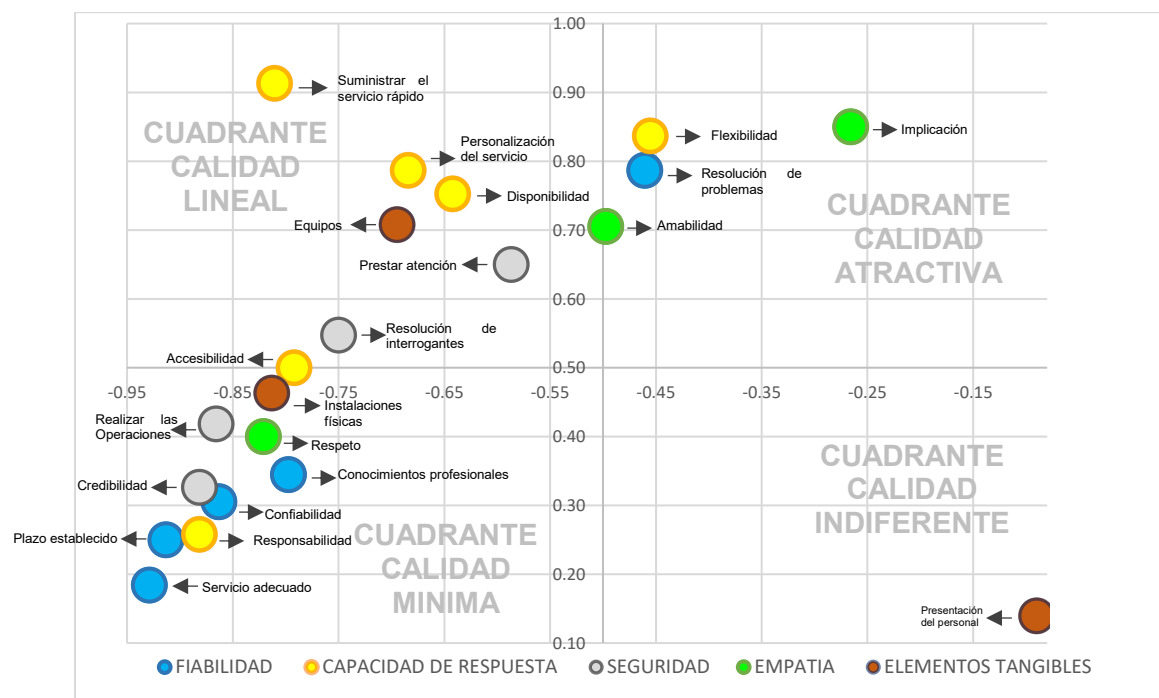
En el Gráfico 8 se puede apreciar que cuando la dimensión “Elementos tangibles” está presente, este impacta en la satisfacción del usuario en un 43.68% de 100%, y por el contrario la ausencia de este indicador impacta en un -53.33% de -100%.

Análisis:

La interpretación del Gráfico 8 sugiere que la dimensión de “Elementos tangibles” es considerada como “Calidad Mínima”. Esta conclusión se basa en el análisis del impacto resultante de la presencia y ausencia del indicador; por un lado, aunque su contribución a la satisfacción del usuario no alcanza el 50%, por otro, su falta provoca un impacto negativo que supera el -50%, es necesario resaltar que este impacto en la satisfacción supera solo por unos pocos puntos porcentuales el -50%, esta diferencia entre el impacto de la presencia y la ausencia de “Elementos tangibles” indica que, aunque los usuarios valoran en cierta medida esta dimensión, no la consideran esencial para su satisfacción general. Esto sugiere que mantener este elemento presente tiene un efecto limitado en la percepción positiva del servicio, mientras que su ausencia es más notablemente negativa.

Gráfico 9

Distribución de todos los indicadores en el cuadrante del modelo Kano separado por sus dimensiones



Interpretación

La dimensión de “Fiabilidad” tiene cuatro indicadores en el cuadrante de “Calidad Mínima”, siendo estas los indicadores de: “plazo establecido”, “servicio adecuado”, “confiabilidad” y “conocimientos profesionales”, mientras que el indicador restante “resolución de problemas” se encuentra en el cuadrante de “Calidad Atractiva”.

La dimensión de “Capacidad de Respuesta” tiene dos de sus indicadores en el cuadrante de “Calidad Mínima”, que son: “responsabilidad” y “accesibilidad”; tres de sus indicadores en “Calidad Lineal” los cuales son: “suministrar el servicio rápido”, “personalización del servicio” y “disponibilidad”; y solo un indicador el cuadrante de “Calidad Atractiva” que es “flexibilidad”.

La dimensión de “Seguridad” tiene dos de sus indicadores en el cuadrante de “Calidad Mínima” las cuales son: “realizar las operaciones” y “credibilidad”; y dos de sus indicadores en el cuadrante de “Calidad Lineal” siendo estos los indicadores de “resolución de interrogantes” y “prestar atención”

La dimensión de “Empatía” tiene un indicador en el cuadrante de “Calidad Mínima”, que es “respeto”; dos indicadores en el cuadrante de “Calidad Atractiva” los cuales son “amabilidad” e “implicación”

La dimensión de “Elementos Tangibles” tiene un indicador en el cuadrante de “Calidad Mínima” el cual es “instalaciones físicas”; un indicador en el cuadrante de “Calidad Lineal” el cual es “equipos”; y un indicador en el cuadrante de “Calidad Indiferente” el cual es “presentación del personal”.

Análisis:

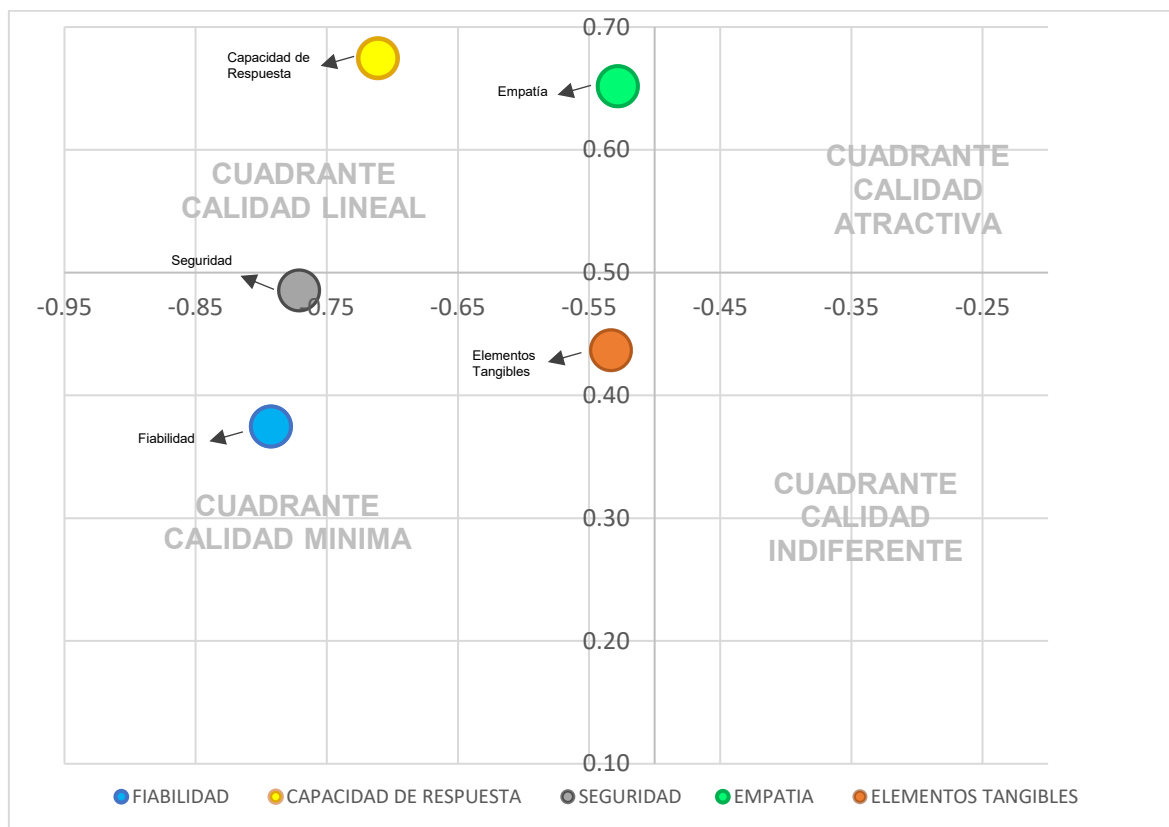
El modelo Kano ofrece una representación visual que facilita la comprensión de cómo los usuarios perciben las distintas dimensiones y sus respectivos indicadores. En esta representación, se observa que solo un indicador se encuentra en el cuadrante de "Calidad Indiferente", lo que sugiere que la mayoría de los indicadores son relevantes para la satisfacción de los usuarios.

Además, se destaca que la mayoría de los indicadores, pertenecientes a diversas dimensiones, se ubican en el cuadrante de "Calidad Mínima". sugiere que estos aspectos son percibidos como requisitos básicos o esperados por los usuarios y son esenciales para evitar experiencias negativas y mantener una percepción adecuada del servicio.

El resto de los indicadores se distribuyen de manera equitativa entre los cuadrantes de "Calidad Atractiva" y "Calidad Lineal", estos cuadrantes incluyen indicadores que no solo evitan la insatisfacción, sino que también pueden contribuir activamente a mejorar la satisfacción general de los usuarios.

Gráfico 10

Distribución de las dimensiones de Calidad de Servicio en el cuadrante del Modelo Kano



Interpretación:

La dimensión “Fiabilidad” se encuentra ubicado en el cuadrante de Calidad Mínima, la dimensión “Capacidad de Respuesta” se encuentra ubicado en el cuadrante de Calidad Lineal, la dimensión “Seguridad” se encuentra ubicado en el borde del cuadrante de Calidad Mínima, la dimensión “Empatía” se encuentra ubicado cerca al borde del cuadrante de Calidad Lineal y por último la dimensión “Elementos Tangibles” se encuentra ubicado cerca al borde del cuadrante de Calidad Mínima

Análisis:

A diferencia del análisis inicial de distribución, en esta evaluación se aborda la dimensión de calidad de servicio de manera integral, como una unidad. En esta representación, se observa que tres de las cinco dimensiones evaluadas — “Fiabilidad”, “Elementos Tangibles” y “Seguridad”— se posicionan en el cuadrante de Calidad Mínima. Este posicionamiento sugiere que los usuarios, al interactuar con una institución pública estatal, poseen expectativas elevadas y demandan un alto nivel de desempeño. Aunque estas dimensiones no generan una satisfacción significativa, su ausencia impacta de manera considerable en el nivel de insatisfacción.

Por otro lado, las dimensiones de “Empatía” y “Capacidad de Respuesta” se ubican en el cuadrante de Calidad Lineal, lo cual indica que, si bien son valoradas por los usuarios, no se consideran como esenciales. La satisfacción derivada de estas dimensiones tiende a incrementarse de manera proporcional a las mejoras implementadas por la DRE en estos aspectos, y disminuir en caso contrario.

DISCUSIONES

1. La dimensión de “Capacidad de Respuesta” es la que más impacto tiene en la satisfacción del usuario en la Dirección Regional de Educación Madre de Dios, con un impacto positivo del 67.46% y un impacto negativo del -71.10%. Este hallazgo sugiere una relación directa y lineal, donde la mejora en la capacidad de respuesta del servicio aumenta la satisfacción del usuario, y viceversa. En particular, los factores clave identificados para los usuarios son la rapidez en la prestación del servicio y la responsabilidad de los trabajadores, elementos que determinan de manera significativa la percepción general de calidad. Comparando con los antecedentes, el estudio de Pedraza Melo et al. (2014) en su estudio enfocado en el sector salud, destacaron que uno de los factores más sensibles en la percepción de los usuarios se centra en la capacidad de respuesta. Los usuarios valoran especialmente la rapidez y efectividad en la atención de sus consultas, lo cual influye de manera significativa en su nivel de satisfacción. Ambos estudios si bien se enfocan en diferentes sectores (sector educación y sector salud) se estudia la misma variable (Calidad de servicio) y bajo estas dos perspectivas refuerzan la idea de que los usuarios no solo buscan recibir el servicio, sino que esperan que este sea ágil y oportuno para cumplir con sus expectativas y necesidades.
2. En el presente estudio se encontró que el indicador "Resolución de Problemas" dentro de la dimensión de “fiabilidad” tiene el mayor impacto en la satisfacción del usuario, clasificado como "Calidad Atractiva" debido a que su cumplimiento o superación aumenta significativamente la satisfacción (78.68%) mientras que su incumplimiento tiene un impacto menos drástico en la insatisfacción (-46.05%). En comparación con el trabajo de Hidalgo (2019), quien utilizó el modelo SERVQUAL en el sector financiero, concluye que el aspecto más relevante para la satisfacción de los clientes de la empresa Uninova es la confiabilidad. El 74,1% de los encuestados están total mente de acuerdo que, cuando surge un problema, la empresa demuestra un genuino interés en

resolverlo. Este paralelismo refuerza que la fiabilidad, y en particular la capacidad de resolver problemas, no solo eleva la satisfacción del usuario, sino que añade un valor inesperado que incrementa su percepción positiva del servicio.

3. Dentro de la dimensión de "Capacidad de Respuesta" se encontró que el indicador con mayor impacto en la satisfacción del usuario es "Suministración del Servicio Rápido", el cual ha sido clasificado como "Calidad Lineal". Esto implica que su efecto en la satisfacción es directamente proporcional: un servicio rápido aumenta significativamente la satisfacción (91.32%), mientras que un servicio lento genera una insatisfacción considerable (-81.05%). En comparación con el estudio de Gutierrez et al. (2021) en el sector salud, donde se buscó estudiar la calidad del servicio de atención al cliente, concluye que "El principal problema que se presenta en la prestación de servicios de EsSalud, es el tiempo de dilación para ser atendido, una de las principales razones para no asistir es por la rapidez de la atención". Analizando los resultados del estudio mencionado, se comprende la importancia de ofrecer una atención rápida como un factor crítico en la percepción de calidad del servicio. La demora en la atención, tal como lo evidenció en el sector salud, no solo afecta la satisfacción de los usuarios, sino que puede incluso disuadir su asistencia a los servicios. Esto refuerza la conclusión de que, un servicio ágil es fundamental para mejorar la experiencia del usuario y reducir la insatisfacción.
4. En la dimensión de "Seguridad", se encontró que tres de sus indicadores superaron el 70% de impacto en la insatisfacción de los usuarios, indicando que la falta de "Seguridad" genera un impacto negativo significativo en su percepción. Sin embargo, Carlos et al. (2010), en su análisis sobre la calidad del servicio en el Centro de Información de una institución de educación superior, demostraron que la dimensión de Seguridad no fue considerada después de aplicar un análisis factorial, ya que no correspondía con las respuestas obtenidas de sus usuarios. Esto resalta cómo incluso pequeños cambios en el sector o tipo de institución pueden alterar la importancia de

ciertos indicadores o dimensiones en la satisfacción del usuario, debido a la variabilidad en las expectativas y perspectivas de los usuarios en contextos distintos.

5. En el presente estudio, se encontró que dentro de la dimensión de "Empatía", el indicador con mayor impacto en la satisfacción del usuario es la "Implicación", clasificada como un atributo de "Calidad Atractiva". Esto implica que cuando el personal demuestra un alto nivel de implicación, la satisfacción del usuario aumenta de manera desproporcionadamente positiva (85.00%), mientras que su ausencia no genera una insatisfacción extrema (-26.58%). Este hallazgo guarda una relación notable con el estudio de Barriosy Sandoval (2019), quienes encontraron que uno de los factores que contribuyó a una valoración positiva del servicio por parte de los usuarios externos de la DEMUNA fue precisamente la empatía. Esto refuerza la idea de que la dimensión de empatía tiene un impacto considerable en la satisfacción del usuario
6. En la dimensión de "Elementos Tangibles", el indicador Presentación del personal mostró un impacto del 9.21% en la satisfacción y un 13.95% en la insatisfacción, lo que permitió clasificarlo como una característica de "Calidad Indiferente". Este hallazgo es consistente con los resultados de Phang (2020) quien, en su estudio sobre la calidad de servicio en una institución pública, concluyó que la percepción general de los contribuyentes era insatisfactoria, pese a que aspectos como la vestimenta adecuada de los empleados obtenían una valoración positiva por parte de los usuarios. Esto corrobora que la presentación del personal no es un factor determinante en la satisfacción del usuario, ya que, aunque pueda ser valorado, no contribuye de manera significativa a mejorar la percepción general de la calidad del servicio.

CONCLUSIONES

1. La calidad del servicio se compone de cinco dimensiones: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles. Se ha identificado que la dimensión Capacidad de Respuesta tiene el mayor impacto en la satisfacción del usuario, con un 67.46% de efecto positivo cuando la experiencia es favorable y un -71.10% de impacto negativo cuando no se cumplen las expectativas. Esto evidencia una relación directa y lineal entre esta dimensión y la satisfacción del usuario, es decir, a mayor capacidad de respuesta, mayor satisfacción, y viceversa. Dentro de esta dimensión, los factores clave para los usuarios incluyen la rapidez en la prestación del servicio y la responsabilidad del personal, aspectos fundamentales en la percepción global del servicio.
2. La dimensión de Fiabilidad está compuesta por cinco indicadores: resolución de problemas, conocimientos profesionales, confiabilidad, cumplimiento de plazos y prestación de un servicio adecuado. Entre estos, el indicador Resolución de Problemas destaca como el de mayor impacto en la satisfacción del usuario. Este indicador es clasificado como "Calidad Atractiva", lo que implica que su cumplimiento o superación genera un efecto positivo significativo en la satisfacción (78.68%), mientras que su incumplimiento no provoca una insatisfacción tan pronunciada (-46.05%).

Estos hallazgos sugieren que una resolución efectiva de problemas no solo mejora la satisfacción del usuario, sino que también agrega un valor inesperado que fortalece la percepción del servicio. La influencia de este indicador resalta la importancia de contar con personal capacitado y procesos eficientes que permitan resolver problemas de manera rápida y precisa, ya que los usuarios lo consideran un factor diferenciador en su experiencia global.

3. La dimensión Capacidad de Respuesta está conformada por seis indicadores: personalización del servicio, flexibilidad, responsabilidad, disponibilidad, accesibilidad y rapidez en la prestación del servicio. Entre ellos, el indicador "Suministración del servicio rápido" es el que tiene el mayor impacto en la satisfacción del usuario.

Este indicador ha sido clasificado como "Calidad Lineal", lo que significa que su efecto en la satisfacción es directamente proporcional: un servicio rápido genera una satisfacción elevada (91.32%), mientras que una entrega lenta provoca una insatisfacción significativa (-81.05%). Esta relación evidencia que la rapidez en la prestación del servicio es el factor más determinante dentro de esta dimensión, ya que influye de manera inmediata y tangible en la percepción de calidad del usuario.

En consecuencia, la eficiencia operativa cobra especial relevancia, dado que la capacidad de respuesta que más contribuye a la satisfacción del cliente es la rapidez en la entrega del servicio. Esto subraya la necesidad de optimizar los procesos para garantizar tiempos de atención ágiles y efectivos.

4. La dimensión Seguridad está compuesta por cuatro indicadores: credibilidad, prestar atención, resolución de interrogantes y realización de operaciones. Se ha identificado que el indicador "Prestar Atención" tiene el mayor impacto en la satisfacción del usuario y ha sido clasificado como "Calidad Lineal", lo que indica una relación directamente proporcional: cuando el servicio brinda una atención adecuada, la satisfacción del usuario aumenta significativamente (65.00%), mientras que la falta de atención genera una notable insatisfacción (-58.68%).

Estos resultados evidencian que los usuarios valoran profundamente sentirse escuchados y atendidos con cuidado, ya que este aspecto es clave para fortalecer la confianza y la percepción de seguridad en el servicio. Por ello, el indicador "Prestar Atención" es el que más contribuye a la satisfacción dentro de esta dimensión, pues refuerza la sensación de seguridad y el compromiso en la relación entre el usuario y la entidad.

5. La dimensión Empatía esta compuesta tres indicadores: respeto, amabilidad e implicación. Se ha identificado que el indicador "Implicación" tiene el mayor impacto en la satisfacción del usuario y ha sido clasificado como "Calidad Atractiva", lo que indica que cuando el personal demuestra un alto nivel de

implicación, la satisfacción del cliente aumenta significativamente (85.00%). Sin embargo, su ausencia no genera una insatisfacción tan pronunciada (-26.58%).

Estos resultados sugieren que la implicación del personal no solo contribuye a la satisfacción del usuario, sino que también genera un efecto positivo inesperado, mejorando la experiencia emocional del servicio. Por ello, dentro de la dimensión de Empatía, el factor más determinante en la satisfacción es la Implicación, ya que demostrar un interés genuino por las necesidades del usuario fortalece la conexión emocional y mejora la percepción global del servicio

6. La dimensión Elementos Tangibles comprende tres indicadores: equipos, presentación del personal e instalaciones físicas. Se ha determinado que el indicador "Equipos" tiene el mayor impacto en la satisfacción del usuario y se clasifica como "Calidad Lineal", lo que implica que existe una relación directamente proporcional con la satisfacción. Es decir, cuando los equipos son modernos, adecuados y cumplen con las expectativas, la satisfacción del cliente aumenta considerablemente (70.79%), mientras que la falta de calidad o actualización en los equipos genera insatisfacción significativa (-69.47%).

Este hallazgo resalta la importancia de contar con equipos eficientes y actualizados, ya que son percibidos como un componente clave en la experiencia del usuario. Por ello, dentro de los Elementos Tangibles, la calidad de los equipos es el aspecto que más contribuye a la percepción de calidad y eficiencia del servicio.

SUGERENCIA

1. La calidad de servicio se compone de cinco dimensiones de las cuales la dimensión “Fiabilidad” ha mostrado el menor impacto en la satisfacción del usuario, con un aporte positivo limitado (37.47%) pero un efecto negativo significativo cuando no se cumple (-79.26%), se recomienda a la Dirección Regional de Educación mantenga esta dimensión en un nivel adecuado para evitar insatisfacción, pero que enfoque sus esfuerzos principalmente en mejorar otras dimensiones con mayor impacto positivo en la satisfacción, como la “Capacidad de Respuesta” y la “Empatía”. Estas dimensiones han demostrado una relación más directa y significativa con la satisfacción de los usuarios, por lo que invertir en su mejora puede generar una percepción global mucho más favorable del servicio. Al equilibrar el mantenimiento de la fiabilidad con el fortalecimiento de áreas clave, se podrán optimizar los recursos y maximizar los resultados en la experiencia del usuario.
2. En la dimensión de Fiabilidad, se identificó que el indicador "Servicio adecuado" tiene un impacto negativo considerable en la insatisfacción de los usuarios (-92.89%). Por ello, se recomienda implementar un programa de formación continua para el personal, enfocado en optimizar los procedimientos y mejorar la calidad del trato hacia los usuarios. La capacitación periódica ayudará a asegurar que el servicio cumpla de manera consistente con las expectativas, fortaleciendo la percepción de calidad y elevando la satisfacción del usuario.
3. En la dimensión de Capacidad de Respuesta el Indicador de “Responsabilidad” presenta un impacto considerable en la insatisfacción de los usuarios (-88.16%), se recomienda establecer y reforzar políticas claras de rendición de cuentas en todas las áreas del servicio. La implementación de sistemas de seguimiento y retroalimentación continua, tanto a nivel interno como externo, permitirá identificar de forma oportuna las fallas y corregir los problemas, lo que redundará en un mejor desempeño del personal y, en consecuencia, en una mayor satisfacción de los usuarios.
4. El análisis de la dimensión Seguridad revela que el indicador "Credibilidad" es un factor determinante en la insatisfacción de los usuarios, registrando un

impacto negativo de -86.58%. Para contrarrestar esta situación, se recomienda fomentar la transparencia en todas las interacciones, asegurando que la información proporcionada sea precisa y confiable. Además, la implementación de mecanismos de verificación y una comunicación clara sobre los procedimientos internos y los resultados obtenidos reforzará la confianza del usuario en la organización, elevando así la percepción de seguridad y credibilidad del servicio ofrecido.

5. En la dimensión de Empatía, el indicador "Respeto" muestra una influencia significativa tanto en la satisfacción como en la insatisfacción de los usuarios, con valores de -82.11 y 40.00, respectivamente. Por ello, se recomienda reforzar una cultura organizacional que priorice el respeto mutuo en todas las interacciones. Esto se puede lograr mediante campañas internas de sensibilización sobre la importancia del respeto y la amabilidad en el trato hacia los usuarios, así como mediante la implementación de políticas de comportamiento que promuevan relaciones humanas más empáticas y consideradas dentro de la organización.
6. En la dimensión de Elementos Tangibles, el indicador "Presentación del personal", muestra un impacto menor (-9.21/13.95) en comparación con otros factores, pero sigue siendo crucial para la percepción global de la calidad del servicio. Para optimizar este aspecto, se recomienda estandarizar los códigos de vestimenta y garantizar que el personal proyecte una imagen profesional en todas las interacciones con los usuarios. Una presentación adecuada, combinada con actitudes de cortesía y profesionalismo, mejorará su experiencia general con la entidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alcaide, J. C. (2015). *Fidelización del Cliente* (2da ed.). ESIC.
- Atencio Cárdenas, E., & González Pertuz, B. (2009). Calidad de servicio en la editorial de la Universidad del Zulia (EDILUZ). *Revista de Ciencias Sociales*, 13(1), 172–186. <https://doi.org/10.31876/rcs.v13i1.25357>
- Bardales Evangelista, Sandra Cecilia; Toribio Zurita, C. A. (2015). *APLICACIÓN DE LA METODOLOGÍA KANO PARA MEJORAR LA RETENCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA OVERALL DE LA CIUDAD DE TRUJILLO AÑO 2015* (Vol. 151).
- Barrios Rojas, I. G., & Sandoval, Gonzales, V. K. (2019). *Calidad de atención y satisfacción de los usuarios externos de la defensoría municipal del niño y el adolescente (DEMUNA) de la municipalidad provincial de Tambopata - 2019*.
- Best, R. (2007). *Marketing estratégico 4ª edición* (4ta ed.).
- Cantú Delgado, H. (2011). *Desarrollo de una cultura de calidad* (4ta ed.). McGraw-Hill Companies.
- Carbajal Alvarado, S. C. (2012). *Percepción de la calidad de los servicios en Instituciones Públicas de la ciudad de Tingo María*.
- Carlos Ornelas, C. E., & Montelongo Cortés, Yolanda; Najera Gallardo, M. del R. (2010). La Calidad del Servicio de un Centro de Información. *Conciencia Tecnológica*, 40(Jul-Dic), 5–9.
- Carpena, A. (2018). La empatía es posible. En *Desclee*.
- Castillo Salazar, Regner Nicolás; Cárdenas Murrieta, Maridza; Palomino Alvarado, G. del P. (2020). Calidad del servicio municipal desde la perspectiva del ciudadano. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 2215(2), 898–913. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v4i2.130

- Douglas Hoffman, K. ;, & Bateson, J. E. (2006). Services Marketing: concepts, strategies, & cases. En *Acta Theologica* (4 E.D., Número SUPPL. 8). <https://doi.org/10.4314/actat.v27i2.52312>
- Duque Oliven, E. J. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 15(25), 64–80.
- Godoy, J. N. (2011). *El capital humano en la atención al cliente y la calidad de servicio*.
- Gómez del Rocío, A. (2006). *Administracion estrategica como la base de la calidad en el desarrollo empresarial*.
- Gotera, Clemenza, & Araujo. (2010, marzo). *Calidad de los Servicios prestados por el Servicio Autónomo Municipal de Administración Tributaria*.
- Gutiérrez, P. H. (2006). *Calidad Total y Productividad*. McGrawHill.
- Hernán, A.-D. (2017). La calidad en el servicio como ventaja competitiva. *Dominio de las Ciencias*, 3(3), 689–713. <https://doi.org/10.23857/dc.v3i3>
- Hernández, C., Prieto, A., & Hernández, C. (2017). Dimensiones de la calidad de servicio presentes en los programas de postgrado. Reflexiones teóricas. *Impacto Científico*, 12, 127–141.
- Hidalgo Freire, M. F. (2019). *Calidad del servicio y satisfacción al cliente en el sector financiero del cantón Ambato*. Universidad Técnica de Ambato - Ecuador.
- Izquierdo Espinoza, J. R. (2021). La Calidad De Servicio En La Administración Pública. *Horizonte Empresarial*, 8(1), 425–437. <https://doi.org/10.26495/rce.v8i1.1648>
- J. Refugio, L. L. (2002). La Gestión De La Calidad En Los Servicios. *Conciencia Tecnológica*, 19, 0.
- Khan, A. G., Lima, R. P., & Mahmud, M. S. (2021). Understanding the Service Quality and Customer Satisfaction of Mobile Banking in Bangladesh:

- Using a Structural Equation Model. *Global Business Review*, 22(1), 85–100. <https://doi.org/10.1177/0972150918795551>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de Marketing* (11 E.D.). Person Education.
- Larrea Ángulo, P. (1991). *Calidad de servicio del marketing a la estrategia* (1991a ed.). Diaz De Santos, S.A.
- León Quismondo, J., García Unanue, J., & Burillo, P. (2020). Análisis de Importancia-Valoración (IPA) y Modelo Kano aplicados a centros fitness de la Comunidad de Madrid. *Cultura, Ciencia y Deporte*, 15(44), 223–234. <https://doi.org/10.12800/ccd.v15i44.1464>
- LÓPEZ BUJ, A. ;, & GALVIS CORREDOR, Á. (2016). *ESTUDIO COMPARATIVO DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE MEDIANTE EL MODELO DE KANO, APLICADO A LAS ZONAS DE COMIDA DE CENTROS COMERCIALES LOCALIZADOS EN CARTAGENA DE INDIAS, SEGUNDO SEMESTRE DE 2015*.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2009a). Marketing de Servicios: personal, tecnología y estrategia. En *Pearson Educación* (Sexta Edic).
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2009b). Marketing de Servicios: personal, tecnología y estrategia. En *Pearson Educación* (Sexta Edic).
- MALPARTIDA GUTIERREZ, J. N., TARMEÑO BERNUY, L., & OLMOS SALDIVAR, D. (2021). Estudio sobre la calidad del servicio de atención al cliente a los pacientes del EsSalud. *Alpha Centauri*, 2(1), 43–51. <https://doi.org/10.47422/ac.v2i1.28>
- Mejias Acosta, A., & Manrique Chirkova, S. (2011). Dimensiones De La Satisfacción De Clientes Bancarios Universitarios: Una Aproximación Mediante El Análisis De Factores / Dimensions of Customer Satisfaction At Universities Banks: an Approach Using Factors Analysis. *Ingeniería Industrial*, 32(1), 43–47.
- Munguía Palacios, R. V., & García Puente, D. J. (2021). Incidencia del

- modelo Kano en la rentabilidad de las Mypes de la ciudad de Huancayo. *Prospectiva Universitaria*, 15(1), 119–130. <https://doi.org/10.26490/uncp.prospectivauniversitaria.2018.15.862>
- Pablo Blanco, M. A. M., & Torres Gómez, C. A. (2022). *Atención básica al cliente*. COMT0211. IC Editorial.
- Pedraza Melo, N. A., Lavín Verástegui, J., & Bernal González, I. (2014). Evaluación de la calidad del servicio en la administración pública en México: Estudio multicaso en el sector salud. *Estado, Gobierno y Gestión Pública*, 12(23), 25–49. <https://doi.org/10.5354/0717-8980.2014.36814>
- PHANG SIALER, C. I. (2020). "Calidad De Servicio De Atención Percibida Por Contribuyentes De Una Institución Pública, Departamento De Lambayeque, Octubre 2019 - Enero 2020 ". *SciELO*, 31(4), 221–232.
- Pittaluga, R. R. (2003). *Comentarios sobre el modelo de Noriaki Kano*. 1–6.
- Pizzo. (2013). *Construyendo una definición de Calidad en el Servicio*.
- Puma Paucar, F. R., Álvarez Chani, J., & Milagros. (2019). *Calidad de Servicio y Satisfacción del Usuario de la EPS EMAPAT S.A. de la Ciudad de Puerto Maldonado, Madre De Dios 2019*.
- Quispe Guevara, J. G., & Huisa Manol, L. (2019). *La Calidad de servicio y su influencia en la satisfacción de los usuarios externos del puesto de salud la Joya*.
- RAPHAEL CHAVEZ ARANIBAR. (2021). *CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN LA SUBGERENCIA DE OBRAS DE LA DIRECCIÓN REGIONAL DE AGRICULTURA DEL GOBIERNO REGIONAL DE LIMA, 2021*. UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN.
- Rezaei, J., Kothadiya, O., Tavasszy, L., & Kroesen, M. (2018). Quality assessment of airline baggage handling systems using SERVQUAL and BWM. *Tourism Management*, 66, 85–93. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.11.009>

- Sánchez García, M., & Sánchez Romero, M. C. (2016). Medición de la calidad en el servicio, como estrategia para la competitividad en las organizaciones. *Uv. Mx*, 110–117.
- Santamaría, O. (2016). *Análisis de la calidad del servicio posventa y la satisfacción de clientes de los concesionarios de la Industria Automotriz en Colombia*. Universidad Nacional de Colombia.
- Setó Pamies, D. (2004). No Title. En *De la calidad de servicio a la fidelidad del cliente* (p. 23). ESIC.
- Sharif Ullah, A. M. M., & Tamaki, J. (2011). Analysis of Kano-model-based customer needs for product development. *Systems Engineering*, 14(2), 154–172. <https://doi.org/10.1002/sys.20168>
- Solórzano, G., & López, J. (2013). Importancia de la calidad del servicio al cliente, para el funcionamiento de las empresas. *Revista el buzón de pacioli*, 1(82), 4–13.
- Tigani, D. (2016). *Excelencia en Servicio*. 70.
- Ugarte Casafranca, W. D. (2021). Calidad de servicio y satisfacción de los estudiantes del comedor universitario en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. En *Universidad Nacional Mayor de San Marcos*.
- Valenzuela Pérez, K., Carrera Torres, M., & Gómez Xul, G. de los Á. (2021). La fiabilidad en la calidad del producto o servicio de una empresa. *593 Digital Publisher CEIT*, 6(6–1), 219–232. <https://doi.org/10.33386/593dp.2021.6-1.886>
- Zambrano Fernandez, J. de D. (2022). *La calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la Dirección Regional de Educación de Ancash, 2022*.

Anexo 1:

Matriz de Operacionalización de variables

DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
Variable de Estudio 1: Calidad de servicio. “La calidad de servicio se construye en la mente de los usuarios o de los consumidores, de un servicio y se basa en el conocimiento de las necesidades de los clientes y en exceder las expectativas o esperanzas que tienen los usuarios de un determinado servicio.” (Izquierdo, 2021)	Variable de Estudio 1: Calidad de Servicio. Se refiere a la medida en que una empresa o entidad cumple con las expectativas y necesidades de sus clientes durante la prestación de un servicio. Es un concepto subjetivo que puede variar según las percepciones individuales de cada cliente, pero se puede definir operacionalmente a través de los siguientes indicadores: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles.	D1 Fiabilidad “Habilidad para prestar el servicio prometido de forma cuidadosa y fiable.” (Setó, 2004)	- Servicio Adecuado - Plazo establecido - Confiabilidad - Conocimientos profesionales - Resolución de problemas	1 2 3 4 5
		D2 Capacidad de Respuesta “Disposición y voluntad de los empleados para ayudar a los clientes y ofrecerles un servicio rápido.” (Setó, 2004)	- Suministrar el servicio rápido - Accesibilidad - Disponibilidad - Responsabilidad - Flexibilidad - Personalización del servicio	6 7 8 9 10 11
		D3 Seguridad “Conocimientos y atención mostrados por el personal de contacto y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza al cliente.” (Setó, 2004)	- Realizar las operaciones - Resolución de interrogantes - Prestar atención - Credibilidad	12 13 14 15
		D4 Empatía “Atención individualizada que el proveedor de servicio ofrece a los clientes.” (Setó, 2004)	- Implicación - Amabilidad - Respeto	16 17 18
		D5 Elementos Tangibles “Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación.” (Setó Pamies, 2004)	- Instalaciones físicas - Presentación del personal - Equipos	19 20 21

Anexo 2:

Matriz de Consistencia

Título: “Calidad de servicio a través del modelo Kano en la Dirección Regional de Educación Madre de Dios – Puerto Maldonado 2024.”			
Nombre de los tesisas: Geraldine Flores Collado- Reny Serna Pariguana			
PROBLEMAS	OBJETIVOS	VARIABLES/ INDICADORES	METODOLOGÍA
PROBLEMA GENERAL ¿Cómo es la calidad de servicio a través del modelo Kano en la Dirección Regional de Educación Madre de Dios – Puerto Maldonado 2024?	OBJETIVO GENERAL Analizar la calidad de servicio a través del modelo Kano en la Dirección Regional de Educación Madre de Dios – Puerto Maldonado 2024.	VARIABLE DE ESTUDIO 1: Calidad de Servicio	ENFOQUE: Cuantitativo
PROBLEMAS ESPECÍFICOS PE1. ¿Cómo es la fiabilidad a través del modelo Kano en la Dirección Regional de Educación Madre de Dios – Puerto Maldonado 2024?	OBJETIVOS ESPECIFICOS OE1. Describir la fiabilidad a través del modelo Kano en la Dirección Regional de Educación Madre de Dios – Puerto Maldonado 2024.	DIMENSIONES: • Fiabilidad • Capacidad de respuesta • Seguridad • Empatía • Elementos tangibles INDICADORES:	DISEÑO: No experimental NIVEL: Descriptivo TIPO: Calidad de servicio MÉTODOS: Cuantitativo
PE2. ¿Cómo es la capacidad de respuesta a través del modelo Kano en la Dirección Regional de Educación Madre de Dios – Puerto Maldonado 2024?	OE2. Describir la capacidad de respuesta a través del modelo Kano en la Dirección Regional de Educación Madre de Dios – Puerto Maldonado 2024.	INDICADORES: • Servicio adecuado • Plazo establecido • Confiabilidad • Conocimientos profesionales • Resolución de problemas • Suministrar el servicio rápido	TÉCNICAS INSTRUMENTALES DE MUESTREO: Técnica de muestreo aleatorio.
PE3. ¿Cómo es la seguridad a través del modelo Kano en la Dirección Regional de Educación Madre de Dios – Puerto Maldonado 2024?	OE3. Describir la seguridad a través del modelo Kano en la Dirección Regional de Educación Madre de Dios – Puerto Maldonado 2024.	• Accesibilidad • Disponibilidad • Responsabilidad • Flexibilidad • Personalización del servicio • Realizar las operaciones	DE RECOLECCIÓN DE DATOS: Recolección de datos primarios y secundarios, así como el cuestionario (escala Likert de medición)
PE4. ¿Cómo es la empatía a través del modelo Kano en la Dirección Regional de Educación Madre de Dios – Puerto Maldonado 2024?	OE4. Describir la empatía a través del modelo Kano en la Dirección Regional de Educación Madre de Dios – Puerto Maldonado 2024.	• Resolución de interrogantes • Prestar atención • Credibilidad • Implicación	DE PROCESAMIENTO DE DATOS: Diagnostico

PE₅. ¿Cómo son los elementos tangibles a través del modelo Kano en la Dirección Regional de Educación Madre de Dios – Puerto Maldonado 2024?	OE₅. Describir los elementos tangibles a través del modelo Kano en la Dirección Regional de Educación Madre de Dios – Puerto Maldonado 2024.	• Amabilidad • Respeto • Instalaciones físicas • Presentación del personal • Equipos	situacional de la calidad de servicio en la DRE DE ANÁLISIS: Analizar la calidad de servicio a través del modelo Kano. DE POBLACIÓN: 35971 usuarios. MUESTRA: 380 PROCEDIMIENTO: • Análisis estadísticos • Preparación de la encuesta • Validación de la encuesta
---	---	--	--

Anexo 3: Instrumento

ENCUESTA

El presente cuestionario tiene por objetivo Analizar la calidad de servicio a través del modelo Kano en la Dirección Regional de Educación Madre de Dios – Puerto Maldonado 2024.

Para contestar las preguntas lea cada enunciado y marque con una (X) la opción que usted considere más conveniente como respuesta a cada pregunta.

1	2	3	4	5
Me gusta	Debería ser así	Neutral	Puedo tolerarlo	Me disgusta

ITEM	CALIDAD DE SERVICIO	1	2	3	4	5
	FIABILIDAD					
	Servicio adecuado					
1	El personal brinda un servicio adecuado.					
	El personal no brinda un servicio adecuado					
2	Plazo Establecido					
	El personal cumple con los plazos establecidos para la entrega de servicios o resolución de trámites.					
	El personal no cumple con los plazos establecidos para la entrega de servicios o resolución de trámites					
3	Confiabilidad					
	El servicio que brinda la DRE le infunde confianza.					
	El servicio que brinda la DRE no le infunde confianza.					
4	Conocimientos Profesionales					

	El trabajador cuenta con conocimientos profesionales al momento de brindar el servicio.					
	El trabajador no cuenta con conocimientos profesionales al momento de brindar el servicio					
5	Resolución de Problemas					
	El personal soluciona sus problemas de forma oportuna y eficiente.					
	El personal no soluciona sus problemas de forma oportuna y eficiente					
6	CAPACIDAD DE RESPUESTA					
	Suministrar el servicio rápido					
	Usted recibe un servicio rápido y ágil por parte de los trabajadores.					
	Usted no recibe un servicio rápido y ágil por parte de los trabajadores.					
7	Accesibilidad					
	La institución brinda los medios necesarios para que usted pueda acceder a los servicios que brinda.					
	La institución no brinda los medios necesarios para que usted pueda acceder a los servicios que brinda					
8	Disponibilidad					
	Los trabajadores están siempre disponibles para atenderlo.					
	Los trabajadores no están siempre disponibles para atenderlo.					
9	Responsabilidad					
	Usted siente que el personal es responsable a la hora de desempeñar su trabajo.					

	Usted no siente que el personal es responsable a la hora de desempeñar su trabajo.					
10	Flexibilidad					
	El personal tiene la capacidad de brindar soluciones alternativas o excepciones cuando los usuarios enfrentan situaciones especiales o inesperadas.					
	El personal no tiene la capacidad de brindar soluciones alternativas o excepciones cuando los usuarios enfrentan situaciones especiales o inesperadas.					
11	Personalización del servicio					
	El personal le brinda una atención personalizada.					
	El personal no le brinda una atención personalizada.					
12	SEGURIDAD					
	Realizar las operaciones					
	El personal realiza correctamente su labor.					
	El personal no realiza correctamente su labor.					
13	Resolución de Interrogantes					
	El personal le brinda la asistencia y orientación necesaria para resolver eficientemente tus consultas o dudas relacionadas con los servicios que ofrece.					
	El personal no le brinda la asistencia y orientación necesaria para resolver eficientemente tus consultas o dudas relacionadas con los servicios que ofrece.					
14	Prestar atención					

	El personal está siempre atento a sus solicitudes.					
	El personal no está siempre atento a sus solicitudes.					
15	Credibilidad					
	El personal te proporciona información precisa y completa en relación con los servicios o trámites que solicitas.					
	El personal no te proporciona información precisa y completa en relación con los servicios o trámites que solicitas					
16	EMPATÍA					
	Implicación					
	Los trabajadores siguen su solicitud o tramite (a través de llamadas, WhatsApp) incluso fuera del horario de trabajo.					
	Los trabajadores no siguen su solicitud o tramite (a través de llamadas, WhatsApp) incluso fuera del horario de trabajo.					
17	Amabilidad					
	El personal se muestra atento y amable.					
	El personal no se muestra atento y amable					
18	Respeto					
	El personal le trata con respeto cada que acude usted a la institución.					
	El personal no le trata con respeto cada que acude usted a la institución.					
19	ELEMENTOS TANGIBLES					
	Instalaciones Físicas					

	Las instalaciones físicas de la institución están limpias, organizadas y disponen de señalética para brindar un buen servicio.					
	Las instalaciones físicas de la institución están limpias, organizadas y disponen de señalética para brindar un buen servicio.					
20	Presentación del Personal					
	La presentación de los trabajadores es la adecuada.					
	La presentación de los trabajadores no es la adecuada.					
21	Equipos					
	Cuenta con equipos disponibles y materiales necesarios para brindar un servicio.					
	No cuenta con equipos disponibles y materiales necesarios para brindar un servicio.					

Anexo 4: Solicitud de Autorización para Realización de Estudio



UNIVERSIDAD NACIONAL AMAZÓNICA DE MADRE DE DIOS
FACULTAD DE ECOTURISMO
UNIVERSIDAD LICENCIADA
Resolución del Consejo Directivo N° 132-2019-BUNEDU/CDN
(10/10/2019)



Puerto Maldonado, 04 de junio de 2024

CARTA N° 150 -2024-UNAMAD-R/FEC-D

Señora:

Mg. Gladys Quispe de Martel

DIRECTORA REGIONAL DE EDUCACIÓN DE MADRE DE DIOS

MINISTERIO DE EDUCACIÓN
DIRECCIÓN REGIONAL DE EDUCACIÓN MADRE DE DIOS

Exp. N° **11046** Cl. **C1**

Fecha: **10 JUN 2024**

Hora: **10:39** Firma:

MESA DE PARTES

Asunto : Presentación de Bachilleres para realizar Proyecto de Tesis Intitulado "Calidad de Servicio a través del Modelo Kano en la Dirección Regional de Educación de Madre de Dios- Puerto Maldonado 2024".

Referencia: Exp.: 1210/Carta N° 05-2024-RSP

Es grato dirigirme a usted, para saludarlo cordialmente a nombre de la Facultad de Ecoturismo de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios y el mío propio y a la vez presentar a los Bachilleres; Geraldine Aleli FLORES COLLADO y Reny SERNA PARIGUANA, de la Carrera Profesional de Administración y Negocios Internacionales, quienes desean desarrollar su Proyecto de Tesis Intitulado "Calidad de Servicio a través del Modelo Kano en la Dirección Regional de Educación de Madre de Dios- Puerto Maldonado 2024".

En ese sentido, solicito a su despacho se brinden las facilidades necesarias a los recurrentes para desarrollar su Proyecto de Tesis, lo cual les permitirá concluir satisfactoriamente su tesis.

Agradeciendo anticipadamente su gentil atención, hago de la oportunidad para expresarle los sentimientos de mi mayor deferencia personal.

Atentamente,

Cc.
Archivo
JLCH/Decano
Sec. Tec. Yevomissa

UNIVERSIDAD NACIONAL AMAZÓNICA DE MADRE DE DIOS
FACULTAD DE ECOTURISMO

Dr. Jorge Luis Castillo Hurtado
DECANO

Anexo 5: Solicitudes de Validación de Instrumentos

SOLICITO: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

Puerto Maldonado, 07 de mayo del 2024

Señor: Mg. Jesús Alberto Espinoza Quispe

La presente tiene por finalidad su colaboración para determinar la validez de contenido de los instrumentos de recolección de datos a ser aplicados en el estudio denominado **"CALIDAD DE SERVICIO A TRAVÉS DEL MODELO KANO EN LA DIRECCIÓN REGIONAL DE EDUCACIÓN MADRE DE DIOS - PUERTO MALDONADO 2024"**

Su valiosa ayuda consistirá en la evaluación de la pertinencia de cada una de las preguntas con sus objetivos, variable, dimensiones, indicadores y la redacción de las mismas.

Agradeciendo de antemano su valiosa colaboración, se despiden de ustedes,

Atentamente,



Bach. Geraldine Flores Collado

DNI. 75227345



Bach. Reny Serna Pariguana

DNI. 73758032



Mg. Jesús A. Espinoza Quispe
Recibi conforme
Fav. 08-05-2024
Hrs. 11:14.

SOLICITO: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

Puerto Maldonado, 07 de mayo del 2024

Señor: *Mgt = Augusto Duero Duero*

La presente tiene por finalidad su colaboración para determinar la validez de contenido de los instrumentos de recolección de datos a ser aplicados en el estudio denominado **"CALIDAD DE SERVICIO A TRAVÉS DEL MODELO KANO EN LA DIRECCIÓN REGIONAL DE EDUCACIÓN MADRE DE DIOS - PUERTO MALDONADO 2024"**

Su valiosa ayuda consistirá en la evaluación de la pertinencia de cada una de las preguntas con sus objetivos, variable, dimensiones, indicadores y la redacción de las mismas.

Agradeciendo de antemano su valiosa colaboración, se despiden de ustedes,

Atentamente,



Bach. Geraldine Flores Collado

DNI. 75227345



Bach. Reny Serna Pariguana

DNI. 73758032

Recibido

08/05/24

SOLICITUD: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

Puerto Maldonado, 21 Junio de 2024

Señor:

Mg. Ana Luisa Baranga Zegarra

La presente tiene por finalidad su colaboración para determinar la validez de contenido de los instrumentos de recolección de datos a ser aplicado en el estudio denominado **"CALIDAD DE SERVICIO A TRAVÉS DEL MODLEO KANO EN LA DIRECCION REGIONAL DE EDUCACIÓN MADRE DE DIOS - PUERTO MALDONADO 2024"**

Su valiosa ayuda consistirá en la evaluación de la pertinencia de cada una de las preguntas con sus objetos, variables, dimensiones, indicadores y la relación de las mismas

Agradeciendo de antemano su valiosa colaboración, se despiden de ustedes

Atentamente.



Bach. Geraldine Flores Collado

DNI: 75227345



Bach. Reny Serna Pariguana

DNI: 73758032

Recibido.
Aut
21/06/24.

Anexo 6: Fichas de Validaciones

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

I. DATOS GENERALES

Título del trabajo de investigación

"CALIDAD DE SERVICIO A TRAVÉS DEL MODELO KANO EN LA DIRECCIÓN REGIONAL DE EDUCACIÓN MADRE DE DIOS - PUERTO MALDONADO 2024"

Nombre de instrumento:

Encuesta para describir la Calidad de Servicio a través del modelo Kano en la Dirección Regional de Educación Madre de Dios Puerto Maldonado

Investigadores:

Bach. Geraldine Flores Collado

Bach. Reny Serna Pariguana

CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
Relación entre variable y dimensión			X		
Relación entre variable y el indicador			X		
Relación entre indicador y la pregunta			X		
La pregunta mide lo que se propone medir			X		
La relación es clara, precisa y comprensible			X		

II. LUEGO DE REVISADO, EL INSTRUMENTO

Procede su aplicación

☒

Debe corregirse

☐


03/05/24
Mg. Augusto Vuenas. Vuenas

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

I. DATOS GENERALES

Título del trabajo de investigación

"CALIDAD DE SERVICIO A TRAVÉS DEL MODELO KANO EN LA DIRECCIÓN REGIONAL DE EDUCACIÓN MADRE DE DIOS - PUERTO MALDONADO 2024"

Nombre de instrumento:

Encuesta para describir la Calidad de Servicio a través del modelo Kano en la Dirección Regional de Educación Madre de Dios Puerto Maldonado

Investigadores:

Bach. Geraldine Flores Collado

Bach. Reny Serna Pariguana

CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
Relación entre variable y dimensión				X	
Relación entre variable y el indicador				X	
Relación entre indicador y la pregunta				X	
La pregunta mide lo que se propone medir				X	
La relación es clara, precisa y comprensible				X	

II. LUEGO DE REVISADO, EL INSTRUMENTO

Procede su aplicación

☒

Debe corregirse

☐

[Firma]
Rachy Conpame
Mg. Jesús A. Espinoza Quispe
Fecha: 08-05-24
Hrs: 11:14

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

I. DATOS GENERALES

Título del trabajo de investigación

"CALIDAD DE SERVICIO A TRAVÉS DEL MODELO KANO EN LA DIRECCIÓN REGIONAL DE EDUCACIÓN MADRE DE DIOS – PUERTO MALDONADO 2024"

Nombre de instrumento:

Encuesta para describir la Calidad de Servicio a través del modelo Kano en la Dirección Regional de Educación Madre de Dios Puerto Maldonado.

Investigadores:

Bach. Flores Collado Geraldine Aleli

Bach. Reny Serna Pariuana

CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
Relación entre variable y dimensión				X	
Relación entre variable y el indicador					X
Relación entre indicador y la pregunta					X
La pregunta mide lo que se propone medir				X	
La relación es clara, precisa y comprensible					X

II. LUEGO DE REVISADO, EL INSTRUMENTO

Procede su aplicación

☒

Debe corregirse

☐

Ana Luisa Berniga Zegana
DNE: 04823522

Anexo 7: Consentimiento Informado



GOBIERNO REGIONAL DE
MADRE DE DIOS

DIRECCIÓN REGIONAL DE EDUCACIÓN DE
MADRE DE DIOS



"AÑO DEL BICENTENARIO DE LA CONSOLIDACIÓN DE NUESTRA
INDEPENDENCIA, Y DE LA CONMEMORACIÓN DE LAS HEROICAS BATALLAS DE JUNIN Y AYACUCHO
"MADRE DE DIOS CAPITAL DE LA BIODIVERSIDAD DEL PERÚ"

Puerto Maldonado, 26 de junio de 2024.

OFICIO N° 1314 - 2024-GOREMAD/DRE-D

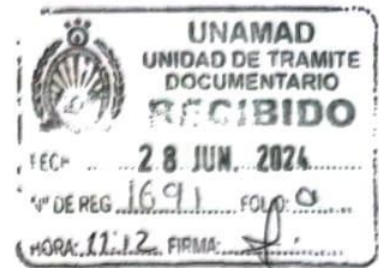
señor

Dr. Jorge Luis CASTILLO HURTADO

Decano de la Facultad de Ecoturismo.

Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios

Ciudad



ASUNTO : Comunica facilidades a Bachilleres para realizar proyecto de tesis

REF. : Carta N° 150-2024-UNAMAD-R/FEC-D

Tengo el agrado de dirigirme a usted para expresar mi cordial saludo, y a la vez darle a conocer que esta Dirección Regional brindara las facilidades a los Bachilleres Geraldine Aleli FLORES COLLADO y Reny SERNA PARIGUANA, de la Carrera Profesional de Administración y Negocios Internacionales, para que puedan desarrollar su Proyecto de Tesis Intitulado "Calidad de Servicio a través del Modelo Kano en la Dirección Regional de Educación de Madre de Dios- Puerto Maldonado 2024"

Sin otro particular le expreso las muestras de mi mejor consideración y aprecio personal.

Atentamente,

GOBIERNO REGIONAL MADRE DE DIOS
Dirección Regional de Educación
Mg. Gladys Quispe de Martel
DIRECTORA REGIONAL