



Universidad del Bío-Bío
Facultad de Ciencias Empresariales
Escuela de Ingeniería Comercial
Departamento de Administración y Auditoría

Medición de la Calidad del Servicio del Liceo Técnico Profesional Gonzalo Guglielmi Montiel de la Comuna de Yumbel

Memoria para optar al Título Profesional de Ingeniero Comercial

Alumnas: Katherine Geraldine Cartes Isla – Trixi Stefanni Loyola Loyola

Profesor Guía: Eduardo Gastón Castillo Morales

Concepción, 2016

Agradecimientos

En primer lugar, me gustaría dar gracias a Dios, por estar presente en mi vida y darme la fortaleza necesaria para superar cada obstáculo que se presenta en mi camino.

A Saady, mi padre, que toda su vida se desvivió por entregarme lo mejor día a día, y ahora desde el cielo, me protege y guía por el mejor de los senderos. Igualmente a Gloria, mi madre, por ser uno de los pilares fundamentales de mi vida, y siempre brindarme contención, apoyo y amor, desde el día en que nací.

A mis hermanos, Gloria y Saady, que siempre me han dado su protección y cariño incondicional. Asimismo a Aileen, mi prima, compañera de juegos y aventuras, que más que ser una prima, es una hermana. Además, a mis sobrinos, Milenne, Cristóbal y güagüito, que hacen mi vida más alegre, divertida y llena de locuras. A Vicente, mi cuñado, por su preocupación y ayuda constante durante esta difícil etapa.

A Marcelo, mi pareja, que siempre ha confiado en mí y me ha entregado todo su amor, contención y paciencia cuando más lo he necesitado.

A Trixi, mi amiga y compañera, una gran y hermosa persona que hizo de esta experiencia algo inolvidable y mucho más llevadero, siempre brindándome su apoyo y compañía en los momentos difíciles. Asimismo, a Eric y David, amigos que me han demostrado su lealtad y cariño durante años. También, a la Sra. Marta y María José, quienes en poco tiempo se transformaron en personas muy importantes para mí.

A Eduardo Castillo, el profesor que nos guió y apoyó, en la transición de estudiante a profesional. Además, a los directivos, docentes y asistentes del Liceo Técnico Profesional Gonzalo Guglielmi Montiel, por su amabilidad, cooperación, y en general, por abrirnos las puertas de su institución para desarrollar nuestro proyecto de tesis.

Por último, me gustaría agradecer a todos quienes de una u otra forma han sido parte de mi vida, amigos y familiares, que me han apoyado en los buenos y malos momentos.

Katherine Cartes Isla

Agradecimientos

Quisiera comenzar, agradeciendo a Dios por su infinita misericordia, por permitirme llegar a esta instancia, brindarme vida y también salud para finalizar esta etapa.

Agradezco a mi familia, especialmente a Marcela, mi madre, la persona más importante de mi vida, quién siempre me ha apoyado cuando más lo he necesitado, me motivó a seguir adelante y me entregó su apoyo y amor incondicional. Le dedico este logro a mi madre, ya que ella me enseñó a no darme por vencida y a luchar por lo que quiero.

A Richard, mi pololo y una de las personas que más quiero en la vida, gracias por tu apoyo, comprensión y por acompañarme en este proceso, que a pesar de la distancia fue un pilar muy importante para mí.

A Katherine, mi partner, mi amiga, una gran persona, gracias por ser la mejor compañera de tesis, por su esfuerzo y dedicación en la investigación. Le agradezco porque a pesar de las pruebas difíciles que le impuso la vida, continuó adelante, sin rendirse.

A mis amigas y amigos, que me acompañaron en este proceso, gracias por el apoyo, las palabras de aliento y porque formaron parte de esta experiencia.

A mi profesor guía, Eduardo Castillo, quién con sus conocimientos y experiencia nos guió en este estudio. Agradezco enormemente la ayuda y las correcciones entregadas, por el tiempo que le dedicó a nuestra investigación, sin él no hubiese sido posible llevarlo a cabo en tan poco tiempo.

Al Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel, mi ex liceo, le agradezco por abrirnos las puertas, con la mejor voluntad, siendo siempre atentos y gentiles con nosotras. Especialmente, a Don Francisco Mariánjel y Leonardo Padilla, gracias por su tiempo y apoyo.

Finalmente, quisiera agradecer a cada persona que formó parte de esto, que me ayudó, que me dio una palabra de aliento cuando más lo necesitaba. A todos quienes participaron de esta hermosa etapa universitaria que culmina con esta investigación.

Trixi Loyola Loyola

Índice

Resumen ejecutivo	13
Introducción	15
ANTECEDENTES PRELIMINARES.....	18
1. Descripción del estudio	18
2. Justificación.....	19
3. Problema de investigación	20
4. Preguntas de investigación.....	20
5. Objetivos	21
5.1. Objetivo general	21
5.2. Objetivos específicos.....	21
6. Metodología de trabajo.....	22
6.1. Población objetivo.....	24
6.1.1. Población objetivo usuarios.....	24
6.1.2. Población objetivo funcionarios.....	25
6.2. Diseño de la muestra	26
6.2.1. Muestra usuarios	26
6.2.2. Muestra funcionarios.....	28
6.3. Instrumento de medición.....	29
6.4. Análisis de fiabilidad y confiabilidad.....	30
6.4.1. Alfa de Cronbach	30
6.5. Tabulación y procesamiento de datos	31
7. Alcances y limitaciones.....	32
CAPÍTULO 1: MARCO TEÓRICO	35
1. Marketing	35
1.1. Conceptos de marketing	35
1.1.1. Definición de marketing.....	35
1.1.2. Necesidades	36
1.1.3. Cliente	38
1.1.4. Expectativas	39

1.1.5.	Percepciones.....	40
1.1.6.	Satisfacción del cliente.....	40
1.1.7.	Fidelización del cliente.....	41
1.2.	Marketing relacional y transaccional	43
1.3.	Servicios.....	46
1.3.1.	Características de los servicios.....	46
1.3.2.	Clasificación de los servicios	48
1.3.3.	Sector de servicios.....	49
1.3.4.	Servicio al cliente.....	50
1.4.	Marketing de servicios	54
1.4.1.	Tipos de marketing de servicios.....	55
1.5.	Marketing mix.....	56
1.5.1.	Producto	57
1.5.2.	Precio.....	57
1.5.3.	Distribución y logística	59
1.5.4.	Comunicación Comercial.....	60
1.5.5.	Evidencia física	61
1.5.6.	Proceso	61
1.5.7.	Personas.....	62
1.5.8.	El marketing mix bajo el punto de vista del cliente	62
2.	Calidad	63
2.1.	Definición de calidad	63
2.2.	Calidad de servicios	64
2.3.	Control de calidad	65
2.4.	Gestión de calidad.....	65
2.4.1.	Sistemas de gestión de calidad.....	65
2.5.	Métodos de medición de calidad.....	67
2.5.1.	Modelo de las brechas sobre la calidad en el servicio.....	68
2.5.2.	Escala multidimensional SERVQUAL	70
3.	Educación.....	75

3.1.	Definición de educación.....	75
3.2.	Educación en Chile.....	76
3.2.1.	Niveles de la educación.....	77
3.2.2.	Administración y financiamiento	79
3.2.3.	Gestión de calidad en la educación	80
3.2.4.	Ley Orgánica Constitucional de enseñanza.....	81
3.2.5.	Ley General de Educación	81
3.2.6.	Servicio de educación básica y media en Chile.....	84
3.2.7.	Sistema de aseguramiento de la calidad de la gestión escolar.....	85
3.3.	SERVQUAL modificado	88
CAPÍTULO 2: ANTECEDENTES DEL LICEO GONZALO GUGLIELMI MONTIEL		91
1.	Antecedentes de la institución.....	91
1.1.	Reseña histórica.....	91
1.2.	Directrices estratégicas.....	92
1.2.1.	Misión	92
1.2.2.	Visión	92
1.3.	Características de formación del establecimiento	92
1.4.	Comunidad educativa.....	92
1.4.1.	Estructura organizacional de la institución	93
1.4.2.	Niveles de enseñanza del establecimiento.....	94
1.4.3.	Evolución de las matrículas.....	96
CAPÍTULO 3: ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN RECABADA		99
1.	Análisis de la información.....	99
1.1.	Medición de la calidad del servicio, aplicado a la comunidad educativa del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel.....	100
1.1.1.	Análisis de las preponderancias de las dimensiones de calidad, según la comunidad educativa del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel	100
1.1.2.	Análisis de las expectativas de la calidad de servicio según la comunidad educativa del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel.....	101
1.1.3.	Análisis de las percepciones de la calidad de servicio según la comunidad educativa del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel.....	103

1.1.4.	Análisis de las brechas entre las expectativas y percepciones de la comunidad educativa del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel	105
1.1.5.	Análisis de brechas por dimensión y afirmación.....	107
1.2.	Medición de la calidad del servicio, aplicado a los usuarios del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel	110
1.2.1.	Análisis de las preponderancias de las dimensiones de calidad, según los usuarios del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel	110
1.2.2.	Análisis de las expectativas de la calidad de servicio según los usuarios del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel	110
1.2.3.	Análisis de las percepciones de la calidad de servicio según los usuarios del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel	113
1.2.4.	Análisis de las brechas entre las expectativas y percepciones de los usuarios del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel	115
1.2.5.	Análisis de brechas por dimensión y afirmación.....	116
1.3.	Medición de la calidad del servicio, aplicado a los alumnos del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel	119
1.3.1.	Análisis de las preponderancias de las dimensiones de calidad, según los alumnos del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel	119
1.3.2.	Análisis de las expectativas de la calidad de servicio según los alumnos del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel	119
1.3.3.	Análisis de las percepciones de la calidad de servicio según los alumnos del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel	120
1.3.4.	Análisis de las brechas entre las expectativas y percepciones de los alumnos del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel	121
1.3.5.	Análisis de brechas por dimensión y afirmación.....	122
1.4.	Medición de la calidad del servicio, aplicado a los padres y apoderados del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel	125
1.4.1.	Análisis de las preponderancias de las dimensiones de calidad según padres y apoderados del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel	126
1.4.2.	Análisis de las expectativas de la calidad de servicio según los padres y apoderados del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel.....	126
1.4.3.	Análisis de las percepciones de la calidad de servicio según los padres y apoderados del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel.....	127

1.4.4.	Análisis de las brechas entre las expectativas y percepciones de los padres y apoderados del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel	128
1.4.5.	Análisis de brechas por dimensión y afirmación.....	129
1.4.6.	Comparación de expectativas, percepciones y brechas entre los estamentos de usuarios del Liceo Técnico Profesional Gonzalo Guglielmi Montiel	132
1.5.	Medición de la calidad del servicio, aplicado a los funcionarios del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel.....	135
1.5.1.	Análisis de las preponderancias de las dimensiones de calidad según funcionarios del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel	135
1.5.2.	Análisis de las expectativas de la calidad de servicio según los funcionarios del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel	136
1.5.3.	Análisis de las percepciones de la calidad de servicio según los funcionarios del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel	138
1.5.4.	Análisis de las brechas entre las expectativas y percepciones de los funcionarios del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel	141
1.5.5.	Análisis de brechas por dimensión y afirmación.....	142
1.6.	Medición de la calidad del servicio, aplicado a los directivos del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel.....	145
1.6.1.	Análisis de las preponderancias de las dimensiones de calidad, según los directivos del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel.....	145
1.6.2.	Análisis de las expectativas de la calidad de servicio según los directivos del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel	146
1.6.3.	Análisis de las percepciones de la calidad de servicio según los directivos del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel	146
1.6.4.	Análisis de las brechas entre las expectativas y percepciones de los directivos del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel	147
1.6.5.	Análisis de brechas por dimensión y afirmación.....	148
1.7.	Medición de la calidad del servicio, aplicado a los docentes del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel.....	151
1.7.1.	Análisis de las preponderancias de las dimensiones de calidad, según los docentes del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel.....	151
1.7.2.	Análisis de las expectativas de la calidad de servicio según los docentes del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel	152

1.7.3.	Análisis de las percepciones de la calidad de servicio según los docentes del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel	153
1.7.4.	Análisis de las brechas entre las expectativas y percepciones de los docentes del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel	154
1.7.5.	Análisis de brechas por dimensión y afirmación.....	155
1.8.	Medición de la calidad del servicio, aplicado a los asistentes de la educación del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel	158
1.8.1.	Análisis de las preponderancias de las dimensiones de calidad, según los asistentes de la educación del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel.....	158
1.8.2.	Análisis de las expectativas de la calidad de servicio según los asistentes de la educación del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel	159
1.8.3.	Análisis de las percepciones de la calidad de servicio según los asistentes de la educación del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel	160
1.8.4.	Análisis de las brechas entre las expectativas y percepciones de los asistentes de la educación del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel	160
1.8.5.	Análisis de brechas por dimensión y afirmación.....	162
1.8.9.	Comparación de brechas por afirmación entre usuarios, funcionarios y comunidad educativa del Liceo Técnico Profesional Gonzalo Guglielmi Montiel	171
	Sugerencias	174
	Conclusiones	181
	Anexos.....	185
	Anexo N°1: SERVQUAL modificado	185
1.	Cuestionario de evaluación de la preponderancia de las cinco dimensiones de calidad	185
2.	Cuestionario de evaluación de la expectativa de calidad de servicios	186
3.	Cuestionario de evaluación de la percepción de calidad de servicios	189
	Anexo N°2: SERVQUAL	192
1.	Cuestionario de evaluación de la preponderancia de las cinco dimensiones de calidad	192
2.	Cuestionario de evaluación de la expectativa de calidad de servicios	193
3.	Cuestionario de evaluación de la percepción de calidad de servicios	195
	Anexo N°3: Fotografías de la institución.....	197
	Anexo N°4: Logo del Liceo Técnico Profesional Gonzalo Guglielmi Montiel.....	197
	Referencias.....	198

Índice Tablas

Tabla 1: Población objetivo usuarios	25
Tabla 2: Población objetivo funcionarios.....	25
Tabla 3: Muestra usuarios	27
Tabla 4: Muestra funcionarios.....	28
Tabla 5: Escala de Likert.....	29
Tabla 6: Resultados de validez y fiabilidad de la Encuesta	31
Tabla 7: Dimensiones del cuestionario	31
Tabla 8: Características de los servicios.....	46
Tabla 9: Tipos de empresas.....	53
Tabla 10: Marketing mix bajo el punto de vista del consumidor y del vendedor	63
Tabla 11: Diferencias fundamentales entre el control y la gestión de calidad	67
Tabla 12: Equipo directivo Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel.....	94
Tabla 13: Comparación matriculas educación pre-básica	96
Tabla 14: Comparación matriculas educación básica	97
Tabla 15: Comparación matriculas educación media.....	97
Tabla 16: Importancia por dimensión	100
Tabla 17: Expectativas comunidad educativa en valores absolutos.....	101
Tabla 18: Expectativas comunidad educativa en valores relativos	102
Tabla 19: Comparación de expectativas en términos absolutos y relativos de la comunidad educativa	102
Tabla 20: Percepciones comunidad educativa en valores absolutos	103
Tabla 21: Percepciones comunidad educativa en valores relativos.....	104
Tabla 22: Comparación de percepciones en términos absolutos y relativos de la comunidad educativa	105
Tabla 23: Comparación entre expectativas, percepciones y brechas de la comunidad educativa por dimensión de calidad.....	106
Tabla 24: Importancia por dimensión	110
Tabla 25: Expectativas usuarios en valores absolutos.....	111
Tabla 26: Expectativas usuarios en valores relativos	111
Tabla 27: Comparación de expectativas en términos absolutos y relativos de usuarios	112
Tabla 28: Percepciones usuarios en valores absolutos	113
Tabla 29: Percepciones usuarios en valores relativos	113

Tabla 30: Comparación de percepciones en términos absolutos y relativos de usuarios	114
Tabla 31: Comparación entre expectativas, percepciones y brechas de los usuarios por dimensión de calidad	115
Tabla 32: Importancia por dimensión	119
Tabla 33: Expectativas alumnos en valores relativos.....	120
Tabla 34: Percepciones alumnos en valores relativos	121
Tabla 35: Comparación entre expectativas, percepciones y brechas de los alumnos por dimensión de calidad	121
Tabla 36: Importancia por dimensión	126
Tabla 37: Expectativas de padres y apoderados en valores relativos.....	126
Tabla 38: Percepciones padres y apoderados en valores relativos	127
Tabla 39: Comparación entre expectativas, percepciones y brechas de los padres y apoderados por dimensión de calidad.....	128
Tabla 40: Comparación entre estamentos de usuarios	132
Tabla 41: Comparación de brechas por afirmación entre estamentos de usuarios.....	134
Tabla 42: Importancia por dimensión	136
Tabla 43: Expectativas funcionarios en valores absolutos	136
Tabla 44: Expectativas funcionarios en valores relativos	137
Tabla 45: Comparación de expectativas en términos absolutos y relativos de funcionarios	138
Tabla 46: Percepciones funcionarios en valores absolutos	139
Tabla 47: Percepciones funcionarios en valores relativos.....	139
Tabla 48: Comparación de percepciones en términos absolutos y relativos de funcionarios	140
Tabla 49: Comparación entre expectativas, percepciones y brechas de los funcionarios por dimensión de calidad.....	141
Tabla 50: Importancia por dimensión	145
Tabla 51: Expectativas directivos en valores relativos	146
Tabla 52: Percepciones directivos en valores relativos.....	147
Tabla 53: Comparación entre expectativas, percepciones y brechas de los directivos por dimensión de calidad	147
Tabla 54: Importancia por dimensión	152
Tabla 55: Expectativas docentes en valores relativos	152
Tabla 56: Percepciones docentes en valores relativos.....	153

Tabla 57: Comparación entre expectativas, percepciones y brechas de los docentes por dimensión de calidad	154
Tabla 58: Importancia por dimensión	158
Tabla 59: Expectativas asistentes de la educación en valores relativos	159
Tabla 60: Percepciones directivos en valores relativos	160
Tabla 61: Comparación entre expectativas, percepciones y brechas de los asistentes de la educación por dimensión de calidad.....	161
Tabla 62: Comparación entre estamentos de funcionarios.....	166
Tabla 63: Comparación de brechas por afirmación entre estamentos de funcionarios	168
Tabla 64: Comparación entre usuarios, funcionarios y comunidad educativa	170
Tabla 65: Comparación de afirmaciones entre integrantes de la comunidad	172
Tabla 66: Prioridades para disminuir brechas por afirmación desde el punto de vista de los usuarios del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel	176
Tabla 67: Prioridades para disminuir brechas por afirmación desde el punto de vista de los funcionarios del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel.....	178

Índice de Figuras

Figura 1: Pirámide de Maslow	37
Figura 2: Fases del marketing relacional.....	44
Figura 3: Grado de intangibilidad	48
Figura 4: Contacto cliente-empresa.....	50
Figura 5: Marketing interno, externo e interactivo.....	55
Figura 6: Marketing Mix	56
Figura 7: Fijación de precios basada en el valor para el cliente	58
Figura 8: Modelo de las Brechas sobre la Calidad del Servicio.....	68
Figura 9: Sistema de Aseguramiento de Calidad de la Gestión Escolar	88
Figura 10: Estructura Organizacional del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel	93
Figura 11: Imágenes del Liceo G.G.M.....	197
Figura 12: Logo de la institución	197

Índice de Gráficos

Gráfico 1: Comportamiento de expectativas, percepciones y brechas de la comunidad educativa	107
Gráfico 2: Análisis de brechas relativas por cada afirmación	108
Gráfico 3: Comportamiento de expectativas, percepciones y brechas de usuarios	116
Gráfico 4: Análisis de brechas relativas por cada afirmación	117
Gráfico 5: Comportamiento de expectativas, percepciones y brechas de alumnos	122
Gráfico 6: Análisis de brechas relativas por cada afirmación	123
Gráfico 7: Comportamiento de expectativas, percepciones y brechas de padres y apoderados	129
Gráfico 8: Análisis de brechas relativas por cada afirmación	130
Gráfico 9: Comportamiento de expectativas, percepciones y brechas de funcionarios	142
Gráfico 10: Análisis de brechas relativas por cada afirmación	143
Gráfico 11: Comportamiento de expectativas, percepciones y brechas de directivos	148
Gráfico 12: Análisis de brechas relativas por cada afirmación	149
Gráfico 13: Comportamiento de expectativas, percepciones y brechas de docentes	155
Gráfico 14: Análisis de brechas relativas por cada afirmación	156
Gráfico 15: Comportamiento de expectativas, percepciones y brechas de asistentes de la educación	162
Gráfico 16: Análisis de brechas relativas por cada afirmación	163

Resumen ejecutivo

Sin duda, el éxito de cualquier organización depende de sus clientes, ya que son estos quienes deciden si adquirir o no, los bienes o servicios. Si el usuario considera, que la institución no satisface sus deseos y necesidades, no volverá a adquirir el servicio, por lo que no se logrará fidelizar a aquellos clientes.

Por lo anterior, es que los esfuerzos de cualquier institución deben estar siempre orientados al cliente, con el fin de satisfacer sus necesidades. Es fundamental, que las organizaciones se preocupen de estudiar los deseos de los clientes o usuarios, y así enfocar sus recursos, en mejorar el servicio y corregir las falencias encontradas.

Debido a la relevancia del tema calidad del servicio, se ha decidido efectuar un estudio aplicado a una institución de educación municipal, técnico profesional, el cual pretende medir el grado de satisfacción de los usuarios y funcionarios del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel de la comuna de Yumbel.

El propósito de la investigación, es identificar los aspectos que afectan negativamente la satisfacción de los usuarios y funcionarios, y por ende la calidad del servicio que ofrece el establecimiento educacional. Todo esto, hace posible entregar sugerencias y/o recomendaciones como aporte a la dirección del Liceo Técnico Profesional Gonzalo Guglielmi Montiel de la comuna de Yumbel.

En definitiva, esta investigación propone utilizar un instrumento de medición, que permita determinar el grado de satisfacción de los usuarios y funcionarios del establecimiento en estudio.

La base utilizada para la medición de la calidad del servicio, es el instrumento SERVQUAL modificado, de los autores Castillo, Loyola y Sáez (2008), el cual permite calcular la brecha que existe entre las percepciones y expectativas de los usuarios y funcionarios del establecimiento educacional.

Para medir la calidad del servicio del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel, se aplicó la encuesta a 210 usuarios y 60 funcionarios, seleccionados aleatoriamente. La encuesta se realizó en el establecimiento educacional al que pertenecen los alumnos, padres o apoderados, directivos, docentes y asistentes de la educación.

Una vez obtenidos los datos, se realizaron distintos análisis para evaluar el grado de satisfacción de los usuarios y funcionarios, comparar ambos puntos de vista y conocer las percepciones de cada uno de los estamentos de la comunidad educativa.

De acuerdo a los resultados obtenidos, el SERVQUAL permite medir la calidad del servicio, revelando el grado de importancia que le otorgan los usuarios y funcionarios, a las diferentes dimensiones de calidad.

Una vez concluido los resultados del estudio, se realizan sugerencias y recomendaciones para el establecimiento educacional, lo que le permitirá mejorar la calidad del servicio.

Se propone que las actividades extra programáticas sean consensuadas con los estudiantes, padres y apoderados, con el fin de realizar actividades que sean de interés para la comunidad educativa.

Finalmente, se sugiere poner énfasis en hacer uso constante de la biblioteca del establecimiento, incorporar más textos escolares y otros recursos didácticos. De esta manera, se puede reducir las mayores brechas encontradas, y mejorar la satisfacción de los diferentes estamentos del establecimiento.

Introducción

Durante décadas, la educación ha sido un tema de gran debate para nuestro país, y más aún cuando hablamos de la calidad educacional que se entrega en los centros de estudios chilenos, ya sean universidades, colegios, liceos, centros de formación técnica, institutos, etc. De hecho, desde distintos enfoques académicos se considera que la educación es importante para generar mayores niveles de crecimiento, mejorar los salarios, reducir los niveles de pobreza, entre otros beneficios. Es probable que por esta razón en los últimos años, se haya intensificado la lucha de los diferentes actores en este conflicto, quienes exigen respuestas a sus peticiones. Lo único claro en esta disputa, es que existe un serio problema en el sistema educativo, situación que está afectando a todos los usuarios y funcionarios de la educación.

Mejorar la calidad del servicio en los establecimientos educacionales, es sin duda un desafío difícil de abordar, ya que involucra un amplio abanico de decisiones y actores, lo que lo convierte en un foco de atención para la comunidad en general. En este escenario, se debe tener en cuenta que el usuario (receptor del servicio) y funcionario (prestador del servicio) entienden la calidad del servicio de manera distinta. Por ello, se generan brechas o discrepancias respecto a la calidad del servicio entregado.

Por lo expuesto anteriormente, es imperativo que se realicen estudios sobre la calidad del servicio, a fin de determinar cuán satisfechos se encuentran actualmente los usuarios y funcionarios de las instituciones educacionales.

Esta investigación, se aplica a los estudiantes y apoderados de primero a cuarto medio, así como también, a directivos, docentes y asistentes de la educación del Liceo Técnico Profesional Gonzalo Guglielmi Montiel, ubicado en la comuna de Yumbel. Este estudio constituye un diagnóstico y permite que la institución se retroalimente y tome medidas respecto a los resultados obtenidos.

El estudio comienza con la presentación de los antecedentes preliminares de este proyecto, donde se incluye la descripción, objetivos, justificación, metodología, alcances y limitaciones, entre otros aspectos.

El primer capítulo, incluye la base teórica y las referencias que fueron utilizadas para dar sustento a la presente investigación. Este marco teórico se encuentra dividido en tres subtemas: marketing, calidad y educación.

Un segundo capítulo, presenta los antecedentes de la organización en la que se lleva a cabo el estudio. Se incluyen datos de la institución, tipo de servicio que entrega, historia, entre otra información que fue facilitada por el personal del establecimiento.

En un tercer capítulo, se efectúan todos los análisis con la información recabada a través de los cuestionarios aplicados. En este apartado, se calculan las expectativas, percepciones y brechas, absolutas y relativas, por dimensiones de la calidad del servicio, además de las respectivas medias y desviaciones estándar por dimensión de los usuarios y funcionarios del Liceo.

Finalmente, se plantean sugerencias y conclusiones obtenidas a través del análisis de la información. Esto permite, generar retroalimentación y recomendaciones útiles para la institución en estudio.

En definitiva, este estudio contribuye al desarrollo de la calidad del servicio, aportando el análisis e interpretación de las percepciones y expectativas de los usuarios y funcionarios del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel, con el fin de determinar el grado de satisfacción de los actores antes mencionados con respecto a la calidad del servicio entregado por dicha institución. Concretamente, la propuesta de esta investigación es aportar a mejorar la calidad del servicio que entrega el Liceo Técnico Profesional Gonzalo Guglielmi Montiel a su comunidad educativa.

ANTECEDENTES PRELIMINARES

ANTECEDENTES PRELIMINARES

1. Descripción del estudio

La calidad en el servicio de un establecimiento educacional, se puede reflejar en la satisfacción o insatisfacción que experimenta la comunidad educativa, respecto al servicio entregado por la institución. El presente estudio, permite determinar el grado de satisfacción de los estudiantes, padres y apoderados, correspondientes al nivel de enseñanza media; así como los directivos, docentes y asistentes de la educación del Liceo Técnico Profesional Gonzalo Guglielmi Montiel, de la comuna de Yumbel.

Para realizar dicho estudio, se utiliza el instrumento SERVQUAL modificado, que nos permite determinar la satisfacción que se tiene, respecto de la calidad del servicio. Este instrumento implica, la realización de una encuesta a un grupo representativo de alumnos, padres y apoderados, directivos, docentes y asistentes de la educación; con el fin de comprobar si las necesidades se encuentran satisfactoriamente atendidas por parte del Liceo Técnico Profesional Gonzalo Guglielmi Montiel.

Con el fin de recopilar información, se realizarán las siguientes actividades:

- Informar a la comunidad educativa, mediante una circular, de la realización del estudio de medición de la calidad del servicio que se ofrece en la institución.
- Aplicar el cuestionario de evaluación de la preponderancia de las cinco dimensiones de la calidad del servicio, a los alumnos, padres y apoderados, directivos, docentes y asistentes de la educación del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel.
- Aplicar el cuestionario de evaluación de las expectativas de calidad del servicio, a los alumnos, padres y apoderados, directivos, docentes y asistentes de la educación del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel.
- Aplicar el cuestionario de evaluación de la percepción de calidad del servicio, a los alumnos, padres y apoderados, directivos, docentes y asistentes de la educación del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel.

- Una vez recogida la información, se realiza la tabulación de dichos datos, con el fin de generar sugerencias y conclusiones de la investigación.
- Finalmente, se presentarán los resultados a la dirección de la institución, mostrando los resultados obtenidos y sugerencias para el Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel.

2. Justificación

En la actualidad, la calidad del servicio que se entrega en los centros de estudios, es un tema de gran relevancia e interés nacional. Dado lo anterior, es necesario conocer los factores que determinan el grado de satisfacción de los usuarios y funcionarios de las instituciones educacionales.

Mejorar la calidad del servicio en la educación, es sin duda un desafío a abordar, ya que involucra un amplio abanico de decisiones y actores, lo que lo convierte en un foco de atención para la comunidad en general.

Por lo expuesto anteriormente, se considera importante realizar estudios sobre la calidad del servicio, a fin de determinar cuán satisfechos se encuentran actualmente los usuarios y funcionarios de las instituciones educacionales, de modo de contribuir en la mejora del sistema educacional de nuestro país.

La investigación que se lleva a cabo es conveniente, ya que será de gran utilidad para el Liceo Técnico Profesional Gonzalo Guglielmi Montiel. Este estudio constituye un diagnóstico y permite que la institución se retroalimente de los resultados obtenidos tras la aplicación del cuestionario construido por los investigadores, Castillo, Loyola y Sáez (2008).

En síntesis, este proyecto contribuye al desarrollo de la calidad del servicio, mediante el análisis e interpretación de las percepciones y expectativas de los usuarios y funcionarios de enseñanza media del Liceo Técnico Profesional Gonzalo Guglielmi Montiel, con el fin de determinar el grado de satisfacción, con respecto a la calidad del servicio entregado por dicha institución.

3. Problema de investigación

Según Corella (1999 citado en Pereira, 2012) para elevar el nivel de la calidad de educación, es necesario tener en cuenta un elemento importante dentro de la satisfacción del usuario, la oferta educacional entregada, la cual consta de tres elementos: el servicio esencial, los servicios adicionales y los servicios de apoyo, que conjuntamente logran un servicio global suministrado al usuario.

La interacción que se produce entre el usuario y funcionario, es la base para que se genere el servicio y la calidad, ya que estos tienen diferentes visiones de estos aspectos. El alumno tiene la visión como el receptor del servicio, al igual que los padres y apoderados, siendo esta opinión distinta entre los dos grupos que componen los usuarios. En el caso de los directivos, docentes y asistentes de la educación, tienen la visión como prestadores del servicio, siendo la mirada diferente entre ellos.

Con estos puntos de vista, se producen las brechas o discrepancias respecto a la calidad del servicio. Tras esto, es necesario comparar las diferentes perspectivas, para obtener una visión sobre los aspectos en los que no exista acuerdo. Con los resultados que se obtengan, tras la aplicación de la encuesta, resulta conveniente intervenir para mejorar la satisfacción de la comunidad educativa del Liceo Técnico Profesional Gonzalo Guglielmi Montiel, a través de un plan de mejoramiento de la calidad del servicio, que conlleva a la mejora de la satisfacción de los diferentes integrantes de la comunidad educativa.

4. Preguntas de investigación

Según Christensen (citado en Hernández, Fernández & Baptista, 2010) es conveniente plantear el problema de investigación por medio de una o varias preguntas. Al hacerlo en forma de preguntas, se tiene la ventaja de presentarlo de manera directa, lo cual minimiza la distorsión. Las preguntas en definitiva orientan hacia las respuestas que se buscan con la investigación y deben tratar de resumir y delimitar lo que se hará con ella (p.37).

Para este estudio, las preguntas de investigación que se plantean son las siguientes:

- ¿Cuáles son las expectativas y percepciones que tiene el usuario del servicio que recibe en el Liceo Técnico Profesional Gonzalo Guglielmi Montiel?
- ¿Cuáles son las expectativas y percepciones que tiene el funcionario del servicio que se entrega en el Liceo Técnico Profesional Gonzalo Guglielmi Montiel?
- ¿Existen discrepancias entre las expectativas y percepciones de los usuarios y los funcionarios del Liceo Técnico Profesional Gonzalo Guglielmi Montiel?
- ¿Existen mecanismos para conocer si el usuario queda satisfecho con el servicio?

5. Objetivos

5.1. Objetivo general

Medir el grado de satisfacción de los usuarios y funcionarios del Liceo Técnico Profesional Gonzalo Guglielmi Montiel de la comuna de Yumbel.

5.2. Objetivos específicos

Del objetivo general planteado, se desprenden los siguientes objetivos específicos:

- a) Establecer un marco teórico que permita mostrar la clara definición de conceptos relevantes que se utilizarán en la investigación.
- b) Identificar el grado de importancia que asignan los distintos grupos de la comunidad educativa, a las dimensiones de calidad del servicio que brinda el Liceo Técnico Profesional Gonzalo Guglielmi Montiel.
- c) Conocer las expectativas y percepciones de los alumnos y padres o apoderados del Liceo Técnico Profesional Gonzalo Guglielmi Montiel, respecto a la calidad del servicio.
- d) Determinar las expectativas y percepciones de los directivos, docentes y asistentes de la educación del Liceo Técnico Profesional Gonzalo Guglielmi Montiel, respecto a la calidad del servicio.
- e) Evaluar las brechas que existen entre lo que perciben y lo que esperan los alumnos y padres o apoderados del Liceo Técnico Profesional Gonzalo Guglielmi Montiel, respecto a la calidad del servicio.

- f) Calcular las brechas que existen entre lo que perciben y lo que esperan los directivos, docentes y asistentes de la educación del Liceo Técnico Profesional Gonzalo Guglielmi Montiel, respecto a la calidad del servicio.
- g) Comparar brechas de expectativas y percepciones de los usuarios y funcionarios del Liceo Técnico Profesional Gonzalo Guglielmi Montiel.
- h) Formular sugerencias destinadas a mejorar la satisfacción de los usuarios y funcionarios del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel, de acuerdo a los resultados obtenidos tras la investigación.

6. Metodología de trabajo

El tipo de investigación que se adapta al presente estudio es de tipo descriptivo, ya que este tipo de estudio busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente sobre las variables en estudio, o sea que su objetivo no es indicar la relación que se produce entre éstas.

En este estudio se recogerá información de los usuarios y funcionarios del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel, con los que se pretende medir la brecha existente entre las expectativas y percepciones que tienen estos, respecto a la calidad del servicio. Por lo tanto, se recogerá información y se analizarán los resultados que permitan establecer un perfil de las opiniones de ambos grupos en estudio, con el fin de establecer un plan de mejoramiento para el Liceo Técnico Profesional Gonzalo Guglielmi Montiel.

El estudio es de tipo concluyente, ya que nos permite evaluar la calidad del servicio, y obtener conclusiones para mejorar el grado de satisfacción que la comunidad educativa tiene, respecto a la calidad del servicio. Esta investigación, hace uso de un diseño de sección transversal, ya que toma la muestra de la población, en un periodo de tiempo determinado. La información se obtiene a partir del diseño de una encuesta, compuesta de

tres cuestionarios, que se aplican tanto a los usuarios como a los funcionarios del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel, para conocer el grado de satisfacción del servicio entregado.

En el desarrollo de este estudio, se realizó una medición del grado de satisfacción de los usuarios y funcionarios del Liceo Técnico Profesional Gonzalo Guglielmi Montiel, de la comuna de Yumbel.

El estudio pretende abarcar a la comunidad educativa del Liceo, considerando como público objetivo los siguientes grupos:

- Usuarios: se contempla a los alumnos que cursan actualmente los niveles de enseñanza media en el Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel, y sus respectivos padres y apoderados. Dado que, para responder estos cuestionarios se debe tener cierto nivel de comprensión, hemos decidido excluir a los alumnos correspondientes al ciclo de enseñanza básica, con el fin de obtener resultados fidedignos.
- Funcionarios: en este grupo se encuesta a los directivos, docentes y asistentes de la educación del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel.

La comunidad educativa fue informada de la realización del proyecto, por medio de una carta del director de dicha institución, explicando su aporte al colegio y solicitando su participación en la investigación.

Se realizó un muestreo aleatorio estratificado con afijación proporcional al tamaño del estrato a nivel de alumnos y apoderados, con muestras independientes entre sí. En el caso de los funcionarios, se les aplicó el instrumento a través de un muestreo aleatorio simple, con muestras independientes entre los tres grupos que componen el estamento.

Para conocer información acerca de la institución, se realizaron entrevistas con el Director y la Jefa de UTP del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel. Además, se solicitó información respecto al total de profesores, asistentes de la educación, alumnos matriculados en la enseñanza media y sus respectivos apoderados; con el fin de conocer el total del público objetivo y aplicar la encuesta a una muestra significativa de la población.

Se recopiló la información mediante la aplicación de un instrumento construido por los investigadores Castillo, Loyola y Sáez (2008), sobre la base de la Escala Multidimensional SERVQUAL. El instrumento está compuesto por tres cuestionarios:

- Cuestionario de evaluación de la preponderancia de las cinco dimensiones de calidad.
- Cuestionario de evaluación de las expectativas de calidad de servicios.
- Cuestionario de evaluación de la percepción de calidad de servicios.

La aplicación del instrumento a los alumnos se realizó en los consejos de cursos, a los padres y apoderados se les aplicó la encuesta en las reuniones de centro general de padres. Finalmente, a los directivos, docentes y asistentes de la educación fueron encuestados en las dependencias del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel.

Los datos obtenidos de los cuestionarios fueron tabulados en planillas Microsoft Excel, versión 2013. También se utilizaron programas estadísticos como el SPSS y se calcularon las medias aritméticas y desviación estándar, para medir percepciones, expectativas y brechas. Se utilizaron herramientas gráficas, para presentar e interpretar los resultados obtenidos.

Finalmente, se analizaron los resultados de la investigación para generar conclusiones y sugerencias que contribuyan a mejorar la satisfacción de la comunidad educativa del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel.

6.1. Población objetivo

La población considerada para el estudio son los alumnos, padres y apoderados, docentes, directivos y asistentes de la educación del Liceo Técnico Profesional Gonzalo Guglielmi Montiel. Se calculó una muestra probabilística aleatoria simple, en la cual todos los elementos de la población tienen la misma probabilidad de ser elegidos, por lo tanto se puede disminuir el error, facilitando el cálculo de la media y la desviación estándar.

6.1.1. Población objetivo usuarios

La población objetivo de los usuarios está compuesta por los alumnos y apoderados de enseñanza media del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel. A continuación, en la Tabla 1,

se presenta el detalle del total de padres y alumnos que componen el universo del establecimiento en estudio.

Tabla 1: Población objetivo usuarios

Cursos		Alumnos	Apoderados
1ero	A	18	16
	B	14	13
	C	25	22
2 do	A	21	19
	B	17	15
3 ero	A	16	14
	B	12	11
4 to	A	20	18
	B	9	8
Total		152	136

Fuente: Elaboración propia.

De la tabla anterior, se puede apreciar que el total de alumnos que cursan actualmente enseñanza media son 152, mientras que el total de apoderados que componen el universo de este estudio son 136 personas.

Se puede destacar que la población usuarios se concentra mayoritariamente en primero de enseñanza media, con un 38% del total. El resto se distribuye con un 25%, 19% y 18%, para segundo, cuarto y tercero respectivamente.

6.1.2. Población objetivo funcionarios

La población objetivo de los funcionarios está compuesta por los directivos, docentes y asistentes de la educación de enseñanza media del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel. A continuación, en la Tabla 2, se presenta el detalle del total de funcionarios que componen el universo del establecimiento en estudio.

Tabla 2: Población objetivo funcionarios

Funcionarios	Universo
Directivos	6
Docentes	34
Asistentes de la educación	31
Total	71

Fuente: Elaboración propia.

De la tabla anterior, se puede apreciar que el total de funcionarios que componen el universo de este estudio son 71 trabajadores.

Se puede destacar que la población funcionarios se concentra mayoritariamente en docentes, con un 48% del total, un 44% lo componen los asistentes de la educación y el 8% restante corresponde a los directivos del establecimiento.

6.2. Diseño de la muestra

El marco muestral lo constituyen los estudiantes, padres y apoderados, directivos, profesores y asistentes de la educación del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel.

La muestra se calculó a través de un procedimiento de afijación proporcional que se determina a través de la siguiente fórmula:

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

Donde:

n : tamaño de la muestra de cada uno de los estamentos de la comunidad educativa.

Z : valor correspondiente a la distribución de Gauss con $Z= 1,96$, con un 95% de confianza.

N : población total de cada uno de los estamentos de la comunidad educativa.

p : probabilidad de ocurrencia. En este caso como se desconoce, por lo que se aplica la opción más desfavorable $p = 0,5$.

q : $1 - p = 0,5$

e : error que se prevé cometer = 5%.

6.2.1. Muestra usuarios

La muestra de los usuarios está compuesta por los alumnos y apoderados de enseñanza media del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel. Las muestras de ambos segmentos estudiados se calcularon de la siguiente forma:

Cálculo de muestra alumnos

$$n = (1,96)^2 * \frac{152 * 0,5 * 0,5}{(0,05)^2 * (152 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5} = 109$$

Tras el reemplazo de datos, se obtuvo que el tamaño necesario de la muestra es de 109 alumnos, considerando un error del 5% y una población total matriculada en enseñanza media para el segundo semestre de 2015 de 152 alumnos.

Cálculo de muestra apoderados

$$n = (1,96)^2 * \frac{136 * 0,5 * 0,5}{(0,05)^2 * (136 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5} = 100$$

Tras el reemplazo de datos, se obtuvo que el tamaño necesario de la muestra es de 100 apoderados, considerando un error del 5% y una población total de 136 apoderados que durante el segundo semestre de 2015, tenían un pupilo matriculado en enseñanza media.

A continuación, en la Tabla 3, se presentará el detalle de la muestra de padres y alumnos obtenidos del universo del establecimiento en estudio.

Tabla 3: Muestra usuarios

Cursos	Alumnos	Apoderados
1ero	A	13
	B	10
	C	16
2 do	A	14
	B	11
3 ero	A	10
	B	8
4 to	A	13
	B	6
Total	109	100

Fuente: Elaboración propia.

De la tabla anterior, se puede apreciar que el total de alumnos a encuestar son 109, mientras que el total de apoderados que serán seleccionados para la encuesta son 100 personas.

6.2.2. Muestra funcionarios

La población objetivo de los funcionarios está compuesta por los profesores, directivos y asistentes de la educación de enseñanza media del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel. La muestra de funcionarios se calculó de la siguiente forma:

Cálculo de muestra funcionarios

$$n = (1,96)^2 * \frac{71 * 0,5 * 0,5}{(0,05)^2 * (71 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5} = 60$$

Tras el reemplazo de datos, se obtuvo que el tamaño necesario de la muestra es de 60 funcionarios, considerando un error del 5% y una población total de 71 directivos, docentes y asistentes.

A continuación, en la Tabla 4, se presentará el detalle de la muestra de los funcionarios obtenidos del universo del establecimiento en estudio.

Tabla 4: Muestra funcionarios

Funcionarios	Muestra
Directivos	5
Docentes	29
Asistentes de la educación	26
Total	60

Fuente: Elaboración propia.

De la tabla anterior, se puede apreciar que el total de funcionarios a encuestar son 60 trabajadores de la institución.

6.3. Instrumento de medición

El instrumento de recolección de información primaria es el SERVQUAL modificado, que se compone de los siguientes cuestionarios:

- Cuestionario de evaluación de la preponderancia de las cinco dimensiones de calidad (Ver Anexo N°1): los encuestados distribuyen 100 puntos de acuerdo al grado de importancia que posee para ellos, cada una de las cinco dimensiones de calidad de servicio.
- Cuestionario de evaluación de la expectativa de calidad de servicios (Ver Anexo N°1): la comunidad educativa otorga un valor del 1 al 7, escala Likert de 7 puntos, a cada una de las afirmaciones, en relación a la calidad del servicio que esperan recibir de una Escuela Ideal.
- Cuestionario de evaluación de la percepción de calidad de servicios (Ver Anexo N°1): la comunidad educativa otorga un valor del 1 al 7, escala Likert de 7 puntos, a cada una de las afirmaciones en relación a la calidad del servicio que actualmente reciben en el Liceo Técnico Profesional Gonzalo Guglielmi Montiel.

A continuación, en la Tabla 5, se presenta la escala de Likert utilizada en el presente proyecto de investigación.

Tabla 5: Escala de Likert

Escala de Likert	
1	Totalmente en desacuerdo
2	Muy en desacuerdo
3	Desacuerdo
4	Intermedio, indiferente
5	En acuerdo
6	Muy de acuerdo
7	Totalmente de acuerdo

Fuente: Elaboración propia.

6.4. Análisis de fiabilidad y confiabilidad

6.4.1. Alfa de Cronbach

Para evaluar la fiabilidad de los cuestionarios, se procedió con el análisis de consistencia interna mediante el alfa de Cronbach. Este análisis entrega un índice, de valores entre 0 y 1, que permite comprobar si el instrumento que se está utilizando para recopilar información es confiable, es decir, que se están realizando mediciones estables y consistentes. Dentro de esta categoría de coeficientes, el alfa de Cronbach es el más utilizado por los investigadores. Alfa estima el límite inferior del coeficiente de confiabilidad y se expresa mediante la siguiente formula:

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} * \left[1 - \frac{\sum V_i}{V_t} \right]$$

Donde:

K: es el número de ítems de la prueba

Vi: es la varianza de los ítems

Vt: es la varianza de la prueba total.

El coeficiente mide la confiabilidad del test en función de dos términos, el número de ítems y la proporción de varianza total de la prueba debida a la covarianza entre sus partes. Lo anterior significa, que la confiabilidad depende de la longitud de la prueba y de la covarianza entre sus ítems.

Los resultados indican que el instrumento utilizado es aceptable y por ende, confiable, ya que se tiene un alto grado de fiabilidad, validando su uso para la recopilación de datos. A continuación se muestra una tabla resumen con los principales indicadores.

Tabla 6: Resultados de validez y fiabilidad de la Encuesta

Prueba de fiabilidad y validez	Usuarios		Funcionarios	
	Percepciones	Expectativas	Percepciones	Expectativas
Alfa de Cronbach	0,969	0,946	0,907	0,945
Media	4,28	6,33	4,47	6,65
Desviación Estándar	0,40	0,17	0,58	0,17
Test de Bartlett	0,05	0,05	0,05	0,05

Fuente: Elaboración propia.

6.5. Tabulación y procesamiento de datos

Los datos obtenidos, de los instrumentos aplicados, se tabularon en Excel versión 2013, para luego de esto determinar las brechas asociadas al cuestionario construido por los investigadores Castillo, Loyola y Sáez (2008), sobre la base de la Escala Multidimensional SERVQUAL.

La encuesta está diseñada en tres partes. El primer cuestionario, trata de medir el grado de importancia que la comunidad educativa le otorga a cada una de las dimensiones del cuestionario de preponderancia. El segundo cuestionario, está orientado a las expectativas, compuesto de 29 afirmaciones y trata de recabar información sobre lo que la comunidad educativa espera recibir de una Escuela Ideal. El tercer cuestionario, está enfocado a las percepciones, compuesto por 29 afirmaciones y trata de obtener información sobre lo que la comunidad educativa percibe del servicio entregado en el Liceo Técnico Profesional Gonzalo Guglielmi Montiel.

Las 5 dimensiones, y la división de las afirmaciones en los cuestionarios de expectativas y percepciones, se muestran en la Tabla 7.

Tabla 7: Dimensiones del cuestionario

Dimensiones	N° de la afirmación
Dimensión 1: Seguridad	1-3
Dimensión 2: Bienes materiales o tangibles	4-7
Dimensión 3: Liderazgo	8-10
Dimensión 4: Gestión del clima organizacional y convivencia	11-20
Dimensión 5 : Prácticas pedagógicas	21-29

Fuente: Elaboración propia.

Tras la medición de expectativas, percepciones y preponderancias de las dimensiones de la calidad, es necesario calcular las brechas absolutas y relativas.

Las brechas absolutas se obtienen, al restar la media de percepciones a la media de las expectativas ($\bar{x}P - \bar{x}E$). Si dicho valor es positivo ($P > E$), significará que la percepción supera a la expectativa, y por lo tanto existe satisfacción en ese ítem. Por el contrario, si dicho valor es negativo ($P < E$), significa que no se cumple con la expectativa y por lo tanto, existe insatisfacción.

El cálculo de las brechas absolutas determina si existe o no cumplimiento de las expectativas, pero tiene falencias al valorar la dimensión con el mismo grado de importancia. Para corregir este error, se considera la ponderación que los usuarios y funcionarios entregan a cada una de las dimensiones de la calidad. El cálculo se realiza multiplicando cada uno de los resultados de ($P - E$) de cada dimensión y afirmación que la componen. De esta manera, se relativizan las brechas por la importancia que los usuarios y funcionarios le otorgan a la dimensión respectiva. Finalmente, se pueden obtener conclusiones y sugerencias útiles para realizar planes de mejoramiento en el Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel.

7. Alcances y limitaciones

El presente proyecto de investigación es aplicado al Liceo Técnico Profesional Gonzalo Guglielmi Montiel, institución dedicada al rubro educacional, en la comuna de Yumbel. Este Liceo es un establecimiento municipal, o sea, depende principalmente de financiamiento estatal y es administrado por la Ilustre Municipalidad de Yumbel.

La población a considerar para el análisis, son alumnos, padres y apoderados correspondientes a los cursos de enseñanza media, por lo que no se incluyen los estudiantes de enseñanza básica que componen esta institución. Sin embargo, en este estudio también se consideran los directivos, docentes y asistentes de la educación del Liceo Técnico Profesional Gonzalo Guglielmi Montiel.

El estudio pretende medir el grado de satisfacción de los usuarios y funcionarios del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel respecto a la calidad del servicio que ofrece, a través de

un instrumento de medición, replicable para cualquier tipo de institución. El instrumento está compuesto por tres cuestionarios desarrollados por los autores Castillo, Loyola y Sáez (2008), sobre la base de la Escala Multidimensional SERVQUAL, y fueron las utilizadas para medir la calidad del servicio que ofrece dicha institución.

Las principales limitantes que nos encontramos al realizar este proyecto de investigación fueron:

- La distancia geográfica, debido que las investigadoras debían acudir a las dependencias del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel para aplicar la encuesta, el cual se encuentra ubicado aproximadamente a 2 horas de la ciudad de Concepción.
- El extenso tiempo que se asignaba para aplicar la encuesta, ya que requería aproximadamente 30 min para ser contestada, lo que implicaba perder prácticamente 1 hora pedagógica en la aplicación de dicho instrumento, situación que lógicamente era desfavorable para los alumnos.
- La influencia que pudiera existir en los usuarios, al momento de medir sus percepciones del servicio y/o la desfavorable percepción colectiva que existe actualmente acerca de los servicios de la educación municipal.

Finalmente, basado en los resultados de la investigación fue posible generar conclusiones y sugerencias que contribuyan al mejoramiento de la calidad de servicio del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel.

CAPÍTULO 1:

MARCO TEÓRICO

CAPÍTULO 1: MARCO TEÓRICO

En el siguiente capítulo se desarrolla la base teórica que se ha considerado relevante de examinar e incluir en esta investigación, la cual se encuentra dividida en tres subtemas: marketing, calidad y educación. Estos temas incluirán conceptos como satisfacción, servicio al cliente, percepción, expectativa, marketing de servicios, entre otros, los que constituyen aspectos importantes y son los cimientos conceptuales de la presente investigación. Así también, y para un mejor entendimiento, se menciona el aporte de autores y bibliografía relacionada al tema.

1. Marketing

A continuación, se presentan las definiciones más destacadas por diferentes autores, que son de utilidad para comprender a cabalidad el presente proyecto de investigación.

1.1. Conceptos de marketing

1.1.1. Definición de marketing

Según American Marketing Association (AMA, 2013) marketing es “la actividad, conjunto de instituciones y procesos que crean, comunican, entregan e intercambian ofertas que tienen valor para los clientes, agentes y sociedad en general”.

Si el encargado de marketing, denominado mercadólogo, logra comprender las necesidades del cliente, desarrollar bienes o servicios que generen un valor superior, fijar precios idóneos, además de promover y distribuir eficazmente, estos bienes o servicios se venderán con facilidad. De hecho, según Peter Drucker (citado en Kotler & Armstrong 2013) menciona que el propósito del marketing es hacer que la venta sea innecesaria. Las ventas y la publicidad son solo parte de algo más grande llamado mezcla de marketing, las cuales son un conjunto de herramientas que trabajan para satisfacer las necesidades de los clientes y forjar relaciones redituables con ellos.

Otra definición para el concepto marketing es la aportada por Kotler y Armstrong (2013) quienes lo definen como “el proceso mediante el cual las empresas crean valor para

sus clientes y generan fuertes relaciones con ellos para, en reciprocidad, captar valor de sus clientes” (p.5).

Stanton, Etzel y Walker (2007) definen al marketing como “un sistema total de actividades de negocios ideado para planear productos satisfactores de necesidades, asignarles precio, promoverlos y distribuirlos a los mercados meta, a fin de lograr los objetivos de la organización” (p.6).

Por último, según Grönroos (citado en Martínez, Ruiz y Escrivá 2014) marketing consiste en “establecer, desarrollar y comercializar relaciones con los clientes a largo plazo, a fin de conseguir los objetivos de las partes implicadas. Esto se consigue con intercambios mutuos y el mantenimiento de los compromisos” (p.8).

En conclusión, y bajo el alero de las definiciones recopiladas anteriormente, el marketing involucra un sinnúmero de actividades y procesos que tienen por objetivo crear valor y generar relaciones a largo plazo con sus clientes.

1.1.2. Necesidades

El concepto necesidad según la Real Academia Española (RAE, 2014) se define como “la carencia de las cosas que son menester¹ para la conservación de la vida”. Desde la perspectiva psicológica el término necesidad hace referencia a impulsos que surgen instigados por un estado de tensión del sujeto frente a una carencia específica (Omill, 2008).

Uno de los autores más reconocidos que ha estudiado el concepto necesidad es Abraham Maslow, quien presentó una teoría sobre la motivación humana en la cual propone la jerarquía de las necesidades humanas. Esta teoría también denominada jerarquía de las necesidades de Maslow, o Pirámide de Maslow, afirma que conforme se satisfacen las necesidades básicas, los seres humanos desarrollamos necesidades y deseos más elevados.

¹ Según la RAE menester se define como la falta o necesidad de algo.

La jerarquía de necesidades de Maslow, se describe como una pirámide que consta de cinco niveles, en donde se clasifican las necesidades en: fisiológicas, de seguridad, de pertenencia, de estima y de autorrealización, como se aprecia en la Figura 1.

Figura 1: Pirámide de Maslow



Fuente: Portal de Psicología Online, 1998.

Las fisiológicas son aquellas necesidades fundamentales para la supervivencia del ser humano, como por ejemplo: comer, respirar, dormir, etc. Las necesidades de seguridad son aquellas que hacen que una persona se sienta segura y protegida, como la estabilidad laboral, de ingresos, etc. Las de pertenencia son las necesidades relacionadas con el desarrollo afectivo del individuo, como por ejemplo el amor y la amistad. Las necesidades de estima se refieren a la manera en que se relaciona el trabajo del personal, asociadas a la autoestima, como el éxito y el prestigio. Por último, las necesidades de autorrealización, que se encuentran en la cúspide de la pirámide, son aquellas que están ligadas con la necesidad de satisfacer la naturaleza individual, y es a través de su satisfacción que se encuentra una justificación o un sentido válido a la vida.

Maslow definió en su pirámide las necesidades básicas del individuo de una manera jerárquica, colocando las necesidades más básicas en la base de la pirámide y las más relevantes en la cúspide. A medida que las necesidades van siendo satisfechas, surgen otras de un nivel superior. A pesar de que la teoría de Maslow ha sido vista como una mejora en

las teorías previas sobre la personalidad y la motivación, los conceptos como la autorrealización resultan algo vagos. Como consecuencia, no hay ninguna prueba de que cada persona tenga la capacidad de convertirse en un ser autorrealizado.

En resumen, se puede afirmar que una necesidad es una carencia sentida por el cerebro. Ahora, si asociamos el concepto necesidad con marketing, podemos afirmar que para la mercadotecnia, las necesidades se asocian al deseo de contar con un cierto bien o servicio. Es por ello que la mayoría de las campañas publicitarias trabajan para activar las necesidades, es decir, las detecta y luego las transforma en oportunidades de negocio.

1.1.3. Cliente

Barquero J., Barquero M., Rodríguez y Huertas (2007) señalan que "la palabra cliente proviene del griego antiguo y hace referencia a la persona que depende de, es decir, mis clientes son aquellas personas que tienen cierta necesidad de un producto o servicio que mi empresa puede satisfacer" (p.1).

Según American Marketing Association (AMA, 2014) cliente es "el comprador potencial o real de los productos o servicios".

El autor Moya (2004) define cliente como "aquel que utiliza un producto o servicio. Un ser humano con sentimientos y emociones similares a los nuestros que merece un trato respetuoso" (p.22).

Por último, en el Diccionario de Marketing (1999) se define al término cliente como "la persona u organización que realiza una compra. Puede estar comprando en su nombre, y disfrutar personalmente del bien o servicio adquirido, o comprar para otro, como el caso de los artículos infantiles".

Según Fernández D. y Fernández E. (2010) se puede clasificar a los clientes de la siguiente manera:

- Clientes internos: son aquellos beneficiarios del esfuerzo del trabajo de la organización. Estos clientes son miembros de la institución que de alguna manera

son afectados por el bien o servicio, y reciben la categoría de clientes a pesar de que no son compradores del bien o servicio.

- Clientes externos: se refiere al que recibe el servicio, el comprador. Estos clientes son afectados por el bien o servicio, pero no son miembros de la institución que lo produce.

En resumen, un cliente se entiende como una persona que demanda bienes o servicios. Si la institución quiere sobrevivir, deberá satisfacer las necesidades y deseos de sus clientes con tal de tener una existencia a largo plazo, por lo tanto todos los esfuerzos de la organización deben estar orientados hacia el cliente, ya que él es el verdadero impulsor de todas las actividades institucionales.

1.1.4. Expectativas

Según Zeithaml y Bitner (2002) las expectativas del servicio se forman por muchos factores incontrolables, desde las experiencias que el cliente vive con otras instituciones hasta el efecto de la publicidad sobre el estado psicológico de los clientes en el momento de la prestación del servicio, dicho de otra forma, lo que los clientes esperan es tan diverso como su educación, sus valores y sus experiencias.

Parasuraman (1988 citado en Pino, 2011) define las expectativas como “los deseos de los consumidores, o lo que ellos esperan de lo que sería un servicio ideal”.

Desde el punto de vista del Marketing, las expectativas del cliente son actitudes que este asume respecto de una organización, y están relacionadas con el bien o servicio dado y el profesionalismo del contacto con el cliente. Según Romero (2006 citado en Pino, 2011) “las expectativas van vinculadas a las cualidades positivas del servicio tales como: interés personal, servicialidad, eficiencia y confiabilidad; antepuestas a las negativas, tales como: la rudeza, demora antes de responder, demora en la respuesta, incompetencia e indiferencia entre otros”.

Por lo tanto, las expectativas del cliente, definirán lo que este espera del servicio que entrega la organización.

1.1.5. Percepciones

Según Zeithaml, Parasuraman & Berry (1993 citado en Morillo, 2009) la percepción es “el cumplimiento de la expectativa que el cliente genera antes de recibir el bien o servicio por parte del proveedor”.

Según Cronin y Taylor (1994 citado en Pereira, 2012) “La percepción son las creencias que tienen los consumidores sobre el servicio recibido, en un momento específico del tiempo”.

En el caso de los servicios que son brindados personalmente y en tiempo real, el desempeño de estos dependerá en gran medida de las estrategias de recursos humanos. Los empleados son quienes van a representar a la organización ante el cliente, y afectan en alto grado las percepciones de la calidad en el servicio mediante la influencia que tienen sobre las cinco dimensiones de la misma: confiabilidad, responsabilidad, empatía, seguridad y tangibles. Por lo que se debe tratar de igualar, lo que el cliente requiere y necesita, con las habilidades de prestación del servicio que posee el empleado (Zeithaml y Bitner, 2002).

En resumen, la percepción es la imagen mental que se forma con la ayuda de experiencia y necesidades. Es el resultado de un proceso de selección, interpretación y corrección de sensaciones.

1.1.6. Satisfacción del cliente

Según Moya (2004) “el grado de satisfacción que logre un cliente dependerá del desempeño de la oferta, en relación con las expectativas que tenía el comprador antes de realizar dicha compra”.

Kotler (2001) definió la satisfacción del cliente como “el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas” (p.40).

Según lo planteado por Zeithaml y Bitner (2002) satisfacción es “la evaluación que realiza el cliente respecto de un producto o servicio, en términos de si ese producto o servicio respondió a sus necesidades y expectativas. Se presume que al fracasar en el

cumplimiento de las necesidades y las expectativas, el resultado que se obtiene es la insatisfacción con dicho producto o servicio”.

Las empresas e instituciones son conscientes que si un cliente se encuentra altamente satisfecho, estará menos dispuesto a cambiar de proveedor de bienes o servicios. Por lo tanto, la satisfacción les permitirá mantener una relación a largo plazo con sus clientes o usuarios, obteniendo una alta lealtad por parte de los consumidores.

De acuerdo a lo planteado por Alcaide (2002) se debe conocer qué requieren los clientes de la organización. El autor menciona que los valores más apreciados por los consumidores a la hora de realizar una compra son: el precio razonable, adecuada relación precio-calidad, atención amable y personalizada, horario flexible para ir a comprar, proximidad geográfica, facilidades de compra (crédito), variedad de oferta, local cómodo y limpio, entre otros aspectos que dependerán de la naturaleza del negocio.

En resumen, el concepto satisfacción se puede definir como la sensación de placer o decepción que tiene una persona al comparar el desempeño o resultado percibido de un producto, con sus expectativas. Si el desempeño es inferior ante las expectativas, el cliente queda insatisfecho. Por el contrario, si el desempeño coincide con las expectativas, el cliente queda satisfecho. Finalmente, si el desempeño supera las expectativas, el cliente quedará muy satisfecho.

1.1.7. Fidelización del cliente

En marketing, uno de los objetivos más importantes es la retención de clientes a largo plazo. Esto se debe, a que los costos (de marketing y administración) de adquirir nuevos clientes, son superiores a los costos de atender a los clientes existentes. Pese a esto, algunas organizaciones descuidan la fidelización de los clientes actuales y concentran sus esfuerzos en captar nuevos clientes, lo que suele ser una decisión poco acertada.

Según Alcaide (2002) fidelización se define como “una actitud positiva, que supone la unión de la satisfacción del cliente (formada por elementos racionales, afectos y comportamientos) con una acción de consumo estable y duradera”. Además, señala que

existen dos formas en las que se puede fidelizar a los clientes: una es a través de la existencia de un modelo de negocio atractivo que seduzca y fidelice al cliente, y la otra, es a través de una adecuada gestión en su cartera de clientes que impliquen la realización de acciones personalizadas que les aporten valor al cliente. Para llevar a cabo lo anterior, propone una serie de acciones para facilitar la tarea de fidelización:

- Orientar los esfuerzos hacia el cliente, por ejemplo ofreciendo un servicio de alta calidad.
- Implementar una política de marketing relacional, enfocándose en ofrecer un buen servicio antes y durante la compra.
- Desarrollar acciones que aporten valor al cliente, por ejemplo ofreciendo un buen servicio de post-venta.

Por su parte, el autor García (2005 citado en Agüero, 2014) ha descrito seis componentes de la fidelización de los clientes: diferenciación, satisfacción, personalización, fidelidad y habitualidad. El componente diferenciación es la estrategia seguida por la organización, que hace referencia a las características de los bienes o servicios, presentándolos como únicos frente a la competencia. El componente satisfacción son todas aquellas características y dimensiones del bien o servicio que el cliente percibe y le producen un determinado placer. Cada cliente es diferente, por ello el componente personalización es esencial para la fidelización de los clientes; por lo tanto, para realizar una personalización con éxito se debe reconocer e identificar al cliente para adaptar los bienes o servicios a sus necesidades. El componente fidelidad consiste en el compromiso recíproco entre cliente-organización, con el objetivo que se cumplan la serie de requisitos y promesas establecidas. Por último, el componente habitualidad es la frecuencia, volumen, cantidad y/o duración con la que los clientes realizan sus compras.

En el caso de las instituciones educacionales, el aspecto de fidelización es altamente importante. Bustos y Becker (2013) afirman que la lealtad, la fidelización y la retención de los alumnos son fundamentales en una gestión estratégica de marketing. Un importante indicador de la calidad del servicio entregado es la tasa de pérdida de usuarios. Además,

mencionan que el alumno de una institución educacional es una valiosa inversión por las siguientes razones:

- El costo de captar nuevos usuarios es cinco veces mayor que el costo de mantener los alumnos existentes.
- Conservar un usuario resulta de 3 a 5 veces menos costoso que conquistar uno nuevo potencial.
- Una institución educacional promedio pierde, cada año, al 10% (en algunas situaciones puede llegar más allá del 20%) de sus alumnos. Todo usuario que se pierde se lleva consigo un beneficio potencial y una inversión que la organización ya no podrá obtener.
- Una reducción del 5% en la tasa de pérdida de alumnos, puede aumentar las utilidades entre 25% y 85%.
- La tasa de utilidad de un alumno tiende a aumentar en el tiempo. De allí la importancia del usuario retenido.

Para finalizar, Alcaide (2002) menciona que las ventajas de fidelizar clientes son: mayor lealtad de los consumidores, incremento de las ventas y la rentabilidad, mayor cantidad de clientes nuevos captados a través de la comunicación boca-a-boca, y por ende, menores gastos en actividades de marketing, menor índice de quejas y reclamos, mejor imagen y reputación, mejor clima de trabajo interno, menor índice de ausentismo y rotación por parte del personal, mayor participación de mercado, etc. Por lo anterior, es conveniente que las organizaciones se preocupen de fidelizar a sus clientes o usuarios, y así, se beneficien de las ventajas descritas anteriormente.

1.2. Marketing relacional y transaccional

El marketing, como se conoce en la actualidad ha sufrido una serie de variaciones. Se habla de marketing relacional, basado en la captación y fidelización del cliente, y en el mantenimiento de esa relación a largo plazo. Anteriormente se hablaba de marketing

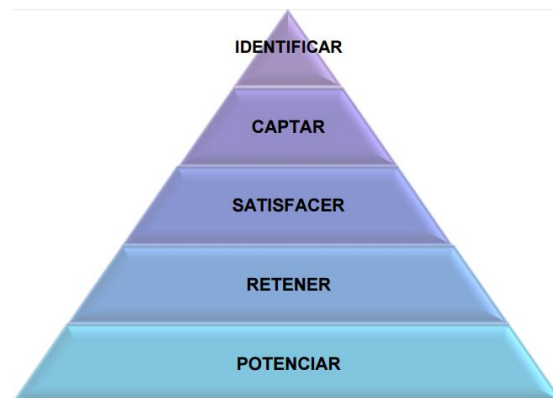
transaccional, donde primaba la captación del cliente y una relación a corto plazo, de la inmediatez en la venta. A continuación, se presentarán las definiciones y conceptos relevantes del marketing transaccional y el marketing relacional.

Según American Marketing Association (AMA, 2013) el marketing transaccional es “la ejecución de ciertas actividades en los negocios que, de una forma planificada y sistemática, dirigen el flujo de mercancías y servicios desde el productor hasta el consumidor con beneficio mutuo”.

Según García (2005 citado en Agüero, 2014) el marketing relacional “es el mecanismo con el que alcanzamos la fidelización del cliente, que mantienen una premisa común, mantener relaciones estables y duraderas a largo plazo entre clientes y organizaciones”.

Grönroos (1990 citado en Agüero 2014) define el marketing relacional como “aquel conjunto de relaciones a largo plazo que las empresas pretenden crear, mantener y fomentar con clientes, con el objetivo de alcanzar una relación sólida y duradera, para establecer el mayor número de negocios con sus clientes y obtener el mayor beneficio posible de ellos. Este autor estableció las fases del marketing relacional que se presentan en la Figura 2.

Figura 2: Fases del marketing relacional



Fuente: Grönroos, 1990.

De la figura anterior, se puede destacar que las fases del marketing relacional son:

- Identificar a los clientes y conocer en profundidad sus necesidades y deseos.

- Captar, lo cual implica ofrecer los bienes o servicios de la empresa al público objetivo, según la información recibida de la fase de identificación.
- Satisfacer a los clientes potenciales con los bienes o servicios, es la clave para que estos se conviertan en clientes reales, por lo que es necesario cumplir con las expectativas del cliente para lograr la deseada satisfacción.
- Retener a los clientes es objetivo clave. Por ello, es necesario convertirlos en clientes fieles que estén totalmente satisfechos con los bienes y servicios. Esto podría ser útil para beneficiarnos del boca a boca que realizará el cliente, con sus familiares y/o amigos.
- La fase potenciar se refiere a que los clientes aumenten el número de compras y nos traigan nuevos clientes.

En el caso de las instituciones educacionales, se puede mencionar de modo general, que a ninguna persona le interesa tener relación con una marca educacional. Lo que busca es un excelente servicio educativo de acuerdo a sus aspiraciones, una excelente respuesta a sus requerimientos de estudio y que lo reconozcan como persona, ofreciéndole experiencias relevantes en materias académicas.

Toda gestión de calidad en la educación, consiste en captar las exigencias de sus usuarios y analizar la forma de ofrecerles soluciones y experiencias que respondan a sus necesidades educativas, llevando a la práctica el concepto de orientación al usuario y el de la personalización a su máxima expresión mediante el marketing relacional. Según Bustos y Becker (2013) las 4 M aplicadas a la educación son:

- MAS fácil es ofrecerle bienes y servicios educativos a un usuario actual que captar uno nuevo.
- MIENTRAS más se comprometan los actuales usuarios.
- MENOR sea la probabilidad que abandonen la marca y querrán recomendar la institución educacional a otros.
- MAYOR será la rentabilidad.

En el marketing relacional, se establece una relación con el usuario educacional, donde hay que mantener un contacto de comunicación relevante como estrategia fundamental para generar resultados. Esta comunicación relevante, se centra en la retención de los usuarios, se orienta a los beneficios del servicio educativo, plantea una visión de largo plazo, pone énfasis en el servicio a los usuarios, propone un alto nivel de compromiso y un alto nivel de contacto con los clientes-usuarios.

1.3. Servicios

Según Kotler y Armstrong (2012) un servicio es “una forma de producto que consiste en actividades, beneficios o satisfacciones ofrecidos a la venta y básicamente intangibles, ya que no tienen como resultado la obtención de la propiedad de algo” (p.199).

Stanton, Etzel y Walker (2007) definen los servicios como “actividades identificables e intangibles, que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades”.

Hoffman y Bateson (2006 citado en Morillo, 2009) señalan que las empresas de servicio incluyen todas las actividades económicas, donde el producto final no es físico, y generalmente su consumo y producción es simultáneo, es decir, se dan al mismo tiempo.

En resumen, entenderemos por servicios a todas aquellas actividades identificables e intangibles, que son el resultado de esfuerzos humanos o mecánicos, que se conciben para proporcionar la satisfacción de necesidades de los clientes.

1.3.1. Características de los servicios

Según Kotler y Armstrong (2012) las características esenciales que poseen los servicios son las que se presentan a continuación.

Tabla 8: Características de los servicios

Servicios
Intangibilidad
Caducidad
Inseparabilidad
Variabilidad

Fuente: Kotler y Armstrong (2012)

Los servicios son intangibles, ya que no se pueden ver, escuchar, degustar, tocar u oler antes de la compra. Esta es una de las características que generan más incertidumbre en los clientes, ya que desconocen con exactitud el grado de satisfacción que tendrán luego de comprar el servicio.

Otra característica es el carácter perecedero de los servicios, o también denominada imperdurabilidad, puesto que los servicios no pueden almacenarse para su venta o uso posteriores. Esta característica es un problema cuando la demanda de un servicio no es constante, como lo que sucede con las horas de un doctor, un abogado, o cualquier otra persona que preste servicios.

Además, los servicios son inseparables, ya que generalmente se producen, venden y consumen al mismo tiempo, convirtiendo a sus actividades en inseparables. Esto, además significa, que los clientes y los empleados participan y afectan el resultado de la transacción.

Una última característica que identifica a los servicios, es que estos son variables o heterogéneos, ya que la calidad dependerá de la persona que ofrezca el servicio. Por lo anterior, los servicios son generalmente menos estandarizados que los bienes, es decir, que cada servicio depende de quién los presta, cuando los presta y donde los presta, debido al factor humano, que participa en la producción y entrega. Una forma de superar esta complicación es que el personal que presta servicios se capacite constantemente con el fin de generar más confiabilidad a los clientes.

Como ya se mencionó anteriormente, las características esenciales de los servicios son: la intangibilidad, la variabilidad, la inseparabilidad y la caducidad. Sin embargo, el autor Van Hoof et al. (2007 citado en Agüero, 2014) agregó una nueva característica a los servicios denominada: no propiedad. Esta característica hace referencia a que el servicio, no les pertenece a los consumidores, y se podría decir que ellos solo rentan el servicio por un momento determinado.

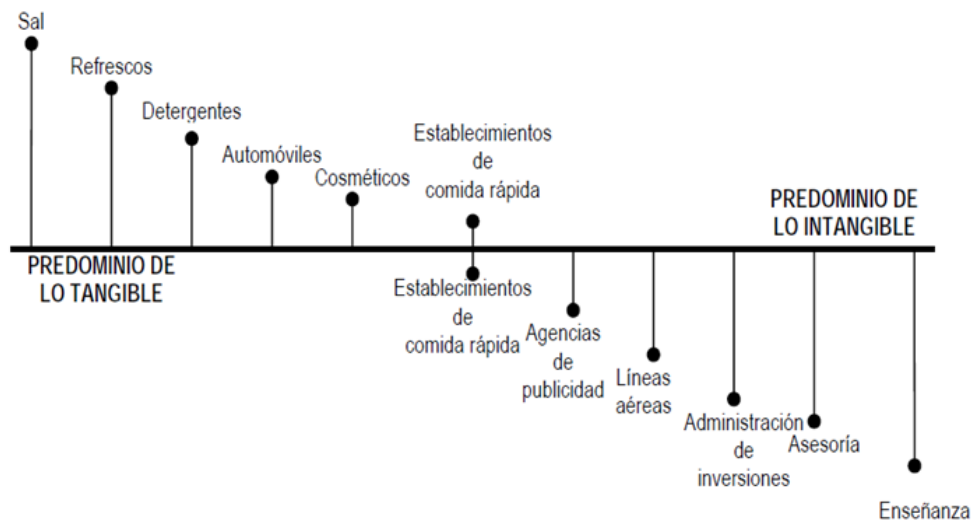
Además de las características mencionadas anteriormente, existen otras menos genéricas, pero que son igualmente importantes, como por ejemplo el riesgo mayor al que se asocia la compra de un servicio, ya que el potencial cliente no puede experimentar, ni valorar la calidad del servicio.

En resumen, un servicio es por naturaleza intangible, no posee vida útil, no puede almacenarse para ser utilizado en otra ocasión y variará según la persona que preste el servicio. Por lo tanto, la interacción proveedor-cliente es una característica especial de la mercadotecnia de servicios, en donde, el proveedor y el cliente afectan el resultado.

1.3.2. Clasificación de los servicios

Según Shostack (1977 citado en Pino, 2011) para clasificar los servicios se puede medir el grado de tangibilidad e intangibilidad de distintos bienes económicos. En la Figura 3, se muestra la escala presentada por el autor.

Figura 3: Grado de intangibilidad



Fuente: Shostack, 1977.

En la clasificación que realiza el autor, según la escala relativa de tangibilidad e intangibilidad de los bienes y servicios, se puede destacar que el servicio de enseñanza, que se trata en el presente estudio, tiene un alto predominio de lo intangible, por lo que genera mayor incertidumbre si se compara con otros servicios como asesorías, agencias de publicidad, líneas aéreas, entre otros.

Browning y Singelmann (1978 citado en Romero, Toledo y Ocampo, 2014) llevaron a cabo una tipología de servicios sobre la base de sus características de consumo final. Estos autores distinguen cuatro categorías de industrias de servicios: servicios de distribución, de producción, sociales y personales. Los servicios de producción comprenden industrias que prestan, entre otros, servicios jurídicos, de financiación, de diseño y de administración a otras industrias, que pueden por si mismas producir bienes o servicios. Los servicios de distribución prestan servicios de transporte, de instalaciones para almacenaje y de ventas. Por su parte, los servicios sociales satisfacen colectivamente ciertas necesidades individuales como sanidad, educación, etc., y algunos aspectos de orden social como funciones policiales y similares. La categoría de servicios personales constituye una mezcla de actividades organizadas individualmente, tales como servicios domésticos, y de actividades de proceso intensivo de capital y a menudo monopolísticas como recreo y hostelería; no obstante, tienen una mayor orientación hacia los consumidores particulares que la que proporcionan los servicios sociales.

De las clasificaciones presentadas anteriormente, ninguna es mejor o más correcta que otra, y sólo demuestran el gran interés que ha despertado en los diversos autores el tema de los servicios. A continuación, ahondaremos en el sector de los servicios, para complementar el presente estudio.

1.3.3. Sector de servicios

Debido al crecimiento y la importancia que han ido ganando en la economía mundial, se ha comenzado a prestar mayor atención en la industria de los servicios. Según la Organización Mundial de Comercio (citado en Dirección General de Relaciones Económicas, 2015) el sector de servicios representa dos tercios de la producción mundial y cerca del 20% del comercio global. Además, según la Organización Internacional del Trabajo (OIT) el sector de servicios comprende cerca del 45% del empleo mundial.

Según el Banco Mundial (BM, 2014) Chile posee una población activa estimada al 2014 de 8.745.002 millones, de los cuales 94,3% son ocupados, mientras que el 5,7% restante son personas desocupadas. El total de ocupados en el país, según rama de actividad económica, corresponde a 7.904.050 personas, las que se distribuyen en Comercio (20,5%);

Industrias Manufactureras (11,3%); Construcción (8,6%); Agricultura, Ganadería, Caza y Silvicultura (8,5%); y Enseñanza (8,2%).

De las actividades económicas antes mencionadas, la enseñanza es la que toma relevancia, ya que el presente estudio se lleva a cabo en una institución educacional, técnico profesional en la comuna de Yumbel.

1.3.4. Servicio al cliente

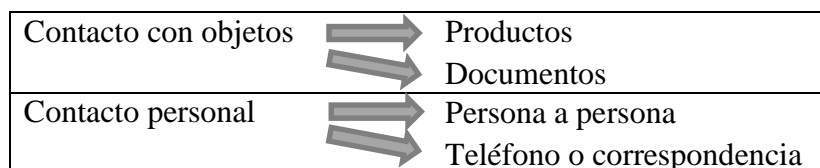
Serna (2006) menciona que el servicio al cliente es “el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos” (p.19).

Según American Marketing Association (AMA, 2013) el servicio al cliente es “una filosofía orientada al cliente, que integra y gestiona todos los elementos de la interface clientes que determinan una mezcla costo-servicio determinada”.

Según Alcaide (2002), el servicio al cliente es “la esencia de cualquier modelo de consecución y logro de la lealtad de los clientes”. Señala además que, atendida su experiencia, ha podido verificar que el servicio, la comunicación empresarial, la excelencia y la comunicación personalizada en la postventa, se tornan elementos diferenciadores y variables indispensables para el logro de la lealtad y por ende, de todos los beneficios que dicha lealtad conllevan.

En realidad, el cliente sólo puede juzgar a la organización en el momento en que toma contacto con esta, lo cual puede ocurrir en las circunstancias que se aprecian a continuación.

Figura 4: Contacto cliente-empresa



Fuente: Fernández, 2007.

Un tipo de contacto entre cliente-empresa puede darse con el contacto con objetos, por ejemplo a través de documentos o la compra de un producto. Una segunda forma sería por contacto personal, por ejemplo cuando el cliente va a la sucursal de la compañía y debe tratar con los vendedores de la organización, o también cuando se contacta a través de correo o vía telefónica.

En el caso de los servicios, a la interacción que se produce entre el cliente y el prestador se denomina encuentros de servicio. Según Czepiel (1985 citado en Agüero, 2014) los tres tipos de encuentros de servicio son:

- Remotos: cuando no se produce interacción humana, sino por otros medios. En este tipo de encuentros se debe controlar que las máquinas funcionen bien y que las impresiones sean entendibles y perfectamente diseñados.
- Personales indirectos: existe interacción verbal, pero no física. Muchos de estos tipos de encuentros son por medio telefónico, por lo que se debe poner especial atención en el nivel de consistencia y en el intercambio verbal. Por la razón anterior, se debe mantener a los empleados capacitados en el manejo de quejas, probar sus voces, monitorearlos constantemente, etc.
- Personales directos: cuando el cliente interactúa directamente con otro ser humano. En estos casos se deben administrar los aspectos visuales y verbales. La apariencia servirá para precalificar el servicio, que no ha sido probado. En este tipo de encuentros la selección y desarrollo de los empleados, su correcta asignación, el equipo utilizado y su distribución en el lugar de servicio son elementos integrales del diseño del encuentro de servicio.

En resumen, el servicio de atención al cliente es el conjunto de prestaciones que fueron diseñadas para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos. Esto transforma al servicio al cliente en una herramienta de marketing indispensable para el desarrollo de la organización.

1.3.4.1. Elementos del servicio al cliente

Según un estudio elaborado por el Centro Ecuatoriano para la Promoción y Acción de la Mujer (CEPAM, 2013), el cliente se fija en todos los detalles y reacciona ante ellos. Por ello, elaboraron los cinco elementos básicos a valorar por los consumidores, y que se deben considerar para mantener un eficiente control sobre los procesos de atención al cliente.

- Elementos tangibles: son las instalaciones y los equipos de la empresa, y además incluyen la presentación del personal, los materiales de comunicación y la exhibición de los productos.
- Cumplimiento: implica desarrollar el servicio prometido oportunamente, es decir, lo que el vendedor ofrece, lo cumpla.
- Disposición: es ayudar a los clientes a escoger el bien o servicio, proporcionándoles una asesoría para que se sientan satisfechos.
- Cualidades del personal: los vendedores deben demostrar que son competentes en su trabajo y capaces de inspirar confianza. En este elemento, los clientes evalúan desde el saludo que tiene el vendedor, hasta la forma y modo de trato durante la atención que se realiza.
- Empatía: los vendedores deben conocer al cliente, entender sus necesidades y mantener con él una comunicación positiva y permanente.

Si la organización, no se preocupa por los elementos mencionados anteriormente, de nada servirán los detalles y los extras de seguridad que puedan ofrecer a sus clientes. Por tanto, las empresas de bienes y/o servicios, tienen que estar cada vez más en contacto con sus clientes, ya que al no hacerlo la empresa puede fracasar, al tornarse menos competitiva frente a sus competidores.

1.3.4.2. Características de las organizaciones con buen servicio al cliente

Según Aguilar y Vargas (2010) existen dos tipos de organizaciones: las centradas en el cliente y las centradas en sí mismas, de las cuales cada una favorece u obstaculiza el buen servicio. En la Tabla 9 se muestran las características de ambas.

Tabla 9: Tipos de empresas

Centradas el cliente	Centradas en sí mismas
El reconocimiento lo obtienen los empleados que logran manejar de manera equilibrada la eficiencia en el trabajo y la satisfacción del cliente.	No reconoce a los empleados que atienden bien a los clientes, sino a los que logran los objetivos internos de la compañía.
Los directivos concentran su atención en apoyar a los empleados para que hagan bien su trabajo, de tal manera que puedan concentrar su atención en atender las necesidades del cliente.	El personal se dedica más a satisfacer a sus directivos que a los clientes.
Las promociones se basan tanto en las habilidades de prestar un buen servicio, como en la antigüedad del empleado.	Las promociones se hacen sobre la base de la antigüedad del empleado y del favoritismo, más que de los méritos.
El pensamiento a corto plazo es la excepción.	Siempre se prefieren los arreglos a corto plazo, antes que las soluciones a largo plazo.
El entrenamiento del personal tiene una alta prioridad, y se concentra tanto en las destrezas técnicas como en las habilidades interpersonales.	A los empleados se les entrena en las funciones de su trabajo, pero casi nunca en su esencia.
Todo el personal sabe quiénes son sus clientes, externos e internos, y de qué manera los empleados forman parte de la cadena de los clientes.	Los departamentos que no se entienden directamente con los clientes externos, no se consideran responsables de satisfacerlos.
Un estilo de gerencia participativa prevalece en toda la compañía y se procura siempre averiguar que piensa el personal en todo lo que se refiere a los clientes, antes de tomar cualquier decisión.	Las decisiones que afectan al cliente las toma la alta gerencia (generalmente a puerta cerrada) y luego, sin consultar para nada al personal que atiende al público le ordena que proceda en consecuencia.

Fuente: Aguilar y Vargas, 2010.

Como se explicaba en la tabla comparativa, de los dos tipos de empresas, la que está orientada al cliente se concentra en brindar el mejor servicio, con tal de satisfacer las necesidades de sus clientes, a diferencia de las empresas centradas en sí mismas, que tienen como su principal interés cumplir sus objetivos internos, lo que tarde o temprano provocará una fuga de clientes a alguna compañía de la competencia, que otorgue un servicio de mejor calidad.

1.4. Marketing de servicios

Según Martínez, Ruíz y Escrivá (2014) el marketing de servicios surge debido a que existen diferencias significativas entre los bienes y los servicios, y la forma en que estos son percibidos por los usuarios. Por lo mismo, el marketing de los productos no puede aplicarse de igual manera a los servicios (p.12).

El Marketing de Servicios, resulta ser aquella rama de la disciplina que se ocupa exclusivamente de los bienes y servicios, en lo que respecta a la promoción para su mejor comercialización.

Según Muñiz (2014) los consumidores, tanto de bienes como de servicios, actúan por las mismas motivaciones básicas como: seguridad, alimentación, educación, economía, entre otras; pero las formas de vender deben ser aplicadas de forma diferente. En el marketing de servicios, se deben reafirmar los procesos de intercambio entre consumidores y organizaciones, con el objetivo final de satisfacer las demandas y necesidades de los usuarios, pero en base a las características específicas del sector.

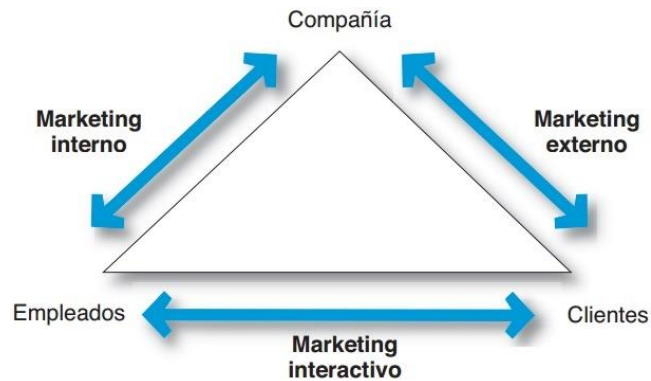
Por ende, el marketing de servicios tiene que partir en base a las características de los servicios, para poder establecer las estrategias de gestión comercial que empleará una institución. Además, debe considerar la intangibilidad del servicio, ya que esto puede dificultar la selección de las ofertas competitivas por parte del consumidor, como también, considerar la imposibilidad que tiene para poder almacenar dicho servicio. Es por esto que tiene como finalidad, entregar un servicio de calidad que sea capaz de satisfacer las necesidades del mercado objetivo, y que pueda cumplir con las expectativas y deseos de los clientes.

En resumen, el marketing de servicios es un conjunto de herramientas que aplicadas eficientemente permitirán a las empresas tener nuevos clientes, conservar los actuales y recuperar los que han perdido.

1.4.1. Tipos de marketing de servicios

Según Kotler y Armstrong (2012) el marketing de servicios requiere de un marketing interno, marketing externo y de un marketing interactivo, que se puede apreciar en la Figura 5.

Figura 5: Marketing interno, externo e interactivo



Fuente: Kotler y Armstrong, 2012.

El marketing interno consiste en que la institución debe orientar y motivar a los empleados que tienen contacto con los clientes, así como al personal de servicio de soporte, para que trabaje como un equipo y brinde satisfacción al cliente.

Al marketing interno, le precede el marketing externo que se refiere fundamentalmente a la formulación de la promesa. Lo que la institución hace para ofrecer a los clientes o usuarios, lo que estos esperan recibir y la forma como la institución lo entregará. En esto, participan activamente los empleados del servicio, el diseño y ambientación de las instalaciones y el proceso de servicio en sí mismo, comunicando y ayudando a situar las expectativas del cliente o usuario.

El marketing interactivo, implica que la calidad del servicio depende en gran parte de la interacción entre el prestador y el receptor, durante la prestación del servicio. La calidad, entonces, depende tanto del prestador del servicio como de la entrega de éste.

En el caso de los servicios educativos, el marketing externo, se enfoca en el público objetivo de la organización educativa (los alumnos). El marketing interno se refiere a las acciones que hace la organización para comunicarse con el personal (docente y no docente), y además, capacitarlo y motivarlo para que brinde la mayor satisfacción posible al público

objetivo (los alumnos). El marketing interactivo parte de la premisa que las promesas que se formulan deben cumplirse. Este tipo de marketing está íntimamente ligado al concepto de calidad de los servicios educativos.

En resumen, el marketing externo se refiere a formular la promesa, el marketing interno consiste en que se posibilite el cumplimiento de la promesa y el marketing interactivo se refiere a cumplir con la promesa.

1.5. Marketing mix

Según Kotler y Armstrong (2012) el marketing mix es el “conjunto de herramientas tácticas de marketing (producto, precio, plaza y promoción) que la empresa combina para producir la respuesta deseada en el mercado meta”. La mezcla de mercadotecnia incluye todo lo que la empresa puede hacer para influir en la demanda de su producto.

Según American Marketing Association (2013) la mezcla de mercadotecnia son “aquellas variables controlables que una empresa utiliza para alcanzar el nivel deseado de ventas en el mercado meta”.

Las definiciones anteriores, son aplicables a los productos o bienes tangibles. En el caso de los servicios, Zeithmal y Bitner (2002), afirman que la mezcla de marketing de servicio incorpora nuevas variables: las personas, la evidencia física y el proceso, que se pasarán a detallar a continuación.

Figura 6: Marketing Mix



Fuente: Professional Academy, 2002.

1.5.1. Producto

En el caso de los servicios, la variable producto se refiere a las actividades identificables, intangibles y perecederas, que son el resultado de esfuerzos humanos o mecánicos que producen un hecho, desempeño o esfuerzo.

Dentro de esta variable, encontramos aspectos tan importantes a trabajar como: imagen, marca, diseño, calidad, servicios posventa, entre otros. El director de marketing también debe tomar decisiones relacionadas con la cartera de productos, la estrategia de diferenciación, el ciclo de vida o incluso el lanzamiento de nuevos bienes o servicios.

En definitiva, el bien o servicio es el que satisface las necesidades o deseos de los clientes de una organización.

1.5.2. Precio

Según Kotler y Armstrong (2012) el precio es “la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio, o la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el bien o servicio” (p.290).

En otras palabras, el precio es la cantidad de dinero que los clientes tienen que pagar para obtener un producto.

Según Kotler y Armstrong (2013) la variable precio posee su propia mezcla o mix de variables compuestas por: precio de lista, descuentos, complementos, periodo de pago y condiciones de crédito.

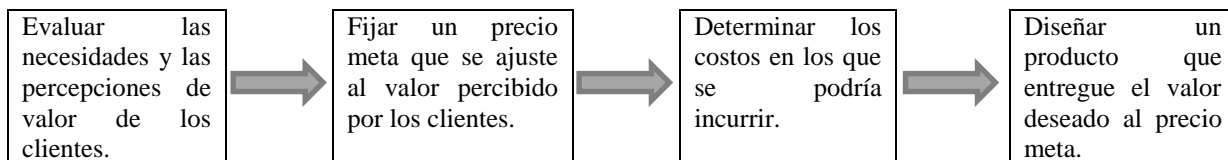
Las empresas al momento de fijar el precio de un servicio deben tener en cuenta los costos de producir, distribuir y vender dicho servicio, ya que estos establecerán el límite inferior que la compañía puede cobrar por ellos. Además, deben considerar un margen de ganancia justo por los esfuerzos realizados en la producción de dicho servicio. Otro aspecto relevante al momento de fijar un precio es el valor que en el mercado se ofertan servicios iguales o similares al que se desea vender.

Además de los aspectos mencionados anteriormente, existen muchos otros factores que influyen en la fijación de un precio como el mercado meta, la estrategia de la organización, aspectos macroeconómicos, entre otros. A continuación, se presentarán dos estrategias que se utilizan para la fijación de precios.

1.5.2.1. Fijación de precios basada en el valor para el cliente

Es el establecimiento del precio basado en las percepciones del comprador y no en los costos que tuvo el vendedor. Una fijación de precios eficaz, orientada al comprador, implica entender qué tanto valor dan los consumidores a los beneficios que reciben del producto, y fijar un precio adecuado a dicho valor. Lo anterior, quiere decir que no se puede diseñar un producto y un programa de marketing, y después establecer el precio. El precio debe considerarse junto con todas las otras variables de la mezcla de marketing antes de establecer el programa de marketing. A continuación, en la Figura 7 se puede apreciar un esquema explicativo de la fijación de precios basada en el valor para el cliente.

Figura 7: Fijación de precios basada en el valor para el cliente



Fuente: Kotler y Armstrong (2012).

En la fijación de precios basada en el valor para el cliente, primero se debe determinar las necesidades y las percepciones de valor de los clientes, para luego establecer un precio meta basado en las percepciones que tienen los clientes del valor del servicio. De este modo, el valor y el precio meta determinan las decisiones acerca del diseño del servicio y en qué costos se podría incurrir. Como resultado, la fijación de precios inicia con el análisis de las necesidades de los consumidores y sus percepciones de valor, mientras que el precio se fija para que coincida con el valor percibido por los clientes.

1.5.2.2. Fijación de precios basada en la competencia

La fijación de precios basada en la competencia es el establecimiento de precios con base en las estrategias, costos, precios y ofertas de mercado de los competidores.

Muchos consumidores, antes de realizar una compra, consultan los precios que los competidores cobran por servicios similares al que ellos desean adquirir, de modo de comparar y decidir si comprar o no dicho servicio.

En teoría, en esta estrategia de fijación no importa cuál sea el precio que se asigne (alto, bajo o intermedio), lo que es más importante, es asegurarse de entregar a los clientes un valor superior por ese precio.

1.5.3. Distribución y logística

La variable distribución y logística, incluye las actividades de la compañía que hacen que el bien o servicio esté a disposición de los consumidores meta.

Según Kotler y Armstrong (2013) esta variable posee su propia mezcla o mix de variables compuestas por: canales, cobertura, ubicaciones, inventario, transporte y logística.

Son pocas las empresas o productores de bienes y servicios que venden sus artículos directamente a los usuarios finales. De hecho, la mayoría utiliza intermediarios para llevar sus productos al mercado, a través de la creación de un canal de marketing, también denominado canal de distribución.

Según Kotler y Armstrong (2012) el canal de distribución consiste en “un conjunto de organizaciones interdependientes que participan en el proceso de poner un producto o servicio a disposición del consumidor” (p.341).

Los principales canales de distribución en los mercados de servicios son:

- **Venta directa:** es el proceso por medio del cual la organización vende al cliente o usuario directamente, sin que intervengan los intermediarios. Generalmente, cuando se elige la venta directa, es debido a la inseparabilidad del servicio y el proveedor. Una de las ventajas al elegir este canal, es la posibilidad de mantener un mejor control del servicio, ya que se obtendrá información directa de los clientes sobre sus necesidades.

- Venta a través de intermediarios: consiste en hacer llegar el producto al consumidor final a través de uno o más intermediarios. En los mercados de servicios existen muchas formas de intermediarios como: agentes, concesionarios, intermediarios institucionales, mayoristas y minoristas.

Ciertamente, la venta directa es frecuente en algunos mercados de servicios, pero muchos de estos canales contienen uno o más intermediarios, por lo que sería incorrecto decir que la venta directa es el único método de distribución en los mercados de servicios. Las posibles formas de intermediación son numerosas y en algunas transacciones de servicios pueden participar varias organizaciones.

En términos generales, la distribución consiste en un conjunto de operaciones o actividades necesarias para trasladar el servicio hasta los clientes o usuarios finales.

1.5.4. Comunicación Comercial

La variable comunicación comercial o promoción implica funciones como proveer informaciones necesarias al consumidor: antes, durante y después de la adquisición del servicio, con tal de convencer a los clientes de las ventajas del servicio e incentivarlo a actuar.

Según Kotler y Armstrong (2013) la variable comunicación comercial posee su propia mezcla o mix de variables compuestas por: publicidad, venta personal, promoción de ventas, relaciones públicas y el marketing directo.

La publicidad es cualquier forma pagada de presentación y promoción no personales de ideas, bienes o servicios, por un patrocinador identificado. Esta categoría incluye herramientas promocionales como: transmisiones por televisión, anuncios impresos, internet, entre otras.

Las ventas personales es la presentación personal de la fuerza de ventas de la compañía, con el propósito de vender y de establecer relaciones con el cliente. Esta categoría incluye herramientas promocionales como: presentaciones de ventas, exhibiciones comerciales y programas de incentivos.

La promoción de ventas son los incentivos a corto plazo que fomentan la compra o venta de un bien o servicio. Esta categoría incluye herramientas promocionales como: descuentos, cupones, exhibidores y demostraciones.

Las relaciones públicas es el establecimiento de buenas relaciones con los diversos públicos de una compañía mediante la obtención de publicidad favorable, la creación de una buena imagen y el manejo o bloqueo de rumores, relatos o sucesos desfavorables. Esta categoría incluye herramientas promocionales como: boletines de prensa, patrocinios, eventos especiales y páginas web.

Por último, el marketing directo son conexiones directas con consumidores individuales seleccionados cuidadosamente, para obtener una respuesta inmediata y cultivar relaciones duraderas con el cliente. Esta categoría incluye herramientas promocionales como: marketing telefónico, quioscos, internet, marketing móvil y otros.

1.5.5. Evidencia física

Esta variable, comprende la apariencia de los edificios, la educación y amabilidad del personal, el equipamiento utilizado, entre otros aspectos. La evidencia física del producto, servicio o del lugar de trabajo, son partes importantes en el marketing de servicios.

Esto provoca que los clientes sean muy cuidadosos y cautelosos en la compra de servicios, especialmente a través de canales de distribución como el internet.

Con el fin de superar esta situación, las organizaciones tienen que proporcionar algún tipo de evidencia física, en forma de fotografías, testimonios o estadísticas, que apoyan sus afirmaciones en torno a la calidad de sus niveles de servicio y de información.

1.5.6. Proceso

Es el método utilizado en el desempeño del servicio. Son todos aquellos procesos que se realizan para poder vender el servicio

El proceso se refiere al método por el cual los clientes son atendidos. Este factor es especialmente importante para las empresas de servicios, ya que los clientes no sólo esperan una cierta calidad en el servicio, sino que sea igual para todos los clientes de la organización.

Por lo anterior, es que las organizaciones deben tener especial cuidado al entregar el servicio, con tal de que este logre la mayor uniformidad posible, y así, no se produzcan diferencias entre los clientes que adquieren un mismo servicio.

1.5.7. Personas

Las personas desempeñan un papel imprescindible en la comercialización de los servicios. De sus acciones ante los clientes, ya sea de cara al público o no, dependerá un mayor o menor éxito de la organización.

La consideración clave para cuidar este aspecto es la formación de personal que facilitará una respuesta eficaz a las necesidades de los clientes, y asegurará que todas las personas de la organización conozcan la política de la empresa hacia sus clientes. Esto tiene que llevar aparejado el desarrollo de una cultura organizacional orientada hacia el cliente.

En resumen, un programa de marketing eficaz debe combinar todos los elementos de la mezcla de marketing en un programa integrado, diseñado para alcanzar los objetivos de marketing de la compañía al entregar valor a los consumidores. Por lo tanto, la mezcla de marketing constituirá el conjunto de herramientas tácticas de la empresa para establecer un fuerte posicionamiento en los mercados meta.

1.5.8. El marketing mix bajo el punto de vista del cliente

El concepto de las 7 P's adopta el punto de vista que tiene el vendedor del mercado, no el del consumidor. Desde la perspectiva del comprador, las 7 P's se describirían mejor como las 7 C's. En la Tabla 10 se presenta la mezcla de marketing bajo el punto de vista del productor y bajo el punto de vista del consumidor.

Tabla 10: Marketing mix bajo el punto de vista del consumidor y del vendedor

7 P's	7 C's
Producto	Solución para el Cliente
Precio	Costo para el Cliente
Distribución	Conveniencia
Comunicación Comercial	Comunicación
Ambiente Físico	Confortable
Proceso	Coordinación Continua
Personas	Competencia

Fuente: Adaptado de Kotler y Armstrong (2012).

Según lo planteado por Kotler y Armstrong (2012), bajo el punto de vista del consumidor, los clientes se ven a sí mismos como valor de compra o soluciones a sus problemas. Además, estos no están interesados solo en el precio de un producto, sino que se interesan en el costo total de obtener, usar y desechar dicho producto. Asimismo, los clientes desean que el producto y el servicio tengan una disponibilidad lo más conveniente posible. También, buscan una comunicación bidireccional, entre otros aspectos que son sumamente importantes para los clientes que piensan en adquirir un bien o servicio. Respaldándose en la información anterior, sería correcto que los mercadólogos piensan primero en las 7 C's, para luego construir las 7 P's de Marketing.

2. Calidad

La calidad es una herramienta que nos permite crear lazos y relaciones a largo plazo con los clientes, ésta influye directamente en la prestación de servicios, ya que genera confianza y credibilidad con los usuarios. Dado lo anterior, es que es importante analizar la calidad que se entrega a la hora de ofrecer un bien o servicio, ya que nos permitirá lograr que los clientes o usuarios regresen.

2.1. Definición de calidad

Para poder hablar de calidad, es necesario entender el concepto de este término, por ende a continuación se presentan algunas definiciones:

Kotler & Armstrong (2001) definen la calidad como “una totalidad de características de un producto o servicio que influyen en su capacidad para satisfacer necesidades explícitas o implícitas”.

Según Bateman y Snell (2000) calidad es “la excelencia de su producto, lo que incluye su atractivo, su falta de defectos, su confiabilidad y durabilidad”.

Garvin (1988 citado en Lovelock y Wirtz, 2009) señala una definición basada en el usuario, en la cual indica que la calidad es determinada por lo que desea un usuario y lo que está dispuesto a pagar, las personas tienen distintos deseos y necesidades y, por lo tanto, diversas normas de calidad.

De todas las definiciones expuestas anteriormente, se puede concluir que calidad se conforma de elementos, ya sea para un bien o servicio, los cuales cumplen con los requerimientos establecidos por los clientes o usuarios y con esto habrá una satisfacción al recibir dicho bien o servicio. Para lograr esta calidad, es necesario conocer e identificar las expectativas que tienen los clientes o usuarios específicamente en cada bien o servicio.

2.2. Calidad de servicios

Actualmente, se denomina calidad de servicio, a la opinión que se forman los usuarios, respecto del bien o servicio recibido. Lo ideal es que esta opinión sea positiva, de manera tal de satisfacer necesidades y expectativas de los clientes. Dado lo anterior, es fundamental la opinión de los usuarios sobre el producto o servicio percibido, siendo un atributo importante que permitirá determinar la posición de la organización (Ruiz-Ollala, 2001).

“La calidad del servicio como una forma de actitud, relacionada pero no equivalente con la satisfacción, donde el cliente compara sus expectativas con el desempeño del servicio recibido una vez que ha llevado a cabo la transacción” (Zeithaml, Parasuraman, Berry, 1985).

En síntesis, la calidad del servicio es un componente importante del valor para el usuario, por lo que afecta las evaluaciones de satisfacción del cliente. Es necesario conocer

las expectativas de los usuarios, ya que permitirá a la institución entregar un servicio que los clientes consideren de calidad.

2.3. Control de calidad

La función de control de calidad como tal, existe para conocer las especificaciones establecidas por la ingeniería del producto y proporcionar asistencia al departamento de fabricación, para que la producción alcance estas especificaciones. Consiste en la colección y análisis de información que después se presenta a diferentes departamentos, a fin de iniciar una acción correctiva adecuada (Ruiz-Olalla, 2001).

Lo anterior, es válido para todo tipo de institución, por lo tanto, no cambia la definición, independiente que se trate de una empresa de bienes o una de servicios.

2.4. Gestión de calidad

De acuerdo a lo indica la ISO 9001, la gestión de calidad es el conjunto de acciones, planificadas y sistemáticas, necesarias para dar la confianza adecuada de que un bien o servicio va a satisfacer los requisitos de calidad.

Dado lo anterior, se hace más amplio el concepto de calidad, ya que se establece la gestión de la calidad de todas las actividades.

Actualmente, todo lo relacionado a la calidad debe tener un enfoque integral, por lo que se considera importante, hacer referencia al concepto expresado por la ISO 2000, que define la gestión de calidad como “actividades coordinadas para dirigir y controlar una organización en lo relativo a la calidad”; basándose en la planificación, control, aseguramiento, mejoramiento continuo de la actividad. Por lo tanto, queda definido el sistema de gestión de la calidad como un sistema de gestión para dirigir y controlar una organización con respecto a la calidad.

2.4.1. Sistemas de gestión de calidad

La Gestión de la Calidad se puede definir como el conjunto de caminos mediante los cuales se consigue la calidad deseada. Es el modo en que la dirección planifica el futuro,

implanta programas de actuación y controla los resultados con vistas a la mejora (Ruiz-Olalla, 2001).

El fundamento principal para la gestión de la calidad es conseguir que la calidad realizada, programada y necesaria, coincidan entre sí. Para conseguirlo, se utilizan distintos sistemas de gestión de calidad, que se basan en las normas internacionales ISO 9000, algunos de los que se mencionarán a continuación.

2.4.1.1. Sistemas de aseguramiento de la calidad

Este tipo de sistemas de gestión tiene como principal objetivo garantizar la calidad del bien y/o servicio prestado, sobre la base de una metodología definida de trabajo y unos ensayos registrados que prueban el correcto desarrollo de las tareas. Es un sistema de gestión orientado hacia el producto, por tanto resulta más fácil de adaptar en la industria.

2.4.1.2. Sistemas de gestión de calidad total

Se implementa una metodología de trabajo basada en la mejora continua en todas las actividades de la empresa, aunque no afecten directamente a la calidad del bien y/o servicio final. Es un sistema basado en la auto-evaluación igual de adaptable a la industria que al sector servicios.

“La administración de la calidad total supone un compromiso a largo plazo de una organización con la mejora continua de la calidad a fin de cumplir y rebasar las expectativas de los clientes” (Koontz y Weihrich, 1998).

A continuación, se presentan las principales diferencias entre el control y la gestión de la calidad.

Tabla 11: Diferencias fundamentales entre el control y la gestión de calidad

Control de la Calidad	Gestión de la Calidad
Involucra sólo al servicio, obra o producto	Abarca todas las actividades de la entidad
Está separado de la producción o servicios	Forma parte de la producción o servicio
El protagonista es el jefe de control de calidad	El protagonista es el director de la empresa
Se dedica sólo a la producción	Se dedica a todas las actividades de la empresa
El control de la calidad no participa en las compras	Las compras son parte del sistema de la calidad
La relación con el cliente es indirecta	Se incorpora el cliente al sistema de la calidad
Se desarrolla en el área de control de calidad	Se desarrolla en todas las áreas de la entidad
Separa los productos defectuosos	Evita que se produzcan productos defectuosos
Los costos de calidad son debidos a evaluaciones, correcciones y fallas	Los costos de calidad son sólo debidos a la prevención

Fuente: Ruiz-Ollala, 2001.

Según Ruiz-Olalla (2001), la gestión de la calidad comprende tanto el control como el aseguramiento de la calidad, así como los conceptos suplementarios de política, planificación y mejoramiento de la calidad.

La gestión de la calidad es responsabilidad de todos los niveles de dirección, pero debe ser conducida por el más alto nivel de la institución. Su implementación involucra a todos los miembros de la organización y toma en cuenta los aspectos económicos. Un compromiso fuerte y permanente del más alto nivel de la dirección y la educación permanente de todos los miembros de la organización, son indispensables para el éxito de esta manera de gestión.

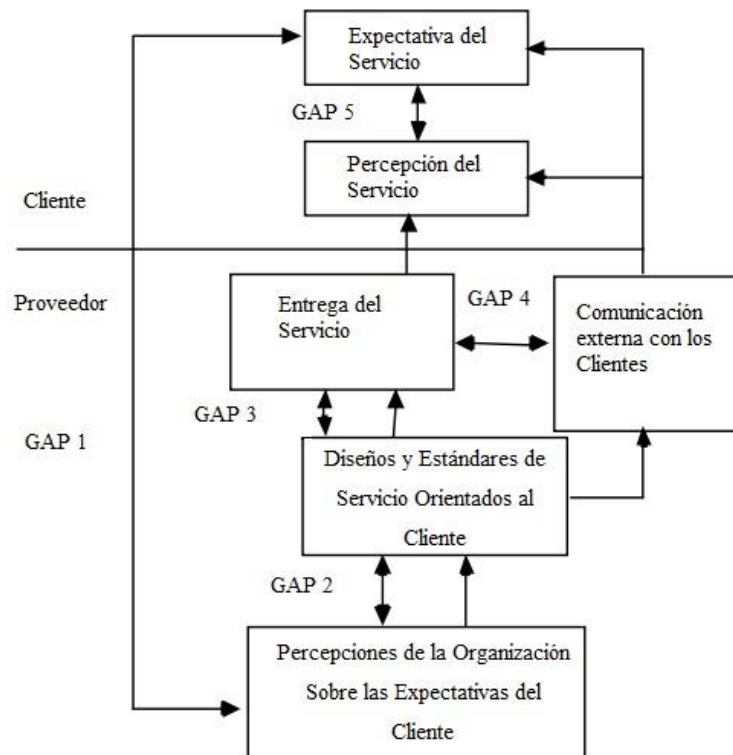
2.5. Métodos de medición de calidad

Un modelo de calidad del servicio, toma en consideración aquellos elementos básicos, capaces de explicar eficazmente el nivel de calidad alcanzado por una organización desde el punto de vista de los usuarios. A continuación, se describe el modelo de las brechas sobre la calidad en el servicio.

2.5.1. Modelo de las brechas sobre la calidad en el servicio

El modelo de las deficiencias o de los GAPS, propuesto por Zeithaml, Parasuraman y Berry (1985), trata de identificar las causas de un servicio deficiente. Primero se identifica la diferencia entre expectativas y percepciones del servicio recibido por los clientes a partir de las 5 posibles brechas o GAPS. A continuación, se presenta el esquema del modelo de brechas de la calidad.

Figura 8: Modelo de las Brechas sobre la Calidad del Servicio



Fuente: Zeithaml y Bitner, "Marketing de Servicios", 2002.

El modelo de las brechas se aplica usando el instrumento estándar SERVQUAL (Service Quality), que contiene una serie de afirmaciones que evalúan cada uno de los criterios mencionados. Además, este instrumento puede ser simplificado y adaptado a cada situación.

Se debe tener presente que lo central del modelo es la diferencia que existe entre las expectativas y las percepciones del cliente, donde las expectativas son los puntos de referencia que los clientes han obtenido a través de sus experiencias con los servicios, y las percepciones la forma en que efectivamente se recibe el servicio.

La idea principal es que las organizaciones con el objeto de satisfacer a sus clientes y mantener su fidelidad a través del tiempo, mejoren la brecha entre lo que se espera y lo que se recibe. Sin embargo, el modelo propone que para mejorar la brecha del cliente, es necesario mejorar las otras cuatro brechas.

El modelo identifica cinco dimensiones y cinco brechas en la calidad de servicio. Las dimensiones del modelo son las siguientes:

- Elementos tangibles: apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación.
- Fiabilidad: habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa.
- Capacidad de respuesta: disposición y voluntad de los empleados para ayudar al cliente y proporcionar el servicio.
- Seguridad: conocimiento y atención mostrados por los empleados y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza.
- Empatía: atención individualizada que ofrecen las empresas a los consumidores.

Las brechas o GAPS a los que hace referencia el modelo de las brechas son:

- La primera brecha o GAP se encarga de evaluar las diferencias entre las expectativas del cliente y la percepción que el proveedor del servicio tiene de éstas.
- La segunda brecha ocurre entre la percepción que el proveedor del servicio tiene de las expectativas del cliente y las normas y procedimientos que se fijen.
- La tercera brecha se produce entre lo especificado en las normas versus el servicio prestado.
- La cuarta brecha se produce cuando al cliente se le promete una cosa y se le entrega otra.
- La quinta y última brecha, es la más importante y se produce por la diferencia entre las expectativas que tiene el cliente y su percepción del servicio recibido. Esta brecha se origina por las discrepancias, desde el punto de vista del cliente, entre el servicio que espera recibir versus lo que realmente recibió. Asimismo es consecuencia de las otras brechas, que deben ser mejoradas en ese mismo orden de ser necesario.

2.5.2. Escala multidimensional SERVQUAL

La escala multidimensional SERVQUAL es una herramienta para la medición de la calidad del servicio desarrollada por Zeithaml, Parasuraman y Berry, 1985.

Las autoras sugieren que la comparación entre las expectativas generales de los usuarios, clientes, alumnos, beneficiarios, entre otros, y sus percepciones respecto al servicio que presta una organización, puede constituir una medida de calidad del servicio, y la brecha existente entre ambas es un indicador para mejorar la satisfacción del cliente.

Tras los estudios realizados sobre la calidad del servicio, Zeithaml, Parasuraman y Berry (1985) han identificado cinco dimensiones, que los clientes utilizan para juzgar a una organización que presta servicios. Estas dimensiones son seguridad, bienes tangibles, confiabilidad, responsabilidad y empatía; siendo las que se explican en el modelo de las brechas sobre la calidad en el servicio.

El instrumento SERVQUAL, está constituido por tres cuestionarios:

- Cuestionario de evaluación de la preponderancia de las cinco dimensiones de calidad (Ver Anexo N°2): consiste en un cuestionario mediante el cual los clientes o usuarios, evalúan la importancia que tiene cada una de las cinco dimensiones del servicio.
- Cuestionario de evaluación de la expectativa de calidad de servicios (Ver Anexo N°2): este cuestionario capta las expectativas de los clientes o usuarios, contiene 21 afirmaciones respecto al servicio que se espera brinde una institución de servicio excelente. Las afirmaciones están redactadas de manera general, y para aplicarse a cualquier organización de servicio, es necesario que se adapten los enunciados que integran el SERVQUAL sobre la base de las características específicas de donde se aplicará.
- Cuestionario de evaluación de la percepción de calidad de servicios (Ver Anexo N°2): en esta parte se solicita a los clientes o usuarios sus percepciones específicas

respecto a la organización que se desea estudiar. Básicamente, los enunciados son los mismos que en la parte 1, pero aplicados a la organización en estudio.

Posteriormente, se asocian los resultados obtenidos de la aplicación del SERVQUAL al Modelo de las Brechas sobre la Calidad en el Servicio, que permite identificar las diferencias que producen insatisfacción. A partir de este modelo, se diseñan las tareas de la organización según lo necesario para disminuir las brechas entre las expectativas y las percepciones del cliente, si existieran.

2.5.2.1. Dimensiones del Instrumento

Las declaraciones presentadas anteriormente, que conforman la escala multidimensional SERVQUAL están agrupadas en función de los cinco criterios o dimensiones de calidad de la siguiente manera:

Criterio o Dimensión	Ítems o declaración según dimensión	Total de ítems
Confiabilidad	Declaraciones 1 a 5	5
Responsabilidad	Declaraciones 6 a 8	3
Seguridad	Declaraciones 9 a 12	4
Empatía	Declaraciones 13 a 16	4
Bienes Tangibles	Declaraciones 17 a 21	5

Fuente: Adaptado de Zeithaml y Bitner, 2002.

El instrumento SERVQUAL, define la calidad del servicio, como la diferencia entre las percepciones reales por parte de los usuarios del servicio y las expectativas que sobre éste se habían formado previamente. Por lo tanto, si la calidad de servicio es función de la diferencia entre percepciones y expectativas, tan importante será la gestión de unas como de otras.

Como anteriormente se mencionó, el diseño de la escala SERVQUAL comprende cinco dimensiones que se desagregan en 21 ítems, que se muestran a continuación como el SERVQUAL:

Dimensión 1: Elementos tangibles

- La empresa de servicios tiene equipos de apariencia moderna.
- Las instalaciones físicas de la empresa de servicios son visualmente atractivas
- Los empleados de la empresa de servicios tienen apariencia pulcra.
- Los elementos materiales (folletos, estados de cuenta y similares) son visualmente atractivos.

Dimensión 2: Fiabilidad

- Cuando la empresa de servicios promete hacer algo en cierto tiempo, lo hace.
- Cuando un cliente tiene un problema la empresa muestra un sincero interés en solucionarlo
- La empresa realiza bien el servicio la primera vez
- La empresa concluye el servicio en el tiempo prometido
- La empresa de servicios insiste en mantener registros exentos de errores

Dimensión 3: Capacidad de respuesta

- Los empleados comunican a los clientes cuando concluirá la realización del servicio.
- Los empleados de la empresa ofrecen un servicio rápido a sus clientes.
- Los empleados de la empresa de servicios siempre están dispuestos a ayudar a sus clientes
- Los empleados nunca están demasiado ocupados para responder a las preguntas de sus clientes.

Dimensión 4: Seguridad

- El comportamiento de los empleados de la empresa de servicios transmite confianza a sus clientes
- Los clientes se sienten seguro en sus transacciones con la empresa de servicios.
- Los empleados de la empresa de servicios son siempre amables con los clientes
- Los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los clientes

Dimensión 5: Empatía

- La empresa de servicios da a sus clientes una atención individualizada.
- La empresa de servicios tiene empleados que ofrecen una atención personalizada a sus clientes.
- La empresa de servicios se preocupa por los mejores intereses de sus clientes.
- La empresa de servicios comprende las necesidades específicas de sus clientes

Según Zeithaml y Bitner (2002), las dimensiones nombradas anteriormente, representan la manera en que los usuarios organizan la información sobre la calidad del servicio. Sin embargo, no existe un consenso sobre cuáles son esas dimensiones.

Cabe destacar, que el grado de relevancia de las dimensiones antes descritas, dependerá del tipo de servicio en el que se desempeñe la organización.

2.5.2.2. Cálculo de puntuación SERVQUAL

Para efectuar la evaluación de la calidad con SERVQUAL, es necesario calcular en cada ítem o dimensión la diferencia que existe entre la puntuación asignada por los usuarios en los cuestionarios de expectativas y de percepciones.

Según Castillo (2005) para lograr la puntuación es necesario tabular la información. Posteriormente se calcula las medias para cada afirmación y dimensión. Se calcula también la desviación típica de los ítems y de las dimensiones con el objeto asegurarse de que los valores de las medias sean representativos de las respuestas del conjunto de cuestionarios procesados.

Calculada la media y la desviación típica, se procede al cálculo de la brecha absoluta, la que se obtiene al restar el valor medio correspondiente a las percepciones al valor medio de las expectativas ($\bar{X}P - \bar{X}E$).

$$\text{Puntuación SERVQUAL} = \text{Puntuación de Percepciones} - \text{Puntuación de Expectativas}$$

Tras el cálculo, se puede obtener uno de los siguientes resultados:

$$\text{Percepción} \geq \text{Expectativas} = \text{Buena Calidad}$$

$$\text{Percepción} < \text{Expectativas} = \text{Mala Calidad}$$

La brecha relativa refleja la importancia relativa que se concede a cada dimensión. Para su cálculo, de los distintos criterios se debe obtener la puntuación promedio de cada uno de las 5 dimensiones (tal como se obtiene la brecha absoluta), luego se debe multiplicar la puntuación de cada criterio por el factor correspondiente a la dimensión, que se obtiene del cuestionario de ponderación.

El beneficio de obtener la brecha relativa es la posibilidad de lograr indicadores que permiten asignar recursos y formular estrategias, priorizando los esfuerzos de la

organización en aquellas dimensiones que los usuarios consideren más relevantes, con el objetivo de mejorar la percepción de calidad y por ende la satisfacción de los usuarios.

2.5.2.3. Críticas al instrumento SERVQUAL

Según Correa et al (2009 citado en Pereira, 2012) señala que las percepciones son un indicador adecuado, para realizar la medición de la calidad de servicio. De esta manera surge la escala SERVPERF, propuesta por los autores Cronin y Taylor en 1992, que utiliza los enunciados propuestos por Zeithaml, Parasuraman y Berry (1985), pero sólo en relación a las percepciones.

La escala SERVQUAL es la más utilizada, aunque ha sufrido numerosas críticas, centradas en la mayoría de los casos por su inestabilidad situacional. Además, algunos autores consideran que esta escala debería basarse exclusivamente en la calidad percibida y no en las expectativas, ya que lo único que aportan es ambigüedad a la medición.

Asimismo, teniendo conocimiento que la escala SERVQUAL es un punto de referencia en el ámbito de la medición de calidad de servicio, no está exento de críticas, tanto desde un punto de vista teórico, como operacional.

Respecto a las críticas mencionadas, los creadores del SERVQUAL argumentan que la medición de las expectativas de los clientes respecto al servicio, ofrece más información que tan sólo analizar la calificación que hacen del servicio los usuarios mediante las percepciones (Hoffman y Bateson, 2003 citado en Pereira, 2012).

Sin embargo, pese a las críticas el instrumento SERVQUAL ha sido validado no sólo por sus autores, sino que también por otras investigaciones desarrolladas por diferentes autores, quienes establecen que la escala SERVQUAL es superior en la capacidad de diagnóstico a la escala SERVPERF u otro instrumento de medición.

2.5.2.4. Instrumentos alternativos al SERVQUAL

Como se mencionaba en el apartado anterior, una alternativa para la medición de la calidad de los servicios es SERVPERF, desarrollado y probado por Joseph Cronin y Steven Taylor en 1992. Este es un método alternativo basado en el desempeño, que indica que la

medición de la calidad debe hacerse sólo en base a las percepciones del servicio, y que por lo tanto, opera sólo con dos cuestionarios. Estos corresponden al cuestionario de percepciones y al de preponderancia de las dimensiones del instrumento SERVQUAL, excluyendo las expectativas, ya que plantean que las expectativas son muy susceptibles y no está comprobada su influencia en la calidad del servicio, por lo tanto, la principal diferencia entre estos dos instrumentos es que el SERVPERF sólo realiza la medición de la calidad del servicio a través de las percepciones del cliente o usuario.

3. Educación

La educación es considerada un fenómeno básicamente social, que nos concierne desde que nacemos. Todos tenemos experiencias educativas que surgen a través de hechos como la asistencia a la escuela, las relaciones sociales que se producen en la familia o con los amigos. Por esta razón, nos resulta familiar hablar de educación y cada uno tendrá su opinión a la hora de dar una definición de educación, en base a su experiencia escolar.

Pero si nos alejamos de estas posiciones intuitivas respecto al fenómeno educativo y profundizamos en su verdadero significado, nos daremos cuenta de su complejidad. Precisamente lo que se presenta a continuación, es un análisis del concepto de educación basándonos en los estudios de diferentes autores, lo que nos permite percibir la verdadera dimensión y sentido de la educación.

3.1. Definición de educación

Como primera aproximación a una definición de educación, encontramos la visión etimológica, la cual señala que el término educación proviene del latín educare, que quiere decir criar, alimentar, nutrir. Inicialmente fueron aplicadas al cuidado y pastoreo de animales, para luego llevarlo a la crianza y cuidado de los niños.

Mialaret (1977 citado en Sarramona, 1989), nos entrega tres definiciones para el concepto de educación:

- La educación como una institución social, es decir, como sistema educativo.
- La educación como resultado o producto de una acción.

- La educación como proceso que relaciona de forma prevista o imprevista a dos o más seres humanos en una situación de intercambio y de mutuas influencias.

García (1989) señala las características que definen la educación son la formación, la socialización, la influencia y el proceso activo. Por lo tanto, se puede decir que la educación es un proceso dinámico de perfeccionamiento humano, que requiere de influencia intencional para poder lograr la socialización del individuo.

A modo de síntesis, Sarramona (1989), describe las principales características que posee la educación, señalando las siguientes:

- Proceso de humanización
- Acción dinámica del sujeto educando con otros sujetos y con su entorno
- Intervención de una escala de valores
- Permite la integración social de los individuos
- Elemento fundamental de la cultura
- Proceso permanentemente inacabado

Finalmente, podemos decir que la educación se puede definir como un proceso de transmisión de conocimientos y contenidos destinados a desarrollar las potencialidades de un individuo, llevado a cabo a través de la instrucción por medio de la acción docente.

3.2. Educación en Chile

El sistema educacional chileno, se basa en el derecho a la educación y a la libertad de enseñanza. La función principal del Estado es promover que todos tengan acceso a la educación básica y media; a la vez, que esta educación sea de mayor calidad, de tal forma de dar posibilidades a todos de integrarse a los beneficios del desarrollo.

En Chile, la educación se manifiesta a través de la enseñanza formal e informal. La educación informal se refiere a todo proceso vinculado con el desarrollo del hombre y la sociedad, facilitado por la interacción de unos con otros y sin la tuición del establecimiento educacional como agencia institucional educativa.

A diferencia de la anterior, la enseñanza formal corresponde a la estructurada científicamente y se entrega de manera sistemática. Además, está constituida por niveles que aseguran la unidad del proceso educativo y facilitan la continuidad de la educación. A continuación se presentan los niveles y la administración de esta forma de educación.

3.2.1. Niveles de la educación

Los niveles de educación formal parte con la educación inicial (pre-escolar) hasta la educación superior, con niveles de doctorados y programas de postdoctorados. La educación básica tiene una duración de ocho años, seguida por la educación media de cuatro años, la que se encuentra dividida en una educación media humanista-científica y una media técnico-profesional.

3.2.1.1. Educación Pre-básica

La educación parvularia es el primer nivel del sistema educacional, junto con la familia, se estimula al niño y niña menor de 6 años, en su desarrollo pleno y armónico. La educación parvularia, es el nivel educativo que atiende integralmente niños y niñas desde el nacimiento hasta su ingreso a la enseñanza básica, no existe algún antecedente previo obligatorio. El propósito es otorgar aprendizajes relevantes y significativos, con la finalidad de apoyar a la familia en rol educadora.

3.2.1.2. Educación Básica

La obligatoriedad de la educación básica, es para todos los niños y niñas que cumplen 6 años al 31 de marzo, teniendo una duración de ocho años y se encuentra dividida en dos ciclos. El primer ciclo consta de cuatro años, donde los contenidos son preferentemente básicos; el segundo ciclo es de 5to a 8vo básico, donde los contenidos se organizan por asignaturas y actividades de formación más específicas.

3.2.1.3. Educación Media

La enseñanza media es el nivel educacional dirigido a aquella población escolar que haya terminado el nivel de enseñanza básica. Tiene como finalidad intentar que cada alumno mediante el proceso educativo sistemático, logre el aprendizaje de los contenidos mínimos obligatorios que se determinen en la ley chilena; además entrega y conduce a las

personas perfeccionándolas y asumiendo responsablemente sus compromisos con la familia, comunidad, cultura y desarrollo nacional.

La educación media es obligatoria, y se imparte a que aquellos estudiantes egresados de la educación general básica. La enseñanza media tiene un ciclo común, compuesto por primero y segundo medio, luego continúa con dos modalidades, científico-humanista o técnico profesional. En este sentido aquella educación referente a la modalidad científico-humanista, tiene una duración total de cuatro años y su objetivo principal es formar estudiantes integrales y prepararlos para continuar estudios superiores. Por el contrario, la modalidad técnico-profesional, está organizada por los siguientes sectores económicos: comercial, técnico, industrial, agrícola y marítima.; esta tiene una duración de cuatro a cinco años en total.

Al ser obligatoria, el Estado debe financiar un sistema gratuito con el objetivo de asegurar el acceso a ella a toda la población, según lo indica la Constitución Política de la República de Chile. Para hacer efectivo este derecho es necesario que los estudiantes, padres y apoderados estén bien informados respecto de la normativa que rige al nivel de Educación Media, los programas de mejoramiento que se están implementando y las ayudas disponibles para los alumnos de menores recursos.

Con respecto al ingreso a la educación media, podemos decir que la máxima de ingreso a 1ero medio diurno es de 18 años cumplidos, esto es válido hasta el día en que el estudiante cumpla 19 años. No hay edad mínima de ingreso a 1ero medio diurno, aunque el requisito es tener aprobado el 8vo año de enseñanza básica. Las modalidades en que se imparte la enseñanza media son científico - humanista y técnico - profesional, la última se encuentra dirigido a alumnos que desean aprender un oficio al mismo tiempo que cursar su educación media.

3.2.1.4. Educación Superior

Según la Constitución Política de la República Artículo 19 N° 10, es deber del Estado, velar por la igualdad de oportunidades en el acceso a la enseñanza superior, y

garantizar que el ingreso a ella se determine atendiendo únicamente a la capacidad e idoneidad de los postulantes.

3.2.2. Administración y financiamiento

La educación chilena es administrada por un sistema mixto, tiene un rol conductor del Estado chileno, una operación descentralizada de la educación pública y una fuerte área de gestión privada.

La educación básica y media, tiene participación de los sectores público y privado en la producción y financiamiento de la actividad.

En todos los niveles del sistema anteriormente explicados, los establecimientos educacionales reconocidos oficialmente por el Estado pueden ser clasificados, según la naturaleza de su dependencia administrativa y financiera.

3.2.2.1. Estatales

Los estatales son establecimientos de Educación Superior, que gozan de autonomía académica y administrativa, pero que son financiados por el Estado. Existen, también, en el nivel Preescolar, los establecimientos pertenecientes a la JUNJI, entidad pública autónoma que recibe financiamiento estatal.

3.2.2.2. Municipales

Los municipales son establecimientos públicos de propiedad y financiamiento principalmente estatal, administrados por las municipalidades del país. Cubren los niveles Preescolar, Básico y de Enseñanza Media Humanístico-Científica y Técnico-Profesional. Constituyen el mayor porcentaje de establecimientos y de alumnos matriculados del país.

3.2.2.3. Particulares Subvencionados

Los particulares subvencionados son establecimientos de propiedad y administración privada, pero que en el caso de los niveles Preescolar (2º nivel de Transición), Básico y Medio, reciben financiamiento estatal mediante subvención por alumno matriculado y efectivamente asistiendo a clases. En el caso de la Educación

Superior, los establecimientos particulares subvencionados, reciben diversos aportes del Estado, fijados anualmente en el presupuesto nacional.

3.2.2.4. Particulares pagados

Los particulares pagados son establecimientos privados propiamente tales, cuya propiedad, administración y financiamiento corresponde a particulares y a las familias de los alumnos. Estas instituciones existen en todos los niveles del sistema educacional.

3.2.3. Gestión de calidad en la educación

La educación es un derecho de todo ciudadano, por lo tanto, se considera de forma esencial recibir una educación de calidad. Bajo este principio, el modelo se puede denominar modelo de calidad total. Esta ideología de calidad se divide en tres etapas:

- Control de calidad: es el control en los procesos y la variación o capacidad del proceso. Se considera control de calidad, al conjunto de técnicas y actividades dirigidas a verificar los requisitos de calidad del producto.
- Aseguramiento de la calidad: representa un conjunto de acciones, planificadas y sistemáticas destinadas a proporcionar confianza en que el producto va a satisfacer unos requisitos dados sobre la calidad.
- Calidad total: es una estrategia de gestión dirigida a satisfacer de manera equilibrada las expectativas de los grupos de interés.

Se puede relacionar calidad en educación con: el prestigio, los recursos, los resultados académicos, el valor añadido en formación, la mejora de procesos, el trabajo bien hecho, la adecuación a una norma de calidad, los conocimientos del docente, el liderazgo efectivo, los estándares de los alumnos, el nivel de logro de objetivos, la satisfacción de alumnos y familias, la autonomía de los centros, la participación social, el trabajo en equipo, todo tipo de evaluación: del sistema, de los procesos educativos, de los resultados.

Pero la definición de calidad que mejor se adapta, es la que se define como mejora continua de la institución y de sus personas, es decir, como una mejora basada en las personas, en su mejora personal, en su aportación proactiva y en su colaboración.

El liderazgo es esencial en la gestión del sistema, ya que facilita los medios, promueve y entrena a las personas mediante un modelo instructivo de liderazgo y promoviendo un clima de colaboración.

3.2.4. Ley Orgánica Constitucional de enseñanza

La Ley Orgánica Constitucional de Enseñanza (LOCE) fue promulgada el día 7 de Marzo de 1990 y publicada tres días más tarde. La Ley N°18.926 tiene los siguientes objetivos:

- Fijar los requisitos mínimos que se deberán cumplir en los niveles de enseñanza básica y media.
- Regular el deber del Estado de velar por su cumplimiento y normar el proceso de reconocimiento oficial de los establecimientos educacionales de todo nivel.

3.2.5. Ley General de Educación

La Ley General de Educación (LGE) deroga a la Ley Orgánica Constitucional de Enseñanza (LOCE) en lo que se refiere a la educación general básica y media, manteniendo la normativa respecto a la educación superior. La Ley N° 20.370 fue promulgada el 17 de agosto del año 2009 y publicada el 12 de septiembre del mismo año.

La Ley General de Educación establece los principios y obligaciones, promoviendo cambios en la manera de educar a los niños de nuestro país. Además de los derechos garantizados en la Constitución, tratados internacionales, el derecho a la educación y la libertad de enseñanza, la LGE se inspira en los siguientes principios:

- Universalidad y educación permanente: la educación debe estar al alcance de todas las personas a lo largo de toda la vida.

- Calidad de la educación: todos los alumnos, independientemente de sus condiciones y circunstancias, deben alcanzar los objetivos generales y los estándares de aprendizaje que se definan en la forma que establezca la ley.
- Equidad: todos los estudiantes deben tener las mismas oportunidades de recibir una educación de calidad.
- Autonomía: el sistema se basa en el respeto y fomento de la autonomía de los establecimientos educativos.
- Diversidad: Promover y respetar la diversidad de procesos y proyectos educativos institucionales, así como la diversidad cultural, religiosa y social.
- Responsabilidad: todos los actores del proceso educativo, deben cumplir sus deberes y rendir cuenta pública cuando corresponda.
- Participación: los miembros de la comunidad educativa tienen derecho a ser informados y a participar en el proceso.
- Flexibilidad: el sistema debe permitir la adecuación del proceso a la diversidad de realidades y proyectos educativos institucionales.
- Transparencia: la información del sistema educativo, incluyendo los ingresos, gastos y resultados académicos, debe estar a disposición de todos los ciudadanos.
- Integración: se propone la incorporación de alumnos de diversas condiciones sociales, étnicas, religiosas, económicas y culturales.
- Sustentabilidad: fomento al respeto al medio ambiente y el uso racional de los recursos naturales.
- Interculturalidad: el sistema debe reconocer y valorar al individuo en la diversidad cultural y el origen, considerando las distintas lenguas, historias y maneras de ver e interpretar el mundo.

Una de las principales modificaciones, es el cambio en el número de años en educación básica y media, ya que la educación básica comprenderá de 1° a 6° año, y la educación media tendrá seis años en vez de cuatro (cuatro de formación general y dos de formación diferenciada). Este cambio curricular debe entrar en efecto el año 2017.

Con respecto a la educación parvularia, con la LGE entra en acción una reforma constitucional que hasta entonces no se había materializado en una ley, la garantía por parte del Estado de acceso gratuito y financiamiento fiscal para el primer y segundo nivel de transición, es decir para Pre-Kínder y Kínder. La LOCE sólo reconocía la educación básica, media y superior. Sin embargo, no es requisito haber aprobado Kínder para entrar a Primero Básico.

En relación con el currículum y los programas de enseñanza, la Ley General de Educación señala lo siguiente:

- Se establecen Objetivos Generales de Aprendizaje que favorecen la educación integral de los jóvenes, es decir, se fomentará tanto la educación formativa (valores, principios) como la cognitiva (materias escolares).
- Flexibilidad curricular ampliada: Las bases curriculares que elabore el Ministerio de Educación para los niveles parvulario, básico y medio deberán asegurar que los establecimientos en régimen de Jornada Escolar Completa cuenten con un 30% de tiempo de libre disposición.
- Se creará un Banco de Planes y Programas Complementarios que estará a disposición de todos los establecimientos para que cuenten con alternativas y puedan enriquecer sus propios planes y programas.

Para controlar la calidad de la educación, el Estado crea un Sistema Nacional de Aseguramiento de la Calidad de la Educación, el cual se encargará de mantener los estándares de calidad a través de cuatro instituciones:

- Ministerio de Educación: propone las bases curriculares, programas de estudio y estándares de calidad, y da apoyo a los establecimientos para su cumplimiento.
- Consejo Nacional de Educación: nueva institución creada por la LGE, aprueba las bases, planes y estándares de calidad concebidos por el Ministerio. Lo componen académicos destacados, docentes, representantes de las universidades y profesionales de la educación designados por el Presidente de la República.

- Agencia de Calidad de la Educación: también es una nueva institución. Evalúa e informa sobre la calidad de los establecimientos educacionales.
- Superintendencia de Educación: nueva institución que fiscalizará que los establecimientos educacionales cumplan con las normas educacionales y las cuentas públicas, cuando corresponda.

Finalmente, los sostenedores de los establecimientos no podrán ser personas naturales, sólo personas jurídicas públicas o privadas (por ejemplo, corporaciones municipales, fundaciones o instituciones sin fines de lucro). Estos últimos, a partir del año 2011 deberán tener giro único, es decir, dedicarse exclusivamente a la educación y a ningún otro rubro.

3.2.6. Servicio de educación básica y media en Chile

En Chile, el 93% de los estudiantes de educación básica y media están matriculados en establecimientos subvencionados por el Estado, y la población escolar restante, pertenece a colegios particulares pagados; según datos del Ministerio de Educación (MINEDUC, 2015).

La estructura general de la organización educacional en Chile hoy en día, fue señalada el año 1965 en el decreto 27.952, y comprende cuatro niveles según el Ministerio de Educación (2015):

- Educación preescolar o parvularia.
- Educación general básica.
- Educación media
- Educación superior.

Existen dos modalidades en cuanto a la administración de la educación subvencionada: aquellos de dependencia municipal y aquellos privados o particular subvencionados. En donde el 60% de los alumnos se encuentran matriculados en establecimientos municipales y el 40% en particulares subvencionados.

Según datos actualizados el año 2014, existían 12.041 establecimientos del país que impartían educación parvularia, básica y media. Concentrándose la mayor cantidad de establecimientos, en la Región Metropolitana, en la cual se consideraban 3.089 establecimientos. (MINEDUC, 2015)

Sin embargo, tanto para la enseñanza básica como media, existe un marco curricular donde se elaboran planes de estudio, programas, textos escolares, además de la prueba del Sistema de Medición de la Calidad de la Educación.

Al momento de aplicar esta evaluación, se puede observar una mayor incidencia de los distintos niveles socioeconómicos en los resultados del SIMCE, a diferencia del tipo de establecimiento.

3.2.7. Sistema de aseguramiento de la calidad de la gestión escolar

Según el Ministerio de Educación, el Sistema de Aseguramiento de la Calidad de la Gestión Escolar (SACGE), es un conjunto de componentes, herramientas y recursos de apoyo al mejoramiento continuo de los procesos de gestión escolar, es decir, las condiciones organizacionales para la obtención de resultados educativos.

Dado lo anterior, el SACGE plantea, articular iniciativas, herramientas, recursos y actores (docentes, directivos, supervisores y sostenedores), que deberían estar implicados en el aseguramiento de la calidad de la gestión escolar.

El Sistema de Aseguramiento de la Calidad de la Gestión Escolar, es un instrumento que incorpora a los establecimientos educacionales a un camino de mejoramiento continuo, busca elevar las capacidades de gestión de la organización escolar, para darle sustento a su propuesta curricular, a través de la evaluación de los procesos y resultados permitiendo establecer estrategias de mejoramiento de la calidad educativa.

El Sistema de Aseguramiento de la Calidad de la Gestión Escolar, tiene su base en el Modelo de Calidad de la Gestión Escolar. Dicho modelo, no establece tipo ideal de prácticas para los establecimientos y por tanto, no se orienta a certificar calidad, sino que más bien, plantea preguntas para generar de un proceso de aprendizaje institucional.

3.2.7.1. Principio del Modelo de Calidad de la Gestión Escolar

Las áreas de resultados, se generan en los datos e informaciones que posee el establecimiento educacional, dando cuenta del resultado de aprendizajes de los alumnos, de los logros institucionales y la satisfacción de la comunidad educativa.

- **Equidad:** la institución acoge, estimula, orienta y educa a todos y cada uno de sus miembros proporcionándoles las posibilidades y oportunidades para que alcancen en igualdad de condiciones las metas educativas que se requieren.
- **Calidad:** permanente disposición de los individuos y equipos que conforman la escuela, de optimizar sus procesos con el fin de que sus alumnos progresen educativamente al máximo de sus posibilidades y en las mejores condiciones.
- **Participación:** garantizar la integración de cada uno de los miembros de la comunidad educativa, en los procesos que se desarrollan en la institución, considerando los distintos niveles de participación, como son consulta, opinión, decisión, ejecución y evaluación.
- **Responsabilidad:** asumir en forma individual y colectiva los efectos de su propia actuación, tanto a nivel de éxitos como de fracasos.

El Modelo de Gestión Escolar, distingue cinco Áreas interrelacionadas sistemáticamente entre sí. Estas áreas corresponden a los ámbitos temáticos claves de la gestión del establecimiento.

Las áreas de procesos del Modelo de Calidad de la Gestión Escolar, son las siguientes:

- **Liderazgo:** prácticas desarrolladas por el equipo directivo, para orientar, planificar, articular y evaluar los procesos institucionales y conducir a los actores de la comunidad educativa, el logro de los objetivos y metas institucionales.
- **Gestión Curricular:** prácticas realizadas en el establecimiento educacional para asegurar la sustentabilidad del diseño, implementación y evaluación de su propuesta curricular en coherencia con el proyecto educativo institucional.

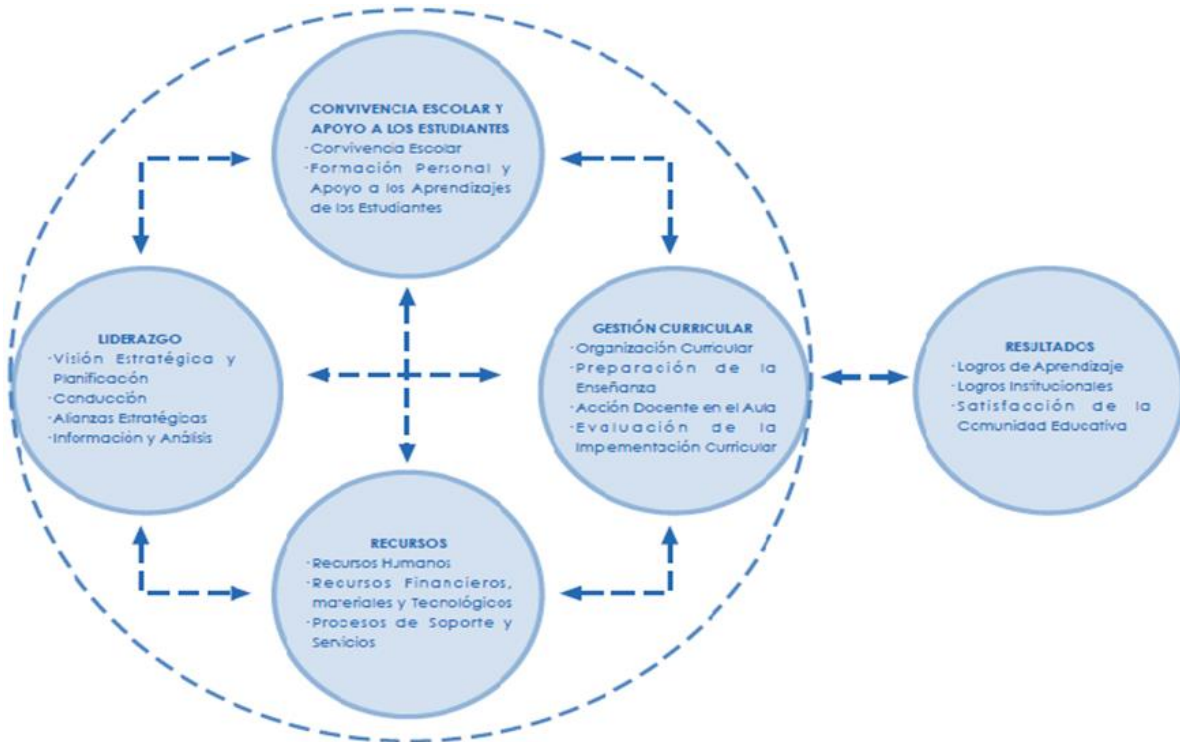
- Convivencia Escolar y Apoyo a los Estudiantes: prácticas que se realizan en el establecimiento educacional, para considerar las diferencias individuales y la convivencia de los actores de la comunidad educativa, favoreciendo un ambiente propicio para el aprendizaje.
- Recursos: prácticas realizadas en el establecimiento educacional para asegurar el desarrollo de los docentes y asistentes de educación; y la organización y optimización de los recursos en función del logro de los objetivos y metas institucionales.

La relación entre las Áreas de Procesos y el Área de Resultados del Modelo de Gestión Escolar, radica fundamentalmente en que los procesos producen resultados y los resultados dan cuenta de los procesos.

El Área central del Modelo es Gestión Curricular, puesto que aquí se encuentran los procesos principales del establecimiento educacional; el Área de Liderazgo impulsa y conduce los procesos y da coherencia a la actuación de actores de la comunidad educativa; las Áreas de Convivencia y Apoyo a los Estudiantes y Recursos orientan a generar condiciones y soporte para la implementación de la propuesta curricular de los establecimientos. Estas áreas denominadas de proceso, impactan en el Área de Resultados.

En la siguiente figura, se muestra la relación entre los procesos y resultados del Sistema de Aseguramiento de Calidad de la Gestión Escolar.

Figura 9: Sistema de Aseguramiento de Calidad de la Gestión Escolar



Fuente: Ministerio de Educación (MINEDUC, 2005).

3.3. SERVQUAL modificado

El instrumento utilizado para medir la calidad del servicio en la educación, es el SERVQUAL modificado, método construido a partir de la base del SERVQUAL y el SACGE.

Los autores Castillo, Loyola y Sáez (2008), consideraron las cinco dimensiones de la escala multidimensional SERVQUAL, desarrollada por Zeithaml, Parasuraman y Berry (1988), y las interrelacionaron con las cinco áreas del Sistema de Aseguramiento de la Calidad de la Gestión Escolar.

De esta manera surge el instrumento SERVQUAL modificado, siendo el único método que permite medir la calidad de servicio en la educación.

Como se mencionó anteriormente, la encuesta SERVQUAL modificada, toma como base un instrumento que permite medir calidad de servicio y un instrumento que guía a los

establecimientos educacionales a un camino de mejoramiento continuo, a través de cinco áreas claves.

Este instrumento permite realizar una comparación entre las expectativas generales de los usuarios y funcionarios, y sus percepciones respecto al servicio que presta un establecimiento educacional. Lo que constituye una medida de calidad del servicio, ya que permite conocer las brechas existentes entre lo que esperan los usuarios y funcionarios, y lo que realmente perciben del servicio. Finalmente, se obtiene indicadores que permite establecer los puntos críticos en la entrega del servicio, y de esta manera mejorarlo.

CAPÍTULO 2:
ANTECEDENTES DEL LICEO
GONZALO GUGLIELMI MONTIEL

CAPÍTULO 2: ANTECEDENTES DEL LICEO GONZALO GUGLIELMI MONTIEL

En este apartado se incluyen todos los antecedentes de la institución en la cual se lleva a cabo la investigación.

1. Antecedentes de la institución

El Liceo Técnico Profesional Gonzalo Guglielmi Montiel, se encuentra ubicado en la comuna de Yumbel, específicamente en la calle Ignacio Carrera Pinto # 369, en el sector de Yumbel Estación (Ver Anexo N°3).

A continuación se presentan datos de interés del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel:

- Representante Legal: Jaime Salvador Uribe Díaz
- Sostenedor: Ilustre Municipalidad De Yumbel.
- Teléfono: 2431096
- Email: liceoggm@gmail.com
- Página Web: www.liceoggm.cl
- Logo institucional: (Ver Anexo N°4)

1.1. Reseña histórica

Los inicios de esta institución se remontan al año 1978, fundándose la escuela F1109. La escuela tenía un régimen municipal mixto, es decir, depende de la Ilustre Municipalidad de Yumbel, y la población que asistía al colegio, eran niños y niñas de la comuna.

Debido a la necesidad y requerimientos de la comunidad, es que las autoridades deciden implementar un liceo en la localidad de Yumbel Estación, para así suplir la alta demanda que se estaba generando. Por lo cual, en el año 2005 se realizó el cambio de colegio a liceo, incrementando los niveles de enseñanza que se ofrecían.

En el año 2008, egresan los primeros alumnos del Liceo Técnico Profesional Gonzalo Guglielmi Montiel, provenientes de las especialidades que se impartían, procesamiento de la madera y telecomunicaciones.

Actualmente, el liceo se encuentra en expansión, ya que en el año 2015, incorporó una nueva especialidad, técnico de nivel medio en enfermería, con el fin de ampliar la oferta de carreras a la comunidad y así ofrecer mejores oportunidades.

1.2. Directrices estratégicas

A continuación se presentan las directrices estratégicas facilitadas por el Liceo Técnico Profesional Gonzalo Guglielmi Montiel.

1.2.1. Misión

“Formar niñas, niños y jóvenes que desarrollan valores, competencias académicas, deportivas, culturales, sociales y técnicas que les permiten enfrentar con autonomía su inserción en el mundo del trabajo o estudios superiores”.

1.2.2. Visión

“Ser una comunidad educativa inclusiva que se proyecta como líder en la formación de niñas, niños y jóvenes con un alto sentido valórico y compromiso social”.

1.3. Características de formación del establecimiento

- Énfasis del proyecto educativo: desarrollo integral, excelencia académica y vida del trabajo.
- Orientación religiosa: laica
- Programa de formación: programa de orientación, convivencia escolar, prevención de drogas y alcohol, cuidado del medio ambiente, promoción de la vida sana, actividades de acción social y programa acciona consejo de la cultura.
- Apoyo al aprendizaje: reforzamiento en materias específicas, psicólogo, orientador y asistente social.

1.4. Comunidad educativa

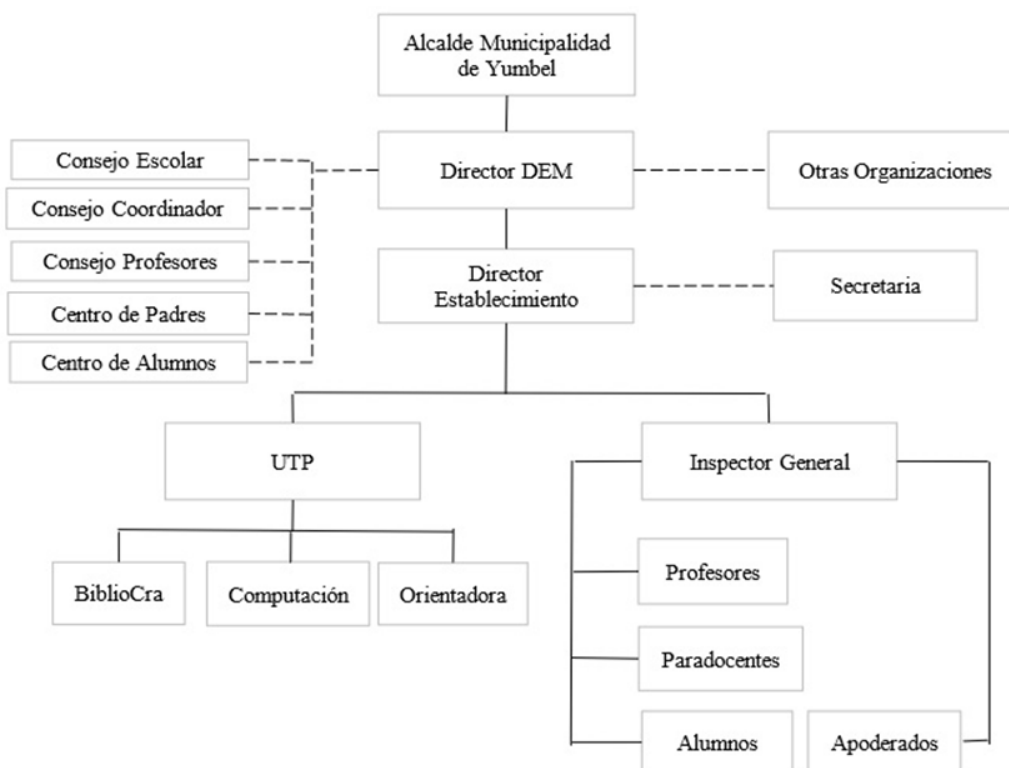
Se entiende por comunidad educativa a todas aquellas partes que influyen en la ejecución, planificación, desarrollo y evaluación del proyecto educativo de un establecimiento educacional. La comunidad educativa del Liceo Técnico Profesional Gonzalo Guglielmi Montiel, está compuesta por los siguientes grupos:

- Directivos del establecimiento
- Profesores
- Asistentes de la educación
- Padres y apoderados
- Estudiantes

1.4.1. Estructura organizacional de la institución

A continuación se presenta el organigrama del establecimiento, que nos permite conocer cómo se divide y administra la institución en estudio.

Figura 10: Estructura Organizacional del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel



Fuente: Elaboración propia.

Como se puede apreciar en el organigrama, el Liceo Técnico Profesional Gonzalo Guglielmi Montiel, es un establecimiento municipal, por lo tanto el sostenedor y autoridad máxima es el Alcalde de la comuna de Yumbel.

El equipo directivo del establecimiento, está compuesto por 6 personas, a continuación se presenta una tabla que detalla el cargo y nombre de cada integrante de la dirección.

Tabla 12: Equipo directivo Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel

Cargo	Nombre
Director (a)	Don Cristián Córdova Cáceres
Inspector General	Don Francisco Mariánjel Sánchez
Inspector General Básica	Don José Rodríguez
Jefe UTP	Sra. Cecilia Mendoza Soto
Orientador (a)	Sra. Patricia Cuevas Jara
Coordinador (a) TP	Don Moisés Padilla

Fuente: Elaboración propia, adaptado página web Liceo G.G.M.

La dotación de profesores que componen la planta académica del establecimiento son 34 personas en total, es decir, profesores de enseñanza básica y profesores de enseñanza media. Además, el liceo cuenta con 31 trabajadores denominados asistentes de la educación.

1.4.2. Niveles de enseñanza del establecimiento

En este apartado se describen los 3 niveles de educación que se imparte en el Liceo Técnico Profesional Gonzalo Guglielmi Montiel de la comuna de Yumbel.

1.4.2.1. Educación pre-básica

El establecimiento comienza con la educación parvularia, es decir, ofrece los cursos de Pre-kínder y kínder para la comunidad. En el año 2015, la cantidad de alumnos en este nivel era de 35 estudiantes.

1.4.2.2. Educación básica

La enseñanza básica del liceo, está dividida en dos ciclos, el primer ciclo de 1ero a 4to básico; y el segundo ciclo, de 5to a 8vo básico. En este nivel se encuentra la mayor cantidad de alumnos, ascendiendo a 256 estudiantes matriculados para la enseñanza básica durante el año 2015.

1.4.2.3. Educación media

La modalidad de estudio que ofrece el Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel, es un sistema Técnico Profesional, en el cual los dos primeros años de estudio (1ero y 2do medio), los alumnos adquieren conocimientos tanto del área científico humanista, como relacionadas con las carreras que se imparten en dicha institución. Luego, en 3ero y 4to medio, los alumnos se inclinan por una de las áreas profesionales que ofrece el establecimiento, de esta manera, los alumnos obtienen herramientas que le permiten egresar con un título profesional, y poder insertarse en el mundo laboral.

Durante el año 2015, el número de estudiantes que se encontraban cursando este nivel, era de 152 alumnos. Concentrándose la mayor cantidad en los primeros medios del establecimiento.

1.4.2.3.1. Objetivos de la educación técnico profesional

Los objetivos de la educación técnico profesional, obtenidos de la página oficial del Ministerio de Educación (MINEDUC) son los siguientes:

- Ejecutar trabajos con planificación y control de calidad.
- Conocer y aplicar principios básicos de gestión.
- Manejar tecnología computacional a nivel usuario, conforme a los requerimientos de la especialización.
- Leer, interpretar y elaborar informes técnicos.
- Preservar y respetar el medio ambiente y utilizar racionalmente la energía.
- Ejercitar el acondicionamiento físico y el cuidado de la salud.
- Aplicar normas de prevención de riesgos para resguardar la vida propia y la ajena.
- Comprender y aplicar la legislación laboral y social.

Las carreras que se imparten en el Liceo Técnico Profesional Gonzalo Guglielmi Montiel, son las siguientes:

- Técnico de nivel medio en telecomunicaciones: conocimientos de procesos de instalación, mantención y reparación de sistemas de comunicación (datos, audio, video), utilizados para telecomunicaciones y procesamiento de información.

- Técnico de nivel medio en procesamiento de la madera: conocimientos de los procesos de aserrío, secado e impregnación de la madera y su elaboración en niveles primarios de agregación de valor como remanufactura y tableros.
- Técnico de nivel medio en enfermería: preparación para toma de muestras para exámenes, administración de medicamentos, control y registro de variables biomédicas, limpieza de instrumental clínico, apoyo a la higiene de los pacientes, vigilancia de pacientes críticos, entre otros.

1.4.3. Evolución de las matrículas

En el presente apartado se da a conocer la evolución de las matrículas que han tenido las diferentes instituciones de educación ubicadas en la comuna de Yumbel.

1.4.3.1. Evolución matrículas educación pre-básica

A continuación se presenta una tabla comparativa, que permite observar la evolución de las matrículas de la educación parvularia, en los últimos 4 años de los distintos establecimientos educacionales de la comuna de Yumbel.

Tabla 13: Comparación matrículas educación pre-básica

Unidad Educativa	2011	2012	2013	2014
G. Guglielmi	41	37	35	35
Rio Claro	42	36	23	29
Héroes de Chile	52	67	52	51
Diego Portales	25	17	18	22
Padre Pedro Campos	24	17	15	17
Enrique Puffe	19	13	19	20
Rere	14	8	8	7
Cambrales	9	6	7	6
Cerro Parra	-	10	12	5
Totales	226	211	189	192

Fuente: Plan Anual de Desarrollo de la Educación Municipal.

1.4.3.2. Evolución matrículas educación básica

A continuación se presenta una tabla comparativa, que permite observar la evolución de las matrículas de la educación básica, en los últimos 4 años de los distintos establecimientos educacionales de la comuna de Yumbel.

Tabla 14: Comparación matrículas educación básica

Unidad Educativa	2011	2012	2013	2014
G. Guglielmi	310	293	292	256
Rio Claro	179	177	260	157
Héroes de Chile	517	531	522	506
Diego Portales	179	175	135	171
Padre Pedro Campos	177	177	158	143
Enrique Puffe	87	87	71	77
Rere	64	65	61	53
Cambrales	23	28	24	24
Las Nieves	29	24	21	22
Canchilla	34	29	26	16
Cerro Parra	18	17	19	16
Totales	1661	1606	1599	1432

Fuente: Plan Anual de Desarrollo de la Educación Municipal.

1.4.3.3. Evolución matrículas enseñanza media

A continuación se presenta una tabla comparativa, que permite observar la evolución de las matrículas de la educación media, en los últimos 4 años de los distintos establecimientos educacionales de la comuna de Yumbel.

Tabla 15: Comparación matrículas educación media

Unidad Educativa	2011	2012	2013	2014
Luis Saldes	540	576	507	495
G. Guglielmi	204	201	204	152
Rio Claro	102	103	102	95
Totales	856	880	813	856

Fuente: Plan Anual de Desarrollo de la Educación Municipal.

CAPÍTULO 3:
ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN
RECABADA

CAPÍTULO 3: ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN RECABADA

En este apartado se presentan los análisis de la información recopilada, tras los resultados obtenidos de Microsoft Excel 2013 y SPSS Statistics.

1. Análisis de la información

Una vez aplicado el instrumento en el Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel, se procede a tabular la información obtenida, para dar a conocer los resultados de la investigación de las expectativas y percepciones de la comunidad educativa, respecto a la medición de la calidad del servicio.

Los análisis se realizaron mediante tablas y gráficos de elaboración propia, que son obtenidos a través de Microsoft Excel 2013, y permiten calcular las tendencias de la comunidad educativa, respecto a la satisfacción usuaria.

A continuación, se presenta un listado con el detalle de los principales análisis que se realizan en el presente estudio. Por lo tanto, la estructura del análisis es la siguiente:

- Análisis general de las preponderancias obtenidas por cada grupo de la comunidad educativa del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel.
- Análisis de las expectativas de la calidad del servicio en valores absolutos y relativos, por cada dimensión de la encuesta y por cada grupo de la comunidad educativa del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel.
- Análisis de las percepciones de la calidad del servicio en valores absolutos y relativos, por cada dimensión de la encuesta y por cada grupo de la comunidad educativa del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel.
- Análisis de las brechas entre expectativas y percepciones, por cada dimensión de la encuesta y por cada grupo de la comunidad educativa del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel.
- Análisis de las brechas relativas y sus afirmaciones, por cada dimensión de la encuesta y por cada grupo de la comunidad educativa del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel.

- Comparación de expectativas, percepciones y brechas, entre los distintos grupos que conforman la comunidad educativa del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel.

1.1. Medición de la calidad del servicio, aplicado a la comunidad educativa del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel

En esta parte de la investigación, se muestran los resultados obtenidos de la medición de la calidad del servicio, de la comunidad educativa del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel, de la ciudad de Yumbel.

1.1.1. Análisis de las preponderancias de las dimensiones de calidad, según la comunidad educativa del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel

A continuación, se presenta el análisis de las preponderancias, el cual pretende determinar la importancia que otorgan a cada dimensión, la comunidad educativa del Liceo Técnico Profesional Gonzalo Guglielmi Montiel.

Tabla 16: Importancia por dimensión

Dimensiones	Media	Desviación estándar
Seguridad	20,24	9,91
Bienes materiales o tangibles	19,44	6,40
Liderazgo	19,83	8,56
Gestión del clima organizacional y convivencia	18,16	8,26
Prácticas pedagógicas	22,33	9,83

Fuente: Elaboración propia.

Como se demuestra en la tabla anterior, la comunidad educativa le otorga mayor relevancia a la dimensión de prácticas pedagógicas equivalente al 22%. En contraste, al nivel que menos le otorgan importancia es a la dimensión de gestión del clima organizacional y convivencia con un 18%.

La diferencia entre la importancia que conceden a las cinco dimensiones varía en un 4%, lo que nos indica que para la comunidad educativa de esta institución, todos los aspectos tienen una importancia similar.

1.1.2. Análisis de las expectativas de la calidad de servicio según la comunidad educativa del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel

En la siguiente tabla se muestran los resultados de las expectativas de calidad del servicio de la comunidad educativa, expresados en valores absolutos y su respectiva desviación típica por cada dimensión de calidad.

Tabla 17: Expectativas comunidad educativa en valores absolutos

Dimensiones	Media	Desviación estándar
Seguridad	6,39	0,85
Bienes materiales o tangibles	6,27	0,96
Liderazgo	6,52	0,83
Gestión del clima organizacional y convivencia	6,45	0,71
Prácticas pedagógicas	6,39	0,73

Fuente: Elaboración propia.

Al analizar la tabla de expectativas de calidad de servicio en valores absolutos, se puede deducir que la dimensión con mayor expectativa, según la comunidad educativa, corresponde a liderazgo con una media que asciende al 6,52; seguida por el ítem de gestión del clima organizacional y convivencia con un promedio de 6,45. En contraste, la dimensión con menor expectativa corresponde a bienes materiales o tangibles con una media de 6,27.

A continuación, se relativiza el valor absoluto de las expectativas de la calidad del servicio, con el objetivo de asignar la importancia otorgada por la comunidad educativa a cada dimensión del cuestionario aplicado. De esta manera, obtenemos resultados más fidedignos que nos permiten generar conclusiones y sugerencias en beneficio del establecimiento.

En la siguiente tabla se muestran los resultados de las expectativas de calidad del servicio educativo de la comunidad educativa, expresados en valores relativos y su respectiva desviación típica por cada dimensión de calidad.

Tabla 18: Expectativas comunidad educativa en valores relativos

Dimensiones	Media	Desviación estándar
Seguridad	1,29	0,85
Bienes materiales o tangibles	1,22	0,96
Liderazgo	1,29	0,83
Gestión del clima organizacional y convivencia	1,17	0,71
Prácticas pedagógicas	1,43	0,73

Fuente: Elaboración propia.

Es posible observar que al relativizar las expectativas, basadas en la importancia que la comunidad educativa le otorgaron a cada dimensión, se obtuvo como resultado que las dimensiones con mayores expectativas de calidad es la de prácticas pedagógicas, con un valor de 1,43. En contraste, la de menor expectativa de calidad, con un valor de 1,17; corresponde a la dimensión de gestión del clima organizacional y convivencia.

La tabla muestra que en relación a las cinco dimensiones de calidad, la expectativa relativa total es de 6,4, lo que indica que se encuentra en un nivel medio.

A modo de resumen, se recogen todos los datos obtenidos anteriormente, con el objetivo de comparar las expectativas de la calidad del servicio en valores absolutos y relativos, desde el punto de vista de la comunidad educativa.

Tabla 19: Comparación de expectativas en términos absolutos y relativos de la comunidad educativa

Importancia dimensión	Promedio	Expectativa absoluta	Valor	Expectativa relativa	Valor
P. pedagógicas	22,33	Liderazgo	6,52	P. pedagógicas	1,43
Seguridad	20,24	G. del C.O. y convivencia	6,45	Seguridad	1,29
Liderazgo	19,83	P. pedagógicas	6,39	Liderazgo	1,29
Bns. tangibles	19,44	Seguridad	6,39	Bns. tangibles	1,22
G. del C.O. y convivencia	18,16	Bns. tangibles	6,27	G. del C.O. y convivencia	1,17

Fuente: Elaboración propia.

Al observar la tabla, se puede concluir que la dimensión de prácticas pedagógicas, en cuanto al grado de importancia y valor relativo se encuentra en primer lugar. Sin embargo, baja dos niveles en el valor de expectativa absoluta posicionándose en el tercer lugar. El mismo patrón sigue la dimensión seguridad, que se ubica en el segundo lugar en cuanto al grado de importancia y valor relativo, para luego bajar dos niveles en valor absoluto.

En general, se puede observar que la importancia concedida a cada dimensión afecta la calificación absoluta, modificando el orden de los aspectos que la comunidad educativa tiene presente al momento de evaluar la calidad del servicio que ofrece esta institución.

1.1.3. Análisis de las percepciones de la calidad de servicio según la comunidad educativa del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel

En la siguiente tabla, se muestran y explican los resultados obtenidos de las percepciones de la calidad del servicio de la comunidad educativa del establecimiento. Estos valores se encuentran expresados en términos absolutos, por cada una de las dimensiones de calidad, incluyendo la desviación estándar de las medias obtenidas.

Tabla 20: Percepciones comunidad educativa en valores absolutos

Dimensiones	Media	Desviación estándar
Seguridad	4,78	1,16
Bienes materiales o tangibles	4,21	1,49
Liderazgo	4,11	1,52
Gestión del clima organizacional y convivencia	4,20	1,31
Prácticas pedagógicas	4,29	1,42

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla anterior, se puede apreciar que los valores se encuentran concentrados entre 4,11 y 4,78. Los resultados nos indican que las percepciones están en un nivel bajo, ya que ninguna dimensión alcanza la calificación de 5. En el análisis de las percepciones en valores absolutos, se puede apreciar que el ítem seguridad, obtiene el promedio más alto asignado por la comunidad educativa con 4,78. Luego, lo sigue la dimensión de prácticas

pedagógicas con una calificación de 4,29. Finalmente, la peor evaluada es la dimensión de liderazgo con una evaluación de 4,11.

A continuación, se relativiza el valor absoluto de las percepciones de la calidad del servicio, con el objetivo de asignar la importancia otorgada por la comunidad educativa a cada dimensión del cuestionario aplicado.

En la siguiente tabla, se muestran los resultados de las percepciones de calidad del servicio brindado a la comunidad educativa del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel, expresados en valores relativos y su respectiva desviación estándar por cada dimensión de calidad.

Tabla 21: Percepciones comunidad educativa en valores relativos

Dimensiones	Media	Desviación estándar
Seguridad	0,97	1,16
Bienes materiales o tangibles	0,82	1,49
Liderazgo	0,82	1,52
Gestión del clima organizacional y convivencia	0,76	1,31
Prácticas pedagógicas	0,96	1,42

Fuente: Elaboración propia.

Al observar la tabla de percepciones en valores relativos, se puede apreciar que la dimensión mejor calificada por la comunidad educativa, corresponde a la dimensión de seguridad con una media de 0,97; seguido por la dimensión de prácticas pedagógicas con un promedio de 0,96. Por el contrario, la dimensión con la peor evaluación es la de gestión del clima organizacional y convivencia, la cual tiene una media del 0,76.

De la tabla anterior, se puede calcular que la percepción relativa total es de 4,33; o sea que la calificación se encuentra sobre el 4, pero continúa siendo una evaluación baja.

A continuación, se muestra una tabla comparativa, que permite observar los valores relativos y absolutos obtenidos, tras la aplicación de la encuesta a la comunidad educativa del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel.

Tabla 22: Comparación de percepciones en términos absolutos y relativos de la comunidad educativa

Importancia dimensión	Promedio	Percepción absoluta	Valor	Percepción relativa	Valor
P. pedagógicas	22,33	Seguridad	4,78	Seguridad	0,97
Seguridad	20,24	P. pedagógicas	4,29	P. pedagógicas	0,96
Liderazgo	19,83	Bns. tangibles	4,21	Bns. tangibles	0,82
Bns. tangibles	19,44	G. del C.O. y convivencia	4,20	Liderazgo	0,82
G. del C.O. y convivencia	18,16	Liderazgo	4,11	G. del C.O. y convivencia	0,76

Fuente: Elaboración propia.

Al observar las cinco dimensiones se puede concluir, que seguridad se mantiene en primer lugar, en valores absolutos y relativos, sin embargo, baja un nivel en el grado de importancia. Situación similar, sucedió con la dimensión prácticas pedagógicas, que se mantuvo en la segunda posición en valores relativos y absolutos, pero aumentó un nivel en el grado de importancia. En quinto lugar, se sitúa la dimensión de gestión del clima organizacional y convivencia, tanto en importancia como en valor relativo; mientras que en valor absoluto asciende un puesto situándose en cuarto lugar, siendo reemplazada por la dimensión liderazgo, como la percepción absoluta con menor evaluación por parte de la comunidad educativa.

Es posible observar, que la importancia concedida a cada dimensión afecta la calificación absoluta, modificando el orden de los aspectos que la comunidad educativa tiene presente al momento de evaluar la calidad del servicio.

1.1.4. Análisis de las brechas entre las expectativas y percepciones de la comunidad educativa del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel

A continuación se muestra la tabla de expectativas, percepciones y brechas por dimensión de calidad, en valores absolutos y relativos de la comunidad educativa del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel.

Tabla 23: Comparación entre expectativas, percepciones y brechas de la comunidad educativa por dimensión de calidad

Dimensiones	Expect. absoluta	Percep. Absolutas	Brechas absolutas	Expect. relativa	Percep. relativa	Brechas relativa
Liderazgo	6,52	4,11	-2,41	1,29	0,82	-0,48
P. Pedagógicas	6,39	4,29	-2,10	1,43	0,96	-0,47
G. del C. O. y convivencia	6,45	4,20	-2,25	1,17	0,76	-0,41
Bns. tangibles	6,27	4,21	-2,06	1,22	0,82	-0,40
Seguridad	6,39	4,78	-1,61	1,29	0,97	-0,33

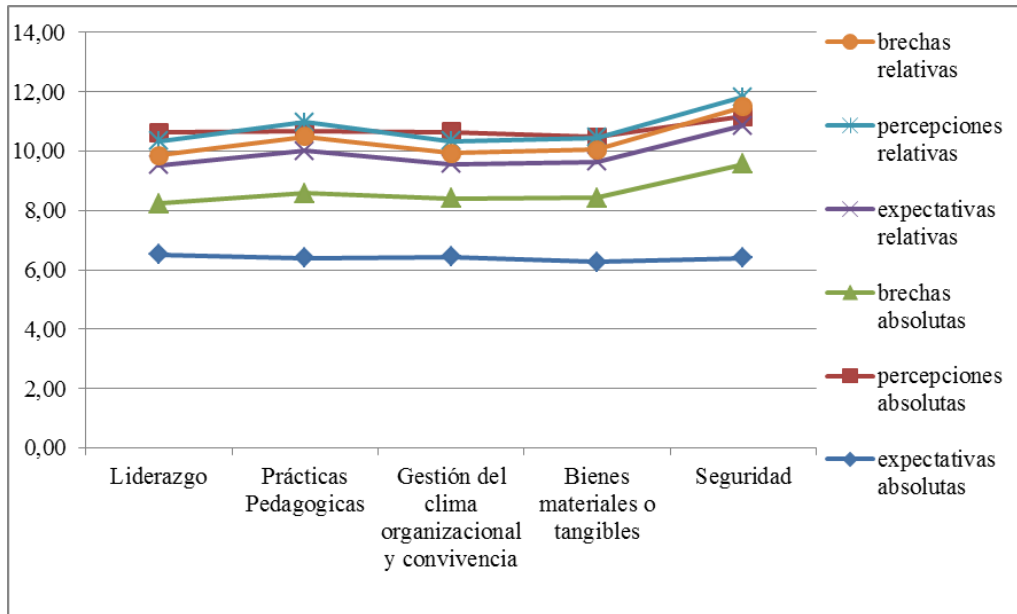
Fuente: Elaboración propia.

Al analizar la tabla en valores relativos, se puede apreciar que las expectativas de la comunidad educativa en todas las dimensiones de calidad superan a las percepciones, lo que da como resultado brechas negativas. La mayor brecha corresponde a la dimensión de liderazgo con un valor -0,48, seguida de la dimensión prácticas pedagógicas con un valor -0,47. La dimensión con menor insatisfacción corresponde a seguridad con un valor de -0,33.

Se puede confirmar a través del análisis comparativo de brechas, que la dimensión más preocupante es la de liderazgo, por lo tanto requiere mayor atención si se pretende reducir la insatisfacción. Sin embargo, todas las dimensiones arrojan brechas negativas, por lo que no debe descuidarse ninguno de los ítems en estudio.

A continuación, se presenta el gráfico con el comportamiento de las expectativas, percepciones y brechas, respecto a las dimensiones de la calidad del servicio, según los usuarios del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel.

Gráfico 1: Comportamiento de expectativas, percepciones y brechas de la comunidad educativa



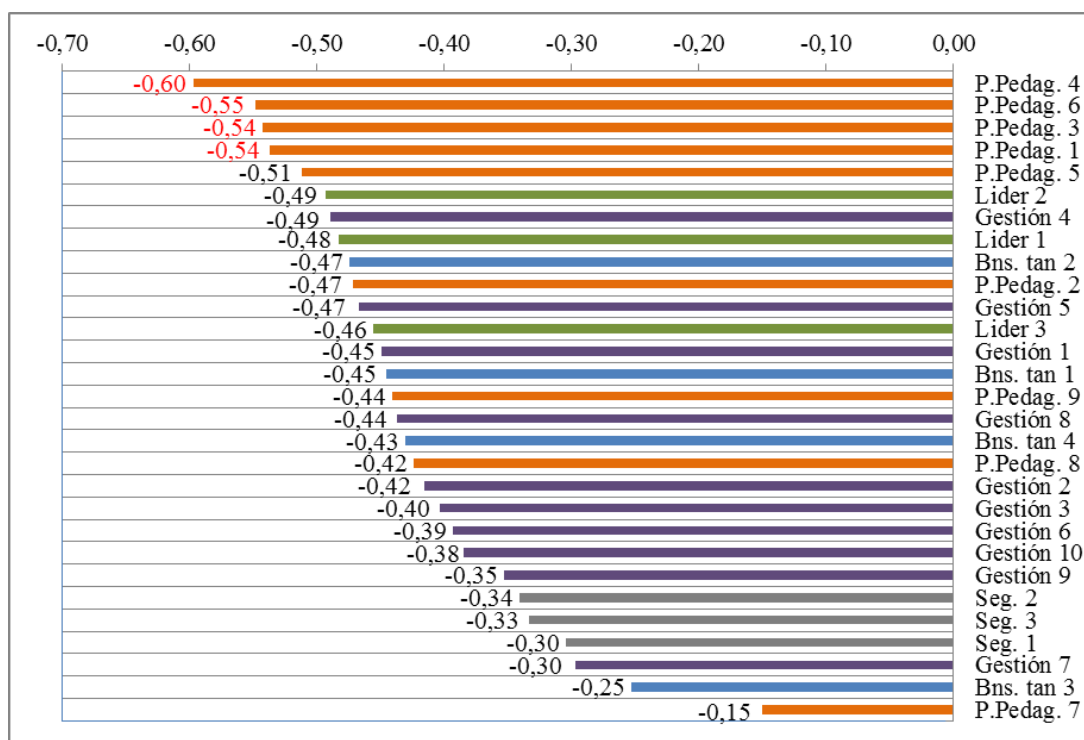
Fuente: Elaboración propia.

1.1.5. Análisis de brechas por dimensión y afirmación

En este apartado, se presenta un análisis de las brechas relativas por dimensión de calidad, con sus respectivas afirmaciones, con el fin de identificar las brechas más importantes, en las cuales existe mayor insatisfacción por parte de la comunidad educativa.

En el Gráfico 2, se puede apreciar que las afirmaciones con las mayores brechas son la afirmación 4, del ítem prácticas pedagógicas que se refiere a: “En Su Escuela existen actividades extra programáticas consensuadas con los estudiantes y apoderados” con un valor de -0,60; luego le sigue la afirmación 6, del mismo ítem que se refiere a: “En Su Escuela se hace uso constante de biblioteca, textos escolares y otros recursos didácticos” con un valor de -0,55. Por último, con un valor idéntico de -0,54, son dos las afirmaciones que se encuentran entre las mayores brechas, una de ellas es la afirmación 3, del ítem prácticas pedagógicas que se refiere a: “En Su Escuela las notas reflejan lo que realmente aprenden los estudiantes”, y la otra, es la afirmación 1, del mismo ítem que se refiere a: “En Su Escuela las prácticas pedagógicas son motivadoras e innovadoras”.

Gráfico 2: Análisis de brechas relativas por cada afirmación



Fuente: Elaboración propia.

1.1.5.1. Análisis de las brechas relativas de la dimensión seguridad

Al observar el gráfico, se puede deducir que la afirmación 2, que se refiere a: “Los directivos, docentes y asistentes de la educación de Su Escuela tratan a los alumnos y apoderados siempre cortésmente” presenta la mayor brecha negativa de -0,34. Sin embargo, pese al mal resultado, no es la dimensión que requiere mayor atención, ya que no se encuentra entre las más críticas del total de afirmaciones.

1.1.5.2. Análisis de las brechas relativas de la dimensión bienes materiales o tangibles.

En esta dimensión se puede observar que la afirmación 2, que se refiere a: “Las instalaciones físicas de Su Escuela son visualmente atractivas”, tiene la mayor brecha correspondiente a -0,47. Sin embargo, pese al mal resultado, no es la dimensión que requiere mayor atención, ya que no se encuentra entre las más críticas del total de afirmaciones.

1.1.5.3. Análisis de las brechas relativas de la dimensión liderazgo

Al observar esta dimensión de calidad, la afirmación 2, que se refiere a: “En Su Escuela el director y equipo directivo son capaces de administrar conflictos y resolver problemas” es la que presenta la mayor brecha negativa, la cual asciende a -0,49. Esta es la segunda dimensión más crítica, por lo que requiere mayor atención si se quiere mejorar la calidad del servicio entregado.

1.1.5.4. Análisis de las brechas relativas de la dimensión de gestión del clima organizacional y convivencia

En ésta dimensión, la afirmación 4, que se refiere a: “En Su Escuela existen prácticas para prevenir riesgos y garantizar la seguridad, integridad y salud del conjunto de la comunidad educativa”, es la que posee la mayor brecha negativa con un valor que asciende al -0,49. Sin embargo, pese al mal resultado, no es la dimensión que requiere mayor atención, ya que no se encuentra entre las más críticas del total de afirmaciones.

1.1.5.5. Análisis de las brechas relativas de la dimensión prácticas pedagógicas

Al observar esta dimensión, la afirmación 4, que se refiere a: “En Su Escuela existen actividades extra programáticas consensuadas con los estudiantes y apoderados”, presenta la mayor brecha negativa de todas las afirmaciones contenidas en la encuesta, con un valor de -0,60. A diferencia de la afirmación 7, que se refiere a: “En Su Escuela, las clases perdidas se recuperan”, es la que posee la menor brecha negativa con un valor de -0,15. En general, la dimensión de prácticas pedagógicas, posee las 3 afirmaciones con las mayores brechas negativas, que hacen imperativo trabajar en soluciones que lleven a la mejora integral de la calidad del servicio.

Por lo tanto, se puede afirmar que la comunidad educativa se encuentra insatisfecha en todas las dimensiones analizadas. Además, para ellos, el ítem prácticas pedagógicas es el más importante, y a la vez, el que presenta la mayor brecha entre expectativas y percepciones.

1.2. Medición de la calidad del servicio, aplicado a los usuarios del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel

En esta parte de la investigación, se muestran los resultados obtenidos de la medición de la calidad del servicio, de los usuarios del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel.

1.2.1. Análisis de las preponderancias de las dimensiones de calidad, según los usuarios del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel

A continuación, se presenta el análisis de las preponderancias, el cual pretende determinar la importancia que otorgan a cada dimensión los usuarios del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel.

Tabla 24: Importancia por dimensión

Dimensiones	Media	Desviación estándar
Seguridad	21,81	9,99
Bienes materiales o tangibles	19,04	6,28
Liderazgo	19,75	7,39
Gestión del clima organizacional y convivencia	18,45	8,19
Prácticas pedagógicas	20,95	8,77

Fuente: Elaboración propia.

Como se demuestra en la tabla anterior, los usuarios le otorgan mayor relevancia a la dimensión de seguridad equivalente al 22%. En contraste, al nivel que menos le otorgan importancia es a la dimensión de gestión del clima organizacional y convivencia con un 18%. La diferencia entre la importancia que conceden a las cinco dimensiones varía en un 4%, lo que nos indica que para los usuarios de esta institución, todos los aspectos tienen una importancia similar.

1.2.2. Análisis de las expectativas de la calidad de servicio según los usuarios del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel

En la siguiente tabla, se muestra los resultados de las expectativas de calidad del servicio de los usuarios, expresados en valores absolutos y su respectiva desviación típica por cada dimensión de calidad.

Tabla 25: Expectativas usuarios en valores absolutos

Dimensiones	Media	Desviación estándar
Seguridad	6,33	0,92
Bienes materiales o tangibles	6,23	1,03
Liderazgo	6,42	0,90
Gestión del clima organizacional y convivencia	6,38	0,76
Prácticas pedagógicas	6,31	0,79

Fuente: Elaboración propia.

Al analizar la tabla de expectativas de calidad de servicio, se puede deducir que la dimensión con mayor expectativa, según los usuarios, corresponde a la dimensión de liderazgo con una media que asciende al 6,42; seguida por el ítem de gestión del clima organizacional y convivencia con un promedio de 6,38. En contraste, la dimensión con menor expectativa corresponde a bienes materiales o tangibles con una media de 6,23.

A continuación, se relativiza el valor absoluto de las expectativas de la calidad del servicio, con el objetivo de asignar la importancia otorgada por los usuarios a cada dimensión del cuestionario aplicado. De esta manera obtenemos resultados más fidedignos que nos permiten generar conclusiones y sugerencias en beneficio del establecimiento.

En la siguiente tabla se muestran los resultados de las expectativas de calidad del servicio educativo de los usuarios, expresados en valores relativos y su respectiva desviación típica por cada dimensión de calidad.

Tabla 26: Expectativas usuarios en valores relativos

Dimensiones	Media	Desviación estándar
Seguridad	1,38	0,92
Bienes materiales o tangibles	1,19	1,03
Liderazgo	1,27	0,90
Gestión del clima organizacional y convivencia	1,18	0,76
Prácticas pedagógicas	1,32	0,79

Fuente: Elaboración propia.

Es posible observar que al relativizar las expectativas, basadas en la importancia que los usuarios le otorgaron a cada dimensión, se obtuvo como resultado que las dimensiones

con mayores expectativas de calidad son las de seguridad y prácticas pedagógicas, con valores de 1,38 y 1,32; respectivamente. En contraste, la de menor expectativa de calidad, con un valor de 1,18; corresponde a la dimensión de gestión del clima organizacional y convivencia.

La tabla muestra que en relación a las cinco dimensiones de calidad, la expectativa relativa total es de 6,34; lo que indica que se encuentra en un nivel medio.

A modo de resumen, se recogen todos los datos obtenidos anteriormente, con el objetivo de comparar las expectativas de la calidad del servicio en valores absolutos y relativos, desde el punto de vista de los usuarios.

Tabla 27: Comparación de expectativas en términos absolutos y relativos de usuarios

Importancia dimensión	Promedio	Expectativa absoluta	Valor	Expectativa relativa	Valor
Seguridad	21,81	Liderazgo	6,42	Seguridad	1,38
P. pedagógicas	20,95	G. del C.O. y convivencia	6,38	P. pedagógicas	1,32
Liderazgo	19,75	Seguridad	6,33	Liderazgo	1,27
Bns. tangibles	19,04	P. pedagógicas	6,31	Bns. tangibles	1,19
G. del C.O. y convivencia	18,45	Bns. tangibles	6,23	G. del C.O. y convivencia	1,18

Fuente: Elaboración propia.

Al observar la tabla, se puede concluir que la dimensión de seguridad, en cuanto al grado de importancia y valor relativo se encuentra en primer lugar. Sin embargo, baja dos niveles en el valor de expectativa absoluta posicionándose en el tercer lugar. El mismo patrón sigue la dimensión prácticas pedagógicas, que se ubica en el segundo lugar en cuanto al grado de importancia y valor relativo, para luego bajar dos niveles en valor absoluto.

En general, se puede observar que la importancia concedida a cada dimensión afecta la calificación absoluta, modificando el orden de los aspectos que los usuarios tienen presente al momento de evaluar la calidad del servicio educativo que ofrece esta institución.

1.2.3. Análisis de las percepciones de la calidad de servicio según los usuarios del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel

En la siguiente tabla, se muestran y explican los resultados obtenidos de las percepciones de la calidad del servicio de los usuarios del establecimiento. Estos valores se encuentran expresados en términos absolutos, por cada una de las dimensiones de calidad, incluyendo la desviación estándar de las medias obtenidas.

Tabla 28: Percepciones usuarios en valores absolutos

Dimensiones	Media	Desviación estándar
Seguridad	4,71	1,21
Bienes materiales o tangibles	4,23	1,61
Liderazgo	4,03	1,62
Gestión del clima organizacional y convivencia	4,14	1,41
Prácticas pedagógicas	4,27	1,52

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla anterior, se puede apreciar que los valores se encuentran concentrados entre 4,03 y 4,71. Los resultados nos indican que las percepciones están en un nivel bajo, ya que ninguna dimensión alcanza la calificación de 5. Además, se puede apreciar que el ítem seguridad, obtiene el promedio más alto asignado por los usuarios, con 4,71. Luego, lo sigue la dimensión de prácticas pedagógicas con una calificación de 4,27. Finalmente, la peor evaluada es la dimensión de liderazgo con una evaluación de 4,03.

A continuación, se relativiza el valor absoluto de las percepciones de la calidad del servicio, con el objetivo de asignar la importancia otorgada por los usuarios a cada dimensión del cuestionario aplicado, como se presenta en la siguiente tabla.

Tabla 29: Percepciones usuarios en valores relativos

Dimensiones	Media	Desviación estándar
Seguridad	1,03	1,21
Bienes materiales o tangibles	0,81	1,61
Liderazgo	0,80	1,62
Gestión del clima organizacional y convivencia	0,76	1,41
Prácticas pedagógicas	0,89	1,52

Fuente: Elaboración propia.

Al observar la tabla de percepciones, se puede apreciar que la dimensión mejor calificada por los usuarios, corresponde a la dimensión de seguridad con una media de 1,03; seguido por la dimensión de prácticas pedagógicas con un promedio de 0,89. Por el contrario, la dimensión con la peor evaluación es la de gestión del clima organizacional y convivencia, la cual tiene una media de 0,76.

Además, se puede calcular que la percepción relativa total es de 4,29; lo que arroja una calificación sobre 4, pero aun así, continúa siendo una evaluación baja.

A continuación, se muestra una tabla comparativa, que permite observar los valores relativos y absolutos obtenidos, tras la aplicación de los cuestionarios a los usuarios del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel.

Tabla 30: Comparación de percepciones en términos absolutos y relativos de usuarios

Importancia dimensión	Promedio	Percepción absoluta	Valor	Percepción relativa	Valor
Seguridad	21,82	Seguridad	4,71	Seguridad	1,03
P. pedagógicas	21,00	P. pedagógicas	4,27	P. pedagógicas	0,90
Liderazgo	19,72	Bns. tangibles	4,22	Bns. tangibles	0,80
Bns. tangibles	19,04	G. del C.O. y convivencia	4,15	Liderazgo	0,80
G. del C.O. y convivencia	18,43	Liderazgo	4,04	G. del C.O. y convivencia	0,76

Fuente: Elaboración propia.

Al observar las cinco dimensiones se puede concluir, que seguridad se mantiene en primer lugar, tanto en el grado de importancia como en valores absolutos y relativos. Situación idéntica, sucedió con la dimensión prácticas pedagógicas, que se mantuvo en la segunda posición en importancia, valores relativos y absolutos. En quinto lugar, se sitúa la dimensión de gestión del clima organizacional y convivencia, tanto en importancia como en valor relativo; mientras que en valor absoluto asciende un puesto situándose en cuarto lugar, siendo reemplazada por la dimensión liderazgo, como la percepción absoluta con menor evaluación por parte de los usuarios.

1.2.4. Análisis de las brechas entre las expectativas y percepciones de los usuarios del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel

A continuación se muestra la tabla de expectativas, percepciones y brechas por dimensión de calidad, en valores absolutos y relativos de los usuarios del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel.

Tabla 31: Comparación entre expectativas, percepciones y brechas de los usuarios por dimensión de calidad

Dimensiones	Expect. absoluta	Percep. absolutas	Brechas absolutas	Expect. relativa	Percep. relativas	Brechas relativa
Liderazgo	6,42	4,03	-2,39	1,27	0,80	-0,47
P. pedagógicas	6,31	4,27	-2,04	1,32	0,89	-0,43
G. del C.O. y convivencia	6,38	4,14	-2,24	1,18	0,76	-0,41
Bns. tangibles	6,23	4,23	-1,99	1,19	0,81	-0,38
Seguridad	6,33	4,71	-1,42	1,38	1,03	-0,35

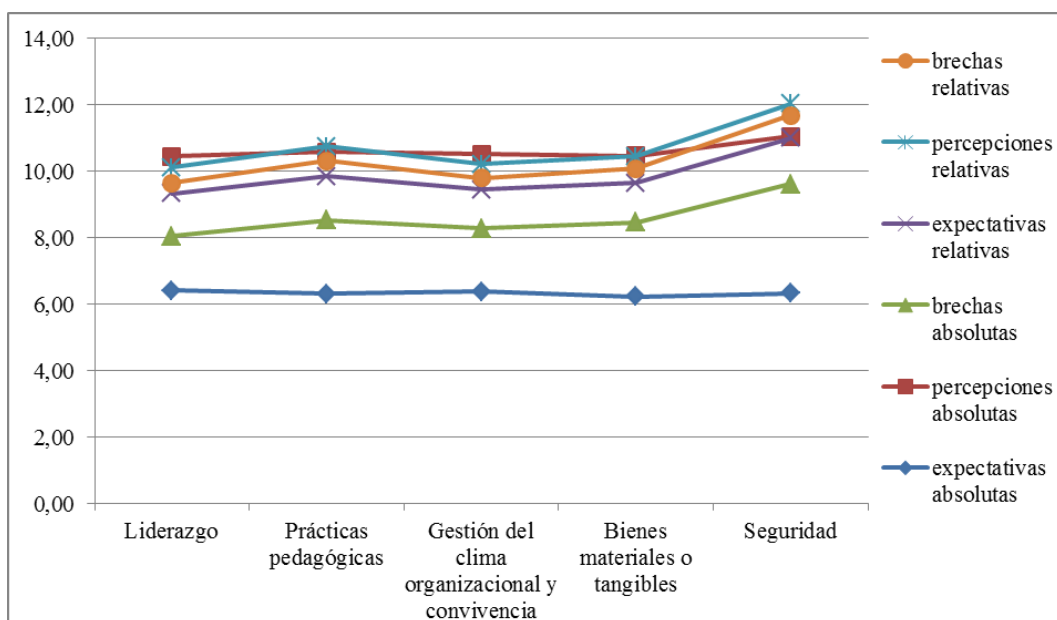
Fuente: Elaboración propia.

Al analizar la tabla en valores relativos, se puede apreciar que las expectativas de los usuarios en todas las dimensiones de calidad superan a las percepciones, lo que da como resultado brechas negativas. La mayor brecha corresponde a la dimensión de liderazgo con un valor -0,47, seguida de la dimensión prácticas pedagógicas con un valor -0,43. La dimensión con menor insatisfacción corresponde a seguridad con un valor de -0,35.

Se puede confirmar a través del análisis comparativo de brechas que la dimensión más preocupante es la de liderazgo, por lo tanto requiere mayor atención si se pretende reducir la insatisfacción. Sin embargo, todas las dimensiones arrojan brechas negativas, por lo que no debe descuidarse ninguno de los ítems en estudio.

A continuación, se presenta el gráfico con el comportamiento de las expectativas, percepciones y brechas, respecto a las dimensiones de la calidad del servicio, según los usuarios del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel.

Gráfico 3: Comportamiento de expectativas, percepciones y brechas de usuarios



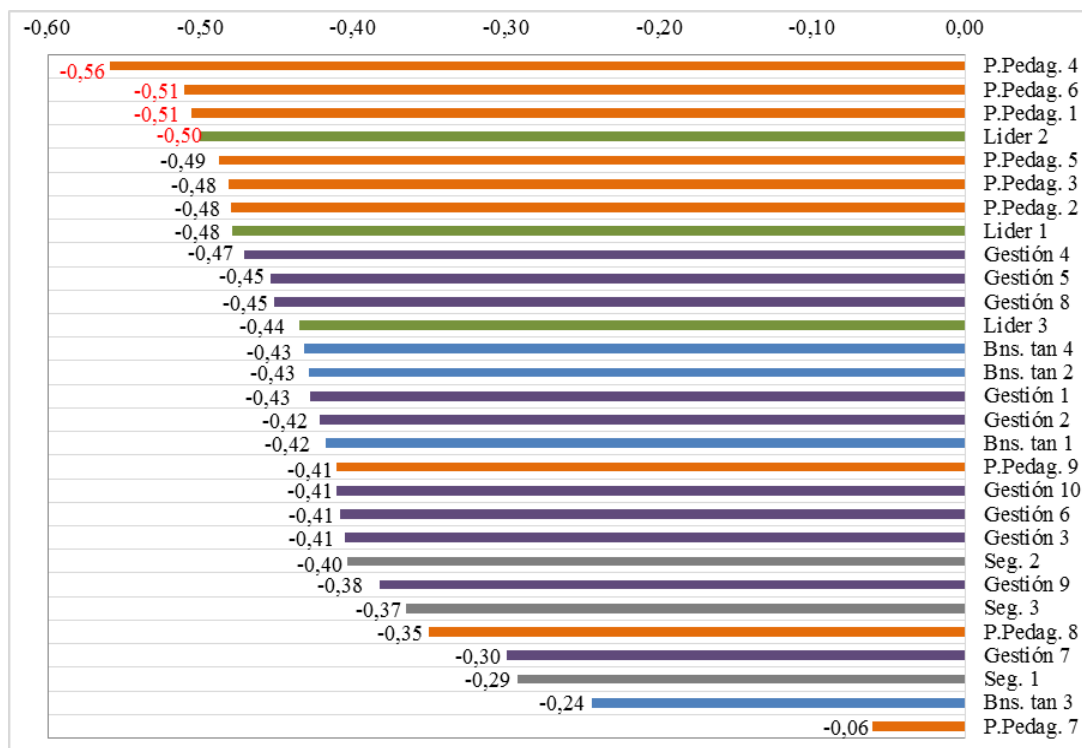
Fuente: Elaboración propia.

1.2.5. Análisis de brechas por dimensión y afirmación

En este apartado, se presenta un análisis de las brechas relativas por dimensión de calidad, con sus respectivas afirmaciones, con el fin identificar las brechas más importantes, en las cuales existe mayor insatisfacción por parte de los usuarios.

En el Gráfico 4, se puede apreciar que las afirmaciones con las mayores brechas son la afirmación 4, del ítem prácticas pedagógicas que se refiere a: “En Su Escuela existen actividades extra programáticas consensuadas con los estudiantes y apoderados” con un valor de -0,56; luego, con un valor idéntico de -0,51 son dos las afirmaciones que se encuentran entre las mayores brechas, una de ellas es la afirmación 6 y 1 del mismo ítem que se refieren a: “En Su Escuela se hace uso constante de biblioteca, textos escolares y otros recursos didácticos” y “En Su Escuela las prácticas pedagógicas son motivadoras e innovadoras”. Por último, la tercera mayor brecha se presenta en la afirmación 2 del ítem liderazgo que se refiere a: “En Su Escuela el director y equipo directivo son capaces de administrar conflictos y resolver problemas” con un valor de -0,50.

Gráfico 4: Análisis de brechas relativas por cada afirmación



Fuente: Elaboración propia.

1.2.5.1. Análisis de las brechas relativas de la dimensión seguridad

Al observar el gráfico se puede deducir que la afirmación 2, que se refiere a: “Los directivos, docentes y asistentes de la educación de Su Escuela tratan a los alumnos y apoderados siempre cortésmente” presenta la mayor brecha negativa de -0,40. Sin embargo, pese al mal resultado, no es la dimensión que requiere mayor atención, ya que no se encuentra entre las más críticas del total de afirmaciones.

1.2.5.2. Análisis de las brechas relativas de la dimensión bienes materiales o tangibles.

En esta dimensión se puede observar que la afirmación 4, que se refiere a: “La mantención de los inmuebles, muebles y equipos de Su Escuela es buena y oportuna”, tiene la mayor brecha correspondiente a -0,43. Sin embargo, pese al mal resultado, no es la dimensión que requiere mayor atención, ya que no se encuentra entre las más críticas del total de afirmaciones.

1.2.5.3. Análisis de las brechas relativas de la dimensión liderazgo

Al observar esta dimensión de calidad, la afirmación 2 que se refiere a: “En Su Escuela el director y equipo directivo son capaces de administrar conflictos y resolver problemas” es la que presenta la mayor brecha negativa, la cual asciende a -0,50. Esta es una de las dimensiones más críticas, ya que una de estas afirmaciones se encuentra entre las 3 peor evaluadas por los usuarios del establecimiento, por lo que requiere mayor atención si se quiere mejorar la calidad del servicio entregado.

1.2.5.4. Análisis de las brechas relativas de la dimensión de gestión del clima organizacional y convivencia

En ésta dimensión, la afirmación 4 que se refiere a: “En Su Escuela existen prácticas para prevenir riesgos y garantizar la seguridad, integridad y salud del conjunto de la comunidad educativa”, es la que posee la mayor brecha negativa con un valor que asciende al -0,47. Sin embargo, pese al mal resultado, no es la dimensión que requiere mayor atención, ya que no se encuentra entre las más críticas del total de afirmaciones.

1.2.5.5. Análisis de las brechas relativas de la dimensión prácticas pedagógicas

Al observar esta dimensión, la afirmación 4, que se refiere a: “En Su Escuela existen actividades extra programáticas consensuadas con los estudiantes y apoderados”, presenta la mayor brecha negativa de todas las afirmaciones contenidas en la encuesta, con un valor de -0,56. A diferencia de la afirmación 7, que se refiere a: “En Su Escuela, las clases perdidas se recuperan”, es la que posee la menor brecha negativa con un valor de -0,06. En general, la dimensión de prácticas pedagógicas, posee las 3 afirmaciones con las mayores brechas negativas, que hacen imperativo trabajar en soluciones que lleven a la mejora integral de la calidad del servicio.

Por lo tanto, se puede afirmar que los usuarios del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel se encuentran insatisfechos en todas las dimensiones y afirmaciones analizadas, obteniendo brechas negativas que identifican como el ítem más crítico a la dimensión prácticas pedagógicas.

1.3. Medición de la calidad del servicio, aplicado a los alumnos del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel

La población usuarios está subdividida en dos grandes grupos: alumnos y apoderados, que se analizaron por separado para determinar las tendencias de cada segmento. En este apartado, se realiza un análisis de la información recabada de los alumnos de la comunidad educativa del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel.

1.3.1. Análisis de las preponderancias de las dimensiones de calidad, según los alumnos del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel

A continuación, se presenta el análisis de la importancia que otorgan a cada dimensión los alumnos del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel.

Tabla 32: Importancia por dimensión

Dimensiones	Media	Desviación estándar
Seguridad	21,95	12,50
Bienes materiales o tangibles	19,42	7,10
Liderazgo	19,45	8,07
Gestión del clima organizacional y convivencia	18,87	9,13
Prácticas pedagógicas	20,32	9,72

Fuente: Elaboración propia.

Como se demuestra en la tabla anterior, los alumnos le otorgan mayor relevancia a la dimensión de seguridad equivalente al 22%. En contraste, al nivel que menos le otorgan importancia es a la dimensión de gestión del clima organizacional y convivencia con un 19%. La diferencia entre la importancia que conceden a las cinco dimensiones varía en un 3%, lo que nos indica que para los alumnos de esta institución, todos los aspectos tienen una importancia similar.

1.3.2. Análisis de las expectativas de la calidad de servicio según los alumnos del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel

En la tabla se muestran los resultados de las expectativas de calidad del servicio educativo de los alumnos, expresados en valores relativos y su respectiva desviación típica por cada dimensión de calidad. Para obtener estos resultados, primero se debió relativizar el

valor absoluto de las expectativas, con el objetivo de asignar la importancia otorgada por los alumnos a cada dimensión del cuestionario aplicado. De esta manera obtenemos resultados más fidedignos que nos permiten generar conclusiones y sugerencias en beneficio del establecimiento.

Tabla 33: Expectativas alumnos en valores relativos

Dimensiones	Media	Desviación estándar
Seguridad	1,35	1,00
Bienes materiales o tangibles	1,17	1,21
Liderazgo	1,21	1,03
Gestión del clima organizacional y convivencia	1,19	0,78
Prácticas pedagógicas	1,24	0,82

Fuente: Elaboración propia.

Es posible observar que al relativizar las expectativas, basadas en la importancia que los alumnos le otorgaron a cada dimensión, se obtuvo como resultado que las dimensiones con mayores expectativas de calidad son las de seguridad y prácticas pedagógicas, con valores de 1,35 y 1,24; respectivamente. En contraste, la de menor expectativa de calidad, con un valor de 1,17; corresponde a la dimensión de bienes materiales o tangibles.

La tabla muestra que en relación a las cinco dimensiones de calidad, la expectativa relativa total es de 6,16, lo que indica que se encuentra en un nivel medio.

1.3.3. Análisis de las percepciones de la calidad de servicio según los alumnos del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel

En la siguiente tabla, se muestran y explican los resultados obtenidos de las percepciones de la calidad del servicio de los alumnos del establecimiento. Estos valores se encuentran expresados en términos relativos, por cada una de las dimensiones de calidad, incluyendo la desviación estándar de las medias obtenidas.

Tabla 34: Percepciones alumnos en valores relativos

Dimensiones	Media	Desviación estándar
Seguridad	1,04	1,26
Bienes materiales o tangibles	0,77	1,27
Liderazgo	0,74	1,43
Gestión del clima organizacional y convivencia	0,74	1,35
Prácticas pedagógicas	0,86	1,38

Fuente: Elaboración propia.

Al observar la tabla de percepciones, se puede apreciar que la dimensión mejor calificada por los alumnos, corresponde a la dimensión de seguridad con una media de 1,04; seguido por la dimensión de prácticas pedagógicas con un promedio de 0,86. Por el contrario, las dimensiones con las peores evaluaciones son la de liderazgo, y gestión del clima organizacional y convivencia, las cuales tienen una media idéntica de 0,74.

De la tabla anterior, se puede calcular que la percepción relativa total es de 4,15; por lo que la calificación se encuentra sobre 4, pero aun así, continúa siendo una evaluación baja.

1.3.4. Análisis de las brechas entre las expectativas y percepciones de los alumnos del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel

A continuación se muestra la tabla de expectativas, percepciones y brechas por dimensión de calidad, en valores relativos de los alumnos del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel.

Tabla 35: Comparación entre expectativas, percepciones y brechas de los alumnos por dimensión de calidad

Dimensiones	Expect. relativas	Percep. relativas	Brechas relativa
Liderazgo	1,21	0,74	-0,47
G. del C.O. y convivencia	1,19	0,74	-0,45
Bienes materiales o tangibles	1,16	0,77	-0,39
Prácticas pedagógicas	1,24	0,86	-0,38
Seguridad	1,35	1,04	-0,31

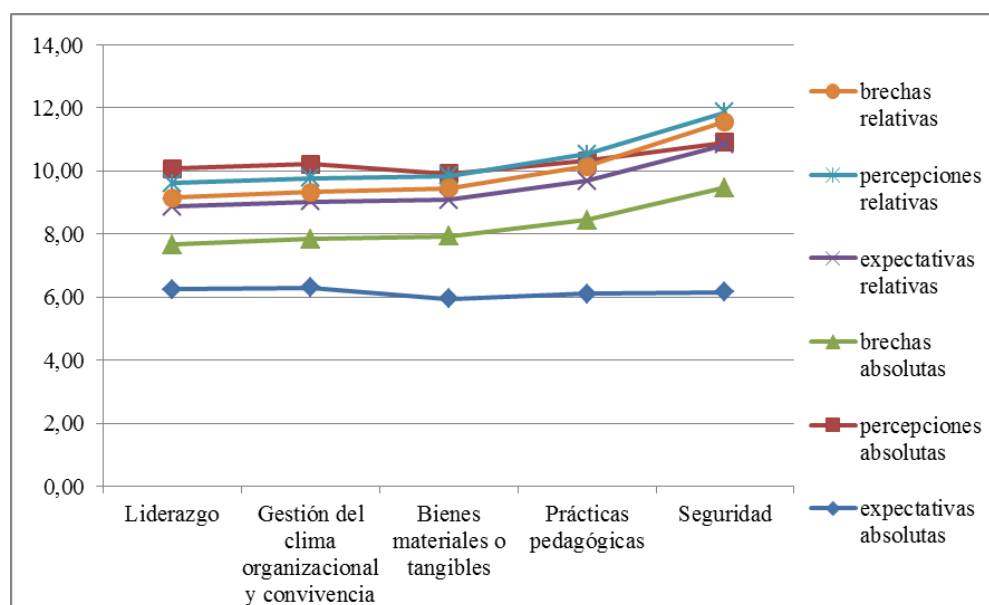
Fuente: Elaboración propia.

Al analizar la tabla, se puede apreciar que las expectativas de los alumnos en todas las dimensiones de calidad superan a las percepciones, lo que da como resultado brechas negativas. La mayor brecha corresponde a la dimensión de liderazgo con un valor -0,47, seguida de la dimensión gestión del clima organizacional y convivencia con un valor -0,45. La dimensión con menor insatisfacción corresponde a seguridad con un valor de -0,31.

Se puede confirmar a través del análisis de brechas, que la dimensión más preocupante es la de liderazgo, por lo tanto requiere mayor atención si se pretende reducir la insatisfacción. Aun así, es necesario atender cada una de las dimensiones, ya que todas las brechas que se obtuvieron son negativas.

A continuación, se presenta el gráfico con el comportamiento de las expectativas, percepciones y brechas, respecto a las dimensiones de la calidad del servicio, según los alumnos del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel.

Gráfico 5: Comportamiento de expectativas, percepciones y brechas de alumnos



Fuente: Elaboración propia.

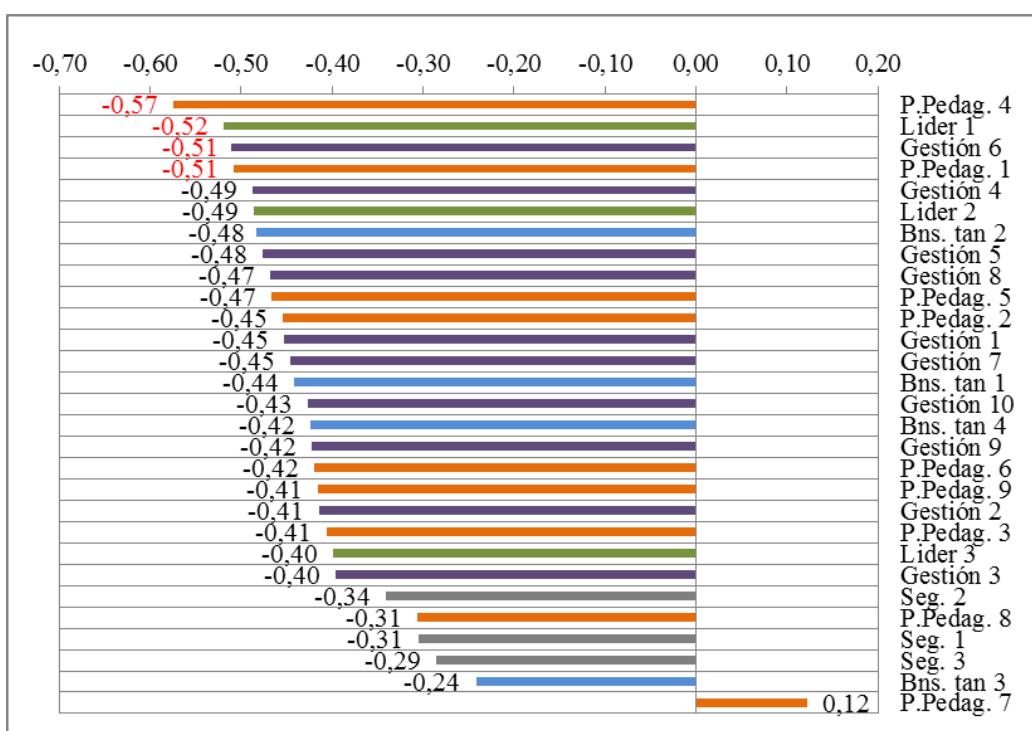
1.3.5. Análisis de brechas por dimensión y afirmación

En este apartado, se presenta un análisis de las brechas relativas por dimensión de calidad, con sus respectivas afirmaciones, con el fin de identificar las brechas más importantes, en las cuales existe mayor insatisfacción por parte de los alumnos.

En el Gráfico 6, se puede apreciar que las afirmaciones con las mayores brechas son la afirmación 4, del ítem prácticas pedagógicas que se refiere a: “En Su Escuela existen actividades extra programáticas consensuadas con los estudiantes y apoderados” con un valor de -0,57; luego le sigue la afirmación 1, del ítem liderazgo que se refiere a: “En Su Escuela el director y el equipo directivo comunican sus puntos de vista con claridad y entienden las perspectivas de la comunidad educativa” con un valor de -0,52. Por último, con un valor idéntico de -0,51, son dos las afirmaciones que se encuentran entre las mayores brechas, una de ellas es la afirmación 6, del ítem gestión del clima organizacional y convivencia que se refiere a: “Cuando un estudiante o apoderado tiene un problema, Su Escuela muestra sincero interés por resolverlo”, y la otra, es la afirmación 1 del ítem prácticas pedagógicas que se refiere a: “En Su Escuela las prácticas pedagógicas son motivadoras e innovadoras”.

Cabe destacar, que la afirmación 7 del ítem prácticas pedagógicas que se refiere a “En Su Escuela, las clases perdidas se recuperan” es la única brecha positiva que se presentó, esto quiere decir que los alumnos se encuentran satisfechos respecto a esta afirmación con un valor de 0,12

Gráfico 6: Análisis de brechas relativas por cada afirmación



Fuente: Elaboración propia.

1.3.5.1. Análisis de las brechas relativas de la dimensión seguridad

Al observar el gráfico se puede deducir que la afirmación 2, que se refiere a: “Los directivos, docentes y asistentes de la educación de Su Escuela tratan a los alumnos y apoderados siempre cortésmente” presenta la mayor brecha negativa de -0,34. Sin embargo, pese al mal resultado, no es la dimensión que requiere mayor atención, ya que no se encuentra entre las más críticas del total de afirmaciones.

1.3.5.2. Análisis de las brechas relativas de la dimensión bienes materiales o tangibles.

En esta dimensión se puede observar que la afirmación 2, que se refiere a: “Las instalaciones físicas de Su Escuela son visualmente atractivas”, tiene la mayor brecha correspondiente a -0,48. Dentro de esta dimensión, la afirmación 3 que se refiere a “La presentación personal de los directivos, docentes y asistentes de la educación de Su Escuela es buena”, es la brecha negativa más pequeña del total de afirmaciones con un valor de -0,24.

1.3.5.3. Análisis de las brechas relativas de la dimensión liderazgo

Al observar esta dimensión de calidad, dos de las afirmaciones de este ítem tienen puntuaciones similares, pero la 1 que se refiere a: “En Su Escuela el director y equipo directivo comunican sus puntos de vista con claridad y entienden las perspectivas de la comunidad escolar” es la que presenta la mayor brecha negativa, la cual asciende a -0,52; seguido por la afirmación 2, con un valor de -0,49, que se refiere a: “En Su Escuela el director y equipo directivo son capaces de administrar conflictos y resolver problemas”. Esta dimensión solo comprende 3 afirmaciones, convirtiéndola en una de las dimensiones peor evaluadas por los alumnos del establecimiento, por lo que requiere mayor atención si se quiere mejorar la calidad del servicio entregado.

1.3.5.4. Análisis de las brechas relativas de la dimensión de gestión del clima organizacional y convivencia

En ésta dimensión, la afirmación 6 que se refiere a: “Cuando un estudiante o apoderado tiene un problema, Su Escuela muestra sincero interés por resolverlo”, es la que

posee la mayor brecha negativa con un valor que asciende al -0,51. Esta es una de las dimensiones más críticas, ya que una de estas afirmaciones se encuentra entre las 3 peor evaluadas por los alumnos del establecimiento, por lo que requiere mayor atención si se quiere mejorar la calidad del servicio entregado.

1.3.5.5. Análisis de las brechas relativas de la dimensión prácticas pedagógicas

Al observar esta dimensión, la afirmación 4, que se refiere a: “En Su Escuela existen actividades extra programáticas consensuadas con los estudiantes y apoderados”, presenta la mayor brecha negativa de todas las afirmaciones contenidas en la encuesta, con un valor de -0,57. A diferencia de la afirmación 7 que se refiere a: “En Su Escuela, las clases perdidas se recuperan”, es la única afirmación que presenta una brecha positiva, esto quiere decir que los alumnos se encuentran satisfechos respecto a esta afirmación con un valor de 0,12. Esta dimensión se encuentra en situación crítica, ya que dos de estas afirmaciones se encuentran entre las 3 peor evaluadas por los alumnos del establecimiento, por lo que requiere mayor atención si se quiere mejorar la calidad del servicio entregado.

Por lo tanto, se puede afirmar que los alumnos se encuentran insatisfechos en todas las dimensiones estudiadas. Sin embargo, presentan una brecha positiva, en una de las afirmaciones contenidas en el cuestionario, por lo que ese aspecto está satisfecho según la percepción de los alumnos. Las demás afirmaciones arrojan todas brechas negativas, por lo que se hace necesario trabajar en soluciones que logren la mejora de la calidad del servicio entregado por el Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel.

1.4. Medición de la calidad del servicio, aplicado a los padres y apoderados del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel

Como ya se mencionó, la población usuarios está subdividida en dos grandes grupos: alumnos y apoderados. En esta parte de la investigación, se muestran los resultados obtenidos de la medición de la calidad del servicio educativo, de los padres y apoderados del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel, de la ciudad de Yumbel.

1.4.1. Análisis de las preponderancias de las dimensiones de calidad según padres y apoderados del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel

A continuación, se muestra el análisis de la importancia que otorgan a cada dimensión los padres y apoderados del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel.

Tabla 36: Importancia por dimensión

Dimensiones	Media	Desviación estándar
Seguridad	21,67	6,24
Bienes materiales o tangibles	18,62	5,24
Liderazgo	20,09	6,59
Gestión del clima organizacional y convivencia	17,98	7,03
Prácticas pedagógicas	21,64	7,57

Fuente: Elaboración propia.

Como se muestra en la tabla anterior, los padres y apoderados le otorgan mayor relevancia a la dimensión de seguridad equivalente al 22%. En contraste, al nivel que menos le otorgan importancia es a la dimensión de gestión del clima organizacional y convivencia con un 18%. La diferencia entre la importancia que conceden a las cinco dimensiones varía en un 4%, lo que nos indica que para los padres y apoderados de esta institución, todos los aspectos tienen una importancia similar.

1.4.2. Análisis de las expectativas de la calidad de servicio según los padres y apoderados del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel

En la siguiente tabla, se muestran los resultados de las expectativas de calidad del servicio de los padres y apoderados, expresados en valores relativos y su respectiva desviación estándar por cada dimensión de calidad.

Tabla 37: Expectativas de padres y apoderados en valores relativos

Dimensiones	Media	Desviación estándar
Seguridad	1,42	0,79
Bienes materiales o tangibles	1,20	0,73
Liderazgo	1,33	0,67
Gestión del clima organizacional y convivencia	1,16	0,74
Prácticas pedagógicas	1,42	0,69

Fuente: Elaboración propia.

Es posible observar que al relativizar las expectativas, basadas en la importancia que los padres y apoderados le otorgaron a cada dimensión, se obtuvo como resultado que las dimensiones con mayores expectativas de calidad son las de seguridad y prácticas pedagógicas, ambas evaluadas con el valor de 1,42. En contraste, la de menor expectativa de calidad, con un valor de 1,16; corresponde a la dimensión de gestión del clima organizacional y convivencia.

La tabla muestra, que en relación a las cinco dimensiones de calidad, la expectativa relativa total es de 6,53, lo que indica que se encuentra en un nivel medio-alto.

1.4.3. Análisis de las percepciones de la calidad de servicio según los padres y apoderados del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel

En la siguiente tabla, se muestran los resultados obtenidos de las percepciones de la calidad del servicio de los padres y apoderados del establecimiento. Estos valores se encuentran expresados en términos relativos, por cada una de las dimensiones de calidad, incluyendo la desviación estándar de las medias obtenidas.

Tabla 38: Percepciones padres y apoderados en valores relativos

Dimensiones	Media	Desviación estándar
Seguridad	1,01	1,14
Bienes materiales o tangibles	0,83	1,94
Liderazgo	0,85	1,80
Gestión del clima organizacional y convivencia	0,79	1,44
Prácticas pedagógicas	0,94	1,67

Fuente: Elaboración propia.

Al observar la tabla, se puede apreciar que la dimensión mejor calificada por los padres y apoderados, corresponde a la dimensión de seguridad con una media de 1,01; seguido por la dimensión de prácticas pedagógicas con un promedio de 0,94. Por el contrario, la dimensión con la peor evaluación es la de gestión del clima organizacional y convivencia, la cual tiene una media del 0,79.

De la tabla anterior, se puede calcular que la percepción relativa total es de 4,42; pero pese a que la calificación se encuentra sobre el 4, continúa siendo una evaluación baja.

1.4.4. Análisis de las brechas entre las expectativas y percepciones de los padres y apoderados del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel

A continuación se muestra la tabla de expectativas, percepciones y brechas por dimensión de calidad, en valores relativos de los padres y apoderados del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel.

Tabla 39: Comparación entre expectativas, percepciones y brechas de los padres y apoderados por dimensión de calidad

Dimensiones	Expect. relativa	Percep. relativas	Brecha relativa
P. pedagógicas	1,42	0,94	-0,48
Liderazgo	1,33	0,85	-0,48
Seguridad	1,42	1,01	-0,41
G. del C.O. y convivencia	1,16	0,79	-0,37
Bns. tangibles	1,20	0,83	-0,37

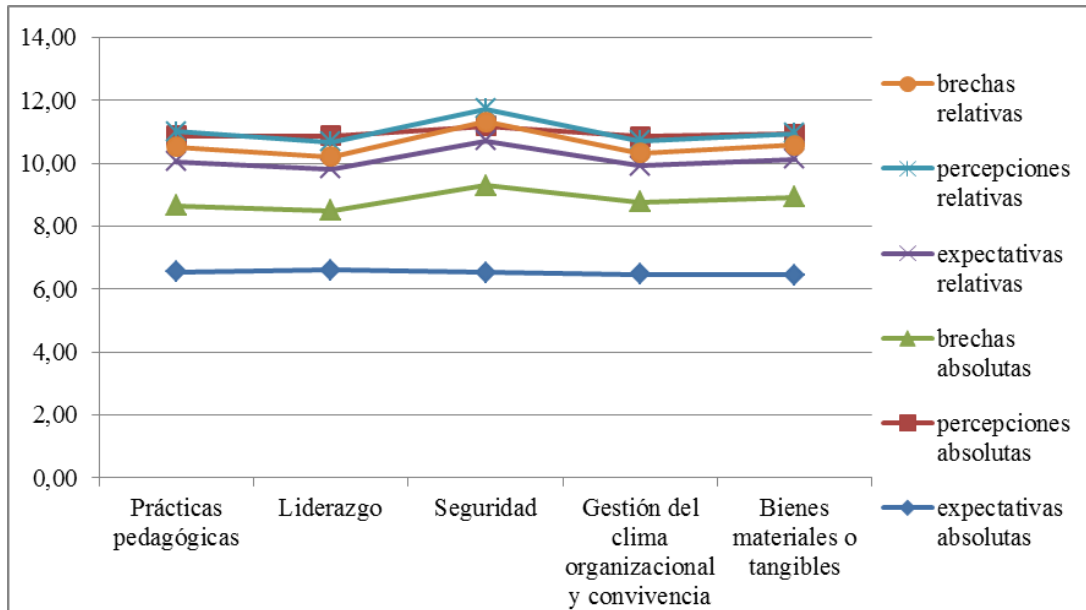
Fuente: Elaboración propia.

Al analizar la tabla en valores relativos, se puede apreciar que las expectativas de los padres y apoderados en todas las dimensiones de calidad superan a las percepciones, lo que da como resultado brechas negativas. Las mayores brechas corresponden a la dimensión de prácticas pedagógicas y el ítem liderazgo, con un valor idéntico de -0,48. En contraste, las dimensiones con menor insatisfacción corresponden a gestión del clima organizacional y convivencia y el ítem bienes materiales o tangibles, con un valor idéntico de -0,37.

Se puede confirmar a través del análisis de brechas que la dimensión más preocupante es la de prácticas pedagógicas, por lo tanto requiere mayor atención si se pretende reducir la insatisfacción. Aun así, es necesario atender cada una de las dimensiones, ya que todas las brechas que se obtuvieron son negativas.

A continuación, se presenta el gráfico con el comportamiento de las expectativas, percepciones y brechas, respecto a las dimensiones de la calidad del servicio, según los padres y apoderados del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel.

Gráfico 7: Comportamiento de expectativas, percepciones y brechas de padres y apoderados



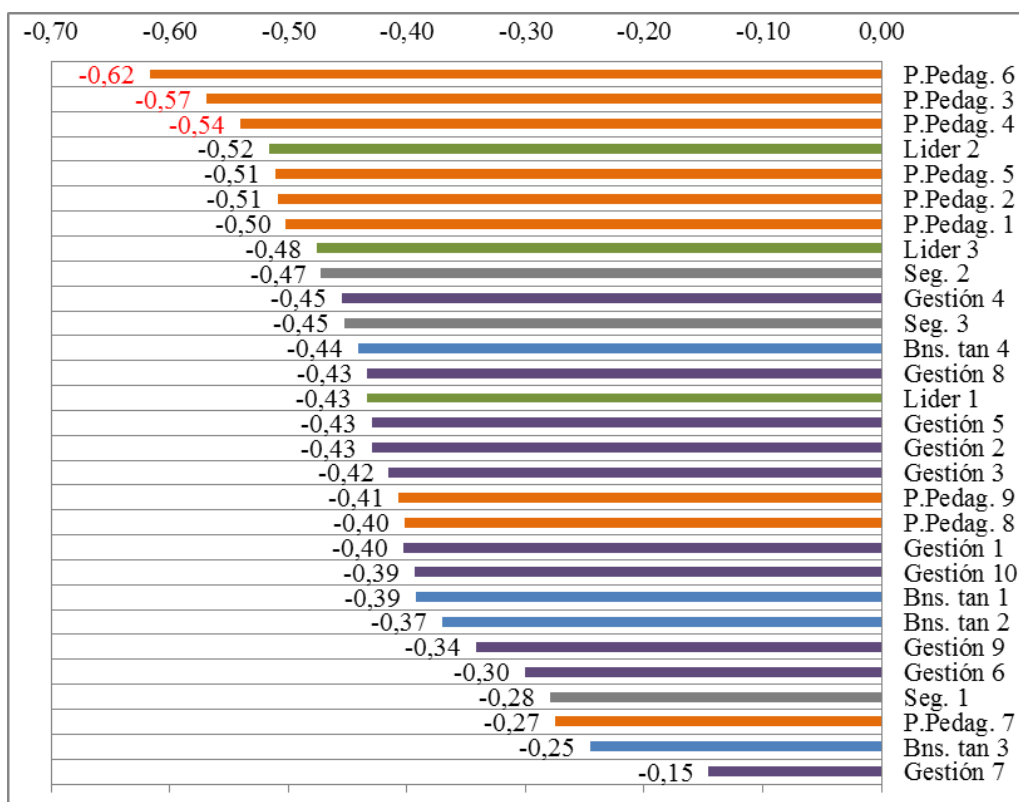
Fuente: Elaboración propia.

1.4.5. Análisis de brechas por dimensión y afirmación

En este apartado, se presenta un análisis de las brechas relativas por dimensión de calidad, con sus respectivas afirmaciones, con el fin identificar las brechas más importantes, en las cuales existe mayor insatisfacción por parte de los padres y apoderados.

En el Gráfico 8, se puede apreciar que las afirmaciones con las mayores brechas son la afirmación 6, del ítem prácticas pedagógicas, que se refiere a: “En Su Escuela se hace uso constante de biblioteca, textos escolares y otros recursos didácticos”, es la que presenta la mayor brecha negativa de todas las afirmaciones contenidas en la encuesta, con un valor de -0,62; luego le sigue la afirmación 3, del mismo ítem que se refiere a: “En Su Escuela las notas reflejan lo que realmente aprenden los estudiantes” con un valor de -0,57. Por último, con un valor de -0,54, la afirmación 4 del mismo ítem que se refiere a: “En Su Escuela existen actividades extra programáticas consensuadas con los estudiantes y apoderados” es la tercera brecha más importante de las afirmaciones del cuestionario.

Gráfico 8: Análisis de brechas relativas por cada afirmación



Fuente: Elaboración propia.

1.4.5.1. Análisis de las brechas relativas de la dimensión seguridad

Al observar el gráfico, se puede deducir que la afirmación 2, que se refiere a: “Los directivos, docentes y asistentes de la educación de Su Escuela tratan a los alumnos y apoderados siempre cortésmente” presenta la mayor brecha negativa de -0,47. Sin embargo, pese al mal resultado, no es la dimensión que requiere mayor atención, ya que no se encuentra entre las más críticas del total de afirmaciones.

1.4.5.2. Análisis de las brechas relativas de la dimensión bienes materiales o tangibles

En esta dimensión se puede observar que la afirmación 4, que se refiere a: “La mantención de los inmuebles, muebles y equipos de Su Escuela es buena y oportuna”, tiene la mayor brecha correspondiente a -0,44. Sin embargo, pese al mal resultado, no es la dimensión que requiere mayor atención, ya que no se encuentra entre las más críticas del total de afirmaciones.

1.4.5.3. Análisis de las brechas relativas de la dimensión liderazgo

Al observar esta dimensión, la afirmación 2 que se refiere a: “En Su Escuela el director y equipo directivo son capaces de administrar conflictos y resolver problemas” es la que presenta la mayor brecha negativa, la cual asciende a -0,52. En general, esta dimensión no presenta las brechas más importantes del total de afirmaciones presentes en el cuestionario aplicado a los padres y apoderados, sin embargo es una dimensión preocupante, ya que su valor se encuentra muy cercano a las brechas más críticas.

1.4.5.4. Análisis de las brechas relativas de la dimensión gestión de clima organizacional y convivencia

En ésta dimensión, la afirmación 4 que se refiere a: “En Su Escuela existen prácticas para prevenir riesgos y garantizar la seguridad, integridad y salud del conjunto de la comunidad educativa”, es la que posee la mayor brecha negativa con un valor que asciende al -0,45. La afirmación 7 que se refiere a: “Los directivos, docentes y asistentes de la educación de Su Escuela siempre se muestran dispuestos a ayudar a los estudiantes y apoderados”, es la afirmación que posee la menor brecha negativa, del total de afirmaciones del cuestionario aplicado a padres y apoderados, con un valor de -0,13. Pese al mal resultado, no es la dimensión que requiere mayor atención, ya que no se encuentra entre las más críticas del total de afirmaciones presentes en el instrumento aplicado a los padres y apoderados.

1.4.5.5. Análisis de las brechas relativas de la dimensión prácticas pedagógicas

Al observar esta dimensión, la afirmación 6, que se refiere a: “En Su Escuela se hace uso constante de biblioteca, textos escolares y otros recursos didácticos”, presenta la mayor brecha negativa de todas las afirmaciones contenidas en la encuesta, con un valor de -0,62. Las afirmaciones 3, 4 y 6, de esta dimensión, son las que presentan las mayores brechas negativas del cuestionario, lo que convierte a la dimensión prácticas pedagógicas en la peor evaluada por los padres y apoderados, y hace imperativo trabajar en soluciones que lleven a la mejora integral de la calidad del servicio.

Por lo tanto, se puede afirmar que los padres y apoderados se encuentran insatisfechos en todas las dimensiones y afirmaciones estudiadas, ya que todas arrojan resultados negativos, lo que indica que las expectativas son superiores a las percepciones que los padres y apoderados tienen del servicio entregado por la institución.

1.4.6. Comparación de expectativas, percepciones y brechas entre los estamentos de usuarios del Liceo Técnico Profesional Gonzalo Guglielmi Montiel

A continuación, se presenta un resumen de las expectativas, percepciones, importancia y brechas de los alumnos, padres o apoderados y usuarios del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel.

Tabla 40: Comparación entre estamentos de usuarios

	Alumnos	Apoderados	Usuarios
Expectativas			
-Seguridad	6,16	6,53	6,33
-Bienes materiales o tangibles	6,02	6,46	6,23
-Liderazgo	6,24	6,62	6,42
-Gestión del C.O. y convivencia	6,30	6,46	6,38
-Prácticas pedagógicas	6,10	6,55	6,31
Percepciones			
-Seguridad	4,74	4,65	4,71
-Bienes materiales o tangibles	3,98	4,46	4,23
-Liderazgo	3,83	4,25	4,03
-Gestión del C.O. y convivencia	3,92	4,38	4,14
-Prácticas pedagógicas	4,22	4,32	4,27
Importancia			
-Seguridad	21,95	21,67	21,81
-Bienes materiales o tangibles	19,42	18,62	19,04
-Liderazgo	19,45	20,09	19,75
-Gestión del C.O. y convivencia	18,87	17,98	18,45
-Prácticas pedagógicas	20,32	21,64	20,95
Brecha Relativa			
-Seguridad	-0,31	-0,41	-0,35
-Bienes materiales o tangibles	-0,39	-0,37	-0,38
-Liderazgo	-0,47	-0,48	-0,47
-Gestión del C.O. y convivencia	-0,45	-0,37	-0,41
-Prácticas pedagógicas	-0,38	-0,48	-0,43

Fuente: Elaboración propia.

De la tabla anterior, se puede mencionar que tanto para apoderados y usuarios, la dimensión con mayor expectativa es la de liderazgo. Mientras que para los alumnos, el ítem con mayor expectativa es el de gestión del clima organizacional y convivencia. En contraste, alumnos, padres o apoderados y usuarios coinciden en que la dimensión con la menor expectativa es la de bienes materiales o tangibles.

Respecto a las percepciones, tanto alumnos, apoderados y usuarios coinciden en que la dimensión con mayor percepción de la calidad es seguridad, y que el ítem con menor percepción es el de liderazgo.

Otro aspecto importante de destacar, es que los resultados obtenidos de alumnos y apoderados, es idéntico, a la importancia que le conceden a cada una de las dimensiones los usuarios del Liceo Técnico Profesional Gonzalo Guglielmi Montiel.

Otra similitud entre los resultados obtenidos entre alumnos, padres o apoderados y usuarios, es que la dimensión con la mayor brecha relativa se presenta en el ítem liderazgo.

1.4.7. Comparación de brechas por afirmación entre los estamentos de usuarios del Liceo Técnico Profesional Gonzalo Guglielmi Montiel

En este apartado, se presenta un resumen de las brechas por afirmación de los alumnos, padres o apoderados y usuarios del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel.

Para realizar dicho resumen, se consideraron todas aquellas brechas que superaban la media del estamento usuarios, o sea los valores superiores a -0,41.

Tabla 41: Comparación de brechas por afirmación entre estamentos de usuarios

Alumnos	Apoderados	Usuarios
P. Pedagógicas 4 (-0,57)	P. Pedagógicas 6 (-0,62)	P. Pedagógicas 4 (-0,56)
Liderazgo 1 (-0,52)	P. Pedagógicas 3 (-0,57)	P. Pedagógicas 6 (-0,51)
G. del C.O 6 (-0,51)	P. Pedagógicas 4 (-0,54)	P. Pedagógicas 1 (-0,51)
P. Pedagógicas 1 (-0,51)	Liderazgo 2 (-0,52)	Liderazgo 2 (-0,50)
G. del C.O 4 (-0,49)	P. Pedagógicas 5 (-0,51)	P. Pedagógicas 5 (-0,49)
Liderazgo 2 (-0,49)	P. Pedagógicas 2 (-0,51)	P. Pedagógicas 3 (-0,48)
Bns. tangibles 2 (-0,48)	P. Pedagógicas 1 (-0,50)	P. Pedagógicas 2 (-0,48)
G. del C.O 5 (-0,48)	Liderazgo 3 (-0,48)	Liderazgo 1 (-0,48)
G. del C.O 8 (-0,47)	Seguridad 2 (-0,47)	G. del C.O 4 (-0,47)
P. Pedagógicas 5 (-0,47)	G. del C.O 4 (-0,45)	G. del C.O 5 (-0,45)
P. Pedagógicas 2 (-0,45)	Seguridad 3 (-0,45)	G. del C.O 8 (-0,45)
G. del C.O 1 (-0,45)	Bns. tangibles 4 (-0,44)	Liderazgo 3 (-0,44)
G. del C.O 7 (-0,45)	G. del C.O 8 (-0,43)	Bns. tangibles 4 (-0,43)
Bns. tangibles 1 (-0,44)	Liderazgo 1 (-0,43)	Bns. tangibles 2 (-0,43)
G. del C.O 10 (-0,43)	G. del C.O 5 (-0,43)	G. del C.O 1 (-0,43)
Bns. tangibles 4 (-0,42)	G. del C.O 2 (-0,43)	G. del C.O 2 (-0,42)
G. del C.O 9 (-0,42)	G. del C.O 3 (-0,42)	Bns. tangibles 1 (-0,42)
P. Pedagógicas 6 (-0,42)	-	-

Fuente: Elaboración propia.

De la tabla anterior, se puede destacar que las afirmaciones con las mayores brechas son la afirmación 4 de la dimensión prácticas pedagógicas que se refiere a: “En Su

Escuela existen actividades extra programáticas consensuadas con los estudiantes y apoderados”. Otra afirmación que posee una brecha importante para todos los estamentos de usuarios, es la afirmación 6 de la dimensión prácticas pedagógicas que se refiere a: “En Su Escuela se hace uso constante de biblioteca, textos escolares y otro recursos didácticos”. Una tercera afirmación que resalta es la afirmación 1, del ítem liderazgo que se refiere a: “En Su Escuela el director y equipo directivo comunican sus puntos de vista con claridad y entienden las perspectivas de la comunidad escolar”. También, destaca la afirmación 1 del ítem prácticas pedagógicas, que se refiere a: “En Su Escuela las prácticas pedagógicas son motivadores e innovadoras”. Por último, la afirmación 2 de la dimensión de liderazgo, se hace presente en todos los estamentos de usuarios, y se refiere a: “En Su Escuela el director y equipo directivo son capaces de administrar conflictos y resolver problemas”.

Todas las dimensiones, son mencionadas dentro de las afirmaciones con las mayores brechas, pero sin dudas las que más destacan son la dimensión de prácticas pedagógicas y liderazgo. Lo anterior, hace necesario que se trabaje en soluciones que logren la mejora de la calidad del servicio entregado por el Liceo Técnico Profesional Gonzalo Guglielmi Montiel.

1.5. Medición de la calidad del servicio, aplicado a los funcionarios del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel

En esta parte de la investigación, se muestran los resultados obtenidos de la medición de la calidad del servicio educativo, de los funcionarios del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel, de la ciudad de Yumbel.

1.5.1. Análisis de las preponderancias de las dimensiones de calidad según funcionarios del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel

A continuación, se muestra el análisis de la importancia que otorgan a cada dimensión los funcionarios del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel.

Tabla 42: Importancia por dimensión

Dimensiones	Media	Desviación estándar
Seguridad	14,75	7,39
Bienes materiales o tangibles	20,83	6,65
Liderazgo	20,08	11,84
Gestión del clima organizacional y convivencia	17,17	8,51
Prácticas pedagógicas	27,17	11,73

Fuente: Elaboración propia.

Como se muestra en la tabla anterior, los funcionarios le otorgan mayor relevancia a la dimensión de prácticas pedagógicas equivalente al 27%. En contraste, al nivel que menos le otorgan importancia es a la dimensión de seguridad con un 15%.

La diferencia entre la importancia que conceden a las cinco dimensiones varía en un 12%, lo que nos indica que para los funcionarios de esta institución, existen diferencias considerables en el grado de importancia que le otorgan a cada dimensión.

1.5.2. Análisis de las expectativas de la calidad de servicio según los funcionarios del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel

En la siguiente tabla se muestra los resultados de las expectativas de calidad del servicio de los funcionarios, expresados en valores absolutos y su respectiva desviación estándar por cada dimensión de calidad.

Tabla 43: Expectativas funcionarios en valores absolutos

Dimensiones	Media	Desviación estándar
Seguridad	6,60	0,49
Bienes materiales o tangibles	6,41	0,68
Liderazgo	6,88	0,31
Gestión del clima organizacional y convivencia	6,70	0,36
Prácticas pedagógicas	6,68	0,34

Fuente: Elaboración propia.

Al analizar la tabla, se puede afirmar que la dimensión con mayor expectativa, según los funcionarios, corresponde a la dimensión de liderazgo con una media que asciende al 6,88; seguida por el ítem de gestión del clima organizacional con un promedio

de 6,70. En contraste, la dimensión con menor expectativa corresponde a bienes materiales o tangibles con una media de 6,41.

A continuación, se relativiza el valor absoluto de las expectativas de la calidad del servicio, con el objetivo de asignar la importancia otorgada por los funcionarios a cada dimensión del cuestionario aplicado. De esta manera, obtenemos resultados más fidedignos que nos permiten generar conclusiones y sugerencias en beneficio del establecimiento.

En la siguiente tabla se muestran los resultados de las expectativas expresados en valores relativos y su respectiva desviación estándar por cada dimensión de calidad.

Tabla 44: Expectativas funcionarios en valores relativos

Dimensiones	Media	Desviación estándar
Seguridad	0,97	0,49
Bienes materiales o tangibles	1,34	0,68
Liderazgo	1,38	0,31
Gestión del clima organizacional y convivencia	1,15	0,36
Prácticas pedagógicas	1,82	0,34

Fuente: Elaboración propia.

Es posible observar que al relativizar las expectativas, basadas en la importancia que los funcionarios le otorgaron a cada dimensión, se obtuvo como resultado que la dimensión con mayor expectativa de calidad es la de prácticas pedagógicas, evaluada con el valor de 1,82. En contraste, la de menor expectativa de calidad, con un valor de 0,97; corresponde a la dimensión de seguridad.

La tabla muestra que en relación a las cinco dimensiones de calidad, la expectativa relativa total es de 6,66, lo que indica que se encuentra en un nivel medio-alto.

A modo de resumen, se recogen todos los datos obtenidos anteriormente, con el objetivo de comparar las expectativas de la calidad del servicio en valores absolutos y relativos, desde el punto de vista de los funcionarios del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel.

Tabla 45: Comparación de expectativas en términos absolutos y relativos de funcionarios

Importancia dimensión	Promedio	Expectativa absoluta	Valor	Expectativa relativa	Valor
P. pedagógicas	27,2	Liderazgo	6,88	P. pedagógicas	1,82
Bns. tangibles	20,8	G. del C.O. y convivencia	6,70	Liderazgo	1,38
Liderazgo	20,1	P. pedagógicas	6,68	Bns. tangibles	1,34
G. del C.O. y convivencia	17,2	Seguridad	6,60	G. del C.O. y convivencia	1,15
Seguridad	14,8	Bns. tangibles	6,41	Seguridad	0,97

Fuente: Elaboración propia.

Al observar la tabla, se puede concluir que la dimensión de prácticas pedagógicas, en cuanto al grado de importancia y expectativa relativa se encuentra en primer lugar. Sin embargo, baja dos niveles en el valor de expectativa absoluta posicionándose en el tercer lugar.

También, es posible observar que la dimensión seguridad se ubica en la última posición según grado de importancia y expectativas relativas, pero asciende un nivel, quedando en cuarto lugar al ser relativizar la dimensión en cuanto a las expectativas de los funcionarios.

En general, se puede observar que la importancia concedida a cada dimensión afecta la calificación absoluta, modificando el orden de los aspectos que los funcionarios tienen presente al momento de evaluar la calidad del servicio educativo que ofrece esta institución.

1.5.3. Análisis de las percepciones de la calidad de servicio según los funcionarios del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel

En la siguiente tabla, se muestran y explican los resultados obtenidos de las percepciones de la calidad del servicio de los funcionarios del establecimiento. Estos valores se encuentran expresados en términos absolutos, por cada una de las dimensiones de calidad, incluyendo la desviación estándar de las medias obtenidas.

Tabla 46: Percepciones funcionarios en valores absolutos

Dimensiones	Media	Desviación estándar
Seguridad	5,03	0,92
Bienes materiales o tangibles	4,13	0,98
Liderazgo	4,41	1,06
Gestión del clima organizacional y convivencia	4,42	0,80
Prácticas pedagógicas	4,37	0,99

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla anterior, se puede apreciar que los valores se encuentran concentrados entre 4,13 y 5,03. Los resultados nos indican que las percepciones están en un nivel intermedio-bajo, ya que la mayoría de los resultados, a excepción de la dimensión seguridad, no alcanzan la calificación de 5.

En el análisis de las percepciones en valores absolutos, se puede apreciar que el ítem seguridad, obtiene el promedio más alto asignado por los funcionarios, con 5,03. Luego, lo sigue la dimensión de gestión del clima organizacional y convivencia con una calificación de 4,42. Finalmente, la peor evaluada es la dimensión de bienes materiales o tangibles con una evaluación de 4,13.

A continuación, se relativiza el valor absoluto de las percepciones de la calidad del servicio, con el objetivo de asignar la importancia otorgada por los funcionarios a cada dimensión del cuestionario aplicado.

En la siguiente tabla, se muestran los resultados de las percepciones de calidad del servicio brindado a los funcionarios del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel, expresados en valores relativos y su respectiva desviación estándar por cada dimensión de calidad.

Tabla 47: Percepciones funcionarios en valores relativos

Dimensiones	Media	Desviación estándar
Seguridad	0,74	0,92
Bienes materiales o tangibles	0,86	0,98
Liderazgo	0,89	1,06
Gestión del clima organizacional y convivencia	0,76	0,80
Prácticas pedagógicas	1,19	0,99

Fuente: Elaboración propia.

Al observar la tabla, se puede apreciar que la dimensión mejor calificada por los funcionarios, corresponde a la dimensión de prácticas pedagógicas con una media de 1,19; seguido por la dimensión de liderazgo con un promedio de 0,89. Por el contrario, la dimensión con la peor evaluación es la de seguridad, la cual tiene una media del 0,74.

De la tabla anterior, se puede calcular que la percepción relativa total es de 4,44; y pese a que la calificación se encuentra sobre el 4, continúa siendo una evaluación baja.

A continuación, se muestra una tabla comparativa, que permite observar los valores relativos y absolutos obtenidos, tras la aplicación de los cuestionarios a los funcionarios del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel.

Tabla 48: Comparación de percepciones en términos absolutos y relativos de funcionarios

Importancia dimensión	Promedio	Percepción absoluta	Valor	Percepción relativa	Valor
P. pedagógicas	27,2	Seguridad	5,03	P. pedagógicas	1,19
Bns. tangibles	20,8	G. del C.O. y convivencia	4,42	Liderazgo	0,89
Liderazgo	20,1	Liderazgo	4,41	Bns. tangibles	0,86
G. del C.O. y convivencia	17,2	P. pedagógicas	4,37	G. del C.O. y convivencia	0,76
Seguridad	14,8	Bns. tangibles	4,13	Seguridad	0,74

Fuente: Elaboración propia.

Al observar las cinco dimensiones se puede concluir, que prácticas pedagógicas mantiene en primer lugar, tanto en el grado de importancia como en valores relativos. Sin embargo, en las percepciones absolutas el ítem bajó tres puestos situándose en el cuarto lugar.

En quinto lugar, se sitúa la dimensión de seguridad, tanto en importancia como en valor relativo; mientras que en valor absoluto asciende cuatro puestos situándose en primer lugar, siendo reemplazada por la dimensión bienes materiales y tangibles, como la percepción absoluta con menor evaluación por parte de los funcionarios.

Al observar todas las dimensiones en valores relativos, se puede concluir que las dimensiones de prácticas pedagógicas y liderazgo son las mejor percibidas por los funcionarios, mientras que el ítem de seguridad es la peor percibida.

1.5.4. Análisis de las brechas entre las expectativas y percepciones de los funcionarios del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel

A continuación se muestra la tabla de expectativas, percepciones y brechas por dimensión de calidad, en valores absolutos y relativos de los funcionarios del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel.

Tabla 49: Comparación entre expectativas, percepciones y brechas de los funcionarios por dimensión de calidad

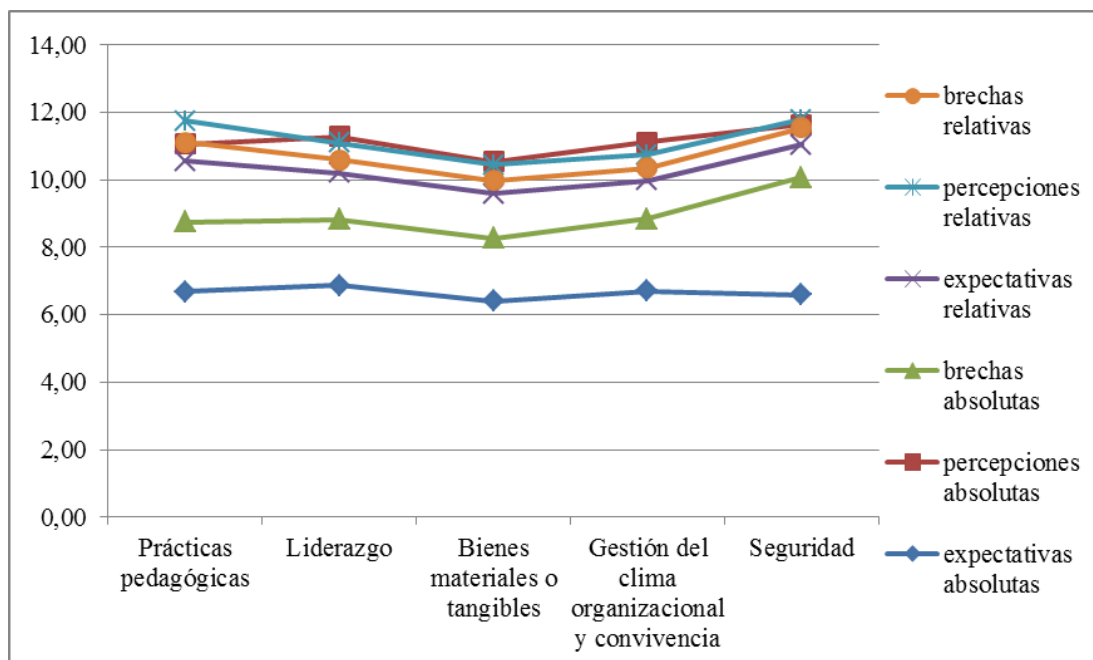
Dimensiones	Expect. absoluta	Percep. absolutas	Brechas absolutas	Expect. relativa	Percep. relativas	Brecha relativa
P. pedagógicas	6,68	4,37	-2,31	1,82	1,19	-0,63
Liderazgo	6,88	4,41	-2,47	1,38	0,89	-0,50
Bns. tangibles	6,41	4,13	-2,28	1,34	0,86	-0,47
G. del C. O. y convivencia	6,70	4,42	-2,28	1,15	0,76	-0,39
Seguridad	6,60	5,03	-1,57	0,97	0,74	-0,23

Fuente: Elaboración propia.

Al analizar la tabla en valores relativos, se puede apreciar que las expectativas de los funcionarios en todas las dimensiones de calidad superan a las percepciones, lo que da como resultado brechas negativas. La mayor brecha corresponde a la dimensión de prácticas pedagógicas con un valor -0,63, seguida de la dimensión de liderazgo, con un valor de -0,50. La dimensión con menor insatisfacción corresponde a seguridad con un valor de -0,23. Sin embargo, todas las dimensiones arrojan brechas negativas, por lo que no debe descuidarse ninguno de los ítems en estudio.

A continuación, se presenta el gráfico con el comportamiento de las expectativas, percepciones y brechas, respecto a las dimensiones de la calidad del servicio, según los funcionarios del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel.

Gráfico 9: Comportamiento de expectativas, percepciones y brechas de funcionarios



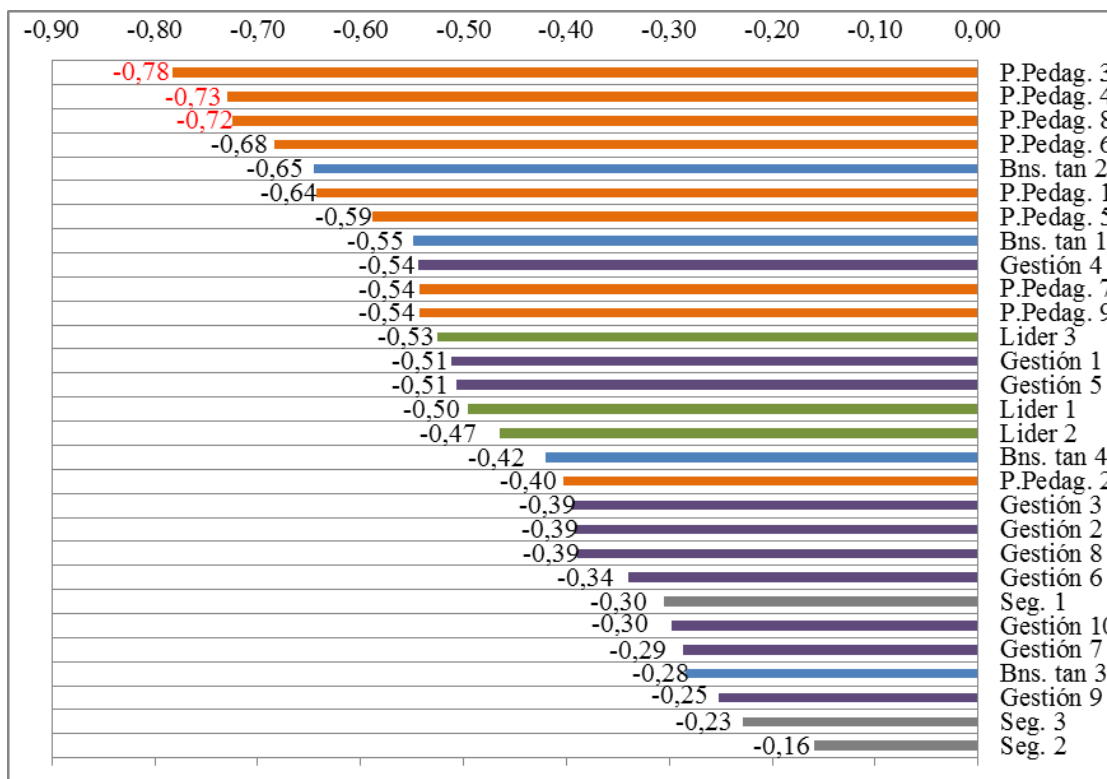
Fuente: Elaboración propia.

1.5.5. Análisis de brechas por dimensión y afirmación

En este apartado, se presenta un análisis de las brechas relativas por dimensión de calidad, con sus respectivas afirmaciones, con el fin de realizar un análisis exhaustivo, y así, identificar las brechas más importantes, en las cuales existe mayor insatisfacción por parte de los funcionarios.

En el Gráfico 10, se puede apreciar que las afirmaciones con las mayores brechas son la afirmación 3, del ítem prácticas pedagógicas, que se refiere a: “En Su Escuela las notas reflejan lo que realmente aprenden los estudiantes”, presenta la mayor brecha negativa de todas las afirmaciones contenidas en la encuesta, con un valor de -0,78; luego le sigue la afirmación 4, del mismo ítem que se refiere a: “En Su Escuela existen actividades extra programáticas consensuadas con los estudiantes y apoderados” con un valor de -0,73. Por último, con un valor de -0,72, la afirmación 8 del mismo ítem que se refiere a: “En Su Escuela se controla el tiempo efectivo de trabajo en aula” es la tercera brecha más importante de las afirmaciones del cuestionario.

Gráfico 10: Análisis de brechas relativas por cada afirmación



Fuente: Elaboración propia.

1.5.5.1. Análisis de las brechas relativas de la dimensión seguridad

Al observar el gráfico se puede deducir que la afirmación 1, que se refiere a: “El comportamiento de los directivos, docentes y asistentes de la educación de Su Escuela inspira confianza” presenta la mayor brecha negativa de -0,30. En contraste, se observa que la afirmación 2, que se refiere a: “Los directivos, docentes y asistentes de la educación de Su Escuela tratan a los estudiantes y apoderados siempre cortésmente” es la brecha negativa más pequeña del total de afirmaciones, del cuestionario aplicado a los funcionarios, con un valor de -0,16.

Con los análisis recientemente realizados, se puede concluir que la dimensión seguridad pese a arrojar brechas negativas, no se encuentra entre las más críticas, según los datos recogidos de los cuestionarios aplicados a los funcionarios del establecimiento.

1.5.5.2. Análisis de las brechas relativas de la dimensión bienes materiales o tangibles

En esta dimensión se puede observar que la afirmación 2, que se refiere a: “Las instalaciones físicas de Su Escuela son visualmente atractivas”, tiene la mayor brecha correspondiente a -0,65. Esta es la segunda dimensión más crítica, ya que posee valores muy cercanos a las afirmaciones que presentan las mayores brechas.

1.5.5.3. Análisis de las brechas relativas de la dimensión liderazgo

Al observar esta dimensión, es posible apreciar que la afirmación 3, que se refiere a: “En Su Escuela el director y equipo directivo difunden el proyecto educativo y aseguran la participación de los principales actores de la comunidad educativa en su desarrollo”, presenta la mayor brecha con un valor de -0,53.

En general, esta dimensión no presenta las brechas más importantes del total de afirmaciones presentes en el cuestionario aplicado a los funcionarios del establecimiento.

1.5.5.4. Análisis de las brechas relativas de la dimensión gestión del clima organizacional y convivencia

En ésta dimensión, la afirmación 4 que se refiere a: “En Su Escuela existen prácticas para prevenir riesgos y garantizar la seguridad, integridad y salud del conjunto de la comunidad educativa”, es la que posee la mayor brecha negativa con un valor que asciende al -0,54.

Las afirmaciones de esta dimensión poseen valores que tienden a la media. Por lo tanto, esta dimensión no presenta las brechas más importantes del total de afirmaciones presentes en el instrumento aplicado a los funcionarios.

1.5.5.5. Análisis de las brechas relativas de la dimensión prácticas pedagógicas

Al observar esta dimensión, la afirmación 3, que se refiere a: “En Su Escuela las notas reflejan lo que realmente aprenden los estudiantes”, presenta la mayor brecha negativa de todas las afirmaciones contenidas en la encuesta, con un valor de -0,78.

Las afirmaciones 3, 4 y 8, de esta dimensión, son las que presentan las mayores brechas negativas del cuestionario, lo que convierte a la dimensión prácticas pedagógicas en la peor evaluada por los funcionarios, y hace imperativo trabajar en soluciones que lleven a la mejora integral de la calidad del servicio.

Por lo tanto, se puede afirmar que los funcionarios se encuentran insatisfechos en todas las dimensiones estudiadas, lo que indica que lo que esperan los funcionarios es superior a lo que perciben de la calidad del servicio entregada por el Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel.

1.6. Medición de la calidad del servicio, aplicado a los directivos del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel

La población funcionarios está subdividida en tres grandes grupos: directivos, docentes y asistentes de la educación, que se analizan por separado para determinar las tendencias de cada segmento. En este apartado se realiza un análisis de la información recabada de los directivos de la institución en estudio.

1.6.1. Análisis de las preponderancias de las dimensiones de calidad, según los directivos del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel

A continuación, se presenta el análisis de la importancia que otorgan a cada dimensión los directivos del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel.

Tabla 50: Importancia por dimensión

Dimensiones	Media	Desviación estándar
Seguridad	15,00	5,00
Bienes materiales o tangibles	21,00	8,94
Liderazgo	32,00	14,83
Gestión del clima organizacional y convivencia	10,00	7,07
Prácticas pedagógicas	22,00	13,04

Fuente: Elaboración propia.

Como se demuestra en la tabla anterior, los directivos le otorgan mayor relevancia a la dimensión de liderazgo equivalente al 32%. En contraste, al nivel que menos le otorgan importancia es a la dimensión de gestión del clima organizacional y convivencia con un

10%. La diferencia entre la importancia que conceden a las cinco dimensiones varía en un 22%, lo que nos indica que para los directivos de esta institución, existen diferencias considerables en la importancia que se le asigna a cada uno de los ítems.

1.6.2. Análisis de las expectativas de la calidad de servicio según los directivos del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel

En la siguiente tabla se muestra los resultados de las expectativas expresados en valores relativos y su respectiva desviación típica por cada dimensión de calidad.

Tabla 51: Expectativas directivos en valores relativos

Dimensiones	Media	Desviación estándar
Seguridad	1,00	0,33
Bienes materiales o tangibles	1,30	0,89
Liderazgo	2,22	0,15
Gestión del clima organizacional y convivencia	0,66	0,36
Prácticas pedagógicas	1,47	0,33

Fuente: Elaboración propia.

Es posible observar que al relativizar las expectativas, basadas en la importancia que los directivos le otorgaron a cada dimensión, se obtuvo como resultado que la dimensión con mayores expectativas de calidad es la de liderazgo, con un valor de 2,22. En contraste, la de menor expectativa de calidad, con un valor de 0,66; corresponde a la dimensión de gestión del clima organizacional y convivencia.

La tabla muestra que en relación a las cinco dimensiones de calidad, la expectativa relativa total es de 6,65, lo que indica que se encuentra en un nivel alto.

1.6.3. Análisis de las percepciones de la calidad de servicio según los directivos del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel

En la siguiente tabla, se muestran los resultados obtenidos de las percepciones de la calidad del servicio de los directivos del establecimiento. Estos valores se encuentran expresados en términos relativos, por cada una de las dimensiones de calidad, incluyendo la desviación estándar de las medias obtenidas.

Tabla 52: Percepciones directivos en valores relativos

Dimensiones	Media	Desviación estándar
Seguridad	0,71	1,01
Bienes materiales o tangibles	0,99	1,41
Liderazgo	1,47	0,86
Gestión del clima organizacional y convivencia	0,47	0,29
Prácticas pedagógicas	1,00	1,26

Fuente: Elaboración propia.

Al observar la tabla de percepciones en valores relativos, se puede apreciar que la dimensión mejor calificada por los directivos, corresponde a la dimensión de liderazgo con una media de 1,47; seguido por la dimensión de prácticas pedagógicas con un promedio de 1,00. Por el contrario, la dimensión con la peor evaluación es la de gestión del clima organizacional y convivencia, la cual tiene una media del 0,47.

De la tabla anterior, se puede calcular que la percepción relativa total es de 4,64; y aunque se encuentra sobre el 4, continúa siendo una evaluación baja.

1.6.4. Análisis de las brechas entre las expectativas y percepciones de los directivos del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel

A continuación se muestra la tabla de expectativas, percepciones y brechas por dimensión de calidad, en valores relativos de los directivos del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel.

Tabla 53: Comparación entre expectativas, percepciones y brechas de los directivos por dimensión de calidad

Dimensiones	Expect. relativa	Percep. relativas	Brechas relativa
Liderazgo	2,22	1,47	-0,75
P. Pedagógicas	1,47	1,00	-0,47
Bienes Materiales o Tangibles	1,30	0,99	-0,32
Seguridad	1,00	0,71	-0,29
G. del C.O. y convivencia	0,66	0,47	-0,19

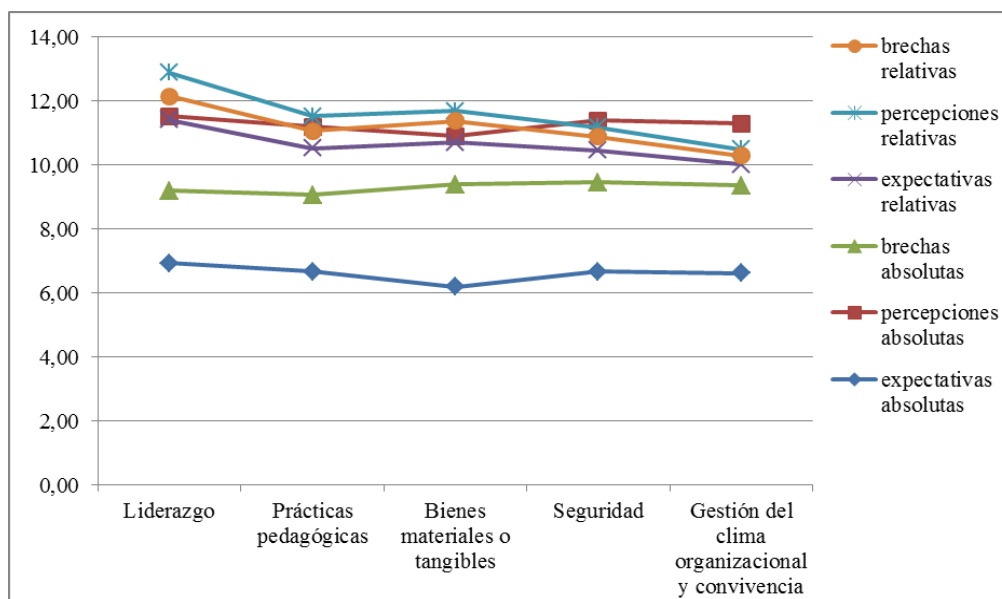
Fuente: Elaboración propia.

Al analizar la tabla en valores relativos, se puede apreciar que las expectativas de los directivos en todas las dimensiones de calidad superan a las percepciones, lo que da como resultado brechas negativas. La mayor brecha corresponde a la dimensión de liderazgo con un valor -0,75, seguida de la dimensión prácticas pedagógicas con un valor -0,47. La dimensión con menor insatisfacción corresponde a gestión del clima organizacional y convivencia con un valor de -0,19.

Se puede confirmar a través del análisis comparativo de brechas, que la dimensión más preocupante es la de liderazgo, por lo tanto requiere mayor atención si se pretende reducir la insatisfacción. Sin embargo, todas las dimensiones arrojan brechas negativas, por lo que no debe descuidarse ninguno de los ítems en estudio.

A continuación, se presenta el gráfico con el comportamiento de las expectativas, percepciones y brechas, respecto a las dimensiones de la calidad del servicio, según los directivos del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel.

Gráfico 11: Comportamiento de expectativas, percepciones y brechas de directivos



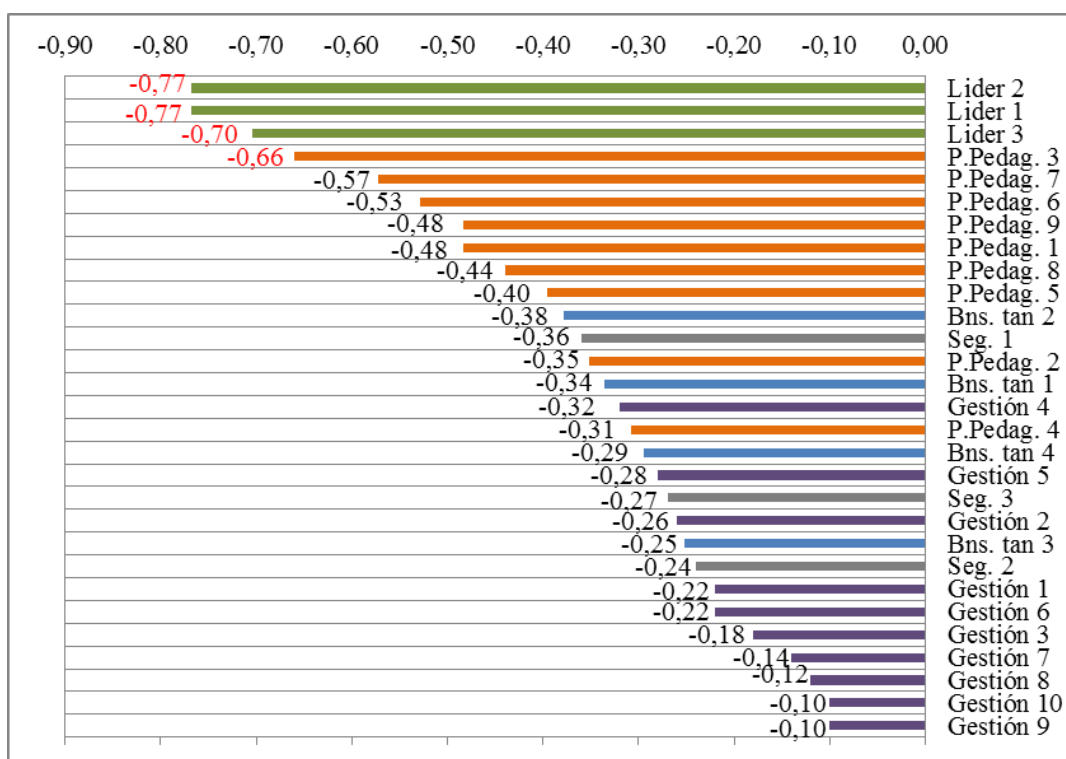
Fuente: Elaboración propia.

1.6.5. Análisis de brechas por dimensión y afirmación

En este apartado, se presenta un análisis de las brechas relativas por dimensión de calidad, con sus respectivas afirmaciones, con el fin de identificar las brechas más importantes, en las cuales existe mayor insatisfacción por parte de los directivos.

En el Gráfico 12, se puede apreciar que las afirmaciones con las mayores brechas son la afirmación 1 y 2 del ítem liderazgo, que se refieren a: “En Su Escuela el director y equipo directivo comunican sus puntos de vista con claridad y entienden las perspectivas de la comunidad escolar”, y “En Su Escuela el director y equipo directivo son capaces de administrar conflictos y resolver problemas”, las que presentan la mayor brecha negativa de todas las afirmaciones contenidas en la encuesta aplicada a los directivos, con un valor idéntico de -0,77; luego, le sigue la afirmación 3 del mismo ítem que se refiere a: “En Su Escuela el director y equipo directivo difunden el proyecto educativo y aseguran la participación de los principales actores de la comunidad educativa en su desarrollo” con un valor de -0,70. Por último, con un valor de -0,66, la afirmación 3 del ítem prácticas pedagógicas que se refiere a: “En Su Escuela las notas reflejan lo que realmente aprenden los estudiantes” es la tercera brecha más importante de las afirmaciones del cuestionario.

Gráfico 12: Análisis de brechas relativas por cada afirmación



Fuente: Elaboración propia.

1.6.5.1. Análisis de las brechas relativas de la dimensión seguridad

Al observar el gráfico, se puede deducir que la afirmación 1 que se refiere a: “El comportamiento de los directivos, docentes y asistentes de la educación de Su Escuela inspira confianza” presenta la mayor brecha negativa de -0,36. Sin embargo, pese al mal resultado, no es la dimensión que requiere mayor atención, ya que no se encuentra entre las más críticas del total de afirmaciones.

1.6.5.2. Análisis de las brechas relativas de la dimensión bienes materiales o tangibles.

En esta dimensión se puede observar que la afirmación 2, que se refiere a: “Las instalaciones físicas de Su Escuela son visualmente atractivas”, tiene la mayor brecha correspondiente a -0,38. Con los análisis recientemente realizados, se puede concluir que la dimensión bienes materiales o tangibles pese a arrojar brechas negativas, no se encuentra entre las más críticas, según los datos recogidos de los cuestionarios aplicados a los directivos del establecimiento.

1.6.5.3. Análisis de las brechas relativas de la dimensión liderazgo

Al observar esta dimensión de calidad, la afirmación 1 de este ítem que se refiere a: “En Su Escuela el director y equipo directivo comunican sus puntos de vista con claridad y entienden las perspectivas de la comunidad escolar” es la que presenta la mayor brecha negativa, la cual asciende a -0,77.

Las afirmaciones 1, 2 y 3, de esta dimensión, son las que presentan las mayores brechas negativas del cuestionario, lo que convierte a la dimensión prácticas pedagógicas en la peor evaluada por los directivos, y hace imperativo trabajar en soluciones que lleven a la mejora integral de la calidad del servicio.

1.6.5.4. Análisis de las brechas relativas de la dimensión de gestión del clima organizacional y convivencia

En esta dimensión, la afirmación 4 que se refiere a: “En Su Escuela existen prácticas para prevenir riesgos y garantizar la seguridad, integridad y salud del conjunto de la comunidad educativa”, es la que posee la mayor brecha negativa con un valor que asciende

al -0,32. En contraste, la afirmación 9 que se refiere a: “Su Escuela brinda atención individual a estudiantes y apoderados”, es la brecha negativa más pequeña del total de afirmaciones del cuestionario aplicado a los directivos, con un valor de -0,10.

Sin embargo, pese al mal resultado, no es la dimensión que requiere mayor atención, ya que no se encuentra entre las más críticas del total de afirmaciones.

1.6.5.5. Análisis de las brechas relativas de la dimensión prácticas pedagógicas

Al observar esta dimensión, la afirmación 3, que se refiere a: “En Su Escuela las notas reflejan lo que realmente aprenden los estudiantes”, presenta la mayor brecha negativa de las afirmaciones que componen esta dimensión, con un valor de -0,66.

En general, la dimensión de prácticas pedagógicas, posee una de las afirmaciones con las mayores brechas negativas, que hacen imperativo trabajar en soluciones que lleven a la mejora integral de la calidad del servicio.

Por lo tanto, se puede afirmar que los directivos se encuentran insatisfechos en todas las dimensiones y afirmaciones analizadas, obteniendo brechas negativas que identifican como el ítem más crítico a la dimensión liderazgo.

1.7. Medición de la calidad del servicio, aplicado a los docentes del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel

Como ya se mencionó, la población funcionarios está subdividida en tres grandes grupos: directivos, docentes y asistentes de la educación. En esta parte de la investigación, se muestran los resultados obtenidos de la medición de la calidad del servicio de los docentes del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel, de la ciudad de Yumbel.

1.7.1. Análisis de las preponderancias de las dimensiones de calidad, según los docentes del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel

A continuación, se presenta el análisis de la importancia que otorgan a cada dimensión los docentes de la institución.

Tabla 54: Importancia por dimensión

Dimensiones	Media	Desviación estándar
Seguridad	15,17	8,61
Bienes materiales o tangibles	20,00	6,41
Liderazgo	17,41	10,74
Gestión del clima organizacional y convivencia	17,93	8,71
Prácticas pedagógicas	29,48	11,44

Fuente: Elaboración propia.

Como se demuestra en la tabla anterior, los docentes le otorgan mayor relevancia a la dimensión de prácticas pedagógicas equivalente al 29,48%. En contraste, al nivel que menos le otorgan importancia es a la dimensión de seguridad con un 15,17%.

La diferencia entre la importancia que conceden a las cinco dimensiones varía en un 14,3%, lo que nos indica que para los docentes de esta institución, existen marcadas diferencias en la importancia que se le asigna a cada una de las dimensiones.

1.7.2. Análisis de las expectativas de la calidad de servicio según los docentes del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel

En la siguiente tabla se muestra los resultados de las expectativas de calidad del servicio de los docentes, expresados en valores relativos y su respectiva desviación típica por cada dimensión de calidad.

Tabla 55: Expectativas docentes en valores relativos

Dimensiones	Media	Desviación estándar
Seguridad	0,99	0,51
Bienes materiales o tangibles	1,27	0,67
Liderazgo	1,18	0,39
Gestión del clima organizacional y convivencia	1,19	0,41
Prácticas pedagógicas	1,95	0,35

Fuente: Elaboración propia.

Es posible observar que al relativizar las expectativas, basadas en la importancia que los docentes le otorgaron a cada dimensión, se obtuvo como resultado que la dimensión con mayores expectativas de calidad es la de prácticas pedagógicas, con un valor de 1,95. En

contraste, la de menor expectativa de calidad, con un valor de 0,99; corresponde a la dimensión de seguridad.

La tabla muestra que en relación a las cinco dimensiones de calidad, la expectativa relativa total es de 6,58, lo que indica que se encuentra en un nivel alto.

1.7.3. Análisis de las percepciones de la calidad de servicio según los docentes del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel

En la siguiente tabla, se muestran y explican los resultados obtenidos de las percepciones de la calidad del servicio de los docentes del establecimiento. Estos valores se encuentran expresados en términos relativos, por cada una de las dimensiones de calidad, incluyendo la desviación estándar de las medias obtenidas.

Tabla 56: Percepciones docentes en valores relativos

Dimensiones	Media	Desviación estándar
Seguridad	0,73	1,05
Bienes materiales o tangibles	0,82	1,10
Liderazgo	0,73	1,22
Gestión del clima organizacional y convivencia	0,78	0,91
Prácticas pedagógicas	1,26	1,21

Fuente: Elaboración propia.

Al observar la tabla de percepciones en valores relativos, se puede apreciar que la dimensión mejor calificada por los docentes, corresponde a la dimensión de prácticas pedagógicas con una media de 1,26; seguido por la dimensión de bienes materiales o tangibles con un promedio de 0,82. Por el contrario, las dimensiones con las peores evaluaciones son la de seguridad y liderazgo, las cuales tienen una media idéntica del 0,73.

De la tabla anterior, se puede calcular que la percepción relativa total es de 4,32; y pese a que la calificación se encuentra sobre el 4, continúa siendo una evaluación baja.

1.7.4. Análisis de las brechas entre las expectativas y percepciones de los docentes del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel

A continuación se muestra la tabla de expectativas, percepciones y brechas por dimensión de calidad, en valores relativos de los docentes de la institución.

Tabla 57: Comparación entre expectativas, percepciones y brechas de los docentes por dimensión de calidad

Dimensiones	Expect. relativa	Percep. relativas	Brechas relativa
Prácticas pedagógicas	1,95	1,26	-0,69
Liderazgo	1,18	0,73	-0,45
Bienes materiales o tangibles	1,27	0,82	-0,45
G. del C.O. y convivencia	1,19	0,78	-0,40
Seguridad	0,99	0,73	-0,25

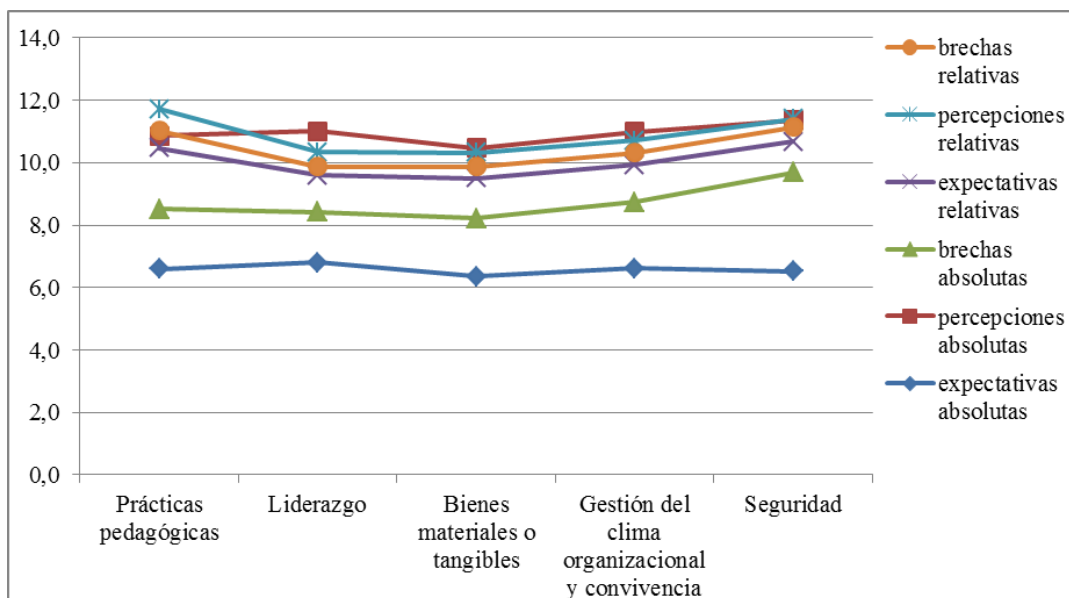
Fuente: Elaboración propia.

Al analizar la tabla en valores relativos, se puede apreciar que las expectativas de los docentes en todas las dimensiones de calidad superan a las percepciones, lo que da como resultado brechas negativas. La mayor brecha corresponde a la dimensión de prácticas pedagógicas con un valor -0,69, seguida de la dimensión liderazgo con un valor -0,45. En contraste, la dimensión con menor insatisfacción corresponde a seguridad con un valor de -0,25.

Se puede confirmar a través del análisis comparativo de brechas, que la dimensión más preocupante es la de prácticas pedagógicas, por lo tanto requiere mayor atención si se pretende reducir la insatisfacción. Sin embargo, todas las dimensiones arrojan brechas negativas, por lo que no debe descuidarse ninguno de los ítems en estudio.

A continuación, se presenta el gráfico con el comportamiento de las expectativas, percepciones y brechas, respecto a las dimensiones de la calidad del servicio, según los docentes del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel.

Gráfico 13: Comportamiento de expectativas, percepciones y brechas de docentes



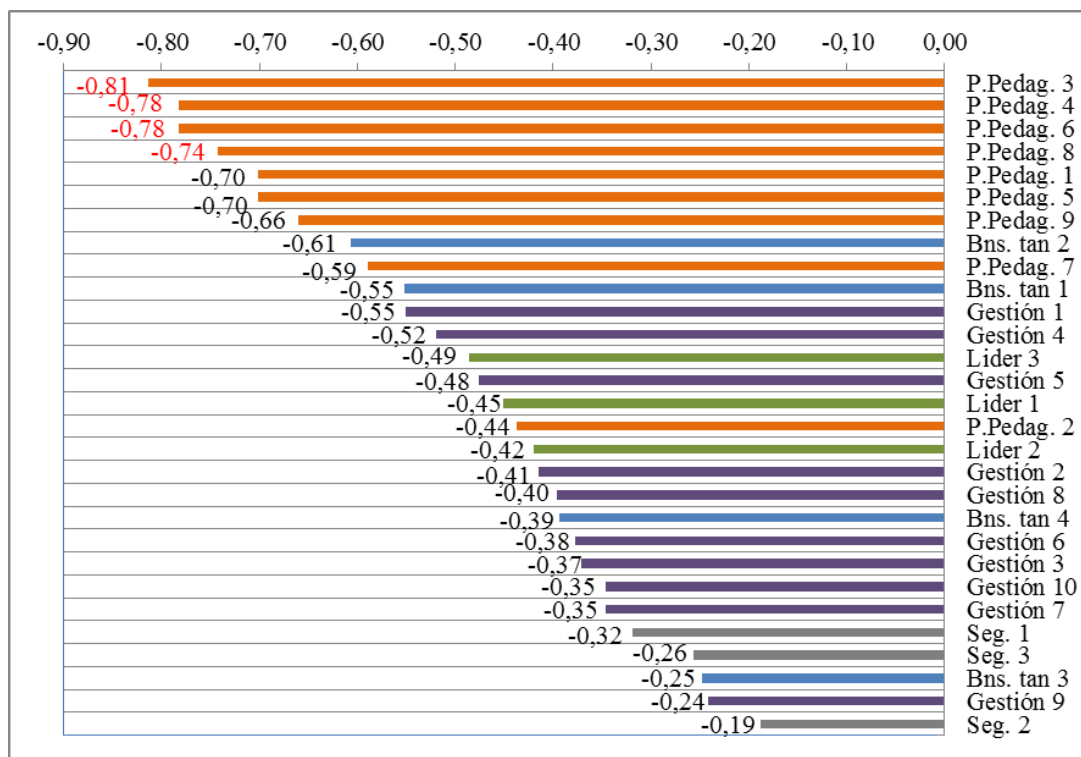
Fuente: Elaboración propia.

1.7.5. Análisis de brechas por dimensión y afirmación

En este apartado, se presenta un análisis de las brechas relativas por dimensión de calidad, con sus respectivas afirmaciones, con el fin de identificar las brechas más importantes, en las cuales existe mayor insatisfacción por parte de los docentes.

En el Gráfico 14, se puede apreciar que las afirmaciones con las mayores brechas son la afirmación 3 del ítem prácticas pedagógicas, que se refiere a: “En Su Escuela las notas reflejan lo que realmente aprenden los estudiantes”, presenta la mayor brecha negativa de todas las afirmaciones contenidas en la encuesta, con un valor de -0,81; luego, con un valor idéntico de -0,78, le siguen la afirmación 4 y 6 del mismo ítem que se refieren a: “En Su Escuela existen actividades extra programáticas consensuadas con los estudiantes y apoderados” y “En Su Escuela se hace uso constante de la biblioteca, textos escolares y otros recursos didácticos”. Por último, con un valor de -0,74, la afirmación 8 del mismo ítem que se refiere a: “En Su Escuela se controla el tiempo efectivo de trabajo en aula” es la tercera brecha más importante de las afirmaciones del cuestionario.

Gráfico 14: Análisis de brechas relativas por cada afirmación



Fuente: Elaboración propia.

1.7.5.1. Análisis de las brechas relativas de la dimensión seguridad

Al observar el gráfico se puede deducir que la afirmación 1 que se refiere a: “El comportamiento de los directivos, docentes y asistentes de la educación de Su Escuela inspira confianza” presenta la mayor brecha negativa de -0,32. En contraste, la afirmación 2 que se refiere a: “Los directivos, docentes y asistentes de la educación de Su Escuela tratan a los alumnos y apoderados siempre cortésmente” es la brecha negativa más pequeña del total de afirmaciones, del cuestionario aplicado a los docentes, con un valor de -0,19.

Sin embargo, pese al mal resultado, no es la dimensión que requiere mayor atención, ya que no se encuentra entre las más críticas del total de afirmaciones.

1.7.5.2. Análisis de las brechas relativas de la dimensión bienes materiales o tangibles.

En esta dimensión se puede observar que la afirmación 2, que se refiere a: “Las instalaciones físicas de Su Escuela son visualmente atractivas”, tiene la mayor brecha correspondiente a -0,61.

Con los análisis recientemente realizados, se puede concluir que la dimensión bienes materiales o tangibles pese a arrojar brechas negativas, no se encuentra entre las más críticas, según los datos recogidos de los cuestionarios aplicados a los docentes del establecimiento.

1.7.5.3. Análisis de las brechas relativas de la dimensión liderazgo

Al observar el gráfico se puede deducir que la afirmación 3 que se refiere a: “En Su Escuela el director y equipo directivo difunden el proyecto educativo y aseguran la participación de los principales actores de la comunidad educativa en su desarrollo” presenta la mayor brecha negativa de -0,49. Sin embargo, pese al mal resultado, no es la dimensión que requiere mayor atención, ya que no se encuentra entre las más críticas del total de afirmaciones.

1.7.5.4. Análisis de las brechas relativas de la dimensión de gestión del clima organizacional y convivencia

En ésta dimensión, la afirmación 1 que se refiere a: “En Su Escuela existen mecanismos y canales expeditos de comunicación para mantener permanentemente informados a todos los estamentos de la comunidad educativa y recibir observaciones y sugerencias”, es la que posee la mayor brecha negativa con un valor que asciende al -0,55.

En general, la dimensión de gestión del clima organizacional y convivencia, no es la dimensión que requiere mayor atención, ya que no se encuentra entre las más críticas del total de afirmaciones.

1.7.5.5. Análisis de las brechas relativas de la dimensión prácticas pedagógicas

Al observar esta dimensión, la afirmación 3, que se refiere a: “En Su Escuela las notas reflejan lo que realmente aprenden los estudiantes”, presenta la mayor brecha negativa de todas las afirmaciones contenidas en la encuesta, con un valor de -0,81.

Las afirmaciones 3, 4, 6 y 8, de esta dimensión, son las que presentan las mayores brechas negativas del cuestionario, lo que convierte a la dimensión prácticas pedagógicas en la peor evaluada por los docentes, y hace imperativo trabajar en soluciones que lleven a la mejora integral de la calidad del servicio.

Por lo tanto, se puede afirmar que los docentes se encuentran insatisfechos en todas las dimensiones y afirmaciones analizadas, lo que indica que el servicio esperado, es superior a la calidad del servicio percibido del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel.

1.8. Medición de la calidad del servicio, aplicado a los asistentes de la educación del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel

En el siguiente apartado, se muestran los resultados obtenidos de la medición de la calidad del servicio educativo, de los asistentes de la educación de la institución analizada.

1.8.1. Análisis de las preponderancias de las dimensiones de calidad, según los asistentes de la educación del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel

A continuación, se presenta el análisis de la importancia que otorgan a cada dimensión los asistentes de la educación del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel.

Tabla 58: Importancia por dimensión

Dimensiones	Media	Desviación estándar
Seguridad	14,23	6,43
Bienes materiales o tangibles	21,73	6,62
Liderazgo	20,77	11,37
Gestión del clima organizacional y convivencia	17,69	8,15
Prácticas pedagógicas	25,58	11,09

Fuente: Elaboración propia.

Como se demuestra en la tabla anterior, los asistentes de la educación le otorgan mayor relevancia a la dimensión de prácticas pedagógicas equivalente al 26%. En contraste, al nivel que menos le otorgan importancia es a la dimensión de seguridad con un 14%.

La diferencia entre la importancia que conceden a las cinco dimensiones varía en un 12%, lo que nos indica que para los asistentes de la educación de esta institución, existen diferencias considerables en la importancia que se le asigna a cada una de las dimensiones.

1.8.2. Análisis de las expectativas de la calidad de servicio según los asistentes de la educación del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel

En la siguiente tabla se muestra los resultados de las expectativas de calidad del servicio de los asistentes de la educación, expresados en valores relativos y su respectiva desviación típica por cada dimensión de calidad.

Tabla 59: Expectativas asistentes de la educación en valores relativos

Dimensiones	Media	Desviación estándar
Seguridad	0,95	0,49
Bienes materiales o tangibles	1,41	0,66
Liderazgo	1,44	0,20
Gestión del clima organizacional y convivencia	1,20	0,30
Prácticas pedagógicas	1,73	0,33

Fuente: Elaboración propia.

Es posible observar que al relativizar las expectativas, basadas en la importancia que los asistentes de la educación le otorgaron a cada dimensión, se obtuvo como resultado que la dimensión con mayores expectativas de calidad es la de prácticas pedagógicas, con un valor de 1,73. En contraste, la de menor expectativa de calidad, con un valor de 0,95; corresponden a la dimensión de seguridad.

La tabla muestra que en relación a las cinco dimensiones de calidad, la expectativa relativa total es de 6,73, lo que indica que se encuentra en un nivel alto.

1.8.3. Análisis de las percepciones de la calidad de servicio según los asistentes de la educación del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel

En la siguiente tabla, se muestran y explican los resultados obtenidos de las percepciones de la calidad del servicio de los asistentes de la educación del establecimiento. Estos valores se encuentran expresados en términos relativos, por cada una de las dimensiones de calidad, incluyendo la desviación estándar de las medias obtenidas.

Tabla 60: Percepciones directivos en valores relativos

Dimensiones	Media	Desviación estándar
Seguridad	0,76	0,69
Bienes materiales o tangibles	0,88	0,73
Liderazgo	0,96	0,89
Gestión del clima organizacional y convivencia	0,78	0,76
Prácticas pedagógicas	1,14	0,61

Fuente: Elaboración propia.

Al observar la tabla, se puede apreciar que la dimensión mejor calificada por los asistentes de la educación, corresponde a la dimensión de prácticas pedagógicas con una media de 1,14; seguido por la dimensión de liderazgo con un promedio de 0,96. Por el contrario, la dimensión con la peor evaluación es la de seguridad, con una media del 0,76.

De la tabla anterior, se puede calcular que la percepción relativa total es de 4,52; por lo tanto la calificación se encuentra sobre 4, pero continúa siendo una evaluación baja.

1.8.4. Análisis de las brechas entre las expectativas y percepciones de los asistentes de la educación del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel

A continuación se muestra la tabla de expectativas, percepciones y brechas por dimensión de calidad, en valores relativos de los asistentes de la educación del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel.

Tabla 61: Comparación entre expectativas, percepciones y brechas de los asistentes de la educación por dimensión de calidad

Dimensiones	Expect. relativa	Percep. relativas	Brechas relativa
Prácticas pedagógicas	1,73	1,14	-0,59
Bienes materiales o tangibles	1,41	0,88	-0,53
Liderazgo	1,44	0,96	-0,49
Gestión del C.O. y convivencia	1,20	0,78	-0,42
Seguridad	0,95	0,76	-0,20

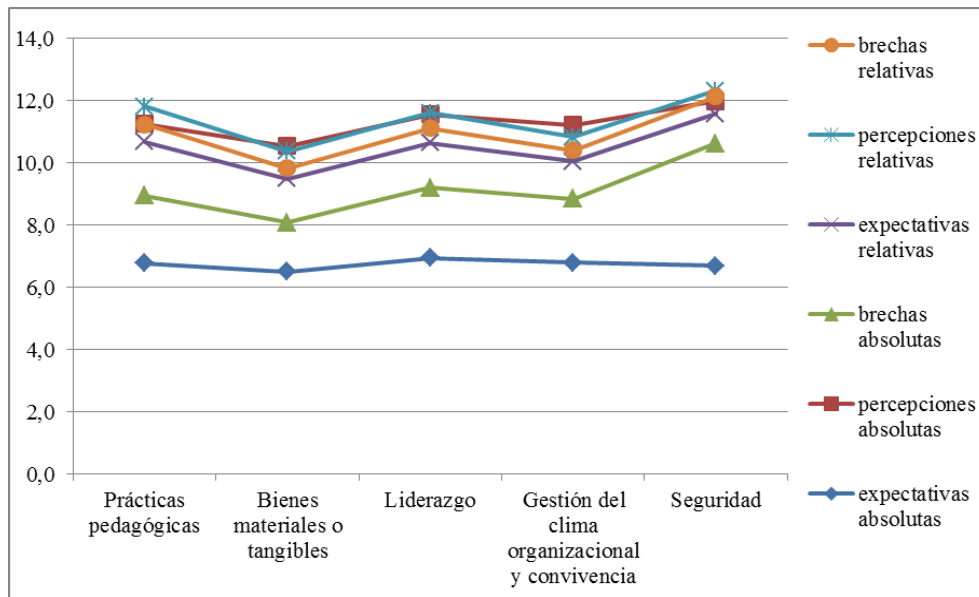
Fuente: Elaboración propia.

Al analizar la tabla en valores relativos, se puede apreciar que las expectativas de los asistentes de la educación en todas las dimensiones de calidad superan a las percepciones, lo que da como resultado brechas negativas. La mayor brecha corresponde a la dimensión de prácticas pedagógicas con un valor -0,59, seguida de la dimensión bienes materiales o tangibles con un valor -0,53. En contraste, la dimensión con menor insatisfacción corresponde a seguridad con un valor de -0,20.

Se puede confirmar a través del análisis comparativo de brechas que la dimensión más preocupante es la de prácticas pedagógicas, por lo tanto requieren mayor atención si se pretende reducir la insatisfacción. Sin embargo, todas las dimensiones arrojan brechas negativas, por lo que no debe descuidarse ninguno de los ítems en estudio.

A continuación, se presenta el gráfico con el comportamiento de las expectativas, percepciones y brechas, respecto a las dimensiones de la calidad del servicio, según los asistentes de la educación del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel.

Gráfico 15: Comportamiento de expectativas, percepciones y brechas de asistentes de la educación



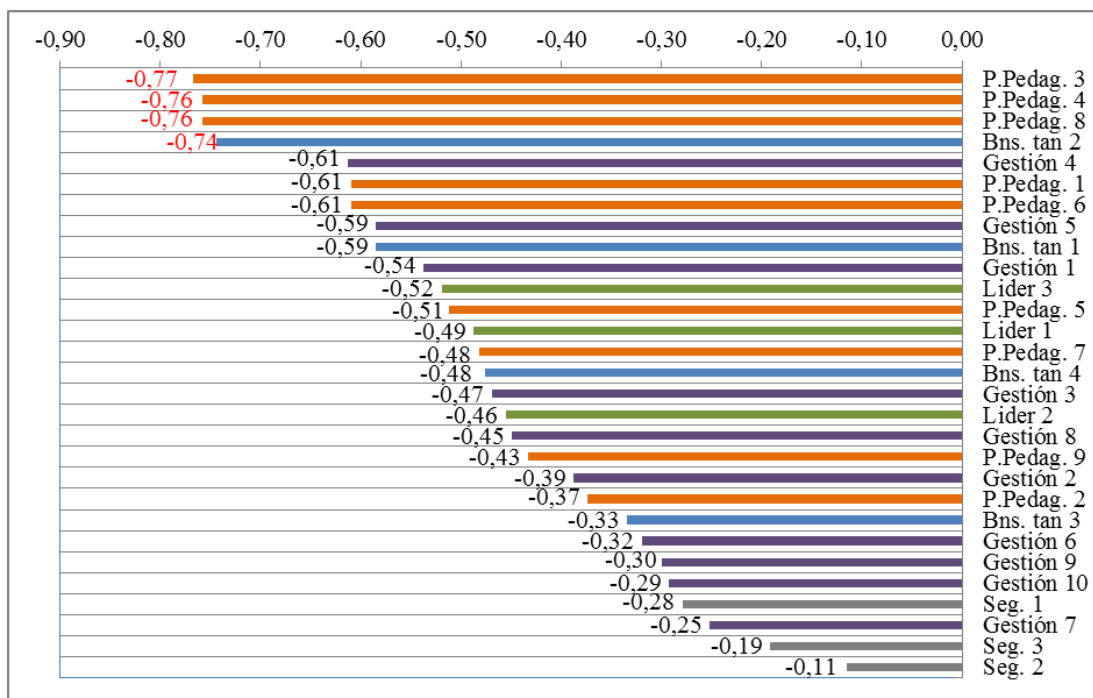
Fuente: Elaboración propia.

1.8.5. Análisis de brechas por dimensión y afirmación

En este apartado, se presenta un análisis de las brechas relativas por dimensión de calidad, con sus respectivas afirmaciones, con el fin identificar las brechas más importantes, en las cuales existe mayor insatisfacción por parte de los asistentes de la educación.

En el Gráfico 16, se puede apreciar que las afirmaciones con las mayores brechas son la afirmación 3 del ítem prácticas pedagógicas, que se refiere a: “En Su Escuela las notas reflejan lo que realmente aprenden los estudiantes”, presenta la mayor brecha negativa de todas las afirmaciones contenidas en la encuesta, con un valor de -0,77; luego, con un valor idéntico de -0,76, le siguen la afirmación 4 y 8 del mismo ítem que se refieren a: “En Su Escuela existen actividades extra programáticas consensuadas con los estudiantes y apoderados”, y “En Su Escuela se controla el tiempo efectivo de trabajo en el aula”. Por último, con un valor de -0,74, la afirmación 2 del ítem bienes materiales o tangibles que se refiere a: “Las instalaciones físicas en Su Escuela son visualmente atractivas” es la tercera brecha más importante, de las afirmaciones del cuestionario aplicado a los asistentes de la educación.

Gráfico 16: Análisis de brechas relativas por cada afirmación



Fuente: Elaboración propia.

1.8.5.1. Análisis de las brechas relativas de la dimensión seguridad

Al observar el gráfico se puede deducir que la afirmación 1 que se refiere a: “El comportamiento de los directivos, docentes y asistentes de la educación de Su Escuela inspira confianza” presenta la mayor brecha negativa de -0,28. En contraste, la afirmación 2, que se refiere a: “Los directivos, docentes y asistentes de la educación de Su Escuela tratan a los alumnos y apoderados siempre cortésmente” es la brecha negativa más pequeña del total de afirmaciones, del cuestionario aplicado a los asistentes de la educación, con un valor de -0,11.

Sin embargo, pese al mal resultado, no es la dimensión que requiere mayor atención, ya que no se encuentra entre las más críticas del total de afirmaciones.

1.8.5.2. Análisis de las brechas relativas de la dimensión bienes materiales o tangibles.

En esta dimensión se puede observar que la afirmación 2, que se refiere a: “Las instalaciones físicas de Su Escuela son visualmente atractivas”, tiene la mayor brecha correspondiente a -0,74.

La dimensión de bienes materiales o tangibles, posee 1 de las afirmaciones con brechas más negativas del cuestionario aplicado a los asistentes de la educación, que hacen imperativo trabajar en soluciones que lleven a la mejora integral de la calidad del servicio.

1.8.5.3. Análisis de las brechas relativas de la dimensión liderazgo

Al observar el gráfico se puede deducir que la afirmación 3 que se refiere a: “En Su Escuela el director y equipo directivo difunden el proyecto educativo y aseguran la participación de los principales actores de la comunidad educativa en su desarrollo” presenta la mayor brecha negativa de -0,52. Sin embargo, pese al mal resultado, no es la dimensión que requiere mayor atención, ya que no se encuentra entre las más críticas del total de afirmaciones.

1.8.5.4. Análisis de las brechas relativas de la dimensión de gestión del clima organizacional y convivencia

En esta dimensión, la afirmación 4 que se refiere a: “En Su Escuela existen prácticas para prevenir riesgos y garantizar la seguridad, integridad y salud del conjunto de la comunidad educativa”, es la que posee la mayor brecha negativa con un valor que asciende al -0,61.

Con los análisis recientemente realizados, se puede concluir que la dimensión gestión del clima organizacional y convivencia pese a arrojar brechas negativas, no se encuentra entre las más críticas, según los datos recogidos de los cuestionarios aplicados a los asistentes del establecimiento.

1.8.5.5. Análisis de las brechas relativas de la dimensión prácticas pedagógicas

Al observar esta dimensión, la afirmación 3, que se refiere a: “En Su Escuela las notas reflejan lo que realmente aprenden los estudiantes”, presenta la mayor brecha negativa de todas las afirmaciones contenidas en la encuesta, con un valor de -0,77.

Las afirmaciones 3, 4 y 8, de esta dimensión, son las que presentan las mayores brechas negativas del cuestionario, lo que convierte a la dimensión prácticas pedagógicas en la peor evaluada por los asistentes de la educación, y hace imperativo trabajar en soluciones que lleven a la mejora integral de la calidad del servicio.

Por lo tanto, se puede afirmar que los asistentes de la educación se encuentran insatisfechos en todas las dimensiones y afirmaciones estudiadas, ya que todas arrojan resultados negativos, lo que indica que sus expectativas son superiores a lo que perciben del servicio entregado del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel.

1.8.6. Comparación de expectativas, percepciones y brechas entre los estamentos de funcionarios del Liceo Técnico Profesional Gonzalo Guglielmi Montiel

A continuación, se presenta un resumen de las expectativas, percepciones, importancia y brechas de los directivos, docentes, asistentes de la educación y funcionarios del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel.

Tabla 62: Comparación entre estamentos de funcionarios

	Directivos	Docentes	Asistentes	Funcionarios
Expectativas				
-Seguridad	6,67	6,52	6,68	6,60
-Bienes materiales o tangibles	6,20	6,36	6,50	6,41
-Liderazgo	6,93	6,80	6,95	6,88
-Gestión del C.O. y convivencia	6,62	6,62	6,80	6,70
-Prácticas pedagógicas	6,67	6,60	6,77	6,68
Percepciones				
-Seguridad	4,73	4,84	5,31	5,03
-Bienes materiales o tangibles	4,70	4,11	4,04	4,13
-Liderazgo	4,60	4,21	4,60	4,41
-Gestión del C.O. y convivencia	4,68	4,37	4,42	4,42
-Prácticas pedagógicas	4,53	4,26	4,47	4,37
Importancia				
-Seguridad	15,00	15,17	14,23	14,75
-Bienes materiales o tangibles	21,00	20,00	21,73	20,83
-Liderazgo	32,00	17,41	20,77	20,08
-Gestión del C.O. y convivencia	10,00	17,93	17,69	17,17
-Prácticas pedagógicas	22,00	29,48	25,58	27,17
Brecha Relativa				
-Seguridad	-0,29	-0,25	-0,20	-0,23
-Bienes materiales o tangibles	-0,32	-0,45	-0,53	-0,47
-Liderazgo	-0,75	-0,45	-0,49	-0,50
-Gestión del C.O. y convivencia	-0,19	-0,40	-0,42	-0,39
-Prácticas pedagógicas	-0,47	-0,69	-0,59	-0,63

Fuente: Elaboración Propia.

De la tabla anterior, se puede mencionar que tanto para directivos, docentes, asistentes y funcionarios, la dimensión con mayor expectativa es la de liderazgo. En contraste, la dimensión con la menor expectativa es la de bienes materiales o tangibles.

Respecto a las percepciones, tanto directivos, docentes, asistentes y funcionarios coinciden en que la dimensión con mayor percepción de la calidad es seguridad.

Otro aspecto importante de destacar, es que los resultados obtenidos de directivos, docentes, asistentes y funcionarios, varían considerablemente, según la importancia que le conceden a cada una de las dimensiones. Sin embargo, coinciden en que existen diferencias considerables en la importancia que se le asigna a cada una de las dimensiones.

Otra similitud entre los resultados obtenidos entre docentes, asistentes y funcionarios, es que la dimensión con la menor brecha relativa se presenta en el ítem seguridad. Mientras que para los directivos la dimensión con menor brecha es el de gestión del clima organizacional y convivencia.

1.8.7. Comparación de brechas por afirmación entre los estamentos de funcionarios del Liceo Técnico Profesional Gonzalo Guglielmi Montiel

En este apartado, se presenta un resumen de las brechas por afirmación de los directivos, docentes, asistentes de la educación y funcionarios del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel.

Para realizar dicho resumen, se consideraron todas aquellas brechas que superan la media del estamento funcionarios, o sea los valores superiores a -0,47.

Tabla 63: Comparación de brechas por afirmación entre estamentos de funcionarios

Directivos	Docentes	Asistentes	Funcionarios
Liderazgo 2 (-0,77)	P. Pedagógicas 3 (-0,81)	P. Pedagógicas 3 (-0,77)	P. Pedagógicas 3 (-0,78)
Liderazgo 1 (-0,77)	P. Pedagógicas 4 (-0,78)	P. Pedagógicas 4 (-0,76)	P. Pedagógicas 4 (-0,73)
Liderazgo 3 (-0,70)	P. Pedagógicas 6 (-0,78)	P. Pedagógicas 8 (-0,76)	P. Pedagógicas 8 (-0,72)
P. Pedagógicas 3 (-0,66)	P. Pedagógicas 8 (-0,74)	Bns. tangibles 2 (-0,74)	P. Pedagógicas 6 (-0,68)
P. Pedagógicas 7 (-0,57)	P. Pedagógicas 1 (-0,70)	G. del C.O 4 (-0,61)	Bns. tangibles 2 (-0,65)
P. Pedagógicas 6 (-0,53)	P. Pedagógicas 5 (-0,70)	P. Pedagógicas 1 (-0,61)	P. Pedagógicas 1 (-0,64)
P. Pedagógicas 9 (-0,48)	P. Pedagógicas 9 (-0,66)	P. Pedagógicas 6 (-0,61)	P. Pedagógicas 5 (-0,59)
P. Pedagógicas 1 (-0,48)	Bns. tangibles 2 (-0,61)	G. del C.O 5 (-0,59)	Bns. tangibles 1 (-0,55)
-	P. Pedagógicas 7 (-0,59)	Bns. tangibles 1 (-0,59)	G. del C.O 4 (-0,54)
-	Bns. tangibles 1 (-0,55)	G. del C.O 1 (-0,54)	P. Pedagógicas 7 (-0,54)
-	G. del C.O 1 (-0,55)	Liderazgo 3 (-0,52)	P. Pedagógicas 9 (-0,54)
-	G. del C.O 4 (-0,52)	P. Pedagógicas 5 (-0,51)	Liderazgo 3 (-0,53)
-	Liderazgo 3 (-0,49)	Liderazgo 1 (-0,49)	G. del C.O 1 (-0,51)
-	G. del C.O 5 (-0,48)	P. Pedagógicas 7 (-0,48)	G. del C.O 5 (-0,51)
-	-	Bns. tangibles 4 (-0,48)	Liderazgo 1 (-0,50)

Fuente: Elaboración Propia

De la tabla anterior, se puede destacar que las afirmaciones con las mayores brechas son la afirmación 3 de la dimensión prácticas pedagógicas que se refiere a: “En Su Escuela las notas reflejan lo que realmente aprenden los estudiantes”. Una segunda afirmación que destaca es la 6 de la dimensión prácticas pedagógicas que se refiere a: “En Su Escuela se hace uso constante de biblioteca, textos escolares y otro recursos didácticos”. Otra afirmación que posee una brecha negativa importante para todos los estamentos de

funcionarios, es la afirmación 8 del ítem prácticas pedagógicas que se refiere a: “En Su Escuela se controla el tiempo efectivo de trabajo en el aula”. Una cuarta afirmación que resalta es la afirmación 3 de la dimensión liderazgo que se refiere a: “En Su Escuela el director y equipo directivo difunden el proyecto educativo y aseguran la participación de los principales actores de la comunidad educativa en su desarrollo”. Por último, la afirmación 1, de la dimensión prácticas pedagógicas, se hace presente en todos los estamentos de funcionarios, y se refiere a: “En Su Escuela las prácticas pedagógicas son motivadores e innovadoras”.

Todas las dimensiones, fueron mencionadas dentro de las afirmaciones con las mayores brechas, pero sin dudas las afirmaciones que más destacan son la dimensión de prácticas pedagógicas y liderazgo. Lo anterior, hace necesario que se trabaje en soluciones que logren la mejora de la calidad del servicio entregado por el Liceo Técnico Profesional Gonzalo Guglielmi Montiel.

1.8.8. Comparación de expectativas, percepciones y brechas entre los usuarios, funcionarios y comunidad educativa del Liceo Técnico Profesional Gonzalo Guglielmi Montiel

A continuación, se presenta un resumen de las expectativas, percepciones, importancia y brechas de los usuarios, funcionarios y comunidad educativa del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel.

Tabla 64: Comparación entre usuarios, funcionarios y comunidad educativa

	Usuarios	Funcionarios	Comunidad Educativa
Expectativas			
-Seguridad	6,33	6,60	6,39
-Bienes materiales o tangibles	6,23	6,41	6,27
-Liderazgo	6,42	6,88	6,52
-Gestión del C.O. y convivencia	6,38	6,70	6,45
-Prácticas pedagógicas	6,31	6,68	6,39
Percepciones			
-Seguridad	4,71	5,03	4,78
-Bienes materiales o tangibles	4,23	4,13	4,21
-Liderazgo	4,03	4,41	4,11
-Gestión del C.O. y convivencia	4,14	4,42	4,20
-Prácticas pedagógicas	4,27	4,37	4,29
Importancia			
-Seguridad	21,81	14,75	20,24
-Bienes materiales o tangibles	19,04	20,83	19,44
-Liderazgo	19,75	20,08	19,83
-Gestión del C.O. y convivencia	18,45	17,17	18,16
-Prácticas pedagógicas	20,95	27,17	22,33
Brecha Relativa			
-Seguridad	-0,35	-0,23	-0,33
-Bienes materiales o tangibles	-0,38	-0,47	-0,40
-Liderazgo	-0,47	-0,50	-0,48
-Gestión del C.O. y convivencia	-0,41	-0,39	-0,41
-Prácticas pedagógicas	-0,43	-0,63	-0,47

Fuente: Elaboración propia.

De la tabla anterior, se puede mencionar que usuarios, funcionarios y la comunidad educativa, coincidieron en que las dimensiones con mayor expectativa son liderazgo y gestión del clima organizacional y convivencia, y también concordaron, en que el ítem con menor expectativa corresponde a bienes materiales o tangibles.

Respecto a las percepciones, tanto usuarios, funcionarios y la comunidad educativa, coinciden en que la dimensión con mayor percepción de la calidad es seguridad.

Otro aspecto importante de destacar, es que los resultados obtenidos de usuarios y funcionarios, difieren completamente, ya que por una parte los usuarios consideran que la dimensión más relevante es la de seguridad, mientras que los funcionarios la ponderan

como el ítem menos relevante. Sin embargo, coinciden en que existen diferencias considerables en la importancia que se le asigna a cada una de las dimensiones.

Otra similitud entre los resultados obtenidos entre usuarios, funcionarios y la comunidad educativa, es que la dimensión con la menor brecha relativa se presenta en el ítem seguridad. Las brechas más importantes se encuentran en el grupo de los funcionarios, lo que permite concluir que son el grupo que se encuentra más insatisfecho con el servicio entregado por el Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel.

1.8.9. Comparación de brechas por afirmación entre usuarios, funcionarios y comunidad educativa del Liceo Técnico Profesional Gonzalo Guglielmi Montiel

En este apartado, se presenta un resumen de las brechas por afirmación de los usuarios, funcionarios y comunidad educativa del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel.

Para realizar dicho resumen, se consideraron todas aquellas brechas que superan la media de la comunidad educativa, o sea los valores superiores a -0,42.

Tabla 65: Comparación de afirmaciones entre integrantes de la comunidad

Comunidad Educativa	Usuarios	Funcionarios
P. Pedagógicas 4 (-0,60)	P. Pedagógicas 4 (-0,56)	P. Pedagógicas 3 (-0,78)
P. Pedagógicas 6 (-0,55)	P. Pedagógicas 6 (-0,51)	P. Pedagógicas 4 (-0,73)
P. Pedagógicas 3 (-0,54)	P. Pedagógicas 1 (-0,51)	P. Pedagógicas 8 (-0,72)
P. Pedagógicas 1 (-0,54)	Liderazgo 2 (-0,50)	P. Pedagógicas 6 (-0,68)
P. Pedagógicas 5 (-0,51)	P. Pedagógicas 5 (-0,49)	Bns. tangibles 2 (-0,65)
Liderazgo 2 (-0,49)	P. Pedagógicas 3 (-0,48)	P. Pedagógicas 1 (-0,64)
G. del C.O 4 (-0,49)	P. Pedagógicas 2 (-0,48)	P. Pedagógicas 5 (-0,59)
Liderazgo 1 (-0,48)	Liderazgo 1 (-0,48)	Bns. tangibles 1 (-0,55)
Bns. tangibles 2 (-0,47)	G. del C.O 4 (-0,47)	G. del C.O 4 (-0,54)
P. Pedagógicas 2 (-0,47)	G. del C.O 5 (-0,45)	P. Pedagógicas 7 (-0,54)
G. del C.O 5 (-0,47)	G. del C.O 8 (-0,45)	P. Pedagógicas 9 (-0,54)
Liderazgo 3 (-0,46)	Liderazgo 3 (-0,44)	Liderazgo 3 (-0,53)
G. del C.O 1 (-0,45)	Bns. tangibles 4 (-0,43)	G. del C.O 1 (-0,51)
Bns. tangibles 1 (-0,45)	Bns. tangibles 2 (-0,43)	G. del C.O 5 (-0,51)
P. Pedagógicas 9 (-0,44)	G. del C.O 1 (-0,43)	Liderazgo 1 (-0,50)
G. del C.O 8 (-0,44)	-	Liderazgo 2 (-0,47)
Bns. tangibles 4 (-0,43)	-	-

Fuente: Elaboración propia

De la tabla anterior, se puede destacar que las afirmaciones con las mayores brechas son la afirmación 3 de la dimensión prácticas pedagógicas que se refiere a: “En Su Escuela las notas reflejan lo que realmente aprenden los estudiantes”. Una segunda afirmación que

destaca es la 6 de la dimensión prácticas pedagógicas que se refiere a: “En Su Escuela se hace uso constante de biblioteca, textos escolares y otro recursos didácticos”. Otra afirmación que posee una brecha negativa importante para todos los estamentos de funcionarios, es la afirmación 8 del ítem prácticas pedagógicas que se refiere a: “En Su Escuela se controla el tiempo efectivo de trabajo en el aula”. Una cuarta afirmación que resalta es la afirmación 3 de la dimensión liderazgo que se refiere a: “En Su Escuela el director y equipo directivo difunden el proyecto educativo y aseguran la participación de los principales actores de la comunidad educativa en su desarrollo”. Por último, la afirmación 1, de la dimensión prácticas pedagógicas, se hace presente en todos los estamentos de funcionarios, y se refiere a: “En Su Escuela las prácticas pedagógicas son motivadores e innovadoras”.

Todas las dimensiones, fueron mencionadas dentro de las afirmaciones con las mayores brechas, pero sin dudas las afirmaciones que más destacan son la dimensión de prácticas pedagógicas y liderazgo. Lo anterior, hace necesario que se trabaje en soluciones que logren la mejora de la calidad del servicio entregado por el Liceo Técnico Profesional Gonzalo Guglielmi Montiel.

Sugerencias

Según los autores, Zeithaml y Bitner (2002), para entregar un servicio de calidad a los usuarios, es necesario que el personal de la organización se encuentre motivado, es decir, que consideren que el servicio entregado por la institución sea de calidad. Bajo este argumento, se entregarán recomendaciones a la institución educativa para mejorar la calidad del servicio ofrecido.

Tras analizar los resultados, se puede establecer que el servicio entregado en el Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel, es insatisfactorio, ya que no consigue alcanzar las expectativas respecto a un servicio de calidad. Dado lo anterior, es necesario disminuir las brechas de los distintos grupos que componen la comunidad educativa.

El análisis a la comunidad educativa completa, nos arrojó que las brechas más relevantes se encuentran en la dimensión prácticas pedagógicas. La brecha más considerable está en la afirmación que dice relación con las actividades extra programáticas, por ende, se sugiere realizar reuniones con la directiva de los alumnos, padres y apoderados, para organizar y fijar en conjunto actividades que sean de interés para toda la comunidad educativa.

Según el punto de vista de los usuarios, las tres brechas más relevantes se encuentran en la dimensión de prácticas pedagógicas. Estas afirmaciones son las siguientes, las actividades extra programáticas no son consensuadas; no se hace uso constante de biblioteca, textos escolares y otros recursos didácticos; las prácticas pedagógicas no son motivadoras e innovadoras.

Según el punto de vista de los funcionarios, las brechas más importantes también se encuentran en la dimensión de prácticas pedagógicas. Las afirmaciones son las siguientes, las notas no reflejan lo que realmente aprenden los estudiantes; las actividades extra programáticas no son consensuadas con los estudiantes y apoderados; se controla el tiempo efectivo de trabajo en el aula.

Para cerrar las brechas encontradas, se recomienda revisar los canales de comunicación, asegurándose que la información se puede entregar oportunamente a toda la comunidad educativa. Además, realizar reuniones periódicas, en las que cada representante de grupo, dé a conocer las perspectivas que tienen los integrantes de la comunidad educativa. De esta manera, la institución podrá obtener retroalimentación, para una mejora continua en la calidad del servicio entregado.

A continuación, se realizarán sugerencias para cada grupo de la comunidad educativa, con el objetivo de disminuir las brechas más relevantes. Lo que nos permitirá, contribuir a la mejora de la gestión de calidad, priorizando los aspectos que deben ser corregidos con mayor urgencia. De esta manera, se buscará elevar la satisfacción que los usuarios y funcionarios, tienen respecto a la calidad de servicio ofrecido por el establecimiento educacional.

La siguiente tabla, presenta las brechas relativas por afirmación de los usuarios, es decir, los alumnos y los padres y apoderados del establecimiento educacional.

Tabla 66: Prioridades para disminuir brechas por afirmación desde el punto de vista de los usuarios del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel

Alumnos			Padres y Apoderados		
Afirmación	Brecha	Prioridad	Afirmación	Brecha	Prioridad
P. Pedag. p4	-0,57	Primera	P. Pedag. p6	-0,62	Primera
Liderazgo p1	-0,52	Primera	P. Pedag. p3	-0,58	Primera
Gestión p6	-0,51	Primera	P. Pedag. p4	-0,55	Primera
P. Pedag. p1	-0,51	Primera	Liderazgo p2	-0,52	Segunda
Liderazgo p2	-0,49	Segunda	P. Pedag. p5	-0,52	Segunda
Gestión p4	-0,49	Segunda	P. Pedag. p2	-0,51	Segunda
Gestión p5	-0,48	Segunda	P. Pedag. p1	-0,50	Segunda
Bns. Tang. p2	-0,48	Segunda	Liderazgo p3	-0,47	Tercera
Gestión p8	-0,47	Segunda	Seguridad p2	-0,47	Tercera
P. Pedag. p5	-0,47	Segunda	Seguridad p3	-0,45	Tercera
P. Pedag. p2	-0,45	Tercera	Gestión p4	-0,45	Tercera
Gestión p1	-0,45	Tercera	Bns. Tang. p4	-0,44	Tercera
Gestión p1	-0,45	Tercera	Liderazgo p1	-0,43	Tercera
Bns. Tang. p1	-0,44	Tercera	Gestión p2	-0,43	Tercera
Gestión p10	-0,43	Tercera	Gestión p5	-0,43	Tercera
Bns. Tang. p4	-0,42	Tercera	Gestión p8	-0,43	Tercera
Gestión p9	-0,42	Tercera	Gestión p3	-0,42	Cuarta
P. Pedag. p6	-0,42	Tercera	Gestión p1	-0,41	Cuarta
Gestión p2	-0,41	Cuarta	P. Pedag. p9	-0,41	Cuarta
P. Pedag. p3	-0,41	Cuarta	P. Pedag. p8	-0,40	Cuarta
P. Pedag. p9	-0,41	Cuarta	Gestión p10	-0,40	Cuarta
Liderazgo p3	-0,40	Cuarta	Bns. Tang. p1	-0,39	Cuarta
Gestión p3	-0,40	Cuarta	Bns. Tang. p2	-0,37	Cuarta
Seguridad p2	-0,34	Cuarta	Gestión p9	-0,34	Quinta
Seguridad p1	-0,31	Quinta	Gestión p6	-0,30	Quinta
P. Pedag. p8	-0,31	Quinta	Seguridad p1	-0,27	Quinta
Seguridad p3	-0,29	Quinta	P. Pedag. p7	-0,27	Quinta
Bns. Tang. p3	-0,24	Quinta	Bns. Tang. p3	-0,24	Quinta
P. Pedag. p7	0,12	²	Gestión p7	-0,13	Quinta

Fuente: Elaboración propia.

Según las brechas observadas anteriormente, se considera como primera prioridad en común, la afirmación número 4 que tiene relación con las actividades extra programáticas consensuadas por los estudiantes y apoderados, correspondiente a la

² No se considera como prioridad, ya que esta afirmación posee una brecha positiva, es decir, los alumnos perciben positivamente que las clases perdidas se recuperan en el establecimiento.

dimensión de prácticas pedagógicas. Esto, ya que los usuarios, perciben de manera negativa que estas actividades no sean consensuadas por los estudiantes y apoderados. Es de gran importancia cerrar esta brecha, a través de actividades extra programáticas que estén de acuerdo con los intereses y necesidades de los usuarios del establecimiento.

Es necesario mencionar, que los padres y apoderados del establecimiento educacional, consideran que es necesario mejorar completamente la dimensión de prácticas pedagógicas, dado que no cumplen con las expectativas que tienen respecto a la calidad del servicio.

A continuación se presenta la siguiente tabla, que permite observar las brechas relativas por afirmación de los funcionarios, es decir, directivos, docentes y asistentes de la educación establecimiento educacional.

Tabla 67: Prioridades para disminuir brechas por afirmación desde el punto de vista de los funcionarios del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel

Directivos			Docentes			Asistentes de la educación		
Afirmación	Brecha	Prioridad	Afirmación	Brecha	Prioridad	Afirmación	Brecha	Prioridad
Lider 2	-0,77	Primera	P.Pedag. 3	-0,81	Primera	P.Pedag. 3	-0,77	Primera
Lider 1	-0,77	Primera	P.Pedag. 4	-0,78	Primera	P.Pedag. 4	-0,76	Primera
Lider 3	-0,70	Primera	P.Pedag. 6	-0,78	Primera	P.Pedag. 8	-0,76	Primera
P.Pedag. 3	-0,66	Segunda	P.Pedag. 8	-0,74	Segunda	Bns. Tan 2	-0,74	Primera
P.Pedag.7	-0,57	Segunda	P.Pedag. 1	-0,70	Segunda	Gestión 4	-0,61	Segunda
P.Pedag. 6	-0,53	Segunda	P.Pedag. 5	-0,70	Segunda	P.Pedag. 1	-0,61	Segunda
P.Pedag. 9	-0,48	Segunda	P.Pedag. 9	-0,66	Segunda	P.Pedag. 6	-0,61	Segunda
P.Pedag. 1	-0,48	Segunda	Bns. Tan 2	-0,61	Tercera	Gestión 5	-0,59	Segunda
P.Pedag. 8	-0,44	Tercera	P.Pedag. 7	-0,59	Tercera	Bns. Tan 1	-0,59	Segunda
P.Pedag. 5	-0,40	Tercera	Bns. Tan 1	-0,55	Tercera	Gestión 1	-0,54	Tercera
Bns. Tan 2	-0,38	Tercera	Gestión 1	-0,55	Tercera	Lider 3	-0,52	Tercera
Seg.1	-0,36	Tercera	Gestión 4	-0,52	Tercera	P.Pedag. 5	-0,51	Tercera
P.Pedag. 2	-0,35	Tercera	Lider 3	-0,49	Tercera	Lider 1	-0,49	Tercera
Bns. Tan 1	-0,34	Tercera	Gestión 5	-0,48	Tercera	P.Pedag. 7	-0,48	Tercera
Gestión 4	-0,32	Tercera	Lider 1	-0,45	Tercera	Bns. Tan 4	-0,48	Tercera
P.Pedag. 4	-0,31	Tercera	P.Pedag.2	-0,44	Tercera	Gestión 3	-0,47	Tercera
Bns. tan 4	-0,29	Cuarta	Lider 2	-0,42	Cuarta	Lider 2	-0,46	Cuarta
Gestión 5	-0,28	Cuarta	Gestión 2	-0,41	Cuarta	Gestión 8	-0,45	Cuarta
Seg. 3	-0,27	Cuarta	Gestión 8	-0,40	Cuarta	P.Pedag. 9	-0,43	Cuarta
Gestión 2	-0,26	Cuarta	Bns. Tan 4	-0,39	Cuarta	Gestión 2	-0,39	Cuarta
Bns. Tan 3	-0,25	Cuarta	Gestión 6	-0,38	Cuarta	P.Pedag. 2	-0,37	Cuarta
Seg. 2	-0,24	Cuarta	Gestión 3	-0,37	Cuarta	Bns. Tan 3	-0,33	Quinta
Gestión 1	-0,22	Quinta	Gestión 10	-0,35	Quinta	Gestión 6	-0,32	Quinta
Gestión 6	-0,22	Quinta	Gestión 7	-0,35	Quinta	Gestión 9	-0,30	Quinta
Gestión 3	-0,18	Quinta	Seg. 1	-0,32	Quinta	Gestión 10	-0,29	Quinta
Gestión 7	-0,14	Quinta	Seg. 3	-0,26	Quinta	Seg. 1	-0,28	Quinta
Gestión 8	-0,12	Quinta	Bns. Tan 3	-0,25	Quinta	Gestión. 7	-0,25	Quinta
Gestión 10	-0,10	Quinta	Gestión 9	-0,24	Quinta	Seg. 3	-0,19	Quinta
Gestión 9	-0,10	Quinta	Seg. 2	-0,19	Quinta	Seg. 2	-0,11	Quinta

Fuente: Elaboración propia

Como se puede apreciar en la tabla anterior, para los directivos, docentes y asistentes de la educación, tienen distintos puntos de vista. La brecha más importante corresponde a la afirmación 2, del ítem liderazgo, que dice relación con que el director y equipo directivo son capaces de administrar conflictos y resolver problemas. Por lo tanto,

se sugiere que se capacite a los directivos para que puedan solucionar los problemas de la comunidad educativa.

Los docentes y asistentes de la educación, concuerdan en que la mayor brecha corresponde a la afirmación que se refieren a: las notas reflejan lo que realmente aprenden los estudiantes. Se recomienda, modificar los sistemas de evaluación, es decir, brindar mayor flexibilidad a los docentes para evaluar el aprendizaje real de los alumnos.

Es necesario hacer hincapié, que el Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel debe preocuparse de cerrar las brechas más altas que fueron encontradas. Dado lo anterior, es que es fundamental vincular los resultados del estudio con el modelo de la brechas de calidad de servicio, que permite cerrar las brechas encontradas.

La primera brecha consiste en la discrepancia que existe entre las expectativas de los usuarios y lo que los funcionarios creen que esperan dichos usuarios. Para cerrar esta brecha y así mejorar la calidad del servicio, se recomienda, que el establecimiento, se preocupe de mejorar su canal de comunicación, de esta manera se podría coordinar la información entre los estamentos de la comunidad educativa. Además se sugiere, que se realice una segmentación entre los usuarios, con el fin de determinar específicamente los requerimientos y necesidades de cada grupo.

Esta brecha es la más relevante, ya que es la discrepancia más importante encontrada, es decir, al cerrar esta brecha, se lograría disminuir considerablemente la insatisfacción que existe por parte de los usuarios, respecto de la calidad del servicio. Además, es necesario, cuidar la comunicación entre los usuarios y funcionarios del establecimiento.

La segunda brecha, corresponde a la diferencia entre la percepción de las expectativas del usuario que tiene el establecimiento, y el desarrollo de diseños y estándares orientados al cliente. Para cerrar esta brecha, se recomienda diseñar correctamente los estándares de calidad. Se sugiere contar con los textos escolares y material didáctico que

los alumnos necesitan, para esto se debe incorporar en el plan anual que realiza el establecimiento.

La tercera brecha tiene relación con la gestión que realice el recurso humano de la organización, por ende se recomienda capacitar constantemente a los directivos, docentes y asistentes de la educación. También a la hora de contratar nuevo personal, describir correctamente las actividades y funciones del puesto, de esta manera se contratará personal idóneo, motivado y eficiente.

En síntesis, consideramos que si la institución corrige estos aspectos, conseguirá disminuir la insatisfacción percibida por la comunidad educativa. Además, de poner en práctica las sugerencias propuestas anteriormente.

Conclusiones

En la investigación, se pudo observar que el factor común de todos los grupos participantes de la comunidad educativa del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel, es que esperan una mejora en la calidad del servicio que entrega esta institución. Esta afirmación se basa en los malos resultados obtenidos tras la aplicación del cuestionario de evaluación de la percepción de calidad de servicios, lo que indica que los 2 estamentos (usuarios y funcionarios) se encuentran insatisfechos con el servicio que ofrece el Liceo Técnico Profesional Gonzalo Guglielmi Montiel.

El primer objetivo propuesto para la presente investigación consistía en: “establecer un marco teórico que permita mostrar la clara definición de conceptos relevantes que se utilizarán en la investigación”. Para dar cumplimiento a este objetivo, se realizó una revisión exhaustiva de libros, revistas, tesis, páginas web, papers, entre otros documentos. El marco teórico, se subdividió en tres temas: marketing, calidad y educación. Algunos autores que abordaron el tema de marketing son: Barquero; Kotler y Armstrong; Grönroos, entre otros, quienes se han dedicado a explicar la disciplina dedicada al análisis del comportamiento de los mercados y los consumidores. Los autores como Bateman y Snell; Zeithaml, Parasuraman y Berry; Ruiz-Ollala, entre otros, se dedicaron al estudio del concepto calidad, herramienta que nos permite crear lazos y relaciones a largo plazo con los clientes, lo cual influye directamente en la prestación de servicios, generando confianza y credibilidad con los compradores. Finalmente, el concepto educación fue estudiado por García, Sarramona, entre otros, quienes estudian el fenómeno del sistema educativo. Cabe destacar, que el presente marco fue complementado con información estadística de MINEDUC y DIRECON. Todo lo anterior, referente al marco teórico construido, nos permitió generar las bases y cimientos de la investigación.

El segundo objetivo de este proyecto era: “identificar el grado de importancia que asignan los distintos grupos de la comunidad educativa, a las dimensiones de calidad del servicio que brinda el Liceo Técnico Profesional Gonzalo Guglielmi Montiel”. Para cumplir dicho objetivo, se aplicó el cuestionario de evaluación de la preponderancia de las cinco dimensiones de calidad, a una muestra significativa de la población objetivo del

estudio. En base a este cuestionario, se obtuvo como resultado que para dos grupos de la comunidad educativa, alumnos y apoderados, la dimensión seguridad era la más importante; mientras que dos de los grupos que conforman el estamento funcionarios, docentes y asistentes, consideran que seguridad es el ítem menos relevante de los cinco aspectos a considerar. La dimensión que los docentes y asistentes consideraron más relevante era la de prácticas pedagógicas, mientras que para los otros tres grupos de la comunidad, directivos, alumnos y apoderados esta dimensión merecía el segundo lugar de importancia.

Cabe destacar, que la dimensión menos relevante para los usuarios es gestión del clima organizacional y convivencia, la cual se posiciona en quinto lugar; mientras que para los funcionarios, se ubica en un cuarto nivel de importancia, por lo que no es considerado relevante para ninguno de los integrantes de la comunidad educativa.

El tercer y cuarto objetivo de esta investigación se refería a: “conocer las expectativas y percepciones de los usuarios del Liceo Técnico Profesional Gonzalo Guglielmi Montiel, respecto a la calidad del servicio” y “determinar las expectativas y percepciones de los funcionarios del Liceo Técnico Profesional Gonzalo Guglielmi Montiel, respecto a la calidad del servicio ofrecido”. Para cumplir dichos objetivos se aplicaron los dos cuestionarios restantes contruidos por los investigadores Castillo, Loyola y Sáez (2008) basado en la Escala Multidimensional SERVQUAL. Uno de ellos, es el cuestionario de evaluación de la expectativa de calidad de servicios, y el segundo, el cuestionario de evaluación de la percepción de calidad de servicios. Para obtener resultados más fidedignos, se relativizaron los valores absolutos obtenidos con la aplicación del instrumento de medición, asignándoles la importancia que cada grupo de la comunidad educativa les otorgó a las dimensiones del cuestionario.

Dicho lo anterior, se obtuvo que las mayores expectativas relativas respecto a la calidad del servicio son de las dimensiones de prácticas pedagógicas y seguridad. En contraste, las dimensiones que generaban menos expectativas eran las de gestión del clima organizacional y convivencia, y la de bienes materiales o tangibles.

En el caso de las percepciones que tenían los integrantes de la comunidad educativa, las dimensiones con mayores percepciones son exactamente las mismas que obtuvieron las mayores expectativas, seguridad y prácticas pedagógicas. Mientras que, las dimensiones que menor percepción obtuvieron fueron la de liderazgo y gestión del clima organizacional y convivencia.

De los resultados anteriores, se obtuvo que las expectativas son notoriamente mayores que las percepciones, generándose una brecha importante. Por lo tanto, el servicio no está siendo entregado correcta y confiablemente. Además, se puede destacar que los distintos grupos tienen una percepción diferente del servicio que se ofrece en el Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel. Por ejemplo, el grupo de usuarios perciben más negativamente la dimensión gestión del clima organizacional y convivencia, o sea, que creen que el colegio no posee los suficientes canales de comunicación y no prestan ayuda oportunamente al alumnado, a diferencia del grupo de los funcionarios, que evalúan como la peor dimensión a la de seguridad, o sea, consideran que el conocimiento de los empleados sobre lo que hacen, su cortesía y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza al cliente son insuficientes.

El quinto y sexto objetivo se referían a: “evaluar las brechas que existen entre lo que reciben y lo que esperan los usuarios del Liceo Técnico Profesional Gonzalo Guglielmi Montiel, respecto a la calidad del servicio” y “calcular las brechas que existen entre lo que reciben y lo que esperan los funcionarios del Liceo Técnico Profesional Gonzalo Guglielmi Montiel, respecto a la calidad del servicio”. Para cumplir estos objetivos, se debieron calcular las diferencias entre las expectativas y percepciones, lo que entregó como resultado que todas las brechas arrojaron resultados negativos, por lo tanto, existe insatisfacción en todas de las dimensiones evaluadas. En este sentido se puede mencionar, que las dimensiones con mayores brechas y por ende, las áreas más problemáticas de la institución son las de prácticas pedagógicas y liderazgo.

El séptimo objetivo consistía en: “comparar brechas de expectativas y percepciones de los usuarios y funcionarios del Liceo Técnico Profesional Gonzalo Guglielmi Montiel”.

Para dar cumplimiento a este objetivo, se le asignó orden de importancia a los resultados obtenidos, lo que implicó comparar las dimensiones que mayores brechas negativas reportaban, y por lo tanto, identificar las áreas que requieran tratamiento inmediato que permitan cerrar las brechas existentes. De los resultados, se observó que las tres brechas más importantes se encuentran en el grupo de los funcionarios, en las dimensiones de prácticas pedagógicas y liderazgo, lo que permite concluir que los funcionarios son el grupo que se encuentra más insatisfecho con el servicio entregado por el Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel.

El octavo objetivo se refería a: “formular sugerencias destinadas a mejorar la satisfacción de los usuarios y funcionarios del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel, de acuerdo a los resultados obtenidos tras la investigación”. Se dio cumplimiento a este objetivo, ya que se entregaron recomendaciones, que le permitirá a la institución disminuir las brechas más relevantes que fueron encontradas. Cabe mencionar, que las sugerencias son realizables por el establecimiento, es decir, son sugerencias concretas que les brindarán resultados positivos, con respecto a la satisfacción usuaria, del Liceo Técnico Profesional Gonzalo Guglielmi Montiel.

Del objetivo general planteado, el cual consistía en: “medir el grado de satisfacción de los usuarios y funcionarios del Liceo Técnico Profesional Gonzalo Guglielmi Montiel de la comuna de Yumbel”, se puede mencionar que existe insatisfacción para todos los grupos de la comunidad educativa analizada, respecto a la calidad del servicio que entrega el Liceo Técnico Profesional Gonzalo Guglielmi Montiel.

Anexos

Anexo N°1: SERVQUAL modificado

A continuación se presentarán los tres cuestionarios que fueron aplicados al Liceo Técnico Profesional Gonzalo Guglielmi Montiel.

1. Cuestionario de evaluación de la preponderancia de las cinco dimensiones de calidad

Instrucciones:

A continuación se listan cinco características de las escuelas. Deseamos conocer que tan importante es cada una de esas características si usted está evaluando a una Escuela Ideal. Por favor, distribuya un total de 100 puntos entre las cinco características de acuerdo con la importancia que para usted tenga cada una de ellas: entre más importante sea una característica, más puntos se le asignarán. No olvide asegurarse que la suma de todos los puntos debe ser 100.

Cuestionario sobre preponderancia de las dimensiones de calidad de servicio:

1	Cuando un estudiante o apoderado tiene un problema, la escuela debe mostrar sincero interés por resolverlo.	
2	Los directivos, docentes y asistentes de la educación de la escuela, deben contar con el conocimiento óptimo y adecuado a la labor que desempeñan para responder las consultas de los estudiantes y apoderados.	
3	En la escuela el director y equipo directivo deben ser capaces de administrar conflictos y resolver problemas.	
4	La mantención de los inmuebles, muebles y equipos de la escuela debe ser buena y oportuna.	
5	Las prácticas pedagógicas deben promover que los estudiantes se planteen metas de superación personal, laboral y profesional.	
SUMA TOTAL		

2. Cuestionario de evaluación de la expectativa de calidad de servicios

Instrucciones:

Basándose en su experiencia piense en una Escuela Ideal que brindaría una excelente educación, con la que usted estaría complacido. Por favor, indique el grado que usted piensa que una Escuela Ideal debe tener respecto a las características descritas en cada uno de los enunciados. Si usted siente que la característica no es totalmente esencial, encierre el número 1. Si cree que la característica es absolutamente esencial para una Escuela Ideal, encierre el número 7. Si su decisión no es muy definida, encierre uno de los números intermedios. No existen respuestas correctas ni incorrectas, sólo interesa obtener un número que realmente refleje lo que usted piensa respecto a las instituciones que ofrecen una excelente calidad en el servicio.

Cuestionario sobre expectativas de calidad del servicio:

Dimensión 1: Seguridad		Total Desacuerdo				Total Acuerdo		
		1	2	3	4	5	6	7
1	El comportamiento de los directivos, docentes y asistentes de la educación de una Escuela Ideal inspira confianza.							
2	Los directivos, docentes y asistentes de la educación de una Escuela Ideal tratan a los estudiantes y apoderados siempre cortésmente.							
3	Los directivos, docentes y asistentes de la educación de una Escuela Ideal, cuentan con el conocimiento óptimo y adecuado a la labor que desempeñan para responder las consultas de los estudiantes y apoderados.							

Dimensión 2: Bienes materiales o tangibles		Total Desacuerdo				Total Acuerdo		
		1	2	3	4	5	6	7
1	La apariencia de los equipos de una Escuela Ideal es moderna y de calidad.							
2	Las instalaciones físicas de una Escuela Ideal son visualmente atractivas.							

3	La presentación personal de los directivos, docentes y asistentes de la educación de una Escuela Ideal es buena.							
4	La mantención de los inmuebles, muebles y equipos de una Escuela Ideal es buena y oportuna.							

Dimensión 3: Liderazgo		Total Desacuerdo				Total Acuerdo		
		1	2	3	4	5	6	7
1	En una Escuela Ideal el director y equipo directivo comunican sus puntos de vista con claridad y entienden las perspectivas de la comunidad escolar.							
2	En una Escuela Ideal el director y equipo directivo son capaces de administrar conflictos y resolver problemas.							
3	En una Escuela Ideal el director y equipo directivo difunden el proyecto educativo y aseguran la participación de los principales actores de la comunidad educativa en su desarrollo.							

Dimensión 4: Gestión del Clima Organizacional y Convivencia		Total Desacuerdo				Total Acuerdo		
		1	2	3	4	5	6	7
1	En una Escuela Ideal existen mecanismos y canales expeditos de comunicación para mantener permanentemente informados a todos los estamentos de la comunidad educativa y recibir observaciones y sugerencias.							
2	En una Escuela Ideal existen instancias de participación para padres y/o familias en el quehacer del establecimiento para apoyar el desarrollo del Proyecto Educativo.							
3	En una Escuela Ideal existen normas difundidas y consensuadas con la comunidad educativa para regular conductas, relaciones y conflictos entre los distintos actores del establecimiento.							
4	En una Escuela Ideal existen prácticas para prevenir riesgos y garantizar la seguridad, integridad y salud del conjunto de la comunidad educativa.							
5	En una Escuela Ideal el director y equipo directivo se relacionan con instituciones de su comunidad, para potenciar el proyecto educativo institucional y los resultados de aprendizaje de los estudiantes, generando redes de apoyo pertinentes.							

6	Cuando un estudiante o apoderado tiene un problema, una Escuela Ideal muestra sincero interés por resolverlo.							
7	Los directivos, docentes y asistentes de la educación de una Escuela Ideal siempre se muestran dispuestos a ayudar a los estudiantes y apoderados.							
8	Los directivos, docentes y asistentes de la educación de una Escuela Ideal nunca están demasiado ocupados como para no atender a un estudiante o apoderado.							
9	Una Escuela Ideal brinda atención individual a los estudiantes y apoderados.							
10	Los directivos, docentes y asistentes de la educación de una Escuela Ideal entienden sus necesidades específicas.							

Dimensión 5: Prácticas Pedagógicas		Total Desacuerdo				Total Acuerdo		
		1	2	3	4	5	6	7
1	En una Escuela Ideal las prácticas pedagógicas son motivadoras e innovadoras.							
2	Una Escuela Ideal utiliza medios modernos (TIC's) para apoyar el proceso de enseñanza – aprendizaje.							
3	En una Escuela Ideal las notas reflejan lo que realmente aprenden los estudiantes.							
4	En una Escuela Ideal existen actividades extra programáticas consensuadas con los estudiantes y apoderados.							
5	Una Escuela Ideal promueve valores y actitudes positivas para el desarrollo de habilidades sociales.							
6	En una Escuela Ideal se hace uso constante de biblioteca, textos escolares y otros recursos didácticos.							
7	En una Escuela Ideal, las clases perdidas se recuperan.							
8	En una Escuela Ideal se controla el tiempo efectivo de trabajo en el aula.							
9	En una Escuela Ideal las prácticas pedagógicas promueven que los estudiantes se planteen metas de superación personal, laboral y profesional.							

3. Cuestionario de evaluación de la percepción de calidad de servicios

Instrucciones:

Basándose en su experiencia piense en como lo hace Su Escuela cuando se trata de brindar servicios educacionales e indique su percepción en cada Afirmación del cuestionario. Por favor, indique el grado que usted piensa que Su Escuela tiene respecto a las características descritas en cada uno de los enunciados. Si usted siente que la característica no es totalmente satisfecha, encierre el número 1. Si cree que la característica es absolutamente satisfecha por la organización en estudio, encierre el número 7. Si su decisión no es muy definida, encierre uno de los números intermedios. No existen respuestas correctas ni incorrectas, sólo interesa obtener un número que realmente refleje lo que usted piensa respecto a las instituciones que ofrecen una excelente calidad en el servicio.

Cuestionario sobre percepciones de calidad del servicio:

Dimensión 1: Seguridad		Total Desacuerdo				Total Acuerdo		
		1	2	3	4	5	6	7
1	El comportamiento de los directivos, docentes y asistentes de la educación de Su Escuela inspira confianza.							
2	Los directivos, docentes y asistentes de la educación de Su Escuela tratan a los estudiantes y apoderados siempre cortésmente.							
3	Los directivos, docentes y asistentes de la educación de Su Escuela, cuentan con el conocimiento óptimo y adecuado a la labor que desempeñan para responder las consultas de los estudiantes y apoderados.							

Dimensión 2: Bienes materiales o tangibles		Total Desacuerdo				Total Acuerdo		
		1	2	3	4	5	6	7
1	La apariencia de los equipos de Su Escuela es moderna y de calidad.							
2	Las instalaciones físicas de Su Escuela son visualmente atractivas.							
3	La presentación personal de los directivos, docentes y asistentes de la educación de Su Escuela es buena.							
4	La mantención de los inmuebles, muebles y equipos de Su Escuela es buena y oportuna.							

Dimensión 3: Liderazgo		Total Desacuerdo				Total Acuerdo		
		1	2	3	4	5	6	7
		1	En Su Escuela el director y equipo directivo comunican sus puntos de vista con claridad y entienden las perspectivas de la comunidad escolar.					
2	En Su Escuela el director y equipo directivo son capaces de administrar conflictos y resolver problemas.							
3	En Su Escuela el director y equipo directivo difunden el proyecto educativo y aseguran la participación de los principales actores de la comunidad educativa en su desarrollo.							

Dimensión 4: Gestión del Clima Organizacional y Convivencia		Total Desacuerdo				Total Acuerdo		
		1	2	3	4	5	6	7
		1	En Su Escuela existen mecanismos y canales expeditos de comunicación para mantener permanentemente informados a todos los estamentos de la comunidad educativa y recibir observaciones y sugerencias.					
2	En Su Escuela existen instancias de participación para padres y/o familias en el quehacer del establecimiento para apoyar el desarrollo del Proyecto Educativo.							
3	En Su Escuela existen normas difundidas y consensuadas con la comunidad educativa para regular conductas, relaciones y conflictos entre los distintos actores del establecimiento.							
4	En Su Escuela existen prácticas para prevenir riesgos y garantizar la seguridad, integridad y salud del conjunto de la comunidad educativa.							
5	En Su Escuela el director y equipo directivo se relacionan con instituciones de su comunidad, para potenciar el proyecto educativo institucional y los resultados de aprendizaje de los estudiantes, generando redes de apoyo pertinentes.							
6	Cuando un estudiante o apoderado tiene un problema, Su Escuela muestra sincero interés por resolverlo.							
7	Los directivos, docentes y asistentes de la educación de Su Escuela siempre se muestran dispuestos a ayudar a los estudiantes y apoderados.							
8	Los directivos, docentes y asistentes de la educación de Su Escuela nunca están demasiado ocupados como para no atender a un estudiante o apoderado.							

9	Su Escuela brinda atención individual a los estudiantes y apoderados.							
10	Los directivos, docentes y asistentes de la educación de Su Escuela entienden sus necesidades específicas.							

Dimensión 5: Prácticas Pedagógicas		Total Desacuerdo				Total Acuerdo		
		1	2	3	4	5	6	7
1	En Su Escuela las prácticas pedagógicas son motivadoras e innovadoras.							
2	Su Escuela utiliza medios modernos (TIC's) para apoyar el proceso de enseñanza – aprendizaje.							
3	En Su Escuela las notas reflejan lo que realmente aprenden los estudiantes.							
4	En Su Escuela existen actividades extra programáticas consensuadas con los estudiantes y apoderados.							
5	Su Escuela promueve valores y actitudes positivas para el desarrollo de habilidades sociales.							
6	En Su Escuela se hace uso constante de biblioteca, textos escolares y otros recursos didácticos.							
7	En Su Escuela, las clases perdidas se recuperan.							
8	En Su Escuela, se controla el tiempo efectivo de trabajo en el aula.							
9	En Su Escuela las prácticas pedagógicas promueven que los estudiantes se planteen metas de superación personal, laboral y profesional.							

Anexo N°2: SERVQUAL

1. Cuestionario de evaluación de la preponderancia de las cinco dimensiones de calidad

Instrucciones:

A continuación se listan cinco características de las empresas que ofrecen servicios. Deseamos conocer que tan importante es cada una de esas características si usted está evaluando a una organización excelente. Por favor, distribuya un total de 100 puntos entre las cinco características de acuerdo con la importancia que para usted tenga cada una de ellas: entre más importante sea una característica, más puntos se le asignarán. No olvide asegurarse que la suma de todos los puntos debe ser 100.

Cuestionario sobre preponderancia de las dimensiones de calidad de servicio:

1	La apariencia de las instalaciones, equipo, personal y materiales de comunicación.	
2	La habilidad de la empresa para desempeñar el servicio prometido confiable y correctamente.	
3	La disponibilidad de la compañía para ayudar a los clientes y proveer un pronto servicio.	
4	El conocimiento y cortesía de los empleados y su habilidad para inspirar confianza.	
5	El cuidado y la atención personalizada que la compañía brinda a sus clientes.	
SUMA TOTAL		

2. Cuestionario de evaluación de la expectativa de calidad de servicios

Instrucciones:

Basándose en su experiencia piense en una organización excelente que brindaría un excelente servicio, con el que usted estaría complacido. Por favor, indique el grado que usted piensa que una organización excelente debe tener respecto a las características descritas en cada uno de los enunciados. Si usted siente que la característica no es totalmente satisfecha, encierre el número 1. Si cree que la característica es absolutamente satisfecha por una organización excelente, encierre el número 7. Si su decisión no es muy definida, encierre uno de los números intermedios. No existen respuestas correctas ni incorrectas, sólo interesa obtener un número que realmente refleje lo que usted piensa respecto a las empresas que ofrecen una excelente calidad en el servicio.

Cuestionario sobre expectativas de calidad del servicio:

Dimensión 1: Confiabilidad		Total Desacuerdo				Total Acuerdo		
		1	2	3	4	5	6	7
1	Cuando una organización excelente promete hacer algo en un tiempo determinado, lo cumple.							
2	Cuando un cliente tiene un problema, una organización excelente muestra sincero interés por resolverlo.							
3	Una organización excelente desempeña el servicio de manera correcta a la primera vez.							
4	Una organización excelente proporciona sus servicios en la oportunidad en que promete hacerlo.							
5	Una organización excelente mantiene informados a los clientes sobre el momento en que se van a desempeñar los servicios							

Dimensión 2: Responsabilidad		Total Desacuerdo				Total Acuerdo		
		1	2	3	4	5	6	7
1	Los empleados de una organización excelente brindan el servicio con prontitud a los clientes.							
2	Los empleados de una organización excelente siempre se muestran dispuestos a ayudar a los clientes.							
3	Los empleados de una organización excelente nunca están demasiado ocupados como para no atender a un cliente							

Dimensión 3: Seguridad		Total Desacuerdo				Total Acuerdo		
		1	2	3	4	5	6	7
1	El comportamiento de los empleados de una organización excelente le inspira confianza.							
2	Al realizar transacciones con una organización excelente el cliente se debe sentir seguro.							
3	Los empleados de una organización excelente tratan a los clientes siempre con cortesía.							
4	Los empleados de una organización excelente cuentan con el conocimiento para responder las consultas de los clientes.							

Dimensión 4: Empatía		Total Desacuerdo				Total Acuerdo		
		1	2	3	4	5	6	7
1	Una organización excelente le brinda atención individual.							
2	Una organización excelente cuenta con empleados que le brindan atención personal.							
3	Una organización excelente se preocupa de cuidar los intereses de sus clientes.							
4	Los empleados de una organización excelente entienden sus necesidades específicas.							

Dimensión 5: Bienes materiales o tangibles		Total Desacuerdo				Total Acuerdo		
		1	2	3	4	5	6	7
1	La apariencia de los equipos de una organización excelente es moderna.							
2	Las instalaciones físicas de una organización excelente son visualmente atractivas.							
3	La presentación de los empleados de una organización excelente es buena.							
4	Los materiales asociados con el servicio (como folletos o catálogos) de una organización excelente son visualmente atractivos.							
5	Los horarios de actividades de una organización excelente son convenientes.							

3. Cuestionario de evaluación de la percepción de calidad de servicios

Instrucciones:

Piense en como lo hace la organización en estudio cuando se trata de brindar servicios al cliente e indique su percepción en cada pregunta del cuestionario. Por favor, indique el grado que usted piensa que la organización tiene respecto a las características descritas en cada uno de los enunciados. Si usted siente que la característica no es totalmente satisfecha, encierre el número 1. Si cree que la característica es absolutamente satisfecha por la organización en estudio, encierre el número 7. Si su decisión no es muy definida, encierre uno de los números intermedios. No existen respuestas correctas ni incorrectas, sólo interesa obtener un número que realmente refleje lo que usted piensa respecto a las empresas que ofrecen una excelente calidad en el servicio

Cuestionario sobre percepciones de calidad del servicio:

Dimensión 1: Confiabilidad		Total Desacuerdo				Total Acuerdo		
		1	2	3	4	5	6	7
1	Cuando la organización XX promete hacer algo en un tiempo determinado, lo cumple.							
2	Cuando Ud. tiene un problema, la organización XX muestra sincero interés por resolverlo.							
3	La organización XX desempeña el servicio de manera correcta a la primera vez.							
4	La organización XX proporciona sus servicios en la oportunidad en que promete hacerlo.							
5	La organización XX mantiene informados a los clientes sobre el momento en que se van a desempeñar los servicios.							

Dimensión 2: Responsabilidad		Total Desacuerdo				Total Acuerdo		
		1	2	3	4	5	6	7
1	Los empleados de la organización XX le brindan el servicio con prontitud.							
2	Los empleados de la organización XX siempre se muestran dispuestos a ayudar a los clientes.							
3	Los empleados de la organización XX nunca están demasiado ocupados como para no atender a un cliente							

Dimensión 3: Seguridad		Total Desacuerdo				Total Acuerdo		
		1	2	3	4	5	6	7
1	El comportamiento de los empleados de la organización XX le inspira confianza.							
2	Se siente seguro al realizar transacciones con la organización XX.							
3	Los empleados de la organización XX lo tratan siempre con cortesía.							
4	Los empleados de la organización XX cuentan con el conocimiento para responder sus consultas.							

Dimensión 4: Empatía		Total Desacuerdo				Total Acuerdo		
		1	2	3	4	5	6	7
1	La organización XX le brinda atención individual.							
2	La organización XX cuenta con empleados que le brindan atención personal.							
3	La organización XX se preocupa de cuidar los intereses de sus clientes.							
4	Los empleados de la organización XX entienden sus necesidades específicas.							

Dimensión 5 Bienes materiales o tangibles		Total Desacuerdo				Total Acuerdo		
		1	2	3	4	5	6	7
1	La apariencia de los equipos de la organización XX es moderna.							
2	Las instalaciones físicas de la organización XX son visualmente atractivas.							
3	La presentación de los empleados de la organización XX es buena.							
4	Los materiales asociados con el servicio (como folletos o catálogos) de la organización XX son visualmente atractivos.							
5	Los horarios de actividades de la organización XX son convenientes.							

Anexo N°3: Fotografías de la institución

Figura 11: Imágenes del Liceo G.G.M.



Fuente: Página web del Liceo G.G.M.

Anexo N°4: Logo del Liceo Técnico Profesional Gonzalo Guglielmi Montiel

Figura 12: Logo de la institución



Fuente: Página web del Liceo G.G.M.

Referencias

- Agüero Cobo, L. (marzo de 2014). *Estrategia de Fidelización de Clientes*. Recuperado el 5 de febrero de 2016, de Repositorio Abierto de la Universidad de Cantabria: <http://repositorio.unican.es/xmlui/bitstream/handle/10902/4474/%5B2%5D%20Ag%20C3%BCero%20Cobo%20L.pdf?sequence=1>
- Aguilar Morales, J. E., & Vargas Mendoza, J. (2010). *Servicio al cliente*. Recuperado el 1 de marzo de 2016, de Network de Psicología Organizacional: http://www.conductitlan.net/psicologia_organizacional/servicio_al_cliente.pdf
- Alcaide Casado, J. C. (2002). *Alta fidelidad: Técnicas e Ideas Operativas para Lograr la Lealtad del Cliente a través del Servicio* (1a ed.). España: Esic.
- American Marketing Association. (s.f.). *Definición de Conceptos*. Recuperado el 5 de enero de 2016, de American Marketing Association: <https://www.ama.org/AboutAMA/Pages/Definition-of-Marketing.aspx>
- Banco Mundial. (2014). *Población activa total*. Recuperado el 20 de febrero de 2016, de Banco Mundial: <http://datos.bancomundial.org/indicador/SL.TLF.TOTL.IN>
- Barquero, J. D., Rodríguez de Llauder, C., Barquero, M., & Huertas, F. (2007). *Marketing de Clientes ¿Quién se ha llevado a mi cliente?* (2a ed.). España: McGraw-Hill.
- Bateman, & Snell. (2000). *Administración: una ventaja competitiva*. México: McGraw Hill.
- Biblioteca del Congreso Nacional de Chile. (2009). *Ley General de Educación*. Recuperado el 26 de enero de 2016, de <http://www.leychile.cl/Consulta>
- Boeree, G. (1998). *Teorías de la Personalidad*. Recuperado el 9 de enero de 2016, de Portal de Psicología Online: <http://www.psicologia-online.com/ebooks/personalidad/maslow.htm>
- Bustos P, H., & Becker B, R. (2013). *Marketing Educacional: El Alumno es un Cliente*.
- Castillo Morales, E. G. (2005). *Recopilación escala Multidimensional SERVQUAL*. Chillán: Universidad del Bío-Bío, Facultad de Ciencias Empresariales.
- Centro Ecuatoriano para la Promoción y Acción de la Mujer. (abril de 2013). *Manual de Atención al Cliente*. Recuperado el 27 de febrero de 2016, de <http://www.fad.es/sites/default/files/Manual%20Atenci%C3%B3n%20Cliente.pdf>

- Cobra, M. (1992). *Marketing de servicios: conceptos y estrategias* (1a ed.). México: McGraw-Hill.
- Datos matrículas y establecimientos educacionales de la comuna de Yumbel.* (marzo de 2014). Recuperado el 19 de febrero de 2016, de Departamento de Educación de la Municipalidad de Yumbel: http://www.yumbel.cl/transparencia_municipal/fagem/PADEM-2014.pdf
- Departamento de Ciencias Económico Administrativas. (diciembre de 2010). La Calidad del Servicio de un Centro de Información. *Conciencia Tecnológica*, 40.
- Departamento de Estudios de la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales del Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile. (enero de 2015). *Servicios: Evolución Reciente y Oportunidades*. Recuperado el 20 de febrero de 2016, de DIRECON: <http://www.direcon.gob.cl/wp-content/uploads/2015/02/Documento-servicios.pdf>
- Diccionario de Marketing. (1999). Definición de Cliente. España: Cultural.
- Dirección de Presupuestos. (octubre de 2015). *Ley de Presupuesto 2016* . Recuperado el 2 de febrero de 2015, de Gobierno de Chile: http://www.gob.cl/wp-content/uploads/2015/09/Informativo_LeyPresupuesto2016.pdf
- Fernández Verde, D., & Fernández Rico, E. (2010). *Comunicación Empresarial y Atención al Cliente* (1a ed.). España: Ediciones Paraninfo.
- García Aretio, L. (1989). *La Educación: Teorías y Conceptos*. Madrid: Paraninfo.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación* (5a ed.). México: McGraw-Hill.
- Jara Contreras, L., Martínez Espinoza, M., & Muñoz Palavecino, R. (2008). *Medición de calidad de servicio y satisfacción usuaria en CGE Distribución Chillán*. Chillán: Universidad del Bío-Bío. Departamento de Gestión Empresarial.
- Koontz , H., & Weihrich, H. (1998). *Administración. Una Perspectiva Global*. México: MC Graw-Hill-Interamericana Editores.
- Kotler, P. (2001). *Dirección De Mercadotecnia* (8a ed.). México: Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong , G. (2012). *Marketing*. Recuperado el 5 de febrero de 2016, de https://profdariomarketing.files.wordpress.com/2014/03/marketing_kotler-armstrong.pdf

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). *Fundamentos de Marketing* (8a ed.). México: Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de Marketing* (11a ed.). México: Pearson Education.
- Liceo Técnico Profesional Gonzalo Guglielmi Montiel. (2010). *Directrices estratégicas, antecedentes y fotografías del establecimiento*. Recuperado el 25 de febrero de 2016, de Página web del Liceo Gonzalo Guglielmi Montiel: <http://www.liceoggm.cl/>
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2009). *Marketing de Servicios: personal, tecnología y estrategia* (6a ed.). México: Pearson Education.
- Martínez García, A., Ruiz Moya, C., & Escrivá Monzó, J. (2014). *Marketing en la Actividad Comercial*. Madrid: McGraw-Hill.
- Maslow, A. (1991). *Motivación y Personalidad* (3a ed.). España: Díaz Santos.
- Ministerio de Educación. (2015). *Tablas, Definiciones y Datos*. Recuperado el 24 de enero de 2016, de Ministerio de Educación: <http://www.mineduc.cl/>
- Monferrer Tirado, D. (2013). *Fundamentos de Marketing* (1a ed.). (P. d. I, Ed.) Barcelona, España: Sapiencia.
- Moya Gómez, M. G. (2004). *Modelo de Servicio de Atención al Cliente con Apoyo Tecnológico*. Obtenido de http://repositorio.uchile.cl/tesis/uchile/2004/moya_m/sources/moya_m.pdf?origin=publicationDetail
- Muñiz González, R. (2014). *Marketing en el Siglo XXI*. España: Centro de Estudios Financieros.
- Omilla, N. (2008). *Necesidades: Definiciones y Teorías*. Recuperado el 15 de enero de 2016, de <https://trabajosocialunam.files.wordpress.com/2014/02/artc3adculo-2-necesidades-sociales.pdf>
- Pereira Recabal, P. E. (2012). *Medición de calidad de servicio en la enseñanza media del Liceo Antonio Varas de la ciudad de Cauquenes*. Chillán: Universidad del Bío-Bío, Facultad de Ciencias Empresariales.
- Pino Vildósola, M. B. (2011). *Medición de la calidad usuaria del Colegio Da Vinci de la ciudad de Chillán*. Chillán: Universidad del Bío-Bío, Facultad de Ciencias Empresariales.

- Professional Academy. (2002). Recuperado el 26 de febrero de 2016, de <http://www.professionalacademy.com/blogs-and-advice/marketing-theories---the-marketing-mix---from-4-p-s-to-7-p-s>
- Real Academia Española. (Octubre de 2014). Diccionario de la Lengua Española. (23a). Madrid, España: Espasa Libros.
- Rico Menéndez, J. (2001). Evolución del concepto Calidad. *Revista Española de Trasplantes*, 10(3), 169-170.
- Romero Amado, J., Toledo Navarro, Y., & Ocampo Fernández, V. M. (16 de junio de 2014). *El Sector Servicios: Revisión de los Aportes para su Teorización y Estudio*. Recuperado el 20 de febrero de 2016, de Enciclopedia y Biblioteca Virtual de las Ciencias Sociales, Económicas y Jurídicas: <http://www.eumed.net/rev/tecsistecat/n16/sector-servicios.pdf>
- Ruiz-Ollala, M. (2001). *Gestión de la Calidad del Servicio a través de Indicadores Externos*. Madrid: AECA.
- Sarramona, J. (1989). *Fundamentos de Educación* (1a ed.). Madrid, España: CEAC.
- Serna Gómez, H. (6 de mayo de 2006). *Conceptos Básicos en Servicio al Cliente*. Colombia: Panamericana .
- Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2007). *Fundamentos de marketing* (14a ed.). México: McGraw-Hill.
- Universidad del Bío-Bío. (marzo de 2012). *Guía a la redacción en el estilo APA*. Recuperado el 15 de enero de 2016, de Red de Bibliotecas UBB: http://werken.ubiobio.cl/html/docs/Apa_Edicion6.pdf
- Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (2002). *Marketing de Servicios: Un Enfoque de Integración del Cliente a la Empresa* (2da ed.). México: McGraw-Hill.
- Zeithaml, V., Parasuraman, A., & Berry, L. (1985). *A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research*. *Journal of Marketing*.