

UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

Facultad De Ciencias Empresariales

Carrera de Ingeniería Comercial



Memoria Para Optar Al Título De Ingeniero Comercial
MEDICIÓN DE CALIDAD USUARIA DEL COLEGIO DA VINCI

Alumna: María Belén Pino Vildósola
Profesor: Eduardo Castillo Morales



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
DEPARTAMENTO GESTIÓN EMPRESARIAL

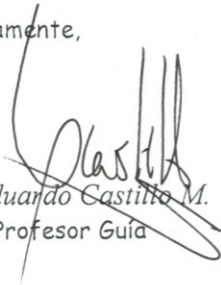
Chillán, Noviembre 21 de 2011.

Informe: Memoria de Título

En relación a la evaluación de la Memoria para optar al Título de Ingeniero Comercial, denominada "MEDICIÓN DE CALIDAD USUARIA DEL COLEGIO DA VINCI DE LA CIUDAD DE CHILLÁN", de la alumna María Belén Pino Vildósola.

Teniendo en cuenta las exigencias de la Carrera de Ingeniería Comercial y en especial las referidas a la actividad de titulación, la comisión de examinación califica el presente informe con 87 puntos (escala de 1 a 100).

Atentamente,


Eduardo Castillo M.
Profesor Guía


Alex Medina G.
Profesor Informante


Omar Acuña M.
Jefe de Carrera

CC. - Jefe Carrera Ingeniería Comercial
- Alumnos(as)
- Archivo

ÍNDICE

CAPITULO I	
CAPÍTULO I	11
FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN	11
1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO	12
1.1 OBJETIVO GENERAL	12
1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	12
2. METODOLOGÍA DE TRABAJO	13
2.1. ANÁLISIS Y DISEÑO DE LA MUESTRA	15
2.2. Población objetivo	15
2.3. Análisis de datos	16
2.4. Marco muestral	18
2.5. Determinación del tamaño de la muestra	18
2.5.1. Muestra para Estudiantes	19
2.5.2. Muestra para Apoderados	20
2.5.3. Cálculo de muestra de Docentes, Directivos y Asistentes de la Educación	20
2.6. Recolección y aplicación de Datos	21
2.7. Tabulación y Procesamiento de Datos	21
2.8. Análisis de la información	22
CAPÍTULO II	23
MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN	23
1. NECESIDADES, EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES DEL CLIENTE Y/O USUARIO	24
1.1 CLIENTE	24
1.2 NECESIDADES	25
1.3 EXPECTATIVAS	25
1.4 PERCEPCIONES	26
2. SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	26
2.1 VALOR Y SATISFACCIÓN PARA EL CLIENTE	26
2.2 LOS SERVICIOS	28
2.3. CLASIFICACIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE LOS SERVICIOS	29
2.3.1 CLASIFICACION DE LOS SERVICIOS	29
2.4. CARACTERÍSTICAS DE LOS SERVICIOS	30
2.4.1 SECTOR DE LOS SERVICIOS	31
3. MARKETING	34
3.1 MARKETING DE SERVICIOS	35

3.2.	MARKETING DE SERVICIOS VERSUS MARKETING DE BIENES	37
3.3.	LA GESTION DEL MARKETING EN LAS EMPRESAS DE SERVICIOS	38
3.3.1	Marketing Externo.....	39
3.3.2	Marketing Interactivo	40
3.3.3	Marketing interno	40
3.4	EVOLUCIÓN DEL MARKEITNG MIX AMPLIADO PARA LOS SERVICIOS	
	41	
4.	SERVICIO DE EDUCACION BÁSICA Y MEDIA EN CHILE	44
5.	REFORMA EDUCACIONAL EN CHILE.....	48
5.1	Ley Orgánica Constitucional de Enseñanza.	48
5.2.	ESTABLECIMIENTOS QUE IMPARTEN ENSEÑANZA EN LOS NIVELES PARVULARIO, BÁSICO Y MEDIO.....	50
5.3.	NIVELES, CALIDAD Y EQUIDAD DE LA EDUCACIÓN CHILENA.	51
5.4.	SISTEMA DE ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD DE LA GESTIÓN ESCOLAR.....	52
5.5.	Principios del Modelo de Calidad de la Gestión Escolar	56
5.5.1	Dimensiones del Área de Liderazgo.....	58
5.5.2.	Dimensiones del Área Gestión Curricular.....	58
5.5.3.	Dimensiones del Área de Convivencia Escolar y Apoyo a los Estudiantes.....	59
5.5.4	Dimensiones del Área de Recursos	59
5.5.5.	Dimensiones del Área de Resultados	59
5.6.	Gestión de Calidad en la Educación.....	60
6.	SISTEMAS DE GESTIÓN DE CALIDAD.....	61
6.1	DIMENSIONES DE LA CALIDAD DE SERVICIO.....	63
6.2	MODELO SERVQUAL.....	64
7.	MODELO DE LAS BRECHAS DE LA CALIDAD DE SERVICIO.	66
	CAPÍTULO III	70
	ANTECEDENTES DE LA INSTITUCIÓN	70
	COLEGIO DA VINCI DE LA	70
	CIUDAD DE CHILLÁN.....	70
1.	ANTECEDENTES DE LA INSTITUCIÓN	71
1.1.	PROGRAMA PEDAGÓGICO CURRICULAR.....	71
1.2.	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	72
1.3.	EVOLUCIÓN DE LAS MATRÍCULAS.....	73
1.4	PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO DEL COLEGIO DA VINCI.	74
1.4.1	MISIÓN:.....	74
1.4.2	VISIÓN:	74

1.5 RESULTADOS SIMCE.....	75
1.6 COMUNIDAD EDUCATIVA.....	76
1.7 INFRAESTRUCTURA.....	76
2. ANÁLISIS GENERAL DE LAS CARACTERÍSTICAS PERSONALES DE LOS ALUMNOS.....	78
2.1 ALUMNOS MATRICULADOS AÑO 2011 EN EL COLEGIO DA VINCI DE CHILLÁN.....	78
2.2 ANÁLISIS DEL GRUPO DE ESTUDIANTES DE HOMBRE Y MUJERES DE SÉPTIMO A CUARTO MEDIO.....	79
2.3 Resumen final de alumnos en el Colegio.....	79
3. Análisis general de las características personales de los docentes.....	80
4. Normativas y decretos que rigen al Colegio según el Ministerio de Educación.....	81
CAPÍTULO IV.....	83
ANÁLISIS, RESULTADOS Y CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN.....	83
I. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.....	84
1. MEDICIÓN DE CALIDAD DE SERVICIO EN EL COLEGIO DA VINCI, DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LOS ALUMNOS.....	85
1.1. ANÁLISIS DE LAS PREPONDERANCIAS DE LAS DIMENSIONES DE CALIDAD SEGÚN LOS ALUMNOS DEL COLEGIO.....	85
1.2. ANÁLISIS DE LAS EXPECTATIVAS DE LA CALIDAD DE SERVICIO POR CADA DIMENSIÓN DE CALIDAD.....	86
1.3 ANÁLISIS DE LAS PERCEPCIONES DE LA CALIDAD DEL SERVICIO POR CADA DIMENSIÓN.....	89
1.4 ANÁLISIS DE BRECHAS ENTRE EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES DE LOS ALUMNOS DEL COLEGIO DA VINCI DE LA CIUDAD DE CHILLÁN.....	91
1.5 ANÁLISIS DE BRECHAS POR DIMENSION Y AFIRMACION.....	93
1.5.1 Análisis de Brecha relativa de la dimensión Seguridad.....	95
1.5.2 Análisis de Brecha relativa de la dimensión Bienes Materiales o Tangibles.....	95
1.5.3 Análisis brecha relativa de la dimensión Liderazgo.....	95
1.5.4 Análisis brecha relativa de la dimension de Gestion del Clima organizacional y Convivencia.....	96
1.5.5 Análisis de Brecha relativa de la dimensiónbienes Prácticas Pedagógicas.....	96
2. Medición de calidad del punto de vista de los padres y apoderados del colegio da vinci de la ciudad de chillán.....	96
2.1 ANÁLISIS DEPREPONDERANCIAS DE LAS DIMENSIONES DE CALIDAD SEGÚN LOS PADRES Y APODERADOS.....	96

2.2	ANÁLISIS DE LAS EXPECTATIVAS DE LOS PADRES Y APODERADOS POR CADA DIMENSIÓN DE CALIDAD	97
2.3	ANÁLISIS DE LAS PERCEPCIONES DE LOS PADRES Y APODERADOS POR CADA DIMENSIÓN DE CALIDAD	98
2.4	ANÁLISIS DE BRECHAS ENTRE EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES DE LOS PADRES Y APODERADOS DEL COLEGIO DA VINCI DE LA CIUDAD DE CHILLÁN.....	100
2.5	ANÁLISIS DE BRECHAS POR DIMENSION Y AFIRMACION.	102
2.5.1	Análisis de Brecha relativa de la dimensión Seguridad	103
2.5.2	Análisis de Brecha relativa de la dimensión Bienes Materiales o Tangibles	103
2.5.3	Análisis brecha relativa de dimensión de Liderazgo.	103
2.5.4	Análisis brecha relativa dimensión de Gestion de Clima Organizacional y Convivencia.....	104
2.5.5	Análisis de Brecha relativa de los Bienes Tangibles.....	104
3.	MEDICION DE LA CALIDAD DE SERVICIO EDUCATIVO DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LOS DOCENTES.....	104
3.1	ANÁLISIS DE PREPONDERANCIAS DE LAS DIMENSIONES DE CALIDAD SEGÚN DOCENTES	104
3.2	ANÁLISIS DE LAS EXPECTATIVAS DE LOS DOCENTES POR CADA DIMENSIÓN DE CALIDAD	105
2.3	ANÁLISIS DE LAS PERCEPCIONES DE LOS DOCENTES DEL COLEGIO DA VINCI POR CADA DIMENSIÓN DE CALIDAD DE SERVICIO EDUCATIVO	106
3.4	ANÁLISIS DE BRECHAS ENTRE EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES DE LOS DOCENTES DEL COLEGIO DA VINCI DE LA CIUDAD DE CHILLÁN.	108
3.5	ANÁLISIS DE BRECHAS POR DIMENSION Y AFIRMACION.	109
3.5.1	Análisis de Brecha relativa de la dimensión de Seguridad.....	111
3.5.2	Análisis de Brecha relativa de la dimensión Bienes Materiales o Tangibles.	111
3.5.3	Análisis brecha relativa de dimension de Liderazgo	112
3.5.4	Análisis brecha relativa dimension de Gestión del Clima Organizacional y Convivencia.....	112
3.5.5	Análisis de Brecha relativa de la dimensión de Prácticas Pedagógicas.	112
4	medicion de calidad de servicio educacional desde el punto de vista de los directivos.	113
4.1	ANÁLISIS DE PREPONDERANCIAS DE LAS DIMENSIONES DE CALIDAD SEGÚN DIRECTIVOS	113

4.2	ANÁLISIS DE LAS EXPECTATIVAS DE LA CALIDAD DE SERVICIO POR CADA DIMENSIÓN DE CALIDAD.....	113
4.3	ANÁLISIS DE LAS PERCEPCIONES DE LA CALIDAD DEL SERVICIO POR CADA DIMENSIÓN.....	114
4.4	ANÁLISIS DE BRECHAS ENTRE EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES DE LOS DIRECTIVOS DEL COLEGIO DEL COLEGIO DA VINCI DE LA CIUDAD DE CHILLÁN.....	116
4.5	ANÁLISIS DE BRECHAS POR DIMENSION Y POR AFIRMACIÓN.....	118
4.5.1	Análisis de Brecha relativa de la Dimensión Seguridad.....	119
4.5.2	Análisis de Brecha absoluta de la dimensión Bienes Materiales o Tangibles... ..	119
4.5.3	Análisis brecha relativa de la dimensión Liderazgo.....	119
4.5.4	Análisis brecha relativa de la dimensión Gestión del Clima Organizacional y Convivencia.....	120
4.5.5	Análisis de Brecha absoluta de la dimensión prácticas pedagógicas.....	120
5	MEDICION DE LA CALIDAD DE SERVICIO EDUCATIVO DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LOS ASISTENTES DE LA EDUCACIÓN.....	120
5.1	ANÁLISIS DE PREPONDERANCIAS DE LAS DIMENSIONES DE CALIDAD SEGÚN ASISTENTES DE LA EDUCACIÓN.....	120
5.2	ANÁLISIS DE LAS EXPECTATIVAS DE LOS ASISTENTES DE LA EDUCACION POR CADA DIMENSIÓN DE CALIDAD.....	121
5.3	ANÁLISIS DE LAS PERCEPCIONES DE LOS ASISTENTES DE LA EDUCACIÓN DEL COLEGIO DA VINCI POR CADA DIMENSIÓN DE CALIDAD DE SERVICIO EDUCATIVO.....	122
5.4	ANÁLISIS DE BRECHAS ENTRE EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES DE LOS DIRECTIVOS DEL COLEGIO DEL COLEGIO DA VINCI DE LA CIUDAD DE CHILLÁN.....	123
5.5	ANÁLISIS DE BRECHAS POR DIMENSION Y AFIRMACION.....	125
5.5.1	Análisis de Brecha relativa de la dimension de Seguridad.....	127
5.5.2	Análisis de Brecha relativa de la dimension Bienes Materiales o Tangibles. ...	127
5.5.3	Análisis brecha relativa de dimension de Liderazgo.....	127
5.5.4	Análisis brecha relativa dimension de Gestión del Clima Organizacional y Convivencia.....	128
5.5.5	Análisis de Brecha relativa de la dimensión de Prácticas Pedagógicas.....	128
II.	COMPARACIÓN DE EXPECTATIVAS, PERCEPCIONES Y BRECHAS DE LA COMUNIDAD EDUCATIVA DEL COLEGIO DA VINCI DE LA CIUDAD DE CHILLÁN.....	129

1. COMPARACIÓN DE EXPECTATIVAS POR DIMENSION DE LA COMUNIDAD EDUCATIVA.....	129
2. COMPARACIÓN DE PERCEPCIONES POR DIMENSION DE LA COMUNIDAD EDUCATIVA.....	130
3. COMPARACIÓN DE BRECHAS RELATIVAS POR DIMENSION DE LA COMUNIDAD EDUCATIVA.....	131
4. COMPARACION DE BRECHA TOTAL DE LA COMUNIDAD EDUCATIVA ..	132
CONCLUSIONES.....	134
SUGERENCIAS.....	137
BIBLIOGRAFIA	143
Hoffman,K. BATESON, E. 2003. Fundamentos de marketing de servicios: conceptos, estrategias y casos.....	145
KOTLER, P. KELLER. K. 2009. Dirección de marketing	145

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Muestreo Estratificado de Alumnos.....	20
Tabla 2: Muestra de la Comunidad Educativa del Colegio Da Vinci	21
Tabla 3: Matrícula por dependencia según área geográfica	46
Tabla 4: Alumnos Matriculados en los diferentes niveles de la educación regular, por sexo, en el país. 2005 - 2009.....	48
Tabla 5: Dimensiones de Escala Multidimensional Servqual	64
Tabla 6: Importancia por dimensión Alumnos del Colegio Da Vinci.....	85
Tabla 7: Expectativas en valores absolutos de los Alumnos del Colegio Da Vinci	87
Tabla 8: Expectativas valores relativos de los alumnos	87
Tabla 9: Comparación de expectativas de los alumnos en valores absoluto y relativo.....	88
Tabla 10: Percepciones en valor absoluto de los Alumnos del Colegio Da Vinci	89
Tabla 11: Percepciones en valores relativos de los Alumnos del Colegio Da Vinci.....	90
Tabla 12: Comparación Percepción en términos absolutos y relativos	91
Tabla 13: Comparación entre expectativas, percepciones y brechas de los alumnos por dimensión de calidad.....	92
Tabla 14: Importancia de dimensiones de calidad según padres y apoderados.	97

Tabla 15: Comparación expectativas absolutas y expectativas relativas de los padres y apoderados.	97
Tabla 16: Comparación percepción absoluta y percepción relativa por parte de los apoderados	99
Tabla 17: Comparación entre expectativas, percepciones y brechas de padres y apoderados por cada dimensión de calidad.	100
Tabla 18: Importancia de dimensiones de calidad según los docentes.	105
Tabla 19: Comparación expectativas absolutas y expectativas relativas de los docentes del Colegio Da Vinci	105
Tabla 20: Comparación Percepción Absoluta y Percepción Relativa de los Docentes.	107
Tabla 21: Comparación entre expectativas, percepciones y brechas de los Docentes por cada dimensión de calidad.	108
Tabla 22: Importancia de Dimensiones de Calidad según Directivos.	113
Tabla 23: Comparación de expectativas en valores absolutos y relativos de los directivos.	113
Tabla 24: Comparación de percepciones en valor absoluto y relativo de los directivos	115
Tabla 25: Comparación entre expectativas, percepciones y brechas de los directivos por dimensión de calidad de directivos.	116
Tabla 26: Importancia de dimensiones de calidad según docentes.	120
Tabla 27: Comparación Expectativas Absolutas y Expectativas Relativas de los Asistentes de la Educación del Colegio Da Vinci	121
Tabla 28: Comparación Percepción Absoluta y Percepción Relativa de los Asistentes de la Educación.	122
Tabla 29: Comparación entre expectativas, percepciones y brechas de los Asistentes de la Educación por cada dimensión de calidad.	124
Tabla 30: Expectativas relativas de la Comunidad Educativa del Colegio Da Vinci.	130
Tabla 31: Percepciones relativas de la Comunidad Educativa del Colegio Da Vinci.	131
Tabla 32: Comparación de Brechas Relativas de la Comunidad Educativa por Dimensión.	131
Tabla 33: Comparación Brecha total de la Comunidad Educativa	132
Tabla 34: Prioridades para disminuir brechas por afirmación desde el punto de vista de los alumnos y padres y apoderados.	139
Tabla 35: Prioridades para disminuir brechas por afirmación desde el punto de vista de los docentes, directivos y asistentes de la educación.	141

CAPÍTULO I
FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO

1.1 OBJETIVO GENERAL

Determinar el grado de satisfacción de la comunidad educativa del Colegio Da Vinci de la Ciudad de Chillán, respecto de la calidad del servicio recibido.

1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Elaborar un Marco Teórico que sustente la investigación.
- Identificar el grado de importancia que asignan los distintos grupos de la comunidad educativa a las dimensiones de calidad del servicio educativo que brinda el Colegio Da Vinci de la ciudad de Chillán.
- Determinar las expectativas de calidad de servicio de los estudiantes, padres y apoderados, directivos, profesores y asistentes de la educación del Colegio Da Vinci de la ciudad de Chillán.
- Determinar la percepción de calidad de servicio de los estudiantes, padres y apoderados, directivos, profesores y asistentes de la educación del Colegio Da Vinci de la ciudad de Chillán.
- Calcular la brecha de calidad, es decir, la distancia que existe entre las expectativas y percepciones de los estudiantes, padres y apoderados, directivos, profesores y asistentes de la educación del Colegio Da Vinci de la ciudad de Chillán.
- Comparar las expectativas, percepciones y brechas de calidad de servicio, de los estudiantes, padres y apoderados, directivos, profesores y asistentes de la educación del Colegio Da Vinci de la ciudad de Chillán.

- Establecer sugerencias, de acuerdo a los resultados obtenidos, destinadas a mejorar la satisfacción de la comunidad educativa del Colegio Da Vinci de la ciudad de Chillán.

2. METODOLOGÍA DE TRABAJO

El desarrollo de esta Memoria de Título considera la medición de la calidad de servicio usuaria del Colegio Da Vinci, de la ciudad de Chillán, y para el desarrollo de ésta, se elaborará un marco teórico en base al Marketing de Servicios y Calidad de Servicios.

La población objetiva estará compuesta por los integrantes de la comunidad educativa de dicho colegio; en este sentido se pueden diferenciar los siguientes grupos:

- Padres y Apoderados
- Alumnos
- Docentes
- Directivos
- Asistentes de la Educación

Para definir la población objetivo se aplicará como criterio de exclusión el nivel académico para el caso de los alumnos. Se considera a alumnos desde séptimo básico a cuarto medio, considerando el nivel de comprensión para responder la encuesta.

Se realizará un muestreo aleatorio estratificado con afijación proporcional al tamaño del estrato a nivel de los alumnos.

En el caso de los alumnos y padres y apoderados a encuestar serán seleccionados al azar de acuerdo a la asistencia de los mismos en los Consejos de Cursos y en reuniones de Microcentro, respectivamente.

A los grupos de la comunidad educativa restante, es decir, directivos, docentes y asistentes de la educación se les aplicará el cuestionario en su totalidad.

La comunidad educativa será informada, vía carta del Director de dicha institución, explicando su aporte al Colegio y solicitando su participación en la investigación que se está realizando.

Para la recolección de información primaria se utilizarán las técnicas de entrevista y encuestas. La encuesta se desarrollará mediante un cuestionario construido por los investigadores, Castillo, Loyola y Sáez (2008), sobre la base de la Escala Multidimensional SERVQUAL.

Las entrevistas se utilizarán para recabar información primaria y antecedentes generales del Colegio. Se realizarán entrevistas de forma individual y grupal con integrantes de la comunidad educativa. En este sentido se aplicará a: Director, Jefe de UTP de Enseñanza Básica, Centro de Alumnos y Centro General de Padres y Apoderados del Colegio.

En el caso de los alumnos, la aplicación de los cuestionarios se realizará en los Consejos de Curso, oportunidad en la que en conjunto con los profesores, se seleccionará al azar los alumnos respectivos, quienes además colaborarán para la normal aplicación de los cuestionarios.

En el caso de los apoderados, se les hará entrega de la misma en reunión de microcentro y será retirada al finalizar dicha reunión.

Para el caso de los directivos, profesores y asistentes de la educación, los cuestionarios serán entregados al director del establecimiento, quien en conjunto con la Jefe de UTP de Enseñanza Básica se preocupará de que se aplique al total de los funcionarios del colegio. Estas serán entregadas en reuniones normales de los distintos estamentos. Para estos efectos, con ambos directivos se revisaron previamente los cuestionarios, analizando las distintas dimensiones y afirmaciones detalladamente, de manera de que se familiarizaran con los instrumentos de medición y estuvieran en condiciones de responder cualquier consulta de parte de quienes las responderían.

Los datos de los cuestionarios serán tabulados en planillas Excel y software estadístico SPSS Statistics 17.0.

El análisis incluirá la aplicación del Modelo de Brechas de Calidad de Servicio y herramientas estadísticas, como media aritmética y desviación estándar para determinar las percepciones, expectativas y brechas como así también para conocer la dispersión de los datos y por último se utilizarán herramientas gráficas para comprender y entregar con mayor claridad los resultados obtenidos.

Los instrumentos de recolección de información primaria de los grupos a encuestar, son los siguientes cuestionarios:

- **Cuestionario de evaluación de la preponderancia de las cinco dimensiones de calidad:** Los encuestados distribuyen 100 puntos de acuerdo al grado de importancia que posee para ellos, en cada una de las cinco dimensiones de calidad de servicio.
- **Cuestionario de evaluación de la expectativa de calidad de servicios:** La comunidad educativa otorga un valor del 1 al 7 (Escala Likert de 7 puntos) a cada una de las afirmaciones en relación a las dimensiones de calidad de servicio educativo.
- **Cuestionario de evaluación de la percepción de calidad de servicios:** La comunidad educativa otorga un valor del 1 al 7 (Escala Likert de 7 puntos) a cada una de las afirmaciones en relación a las dimensiones de calidad de servicio educativo.

Finalmente, basado en los resultados de la investigación será posible generar conclusiones y sugerencias que contribuyan al mejoramiento de la calidad de servicio de dicho centro educativo.

2.1. ANÁLISIS Y DISEÑO DE LA MUESTRA

Área de estudio

Estudio de opinión.

2.2. Población objetivo

Se considerará como comunidad educativa del Colegio Da Vinci, a todos los alumnos, padres y apoderados, docentes, directivos y asistentes de la educación. Se trabaja con una muestra probabilística aleatoria simple el cual consiste en que todos los elementos de la población tienen la misma probabilidad de ser elegidos, ya que la población es considerada homogénea, sencilla en la selección de muestras, se puede acotar el error y existe facilidad en cálculos de medias y desviación estándar.

El instrumento de recolección de la información del estudio se aplicó en el Colegio Da Vinci de la Ciudad de Chillán.

2.3. Análisis de datos

Los datos obtenidos, de los instrumentos aplicados, se tabulan en software SPSS Statistics 17.0 y planilla Excel, y se determinan las brechas, posteriormente asociados al cuestionario construido por los investigadores, Castillo, Loyola y Sáez (2008), sobre la base de la Escala Multidimensional SERVQUAL.

A través de dicha aplicación de cuestionario se miden las expectativas y percepciones sobre la calidad de servicio en 58 afirmaciones distribuidas en cinco dimensiones, en donde cada ítem se califica según la escala de LIKERT de siete punto; que permite medir las actitudes o predisposiciones individuales, y conjunto con esto permite una escala sumada en donde cada puntuación es una unidad de análisis. Junto con esto se añade un cuestionario de preponderancia de la calidad del servicio educacional, el cual está compuesto por cinco afirmaciones que se evalúan con nota 1 a 100 según el grado de importancia que se le otorgue a cada afirmación.

La encuesta está diseñada en tres partes: la primera hace a las expectativas compuesta por 29 afirmaciones que trata de identificar lo que la comunidad educativa esperaría de un Colegio ideal. La segunda parte se orienta a las percepciones formadas por las mismas veintinueve afirmaciones, pero está dirigido directamente a lo que la comunidad educativa percibe el servicio educacional del Colegio Da Vinci de la ciudad de Chillán.

El cuestionario como anteriormente se había mencionado, consta de 5 dimensiones que incluyen la seguridad, bienes materiales o tangibles, liderazgo, gestión del clima organizacional y convivencia y prácticas pedagógicas.

Los ítems de la primera etapa sobre expectativas se dividen en las siguientes dimensiones:

- Dimensión 1: Seguridad: 1 a 3
- Dimensión 2: Bienes Materiales o Tangibles: 4 a 7
- Dimensión 3: Liderazgo: 8 a 10
- Dimensión 4: Gestión del Clima Organizacional y Convivencia: 11 al 20.
- Dimensión 5: Prácticas Pedagógicas: 21 al 29.

Sin embargo para la segunda etapa siendo las mismas dimensiones anteriormente mencionadas corresponden las siguientes preguntas:

- Dimensión 1: Seguridad: 30 a 32
- Dimensión 2: Bienes Materiales o Tangibles: 33 a 36
- Dimensión 3: Liderazgo: 37 a 39
- Dimensión 4: Gestión del Clima Organizacional y Convivencia: 40 al 49.
- Dimensión 5: Prácticas Pedagógicas: 50 al 58.

A continuación se presenta la escala utilizada en cuestionario:

Figura n°1: Escala Likert.

ESCALA LIKERT	
1	Totalmente en desacuerdo
2	Muy en desacuerdo
3	Desacuerdo
4	Intermedio
5	En acuerdo
6	Muy en acuerdo
7	Totalmente de acuerdo

Fuente: Elaboración Propia

Una vez realizada la medición de expectativas, percepciones y preponderancias de las dimensiones de calidad, es necesario calcular las brechas absolutas y relativas, con el fin de poder determinar si existe satisfacción o no en dicho ítem o dicha dimensión, y con esto poder obtener conclusiones y otorgar planes de mejoras y cambios a realizar en dicha institución.

Las brechas absolutas se obtienen, al restar la media de expectativa a la media de las percepciones ($\bar{x}P - \bar{x}E$). 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.

La brecha absoluta permite determinar si existe satisfacción o no se logra cumplir con las expectativas, pero tiene la falencia de valorar las dimensión con el mismo grado de importancia. Para corregir

esto, se considera la ponderación que los usuarios entregan a cada una de las dimensiones de calidad. Las que se calculan multiplicando los resultados de (P – E) de cada dimensión y afirmación que la componen, por su respectiva preponderancia.

2.4. Marco muestral

El marco muestral lo constituye el listado de estudiantes, docentes, padres y apoderados, directivos y asistentes de la educación facilitado por la Dirección del Colegio Da Vinci.

Por lo tanto el marco muestral del Colegio Da Vinci lo constituyen:

Figura n° 2: Marco Muestral de la Comunidad Educativa del Colegio Da Vinci.

Comunidad Educativa	Total
Estudiantes	373
Padres y apoderados	355
Directivos del colegio	3
Profesores	21
Asistentes de la Educación	6
Total	758

Fuente: Elaboración propia

2.5. Determinación del tamaño de la muestra

El tamaño muestral (procedimiento de afijación proporcional) se determina mediante la siguiente fórmula:

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}}, \text{ donde } n_0 = \frac{s^2}{\theta^2}$$

$$S^2 = p(1-p) = 0,95 * (1 - 0,95) = 0,85975$$

$$\Theta^2 = (Se)^2 = (0,05)^2 = 0,0025$$

2.5.1. Muestra para Estudiantes.

$$n = \frac{343,9}{1 + \frac{343,9}{174}} = 116$$

Para determinar el tamaño de la muestra se consideró un nivel de confianza de 95%, un error máximo permisible de 5%.

Además se consideró como alumnos objetivos para análisis de estudio a los estudiantes de séptimo básico a cuarto medio (Total de 174).

Sin embargo para poder aplicar el cuestionario, es necesario realizar un muestreo estratificado, dado que tenemos distintos cursos y presentan distintos números de alumnos por curso.

Para esto se utiliza la siguiente fórmula:

$$fh = \frac{n}{N} = Ksh$$

Donde:

fh representa la fracción de cada unidad o estrato, n el tamaño de la muestra, N el tamaño de la población, sh es la desviación estándar de cada elemento del estrato h y K es una proporción constante que entregará un resultado óptimo para cada estrato η .

$$fh = \frac{n}{N} = \frac{116}{174} = 0,66666666$$

Tabla 1: Muestreo Estratificado de Alumnos

Estratos	Cursos	Sub-población	η
1	Séptimo Básico	22	15
2	Octavo Básico	30	20
3	Primero Medio	42	28
4	Segundo Medio	32	21
5	Tercero Medio	28	19
6	Cuarto Medio	20	13
Total		174	116

Fuente: Elaboración Propia

2.5.2. Muestra para Apoderados

Considerando que el total de apoderados del colegio es igual a 355 que corresponde al total de padres y apoderados de toda la totalidad de los alumnos. Se consideró el mismo nivel de confianza de 95%, un error estándar de 5% .

Por lo tanto, la muestra establecida para este grupo será:

$$n = \frac{343,9}{1 + \frac{343,9}{355}} = 175$$

2.5.3. Cálculo de muestra de Docentes, Directivos y Asistentes de la Educación

En este sentido al ser un grupo reducido de personas se consideró como muestra representativa el total de cada de los integrantes de dicha comunidad educativa. Por lo tanto sería:

- Docentes: 21
- Directivos: 3
- Asistentes de la educación: 6

Se puede concluir que el total de cuestionarios a aplicar a la comunidad educativa del Colegio Da Vinci es:

Tabla 2: Muestra de la Comunidad Educativa del Colegio Da Vinci

Comunidad Educativa	N (muestra)
Alumnos	116
Apoderados	175
Asistentes de la educación	6
Directivos	3
Docentes	21
Total	321

Fuente: Elaboración Propia

2.6. Recolección y aplicación de Datos.

La recolección de los datos se llevo a cabo por medio de la aplicación de dicho cuestionario.

La recolección fue ejecutada durante 5 semanas, las cuales se aplicaron en el mismo establecimiento educacional. Finalmente se obtuvo 321 cuestionarios, de los cuales 11 de ellos no alcanzaban a completar la encuesta y fueron eliminados. Por ende se cuentan con 319 cuestionarios fielmente aplicados y luego tabulados.

Las encuestas se llevaron a cabo con la colaboración del Director del establecimiento, ya que este otorgo los tiempos y la dedicación para poder realizar las encuestas en horarios de clases, consejos de cursos, reunión de apoderados, y consejo de profesores y directivos. Este proceso demando más tiempo de lo esperado debido a la coordinación de los tiempos.

2.7. Tabulación y Procesamiento de Datos

Una vez recolectados los datos, se analizan los resultados mediante estadística descriptiva obteniendo medias y desviaciones estándar. Como así también para poder evaluar la significancia estadística, se utilizó el programa estadístico SPSS 17.0 para Windows y Microsoft Excel 2007

Una vez realizada la significancia estadística se procede a analizar las expectativas, preponderancias y percepciones de la comunidad educativa. Donde posteriormente se calcularon las brechas de calidad, para terminar comparando las expectativas y percepciones de toda la comunidad educativa.

2.8. Análisis de la información

Una vez aplicado el instrumento en el Colegio Da Vinci y tabulada la información obtenida se procede a dar a conocer los resultados de la investigación de evaluación de las expectativas y percepciones de la comunidad educativa respecto de la calidad del servicio con sus respectivas características personales.

Los análisis se realizan mediante tablas y gráficos de elaboración propia que demuestran las tendencias de la comunidad educativa respecto la calidad del servicio entregado por dicha Institución.

A continuación se muestra la estructura como se lleva a cabo dicho análisis:

- Análisis general de las preponderancias concedidas por cada componente de la comunidad educativa.
- Análisis de las expectativas de la calidad del servicio en valores absolutos y relativos por cada dimensión de calidad de cada grupo de la comunidad educativa.
- Análisis de las percepciones de la calidad del servicio en valores absolutos y relativos por cada dimensión de calidad de la comunidad educativa.
- Análisis de las brechas entre expectativas y percepciones de cada integrante de la comunidad educativa por cada dimensión de calidad.
- Análisis de las brechas relativas y sus afirmaciones por cada dimensión de calidad de la comunidad educativa.
- Comparación de expectativas y percepciones y brechas entre cada integrante de la comunidad educativa.

CAPÍTULO II
MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

1. NECESIDADES, EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES DEL CLIENTE Y/O USUARIO

Tanto las necesidades, expectativas, percepciones y cliente, pueden tener varios significados, dependiendo de los enfoques que se le quiera dar. Bajo esta premisa, se incluyen diversas definiciones con el objeto de entregar una idea general de estos términos.

1.1 CLIENTE

Moya (2004), entrega las siguientes definiciones de cliente: “Es el que utiliza un producto o servicio- Es un ser humano con sentimiento y emociones similares a los nuestros y merece un trato respetuoso. Un cliente no depende de nosotros, nosotros dependemos de él. Un cliente no es una interrupción de nuestro trabajo, es un objetivo. Un Cliente nos hace un favor cuando llega, nosotros le estamos haciendo un favor atendiéndolos. El cliente es quien paga el salario de los empleados, sin él tendríamos que cerrar las puertas”.

Actualmente directivos de empresas productoras y prestadoras de servicios, están plenamente convencidos de la importancia del cliente para el éxito, crecimiento o supervivencia de la misma. Por lo mismo las ideas y acciones de la misma se generan a través de lo que el cliente piensa y no de lo que quiere la empresa.

Numerosas empresas no logran el óptimo resultado de satisfacción de los clientes externos, dado que no han integrado y no se han preocupado del cliente interno.

Según Fernández Verde D. y Fernández Rico E. (2010); los clientes se diferencian de la siguiente manera:

- Cliente Internos: son aquellos beneficiarios de las salidas o resultados de los esfuerzos del trabajo de los procesos internos a la organización.
- Cliente externo: se refiere al que recibe o es beneficiario del servicio o comprador de los productos de una empresa o institución.

1.2 NECESIDADES

Abraham Maslow (2005) clasifica las necesidades en fisiológicas (comida, bebida, la vestimenta y vivienda); necesidades de seguridad (protección y el cuidado), necesidades de pertenencia (afecto, amor y amistad); necesidad de autoestima (éxito y prestigio) y las necesidades de autorrealización.

Para el marketing, las necesidades se asocian al deseo de contar con un cierto producto o marca, es por esto que la mayoría de las campañas publicitarias trabajan para activar las necesidades, es decir las detecta y luego las transforman en oportunidades de negocio.

Según el diccionario de la Real Academia Española (2009), “la necesidad es aquella carencia de las cosas que menester para la conservación de la vida”; “es aquello a lo cual es imposible sustraerse, faltar o resistir”.

1.3 EXPECTATIVAS

El diccionario de la Real Academia Española (2009) define expectativa como “la esperanza de realizar o conseguir algo” o como la “posibilidad razonable de que algo suceda”.

Para que nazca una expectativa debe existir algo que lo sustente, de lo contrario solo sería una simple esperanza que puede ser irracional o basarse en la fe; pero nada sólido que pueda justificar una expectativa.

Desde el punto de vista del Marketing, las expectativas del cliente son actitudes que éste asume respecto de una empresa, y están relacionadas con el producto o servicio dado y el profesionalismo del contacto con el cliente. “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” (Romero y Romero, 2006).

1.4 PERCEPCIONES

La Real Academia Española de la Lengua (2009) define percepción como “acción y efecto de percibir”, también como “sensación interior que resulta de una impresión material hecha en nuestros sentidos” y “conocimiento o idea”.

En términos de marketing, la American Marketing Association (A.M.A, 2005) señala que “sobre la base de la actitudes, creencias, necesidades, factores de estímulo, y los factores determinantes de la situación, las personas perciben objetos, eventos o personas en el mundo sobre ellos”. “Es la percepción cognitiva impresión de que está formado de "realidad" que a su vez influye en las acciones del individuo y el comportamiento hacia ese objeto.

Según Zeithaml y Bitner (2002), los clientes perciben los servicios en términos de su calidad y del grado en que se sienten satisfechos, asociado a sus experiencias en general. De igual forma, estos autores señalan, que en referencia a las percepciones de los clientes, se asumen que las dimensiones del servicio y las formas en que el cliente evalúa el servicio son semejantes, independiente de si el cliente es interno o externo a la organización.

2. SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

2.1 VALOR Y SATISFACCIÓN PARA EL CLIENTE

Peter Drucker, hace más de 35 años, observó que la primera tarea de una empresa es “crear clientes”. Sin embargo, los clientes actuales enfrentan una amplia gama de opciones de productos y marcas, precios y proveedores. ¿Cómo toman las decisiones los clientes? Los clientes realizan un cálculo o estimación de qué oferta les proporcionará el mayor valor. Los clientes buscan maximizar su valor, dentro de los límites de costos de búsqueda y de conocimientos, movilidad e ingresos limitados. Los clientes se forman una expectativa de valor y actúan de conformidad. Que la oferta esté o no a la altura de la expectativa de valor afecta tanto a la satisfacción como a la probabilidad de una compra repetida. (Kotler y Keller, 2006).

El valor entregado al cliente es la diferencia entre el valor total para el consumidor y el costo total para el consumidor. El valor total para el consumidor es el conjunto de beneficios que los clientes esperan de un producto o servicio dado. El costo total para el consumidor es el conjunto de costos en que estos esperan incurrir al evaluar, obtener, usar y disponer del producto o servicio. (Kotler y Keller, 2006).

Adicionalmente, se puede señalar que el valor total para el cliente será la suma del valor del producto más el valor de los servicios más el valor del personal y el valor de la imagen de la empresa u organización que ofrece el producto o servicio.

En el marco de decisión del cliente, los conceptos de calidad y satisfacción se han encontrado en el centro de la discusión. La faceta más interesante que afrontaron entonces los estudiosos del marketing de servicios era la interacción entre la calidad, la satisfacción y el valor. (Riveros y Berné, 2006)

En un contexto de prestación de servicios, la satisfacción del cliente (usuario) es un sentimiento que describe una experiencia de uso y que considera la relación entre lo recibido y lo dado a cambio (costes monetarios, físicos, temporales y psíquicos). Que el comprador quede satisfecho o no después de su compra depende de la percepción de la prestación del servicio o bien adquirido.

La satisfacción o insatisfacción del cliente con el producto o servicio influirá en su comportamiento posterior. Si el cliente queda satisfecho, existirá mayor probabilidad que vuelva por el producto o servicio. En cambio, un cliente insatisfecho, probablemente buscará información por confirmar el valor del servicio. También es posible que emprenda acciones públicas o privadas. Las acciones públicas incluyen presentar reclamaciones, dirigirse a un abogado o presentar quejas públicas. Las acciones privadas incluyen en decidir dejar el servicio o alertar a su círculo más cercano. (Kotler y Keller, 2006).

Algunas empresas realizan estudios para medir la satisfacción de los clientes con el fin de poder retenerlos o bien aumentar su cuota de mercado. Aquellos clientes que están meramente satisfechos podrían cambiar fácilmente si se les presenta una mejor oferta. Quienes están altamente satisfechos están mucho menos dispuestos a cambiar. Una satisfacción elevada, crea no sólo una preferencial, sino un vínculo emocional con la marca y/o empresa.

Sin embargo, también se destaca como importante, lograr la satisfacción de los clientes que no están satisfechos, que aumentar la de aquellos que ya lo están, y esto se puede lograr a través del mejoramiento del servicio y de la calidad del servicio o producto entregado.

2.2 LOS SERVICIOS

El servicio definido por varios autores, se caracteriza principalmente por la intangibilidad, aunque de forma general se puede decir, que el servicio es un conjunto de actividades identificables, trabajos y esfuerzos que realizan quien los presta, involucrando a su vez equipos, organización y personal. Y el resultado es el servicio propiamente tal, y base a éste, el cliente satisface sus necesidades y el proveedor de dicho servicio obtiene su beneficio económico por dicha prestación.

Sin embargo, un servicio puede ser a su vez, un conjunto de acciones, el desempeño y esfuerzo de quien lo presta, como así también es intercambiable, tiene un tiempo límite ya que no se puede almacenar.

Autores como Stanton, Etzel y Walker (2004) 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”.

Kotler, Bloom y Hayes (2002), definen el servicio como: "Un servicio es una obra, una realización o un acto que es esencialmente intangible y no resulta necesariamente en la propiedad de algo. Su creación puede o no estar relacionada con un producto físico”

2.3. CLASIFICACIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE LOS SERVICIOS.

2.3.1 CLASIFICACION DE LOS SERVICIOS

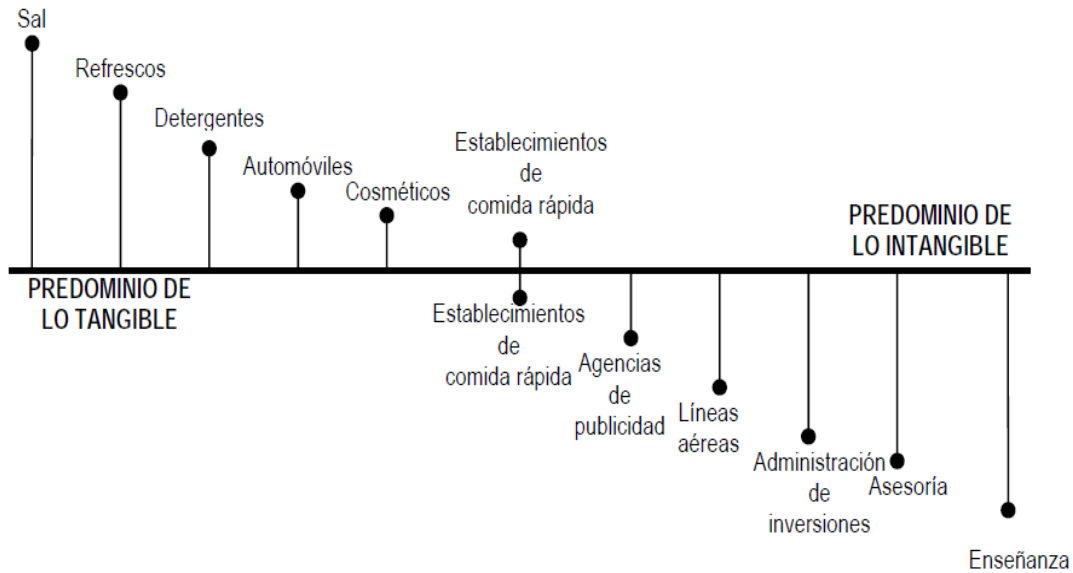
Según la literatura dedicada a la mercadotecnia de servicios, estos se pueden clasificar según criterios distintivos que tendrán que ver con la naturaleza de los mismos. Los servicios se pueden clasificar según el destino que tengan ya sean servicios personales o servicios para las empresas, en donde por su finalidad le dan importancia a la persona humana o bien a las industrias.

Existe una gran diversidad de autores que clasifican al servicio de distintas formas las cuales se verán a continuación:

Según Richard B. Chase (1978), clasifica los servicios según el grado de participación, involucramiento e integración que existe entre el servicio mismo, el que lo provee y que lo consume, es decir según la intensidad de contacto con los clientes.

A diferencia de Shostack (1977) que hace la clasificación de los servicios estableciendo una amplia gama de posibilidades donde se podría medir el grado de tangibilidad e intangibilidad de distintos bienes económicos, es de esta forma que este autor puede clasificar los productos y servicios según una escala relativa de tangibilidad e intangibilidad, a continuación se muestra la figura que entre el grado de intangibilidad de los productos/ servicios:

Figura n°3: Escala de Entidades de Mercado



Fuente: G. Lynn, Shostack, 1977.

En el caso de Vandermerwe y Chaswick (1989) distingue los distintos tipos de servicios según el grado de interacción entre el productor y el consumidor como así también el grado de implicación relativa de los bienes. Y Schmenner (1986) menciona otro enfoque para poder realizar la clasificación de los servicios ya sea por el grado de interacción y adaptación a los clientes como por el grado de intensidad de la mano de obra.

2.4. CARACTERÍSTICAS DE LOS SERVICIOS

Las principales características que diferencian a los servicios de los bienes según Grande I. (2005) son las siguientes:

- Intangibilidad
- Inseparabilidad
- Heterogeneidad
- Carácter perecedero

Frente a estas diferencias claramente establecidas se pueden obtener otras menos genéricas pero que aun así son importante de considerar como por ejemplo: el riesgo asociado a la compra dada la intangibilidad del servicio ya que el comprador no puede experimentar ni valorar la calidad ni el valor agregado del servicio. Otra diferencia es la percepción que puede tener un consumidor sobre un servicio, ya que este modificara la conducta de compra del consumidor.

Sin embargo, existen a su vez otras diferencias claras entre productos y servicios, de las cuales se pueden mencionar las siguientes:

- El consumidor percibe más riesgo en los servicios que en los productos.
- El comportamiento del consumidor es más relativo y cambiante en el caso de los servicios que de los productos
- No existe vida útil del servicio a diferencia del producto que si lo tiene.
- La imagen y el posicionamiento cobran más importancia en los servicios.
- El factor humano es de gran importancia en el desarrollo, fabricación y venta del servicio.
- El cliente participa también en la elaboración del diseño del servicio ya que expresa de forma directa e indirecta sus necesidades.
- El servicio puro es de tipo personal y se consume instantáneamente, en el momento de su producción, por ende imposibilita la reventa para el sector de los servicios.

2.4.1 SECTOR DE LOS SERVICIOS

El crecimiento de los servicios en los distintos países del mundo son de alguna manera uno de los sectores que más aportan al empleo y al producto en el caso de países desarrollados. A nivel mundial aproximadamente dos tercios de la actividad económica está constituida por distintas actividades de servicios.

En nuestro país encontramos que el sector de los servicios, según cifras del Banco Central de Chile (BCCH), ha ocupado en promedio más de un 50% del PIB Nacional entre los años 2003 a 2009. (Fuente: INE, 2010)

ProChile (2009) un 70% de los chilenos trabaja en alguna actividad del sector de servicios, sin embargo, en el caso de las exportaciones (servicios transfronterizos) han crecido entre el año 2005 al 2010 un 38%, aunque bien se sabe que según ProChile las exportaciones de servicios es más del 50% del total.

En nuestro país encontramos que el índice de servicios relacionados al turismo presentó un crecimiento de 15,1% nominal. el factor principal se registro al sector de restaurantes, tanto los de consumo final como los de alimentación institucional. Los hoteles y agencias de viajes, también impulsaron la actividad sectorial, pero con una incidencia menor. En cambio los servicios TIC aumentaron 1,9% nominal, respecto del primer trimestre de 2010. Esto está básicamente influenciado por el dinamismo de los servicios informáticos y actividades conexas. Pero los servicios de telecomunicaciones incidieron negativamente durante el período. (INE; 2011).

Según el Instituto Nacional de Estadísticas (2011), el índice de servicios empresariales presentó un crecimiento trimestral de 15,7%, destacando el aporte de las actividades de servicios de ingeniería. Como así también incidieron en el crecimiento sectorial, las actividades inmobiliarias; actividades de alquiler y actividades empresariales

El desarrollo de los servicios se ha visto incrementado por los siguientes factores económicos, demográficos, sociales, técnicos y legales, los cuales se mencionan a continuación:

- Cambios en la demanda
- Globalización de la economía
- Economías de escala
- Estrategia empresarial
- Crecimiento empresarial
- Diferencias de productividad
- Incremento en la esperanza de vida

- Incremento de la población femenina activa
- Mejora de la calidad de vida
- Flexibilidad laboral
- Cambios en gustos y preferencias
- Incremento de nuevos productos
- Aumento de tecnología y medios de comunicación
- Desregulación
- Privatización industrias públicas

Chile posee una población activa estimada al 2010 de 7,58 millones. El porcentaje de población activa por sectores y ocupación, se desglosa de la siguiente manera:

- Agricultura: 13,20%
- Industria: 23%
- Servicios: 63,90%

Sin embargo, la composición sectorial del PIB Según el Banco Central (2009) es la siguiente:

- Agricultura: 5,6%
- Industria: 40,5%
- Servicios: 53,9%

A nivel, mundial el mercado de los servicios es un punto crítico para el desarrollo y por medio de la información, tecnología y conocimiento provocara que los servicios y sigan tomando importancia y obtengan cada vez más una mayor participación de mercado.

3. MARKETING

La globalización generó que las empresas no solo consideraran al marketing como una herramienta para mejorar la distribución si no que también como un medio para satisfacer las necesidades de los consumidores.

En la actualidad, el consumidor ha cambiado en un ciento por ciento lo que ha provocado que las empresas tengan que ir de la mano junto con la innovación y los gustos de los clientes, dado que estos están modificando su forma y calidad de vida y su poder adquisitivo en función de sus creencias.

Para muchas empresas, el marketing juega un papel fundamental al momento de hacer los lineamientos de la misma, este es casi un estilo de trabajo que está en todas las áreas de trabajo de una compañía. Es por esto, una empresa busca oportunidades, trata de conocer al consumidor y al mercado, para luego utilizar al Marketing como una estrategia primordial para éxito de la empresa.

Según los autores Lamb Charles; Hair Joseph y Mc Daniel Carl (2006); el marketing es la razón de ser social y económica de una empresa, es la satisfacción de las necesidades y deseos del cliente, al mismo tiempo de que se cumplen los objetivos de la organización.

Grandes empresas, han podido buscar y enlazar cuatros puntos fundamentales para obtener el éxito total y ser más competitiva en el mercado, de las cuales son: ser una empresa integradora, incorporar la responsabilidad social corporativa, realizar buenas prácticas para todo nivel de la empresa y por ultimo aportar cultura a nivel general donde todos se sientan comprometidos y todos trabajen para un mismo nivel.

Todo esto es con el fin de que la empresa mejore la percepción que tienen sus consumidores de la misma y a su vez crear valor y marca. Por lo tanto al aplicar un marketing responsable se debe conseguir la credibilidad y pueda ser capaz de planificar herramientas para que la innovación sea un proceso no una causa.

Por lo tanto, una forma completa de definir el marketing es que permite identificar las necesidades, orientar y canalizar los deseos de los consumidores y estimular la demanda, con el fin de proporcionar a la empresa un alto nivel competitivo y un buen posicionamiento en el mercado.

Hoy en día, la importancia del marketing es fundamental para tipo de empresa e institución, dado que se preocupa principalmente de los clientes, por ende su objetivo primordial es crear valor y satisfacción para los clientes.

Según Kotler & Armstrong (2001), el marketing es la entrega de satisfacción a los clientes obteniendo una utilidad, pero tiene como doble meta atraer a nuevos clientes prometiendo por un lado crear valor superior y por otro, conservar los clientes actuales dejándolos plenamente satisfechos.

3.1 MARKETING DE SERVICIOS

Es importante investigar a los clientes y/o usuarios que buscan servicios, puesto que mediante estudios de opinión, investigaciones, estudios de mercado, se podrá saber cuáles son los usuarios objetivos para cada servicio en concreto.

Las empresas que se dedican y especializan a vender “servicios” deben saber cuáles son las necesidades o deseos del mercado, puesto que con esto podrán buscar su especialización y lograr una diferenciación con su competencia.

Las necesidades en esta categoría de servicio, esta la educación, transporte, asesoramientos, diversión, salud, deporte, jubilación privada, hotelería, etc. Es por esto que es de gran importancia considerar las necesidades para luego, en base a esto diseñar lo que se quiere entregar.

El mercado cada día se encuentra más sometido al sector de los negocios en donde ya cada vez encontramos que empresas que anteriormente estaban enfocados a vender productos o bienes

tangibles ahora integran en su negocio la venta de servicios como manera de aumentar sus ganancias y cumplir con las expectativas del mercado.

Existe una gran diferencia entre los bienes y los servicios, donde los servicios se pueden definir como un bien no material y como un conjunto de actividades que realiza una empresa para responder a las necesidades de los clientes, mientras que los bienes según Idelfonso Grande (2005) es un resultado tangible de una actividad transformadora en distinto grado.

Los consumidores tanto de bienes como de servicios actúan por las mismas motivaciones básicas, seguridad, alimentación, educación, economía, etc. Pero las formas de vender deben ser aplicadas de forma diferente, en donde 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 el incremento en la participación del sector terciario de la economía, las empresas destinadas a ofrecer servicios han puesto en práctica la tecnología del marketing para lograr diferenciarse en el mercado.

Hasta el momento no existe una definición clara del concepto marketing de servicios. Sin embargo, Cobra y Zwarg (1992) señalan como una primera hipótesis que “el Mercadeo de Servicios es una disciplina que busca estudiar los fenómenos y hechos que se presentan en la venta de servicios”.

Otros autores, tales como Idelfonso Grande (2006), Zeithaml y Bitner (2002), Gronroos (1990) no entregan una definición de marketing de servicios, sin embargo, sus obras literarias desarrollan en extenso el tema, destacando las diferencias entre el marketing de servicios y de bienes tangibles.

Por ende el marketing de servicios tiene que partir en base a las características de los servicios como tal para poder establecer las estrategias de gestión comercial que empleará una empresa, además debe considerar la intangibilidad del servicio, ya que esto puede dificultar la

selección de las ofertas competitivas por parte del consumidor y como así también de 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.

Muchas empresas de servicios han sido impulsadas por diversos cambios en los mercados; en este sentido se encuentran los siguientes factores:

- La mayor cantidad de mujeres que trabajan, lo que ha provocado un cambio en las estructuras familiares. Es por ello que algunas empresas han optado por crear más salas cunas, guarderías infantiles, entre otras.
- El aumento de las expectativas de las familias ha provocado una mayor demanda de vacaciones y más formas de entretenimiento. Así también, por el aumento de tiempo libre, los trabajadores tienen mayores periodos vacacionales. Esto provoca un aumento en la demanda de viajes, educación y deporte.

3.2. MARKETING DE SERVICIOS VERSUS MARKETING DE BIENES

Las empresas, tanto de productos como de servicios, tienen que estar cada vez más en contacto con sus clientes, ya que al no hacerlo la empresa puede fracasar y ser menos competitiva frente a los consumidores.

En este momento las demandas tanto de servicios como de productos están más bien estandarizadas. Esto va en aumento, ya que los servicios se masifican, al igual que los productos y es necesario asegurar calidad uniforme. Las empresas productivas son más fáciles de gestionar a través del marketing tradicional que aquellas empresas de servicios puesto que los productos son más bien estandarizados y el cliente tiene la posibilidad de poder escoger entre varios y tener la preocupación de tener a una persona dedicada a dicho producto.

Las diferencias claves del marketing tradicional de productos, respecto al marketing de servicios, se distinguen principalmente por las siguientes características: Intangibilidad, heterogeneidad (variabilidad), simultaneidad (inseparabilidad) y caducidad (perecederos).

A continuación la figura n°3 muestra las principales características e implicancias que diferencian al marketing de productos con el marketing de servicios:

Figura n° 3: Características de los Servicios.

Servicios	Implicaciones
Intangibles	Los servicios no pueden ser inventariados.
	Los servicios no pueden patentarse.
	Los servicios no pueden presentarse ni explicarse de manera fácil.
	Es difícil determinar su precio
Heterogéneos	La entrega del servicio y la satisfacción del cliente dependen de las acciones del empleado.
	La calidad en el servicio depende de muchos factores incontrolables.
	No existe la certeza de que el servicio que se proporciona es equiparable con lo que se planeo y promovió originalmente.
Simultaneidad	Los clientes participan en la transacción y la afectan.
	Los empleados afectan en el resultado del servicio
Caducidad	Es difícil producirlos masivamente
	Resulta problemático sincronizar la oferta y la demanda de los servicios
	Los servicios no pueden devolverse ni revenderse.

Fuente: American Marketing Association, Journal of Marketing 49, Otoño de 1985, A. Parasuraman, Valerie A. Zeithaml y Leonard L. Berry, "A Conceptual Model of Service Quality and Its implications for Future Resech".

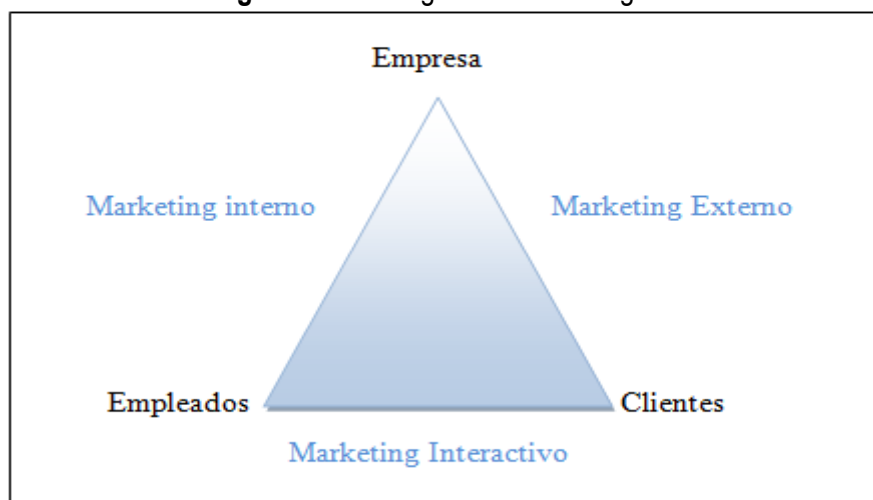
3.3. LA GESTION DEL MARKETING EN LAS EMPRESAS DE SERVICIOS

Zeithaml y Bitner (2002), plantean que es necesario que las empresas de servicios puedan gestionar sus actividades para mantener una relación más estrecha con sus clientes.

Las empresas de servicios deben utilizar un tipo de gestión distinta, en donde pueda existir un lazo y un contacto visual entre el cliente y el medio físico, y a su vez la estrecha relación con el

vendedor o proveedor del servicio. Debido a que los servicios en general se consumen y se producen de manera simultánea, los clientes tienen una estrecha relación con el personal de la empresa. Esto implica hacer uso del marketing, tanto al interior de la organización, considerando a los colaboradores como clientes internos, como hacia el exterior. En este último caso, con los usuarios o clientes externos.

Figura n°4: Triángulo del Marketing



Fuente: Adaptado de Mary Jo Bitner, "Building Service Relationship: It's All About Promises"

En la figura anterior se observa en cada uno de los vértices del triángulo a los diversos actores que participan en la gestión del marketing de servicios, en donde se ve enlazado la ejecución (colaboradores), gestión (empresa) y el uso (clientes) de dicho servicio. Y en lo que refiere a la gestión propiamente tal se cumple que lo quiere el marketing, hacer posible una promesa, establecer la promesa y entregar finalmente la promesa.

Por lo tanto tres elementos claves se interrelacionan con las tres piezas claves de toda función comercial, es decir el marketing interactivo, interno y externo con los clientes empresa y vendedores.

3.3.1 Marketing Externo

Por medio del marketing externo, se formula la elaboración de la promesa, en donde su función principal es mantener una relación estrecha entre la compañía y los clientes, ya sea por medio de ver la calidad del servicio de la compañía, la calidad del servicio de venta y post-venta

dentro de la gestión de la organización. En este sentido el marketing externo se refiere fundamentalmente a lo que la empresa hace para ofrecer a los clientes con el fin de poder estimular la relación Cliente + Compañía.

3.3.2 Marketing Interactivo

El marketing interactivo se refiere al cumplimiento de la promesa como tal, es decir cuando el servicio se produce y luego se vende. Esta lleva a la confianza que el cliente adquirirá con dicha organización, el no cumplimiento total de la promesa llevara a que el cliente logre cambiarse y desplazarse a la competencia hasta encontrar un el nivel de satisfacción esperado por dicha necesidad.

Es por esto que en la actualidad esta es una clave que permite el éxito total de la empresa, ya que es la estrecha relación que existe con el proveedor y el cliente, y por tanto permitirá que los clientes sigan comprando una y otra vez.

Esta es una de las actividades del marketing más críticas desde el punto de vista del cliente dado que la promesa debe cumplirse en su totalidad y no parcialmente.

3.3.3 Marketing interno

Esta es una de las actividades más importantes dentro del marketing, ya que el principal elemento y mercado de una empresa son sus empleados. Es por esto que si una empresa tiene trabajadores comprometidos con el producto que se está ofreciendo, estos serán parte del mismo producto.

Es decir, si los empleados conocen bien el servicio, las estrategias de la empresa, los programas, la misión y visión de la compañía, y por ende todo el nivel de gestión de la misma, estos lograrán tener una mayor aceptación y recepción por parte de los clientes.

El marketing interno de una empresa se debe encargar principalmente de estimular al personal, delegar responsabilidades y otorgarles la importancia suficiente que estos tienen dentro de la compañía, ya que por esta vía se mantendrá un alto nivel de satisfacción tanto del cliente como del empleado.

Según Harry Beckwith (1998), define al marketing interno como el conjunto de técnicas que permiten vender la idea de empresa, con sus objetivos, estrategias, estructuras, dirigentes y demás componentes, a un mercado constituido por los trabajadores- “clientes internos”- que desarrollan su actividad en ella, con el objetivo último de incrementar su motivación y como consecuencia directa, su productividad.

Uno de los últimos conceptos sobre el marketing interno es por el autor Philip Kotler (2006), quien lo define como la tarea de contratar, entrenar y motivar al personal idóneo para atender adecuadamente a los clientes.

Según los dos conceptos anteriormente mencionados se llega a la misma conclusión de que existe un estrecho vínculo entre el cliente y el empleado, donde el resultado se demuestra a través de la satisfacción, productividad e ingresos.

3.4 EVOLUCIÓN DEL MARKEITNG MIX AMPLIADO PARA LOS SERVICIOS

Para la elaboración de un plan marketing de un bien tangible, se utilizan cuatro factores claves, más conocidos como la mezcla de marketing tradicional que se compone de las cuatro P: producto, plaza (distribución), precio y promoción (comunicación) (Kotler P., 2006).

Sin embargo, es necesario considerar otros elementos a la hora de elaborar un plan de marketing para los servicios, dado que los clientes son más exigentes y el mercado cada vez se hace más competitivo.

Frente a esto es necesario emplear variables adicionales para comunicarse con los clientes y satisfacerlos, esto porque se adopta el concepto de la mezcla ampliada del marketing de servicios. Según Zeithaml y Bitner (2002), la mezcla de marketing de servicios incorpora a las personas, la evidencia física y el proceso.

A continuación, se presenta cada uno de los elementos que componen a la mezcla ampliada de marketing según Lovelock y Wirth (2007) y la importancia y la mejora que ha tenido cada factor.

- 1) Elementos del servicio
- 2) Tiempo y lugar
- 3) Precio y otros desembolsos
- 4) Promoción y educación
- 5) Proceso
- 6) Entorno físico
- 7) Personas
- 8) Productividad y calidad

Elementos del servicio: es más bien conocido como producto, éste es el que responde a la necesidad del cliente y del mercado objetivo y puede ser central o suplementario, en donde importará como el cliente aprecie dicho servicio y cuales sean las características que le acompañen. Será más bien el generador de valor de la empresa.

Tiempo y Lugar: Este elemento se enfoca en responder las preguntas claves de ¿Dónde, Cómo y Cuándo?, es decir será necesario determinar una ubicación geográfica, los programas de servicios como así también los canales físicos y/o electrónicos que se utilizaran para una rápida estrategia de marketing.

Precios y otros desembolsos: en este sentido en el marketing tradicional se consideran como estrategias de precios como forma de marketing, los descuentos, bonificaciones, márgenes para intermediarios, financiamientos, pero al momento utilizar esta estrategia en el sector de los servicios se deben incluir aquellos costos monetarios adicionales como por ejemplo el transporte,

parquímetros y otros; como así también el esfuerzo mental y físico, el gasto de tiempo sobre todo por la espera, estos son unos de los tantos factores que se han ampliado a la hora de elaborar una estrategia de precio.

Promoción y educación: ésta es una estrategia fundamental para el área del servicio ya que esta permite persuadir, comunicar e informar sobre el servicio ofrecido, y esto marcará la diferencia del diseño corporativo y su marca. Este tipo de promoción se puede realizar a través de distintos canales de comunicación, como por ejemplo, internet, páginas web, publicidad radial o televisiva, entre otras.

Procesos: Los procedimientos, los mecanismos y el flujo de las actividades necesarias para la prestación del servicio, es decir, la realización del servicio y los sistemas de operación. Es decir, los procesos indican el método y secuencia en la generación y entrega del servicio mismo.

Entorno físico: el entorno físico tiene que ver con infraestructura del lugar donde se prestará el servicio, el edificio como tal, la decoración, la vestimenta de los trabajadores, los olores, entre otros.

Personas: este es un factor importante dentro de la prestación de un servicio dado que el personal tiene un alto nivel de influencia sobre el cliente a la hora de decidir sobre aceptar o no dicho servicio, como así también influirá en la percepción de la calidad por parte del cliente.

Productividad y calidad: la productividad por una parte sirve como una vía para reducir los costos y mejorando y manteniendo la calidad de los servicios servirá para construir una satisfacción total de los clientes y a su vez la lealtad.

4. SERVICIO DE EDUCACION BÁSICA Y MEDIA EN CHILE

El sistema educativo se basa en el derecho a la educación y a la libertad de enseñanza, y se basa en que la educación debe estar al alcance de todas las personas, la educación debe ser de calidad para que permita que cualquier persona pueda acceder a la educación superior y así poder lograr un mayor nivel de cultura y educación.

Los principios y bases del sistema educativo chileno se consagran en la Constitución Política de la República, aprobada en 1980 y modificada en 2003 mediante la ley n° 19.876, y en la nueva Ley General de Educación n° 20.370, promulgada el 17 de agosto de 2009.

La función principal del Estado es promover que todos tengan acceso a la educación básica y media y que cada vez esta sea de mayor calidad de tal forma de dar posibilidades a todos de integrarse a los beneficios del desarrollo.

En Chile, el 90% 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 Ministerio de Educación (2011).

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 (2011):

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

Según el Ministerio de Educación (2011) 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 esta en establecimientos municipales y el 40% en particulares subvencionados.

La educación parvularia, está destinado a atender a los niños y niñas entre 0 y 6 años; en donde el estado debe garantizar el acceso gratuito y el financiamiento fiscal para el primer y segundo nivel de transición (no es obligatorio este nivel). Esta es impartida en colegios subvencionados, particulares y municipales, particulares pagados que impartan los grados de sala cuna, medio menor, medio mayor, primer y segundo nivel de transición.

Por otra parte, encontramos la educación básica que es obligatoria para todos los niños y niñas que cumplen 6 años al 31 de marzo, esta tiene una duración de ocho años y está dividida en dos ciclos. Su objetivo principal es fomentar al desarrollo integral de la personalidad del estudiante. El primero ciclo básico, que consta de cuatro años, se trata preferentemente de contenidos básicos y un segundo ciclo de 5to a 8vo básico, donde los contenidos se organizan por asignaturas y actividades de formación más específicas.

La Educación Media, es obligatoria, y se imparte para que aquellos estudiantes egresadas de la educación general básica, entre 13 y 14 y los 17 y 19 años. La enseñanza media, posee un ciclo común (primero y segundo medio) y luego tiene dos modalidades: Humanístico - Científica y 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 técnica – profesional, comprende cinco ramas, organizadas por sectores económicos: Comercial, técnico, industrial, agrícola y marítima. A cual tiene una duración de cuatro a cinco años en total.

Según el Ministerio de Educación (2008) con datos actualizados hasta enero del año 2008 existían 8.841 establecimientos del país que impartían enseñanza básica. El total de niños y niñas matriculados en enseñanza básica fue de 2.145.102 donde un 48% de estos cursa primer ciclo básico y un 52% cursa algún grado de segundo ciclo básico. En siguiente figura se muestra el total matriculas por dependencia según las distintas áreas geográficas:

Tabla 3: Matrícula por dependencia según área geográfica

Área geográfica	Urbano	Rural	% Urbano	% Rural
Municipal	827.593	205.436	44,0	77,2
Particular Subvencionado	914.139	57.760	48,6	21,7
Particular Pagado	137.393	2.781	7,3	1,0
Total	1.879.125	265.977	100	100

Fuente: Elaboración propia. Adaptado por Mineduc.

Chile durante este último tiempo según El Fondo de Las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF; 2009) ha logrado altos niveles de alfabetización, muy similar a los de un país desarrollado, esto se ha cumplido gracias a las políticas de gobierno que promueven la educación básica obligatoria.

Desde el año 1996 que la reforma curricular para la enseñanza básica y media se visto envuelta en diversas modificaciones que han logrado cambiar el currículo y el proceso de aprendizaje y la enseñanza escolar. Desde este momento se promulgaron los Objetivos Fundamentales y Contenidos Mínimos Obligatorios para la educación básica, en donde se elaboraron planes y programas de estudios propios y proyectos educativos de los distintos establecimientos.

Tanto para la enseñanza básica como media existe un marco curricular en donde se construyen los planes de estudio, programas, textos escolares y se elabora la prueba del Sistema de Medición de la Calidad de la Educación; MINEDUC (2005)

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.

Al considerar que el 87% de los alumnos que representan a los niveles socioeconómicos bajo, medio bajo y medio lo cuales principalmente estudian en establecimientos municipales y/o

particulares subvencionados; se puede observar que los puntajes obtenidos representan niveles más bajos que los de nivel medio que estudien en colegios subvencionados (fuente: www.mineduc.cl).

El Ministerio de Educación con la intención de modificar la calidad y la equidad de la enseñanza incorporó el “Sistema Nacional de Evaluación de desempeño de los Establecimientos Educativos Subvencionados” (SNED), creado en el año 1995. Este sistema entrega el beneficio económico denominado “Subvención por desempeño de excelencia” a los establecimientos de mejor desempeño, el cual es distribuido entre los docentes de los establecimientos seleccionados.

Dicha medición del desempeño de los establecimientos educacionales considera los siguientes factores:

- Efectividad.
- Superación.
- Iniciativa.
- Mejoramiento de las condiciones de trabajo y adecuado funcionamiento del establecimiento.
- Igualdad de oportunidades.
- Integración y participación.

La educación básica y media, es otorgada por un sistema mixto, esto quiere decir que tiene participación de los sectores público y privado en la producción y financiamiento de la actividad.

Los sistemas que existen en Chile, como se había mencionado anteriormente eran tres, los establecimientos municipales, los privados subvencionados y los privados pagados.

Durante el periodo 2005 – 2009, la cifra de alumnos matriculados en los diferentes niveles, tanto básico como medio, existe una tendencia de que el número de hombres supera al número de mujeres matriculadas.

Al año 2009, el total de alumnos matriculados fue 4.479.589 de cuales 2.281.928 corresponden a hombres y 2.197.661 a mujeres.

Considerando los niveles de educación en Chile, la enseñanza básica concentra el mayor porcentaje de matriculas con un 45,8% y la educación media con 24,4%, considerando al total de alumnos matriculados en el país.

Tabla 4: Alumnos Matriculados en los diferentes niveles de la educación regular, por sexo, en el país. 2005 - 2009

Alumnos Matriculados			
Año	Total	Hombres	Mujeres
2005	4.432.578	2.282.638	2.149.940
2006	4.431.408	2.270.823	2.160.585
2007	4.489.622	2.298.482	2.191.140
2008	4.509.810	2.306.641	2.203.169
2009	4.479.589	2.281.928	2.197.661

Fuente: División de Planificación y Presupuesto; División Educación Superior. Ministerio de Educación.

5. REFORMA EDUCACIONAL EN CHILE

5.1 Ley Orgánica Constitucional de Enseñanza.

La ley Orgánica Constitucional de Enseñanza fue creada el 7 de marzo de 1990 y publica el 10 de marzo del mismo año. Esta fija los requisitos mínimos que deberán cumplir los niveles de enseñanza básica y media y así también regular el deber del Estado por velar por el cumplimiento de los establecimientos educacionales.

Al considerar que la educación es el proceso que abarca las distintas etapas de la vida de las personas y que tiene como finalidad alcanzar el desarrollo moral intelectual, artístico, espiritual y físico mediante la transmisión y cultivo de valores, conocimientos y destrezas. A su vez, la educación es un derecho de todas las personas. Y corresponde a los padres de familia el derecho y el deber de

educar a sus hijos; al Estado el deber de otorgar protección al ejercicio de este derecho; y a la comunidad el deber de contribuir al desarrollo y perfeccionamiento de la educación. El Estado tiene el deber de financiar un sistema gratuito destinado a asegurar el acceso de la población a la enseñanza básica.

En nuestro país, la educación se manifiesta a través de la enseñanza formal e informal. Aquella enseñanza formal corresponde a la estructurada científicamente, se entrega de manera sistemática. Además está constituida por niveles que aseguran la unidad del proceso educativo y facilitan la continuidad de la educación.

La enseñanza informal hace referencia 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.

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.

La enseñanza básica, es el nivel que procura fundamentalmente el desarrollo de la personalidad del alumno y la capacitación para la vinculación e integración activa al medio social, esto es a través de los contenidos mínimos obligatorios establecidos por la Ley.

La enseñanza media, es el nivel educacional que atiende a la población escolar que haya terminado el nivel de enseñanza básica y que tiene como finalidad procurar 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.

5.2. ESTABLECIMIENTOS QUE IMPARTEN ENSEÑANZA EN LOS NIVELES PARVULARIO, BÁSICO Y MEDIO.

Todos aquellos establecimientos educacionales que impartan enseñanza en los niveles básico y medio, serán reconocidos oficialmente por el Ministerio de Educación siempre y cuando cumplan con los requisitos establecidos, como son: tener un sostenedor (podrá ser una persona natural o jurídica, que cuente al menos con licencia de educación media), que los planes y programas de estudio sean propios del establecimiento o elaborados por el mismo Ministerio de Educación, poseer el personal docente idóneo y personal administrativo y auxiliar suficiente para la cantidad de alumnos que posea dicho establecimiento. Como así también deberá disponer de material didáctico mínimo adecuado a cada nivel, como así también disponer de mobiliario suficiente. (www.mineduc.cl)

Los establecimientos educacionales de enseñanza general básica, según sea la dependencia administrativa y origen de su financiamiento se denominan de la siguiente forma:

- Municipales: son aquellos establecimientos de propiedad estatal, pero administrados por los Municipios.
- Particulares subvencionados: son aquellos colegios de propiedad privada, administrada por personas naturales o jurídicas, sin embargo, reciben financiamiento del Estado por vía de la subvención.
- Particulares Pagados: Son establecimientos de propiedad y de administración privada. No reciben ningún tipo de financiamiento por parte del Estado. Sus recursos más bien, provienen del aporte de las familias (pago de matrículas) y de los beneficios de la gestión económica del establecimiento.

5.3. NIVELES, CALIDAD Y EQUIDAD DE LA EDUCACIÓN CHILENA.

Los niveles de educación formal parte con la educación inicial (preescolar) hasta la educación superior con niveles de doctorados y programas de postdoctorados. Si bien, se sabe que la educación básica tiene una duración de ocho años seguida por una educación media de cuatro años pero que está dividida en una media humanista – científica y una media técnico – profesional.

En lo que se refiere a equidad de la educación, la relación de los resultados existe una brecha significativa en los distintas formas de enseñanza, en donde los mejores puntajes son obtenidos por los estudiantes de educación particular pagada, seguidos por los de la particular subvencionada y en último lugar corresponde a la gran masa de estudiantes que asisten a la educación municipalizada. Las diferencias se asocian a varios factores, y se relacionan con las condiciones culturales y socioeconómicas de los estudiantes y sus familias, la infraestructura y medios en las distintas realidades, como así también influye el tipo de gestión, los ambientes y atractivos sociales y económicos que presenta la educación particular para los mejores docentes. (Fuente: www.mineduc.cl)

La reforma educacional chilena contempla cuatro ámbitos principales de educación básica y media que corresponden a programas de mejoramiento e innovación pedagógica; desarrollo profesional de los docentes y jornada escolar completa.

La reforma curricular se basa en el establecimiento de nuevos planes y programas para básica y media con objetivos fundamentales y contenidos mínimos que aseguran un bien nacional común.

El programa de mejoramiento e innovación pedagógica son diferenciados para responder a necesidades del sistema escolar que varían por niveles y tipos de situaciones educativas, además están orientados a modificar directamente las prácticas educativas combinando la instalación de nuevos medios con nuevos espacios, incentivos e ideas para la iniciativa de los docentes.

El desarrollo profesional de los docentes, incluye iniciativas en el campo de la formación inicial, en el perfeccionamiento fundamental de profesores en servicio, un programa de becas y pasantías en el extranjero para profesionales de la educación y el otorgamiento de premios nacionales a la excelencia docente. A lo anterior se le agrega una preocupación por el estatuto docente, el aumento sostenido de las remuneraciones, una evaluación del desempeño, con premios económicos, un nuevo enfoque de la supervisión, nuevos espacios organizacionales, nuevos medios educativos y nuevos espacios de participación en los Programas de Mejoramiento.

La Jornada Escolar Completa consiste en un aumento del número anual de horas de clase y de permanencia de los/as estudiantes en el centro educativo, con un aprovechamiento creativo del tiempo libre.

5.4. SISTEMA DE ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD DE LA GESTIÓN ESCOLAR

Según el Ministerio de Educación de Chile (2005), 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, esto es, de las condiciones organizacionales para la obtención de resultados educativos.

Por ende el SACGE se propone, articular iniciativas, herramientas, recursos e incluso actores (docentes, directivos, supervisores, 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, según la Unidad de Gestión y Mejoramiento Educativo, División Educación General, MINEDUC (2005) promueve el mejoramiento de las prácticas institucionales, desarrollando un circuito de mejoramiento continuo, a través de una autoevaluación institucional en base a un "Modelo de Calidad de la Gestión Escolar". La revisión y validación de este diagnóstico por parte de un panel externo de expertos en el modelo de gestión, la planificación y ejecución de mejoras en los ámbitos más relevantes evidenciados en la evaluación y la vinculación de todo este proceso a las decisiones de apoyo y recursos que provienen

de los sostenedores hacia las escuelas y del propio Ministerio a través de la supervisión y otros recursos de apoyo.

Asegurar calidad, desde la óptica de la política pública en educación, implica avanzar en tres tipos de tareas altamente complejas:

- Conocer en qué ámbitos de la acción pedagógica y escolar se deben establecer mejoras.
- Hacia qué horizonte debemos conducirlos.
- Cómo se aglutinan recursos y esfuerzos para sustentar estas transformaciones.

Se trata entonces de incidir en diversos planos del quehacer educativo; desde el mejoramiento en el ámbito de la administración del sistema, tanto a escala nacional y local, como en la gestión de los establecimientos educacionales que deben redoblar sus esfuerzos por centrar su quehacer en lo curricular, entendiendo que el aprendizaje es una construcción continua y por tanto, la institución escolar debe dar coherencia y articulación al currículo desde el nivel pre-básico a la enseñanza media, reconociendo e integrando la particularidad de los alumnos y sus familias y estableciendo modelos pedagógicos pertinentes con la enseñanza de niños, jóvenes y adultos.

Desde el año 2003 a nivel nacional, el avance del SACGE ha sido progresivo, ese año iniciaron este circuito 66 establecimientos. En 2004 se incorporaron 395 nuevos establecimientos y en 2005, otros 474. (Fuente: MINEDUC Unidad de Gestión Escolar, 2006).

Por lo tanto el sistema de aseguramiento de la calidad de la gestión escolar, se entenderá como la incorporación de los establecimientos educacionales a una serie de procesos consecutivos y complementarios entre sí, que el Ministerio de Educación ha instalado como política educativa actual de asegurar calidad y que en el ámbito de la gestión institucional se materializa a través de este sistema denominado SACGE, que funciona sobre la base del Modelo de Calidad de la Gestión Escolar. Los establecimientos educacionales que se incorporan al Sistema de Aseguramiento de la Calidad de la Gestión Escolar, desarrollan un proceso interno que incluye varias fases. Para efectos de esta investigación se consideran las fases: Diagnóstico Institucional y Plan de Mejoramiento.

El Plan de Mejoramiento, constituye el centro de la estrategia de mejoramiento continuo, pues en esta fase se deben diseñar, planificar, ejecutar y evaluar acciones que permitan instalar o mejorar las prácticas, en los ámbitos que se han priorizado y que posibiliten los cambios que el establecimiento necesita para optimizar sus sistemas de gestión y mejorar sus resultados. Para priorizar los elementos de gestión en el Plan de Mejoramiento, se aplican los criterios: relevancia, pertinencia y factibilidad, dando como resultado un conjunto de oportunidades de mejoramiento en que se priorizan aquellas que tengan mayor impacto en los procesos de gestión, en los resultados y en los objetivos institucionales y cuya puesta en práctica sea factible de realizar.

El Sistema de Aseguramiento de la Calidad de la Gestión Escolar es un instrumento de política pública del Ministerio de Educación, que incorpora a los establecimientos educacionales a un recorrido de mejoramiento continuo, que 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 sustentables de la calidad educativa.

El Sistema de Aseguramiento se materializa a través de un conjunto coordinado de procesos, dispositivos y recursos de apoyo orientados a producir condiciones institucionales, para el mejoramiento de la calidad de los procesos y resultados. Una vez incorporados al Sistema de Aseguramiento de la Calidad de la Gestión, los establecimientos educacionales, realizan una serie de procesos consecutivos y complementarios entre sí, que les permiten avanzar en su recorrido de mejoramiento continuo.

Estos son:

- Proceso de **Diagnóstico Institucional**: El proceso de Diagnóstico Institucional, consta de una reflexión interna desarrollada a través de la Autoevaluación Institucional, y opinión externa entregada por el Panel de Expertos. La Autoevaluación constituye el paso inicial del sistema de aseguramiento y su propósito es obtener un diagnóstico que permita determinar el nivel de calidad de las prácticas de gestión que la escuela o liceo realiza cotidianamente. Además, permite identificar ámbitos que pudieran ser entendidos como oportunidades para el mejoramiento de su propia gestión escolar. Este proceso se

valida a través de una Evaluación externa realizado por un equipo de profesionales del Ministerio de Educación y del DAEM o Corporaciones Municipales, que han sido entrenados y acreditados para tal efecto.

- Proceso de **Planificación del Mejoramiento**: El proceso de Planificación del Mejoramiento constituye el centro de la estrategia de mejoramiento continuo del sistema de aseguramiento, pues en él deben diseñar y planificar las acciones que permitan instalar o mejorar las prácticas, en los ámbitos que se han priorizado y que permitan los cambios que el establecimiento necesita para optimizar sus sistemas de gestión y mejorar sus resultados.
- Proceso de **Seguimiento del Plan** : Un punto clave de este proceso es su sustentabilidad y en este sentido, se debe entender que esta condición no se satisface sólo por la incorporación de recursos financieros y materiales al establecimiento, sino que cada vez es más claro que ello depende de la generación de capacidades en los propios actores institucionales y por lo tanto, el rol de acompañamiento, asesoría y transferencia que les cabe a los responsables de la administración y supervisión técnica de los procesos educativos a nivel local es fundamental.
- Proceso de **Cuenta Pública**: El proceso de Cuenta Pública, en el marco del sistema de aseguramiento, tiene como objeto transparentar los avances, dificultades y desafíos de mejoramiento que se han registrado a partir de la implementación de sus distintos componentes y por otro, comprometer los esfuerzos de la comunidad interna y externa del establecimiento en las acciones que se hayan planificado.

El Sistema de Aseguramiento de la Calidad de la Gestión Escolar, funciona sobre la base del Modelo de Calidad de la Gestión Escolar. Este modelo, no prescribe un tipo ideal de prácticas para los establecimientos y por tanto, no se orienta a certificar calidad, sino más bien plantea buenas preguntas para que a través de un proceso de aprendizaje institucional, se cimienten las bases de un itinerario de mejoramiento permanente, que responda a las particularidades de cada

establecimiento y que otorgue un espacio de desarrollo profesional contextualizado según las demandas y necesidades de cada comunidad escolar.

5.5. Principios del Modelo de Calidad de la Gestión Escolar

Áreas de resultados: Se da en el plano de los datos e informaciones que posee o genera el establecimiento educacional, dando cuenta del resultado de los aprendizajes de los alumnos, de los logros institucionales y la satisfacción de la comunidad educativa.

- **Equidad:** la escuela entendida como una institución que 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, independiente de sus condiciones de entrada al sistema.
- **Participación:** asegurar la integración activa de cada uno de los miembros de la comunidad educativa en los procesos que se desarrollan en la escuela, considerando los distintos niveles de participación: consulta, opinión, decisión, ejecución y evaluación.
- **Responsabilidad:** asumir profesionalmente en forma individual y colectiva los efectos de su propia actuación, tanto a nivel de logros como de no logros.

El Modelo de Gestión Escolar distingue cinco Áreas interrelacionadas sistemáticamente entre sí; de las cuales cuatro son de procesos y una de resultados. Estas áreas corresponden a los ámbitos temáticos claves de la gestión del establecimiento.

Áreas de Procesos:

- **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.

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.

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
- los resultados dan cuenta de los procesos

Las Dimensiones son un conjunto de contenidos temáticos que configuran las Áreas. En total son 15 Dimensiones distribuidas entre las cinco Áreas.

5.5.1 Dimensiones del Área de Liderazgo

- **Visión Estratégica y Planificación:** Prácticas de planificación realizadas en el establecimiento educacional que favorecen el logro de los objetivos y metas Institucionales.
- **Conducción:** Prácticas del equipo directivo que aseguran un actuar coordinado de los actores de la comunidad educativa, en función del logro de los objetivos y metas institucionales.
- **Alianzas Estratégicas:** Prácticas realizadas en el establecimiento educacional que aseguran la articulación con actores u organizaciones de su entorno, contribuyendo al logro de sus metas institucionales.
- **Información y Análisis:** Prácticas realizadas en el establecimiento educacional para generar y analizar información útil para la evaluación institucional, y toma de decisiones.

5.5.2. Dimensiones del Área Gestión Curricular

- **Organización Curricular:** Prácticas realizadas en el establecimiento educacional para asegurar que la propuesta curricular diseñada sea coherente con el PEI y articulada con el Marco Curricular, Bases Curriculares (Educación Parvularia), en el contexto de las necesidades e intereses de todos los estudiantes.
- **Preparación de la enseñanza:** Prácticas realizadas en el establecimiento educacional que aseguran el análisis y evaluación de los diseños de enseñanza, en coherencia con la propuesta curricular y las necesidades e intereses de los estudiantes.
- **Acción Docente en el Aula:** Prácticas realizadas en el establecimiento educacional, para asegurar que la implementación curricular se concrete en el aula, a través del proceso de enseñanza aprendizaje.
- **Evaluación de la Implementación Curricular:** Prácticas realizadas en el establecimiento educacional, para determinar el logro que tiene la implementación de la propuesta curricular y realizar los ajustes que corresponda.

5.5.3. Dimensiones del Área de Convivencia Escolar y Apoyo a los Estudiantes

- **Convivencia Escolar:** Prácticas realizadas en el establecimiento para asegurar que la interacción de los actores de la comunidad educativa, favorece un ambiente propicio para el aprendizaje de los estudiantes.
- **Formación Personal y Apoyo a los Aprendizajes de los Estudiantes:** Prácticas realizadas en el establecimiento educacional, para contribuir al desarrollo y aprendizaje de todos los estudiantes.

5.5.4 Dimensiones del Área de Recursos

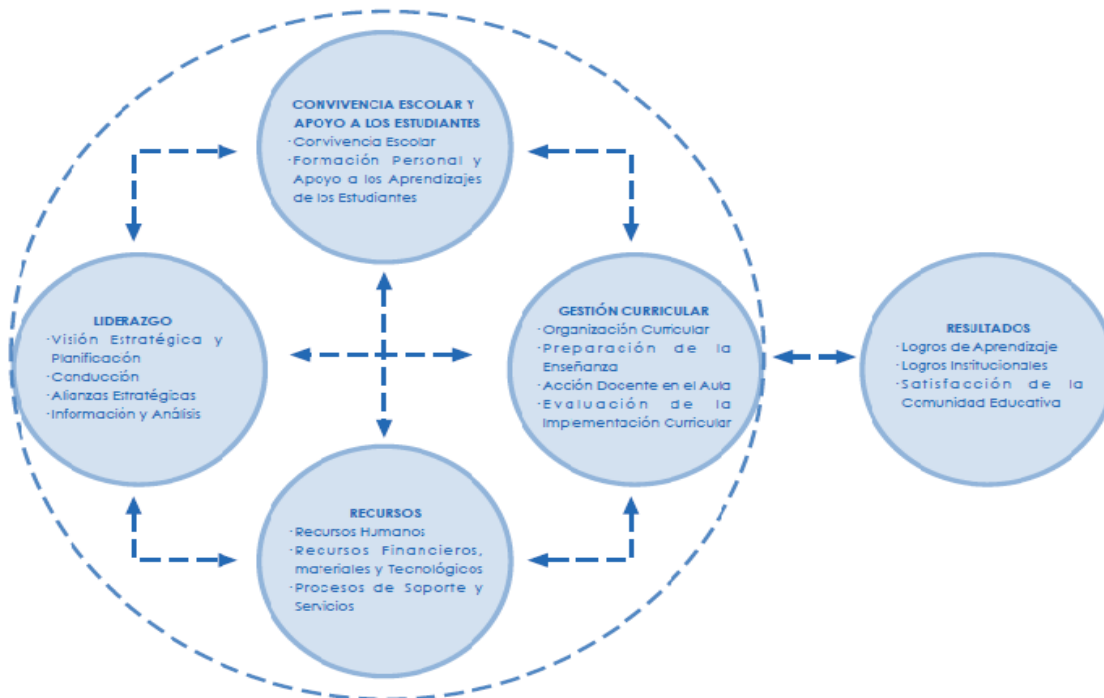
- **Recursos Humanos:** Prácticas realizadas en el establecimiento para asegurar la utilización de los recursos financieros e infraestructura en función del logro de objetivos y metas institucionales.
- **Recursos Financieros:** Prácticas realizadas en el establecimiento educacional que aseguran el desarrollo profesional del personal docente y asistentes de educación en coherencia con el logro de los objetivos y metas institucionales.

5.5.5. Dimensiones del Área de Resultados

- **Logros de Aprendizaje:** Datos del establecimiento educacional referidos a niveles de logro de los aprendizajes declarados en el Marco Curricular.
- **Logros Institucionales:** Datos del establecimiento referidos al logro de metas institucionales.
- **Satisfacción de la Comunidad Educativa:** Datos del establecimiento educacional que muestran niveles de satisfacción de los actores de la comunidad educativa.

En la figura n°6 se muestra la relación entre procesos y resultados del sistema de aseguramiento de calidad de la gestión escolar.

Figura n°6: Sistema de Aseguramiento de Calidad de la Gestión Escolar.



Fuente: Modelo de Aseguramiento de Calidad de Gestión Escolar, Mineduc (2005)

5.6. Gestión de Calidad en la Educación.

Al considerar la educación como un derecho de todo ciudadano, se considera de forma inherente el hecho de recibir una educación de calidad, es por esto que con la calidad se busca un cambio en la forma de actuar en los centros educativos, esto no significa cambiar solamente en la conducta si no en la forma de hacer las cosas, y como la sociedad ve los centros educativos.

Bajo este cimiento, el modelo de calidad se puede denominar un modelo de calidad total. Este movimiento de calidad se divide en tres etapas que son las siguientes: control de calidad, el aseguramiento de la calidad y la calidad total.

Al considerar al control de calidad, se está considerando al conjunto de técnicas y actividades dirigidas a verificar los requisitos de calidad del producto. Se entiende por calidad el grado en que el producto cumple las especificaciones técnicas establecidas en el diseño. El control de calidad supone un control en los procesos y la variación o capacidad del proceso. El 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. Y por último, se considera la calidad total, esta se puede mirar como una estrategia de gestión dirigida a satisfacer de manera equilibrada las expectativas de los grupos de interés.

Se puede relacionar calidad en educación con muchas cosas: 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 en el proceso es esencial; la gestión del sistema corresponde a la dirección del centro, que debe facilitar los medios, promocionar y entrenar a las personas mediante un modelo instructivo de liderazgo y promoviendo un clima de colaboración.

6. SISTEMAS DE GESTIÓN DE CALIDAD

A lo largo del tiempo el concepto de calidad ha ido variando según el contexto en el que este sea utilizado. Muchas veces se entiende que un producto o servicio es de calidad cuando cumple las expectativas del cliente, pero sin embargo, la calidad es mucho más, y es lo que sitúa a una empresa por encima o por debajo de los competidores de su sector, y a su vez, hace que a mediano largo plazo, esta progrese o caiga en la obsolescencia.

Según Edward Deming (1989) plantea que la calidad se logra cuando los costos disminúan al producirse menos errores, menos reprocesos y mejor utilización de la maquinaria, del equipo y de los materiales y menos demora en la fabricación y en la entrega. El ciclo de calidad de Deming resume de mejor forma lo que pretendía realizar y establecer como un concepto de calidad: planificar, hacer lo que se planifica, medir y controlar lo que se hace, y actuar en consecuencia para mejorar los resultados.

Como así también sienta las bases para la calidad total y es el promotor del aseguramiento de la calidad.

De por sí, la gestión de calidad, se puede definir como el conjunto de caminos mientes los cuales un empresa productora o prestadora de servicios consigue la calidad deseada. La gestión se basa claramente en que la dirección planifica, implanta programas y controla los resultados.

El objetivo principal de la gestión de calidad es conseguir que la calidad realizada, la calidad programada y la calidad necesaria coincidan entre sí, y todo que este fuera los niveles de coincidencia será, motivo de derroche, insatisfacción y gasto superfluo. Sin embargo cuando no existen áreas ambiguas se considerara la calidad total.

Según el diccionario de la Real Academia Española, define calidad como la propiedad o conjunto de propiedades inherentes a una cosa que permiten apreciarla como igual, mejor o peor que las restantes de su especie.

Sin embargo la calidad de cualquier producto o servicio tiene muchas escalas, de manera que un determinado producto o servicio puede tener una alta valoración en una escala, en la opinión del consumidor, y una baja valoración en otra.

6.1 DIMENSIONES DE LA CALIDAD DE SERVICIO

Zeithaml, Parasuraman y Berry (1992) elaboraron un modelo de investigación llamado SERVQUAL, en donde los clientes pueden evaluar la calidad de un servicio de una empresa al comparar las percepciones que tienen del servicio con sus propias expectativas. Este modelo es considerado como herramienta de medición genérica aplicable a una variada gama de industrias de servicio. Las dimensiones para medir la calidad de los servicios son:

- **Bienes tangibles:** Aspecto de las instalaciones, del equipo, del personal, y de los materiales físicos de comunicación.
- **Confianza:** Capacidad de realizar el servicio prometido de forma exacta y confiablemente.
- **Responsabilidad:** Buena voluntad de ayudar a los clientes y de proporcionar un servicio rápido.
- **Empatía:** La empresa o institución proporciona cuidado y atención individualizada a sus clientes.
- **Seguridad:** Conocimiento y cortesía de los empleados y su capacidad de transportar confianza y seguridad.

El nivel de importancia que se le otorga a cada dimensión va a depender del tipo servicio que ofrece la compañía, basado en el valor que implica para cada cliente.

6.2 MODELO SERVQUAL.

La Escala Multidimensional SERVQUAL (Service Quality), de los autores Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985-1988); fue desarrollado como resultado de una investigación hecha en diferentes tipos de servicios.

El modelo define la calidad de servicio como un desajuste entre las expectativas previas al consumo del servicio y la percepción del servicio prestado, y que puede ser medida a partir de la diferencia producida entre ambos conceptos, cuanto mayor sea la diferencia entre la percepción del servicio y las expectativas, mayor será la calidad.

La primera publicación del modelo fue en el año 1988, desde esa fecha ha pasado por innumerables revisiones y mejoras. La escala basada en 5 dimensiones de Calidad como la Confianza, Responsabilidad, Seguridad, Empatía y Bienes Tangibles. (Zeithaml y Bitner, 2002), son medidas en una escala que consta de dos secciones: una de veintidós puntos que registra las expectativas de los clientes de empresas excelentes en la industria de los servicios, y la otra, también de veintidós puntos que mide las percepciones de los consumidores de una empresa dada. Luego, estos resultados son comparados para determinar las calificaciones de las brechas de cada una de las dimensiones de Calidad.

Las declaraciones que conforman la Escala Multidimensional SERVQUAL están agrupadas en función de los cinco criterios o dimensiones de calidad de la siguiente manera:

Tabla 5: Dimensiones de Escala Multidimensional Servqual

Criterio o Dimensión	Ítems o declaración según dimensión	Total de ítems
Confiable	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.

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 ($\bar{X} P - \bar{X} E$).

PUNTUACIÓN SERVQUAL = PUNT. DE PERCEPCIONES – PUNT. DE EXPECTATIVAS

Según los resultados, se produce lo siguiente:

PERCEPCION \geq EXPECTATIVAS = BUENA CALIDAD

PERCEPCION $<$ EXPECTATIVAS = 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. Esto con el objetivo de mejorar la percepción de calidad y por ende la satisfacción de los usuarios.

7. MODELO DE LAS BRECHAS DE LA CALIDAD DE SERVICIO.

Según el diccionario de la Real Lengua Española (2001), se define Brechas como: “rotura de un frente de combate”; “resquicio por donde algo empieza a perder su seguridad”.

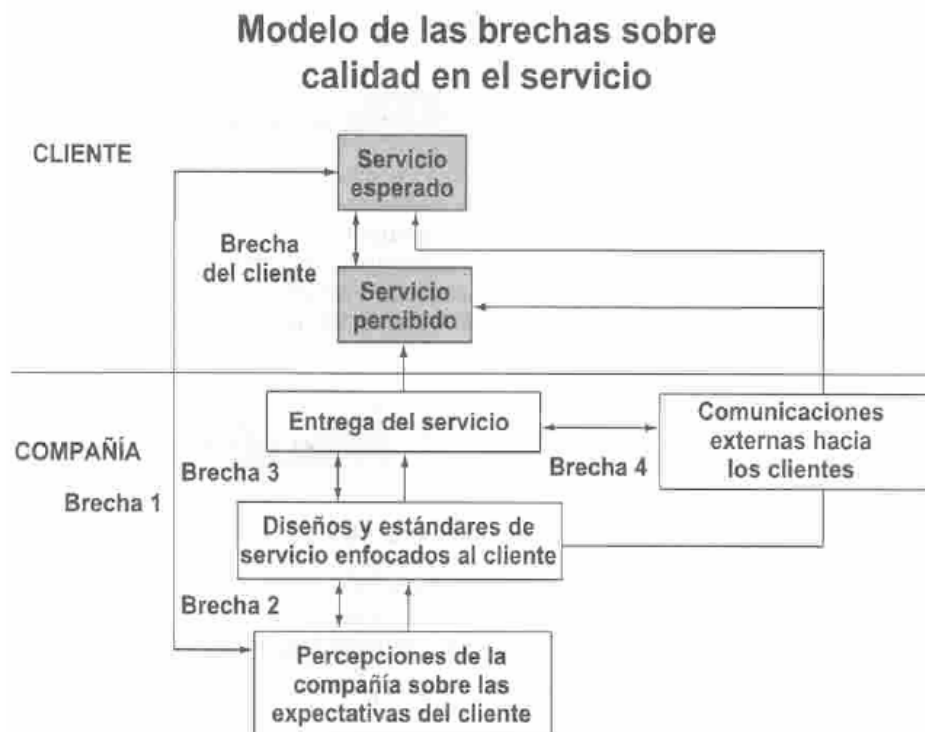
Sin embargo una brecha se puede explicar como una distancia que existe entre lo que el cliente quiere y lo que recibe en la realidad.

El moldeo de brechas proporciona a las empresas tomar las decisiones correctas de cómo cerrar la brecha que existe entre las expectativas y percepciones del cliente. Por ende este modelo se inicia identificando las necesidades de los clientes para luego diseñar planes de acción que permitan satisfacer dichas necesidades y a su vez crear una relación duradera con ellos. Zeithaml y Bitner (2002), plantean que el modelo contempla la interacción de cinco tipos de brechas: la primera se relaciona con el cliente, las cuatro restantes son acerca del proveedor.

Específicamente se refiere a los siguientes puntos:

- **Brecha 1:** no saber lo que el cliente espera.
- **Brecha 2 :** No seleccionar los diseños y estándares de servicios correctos
- **Brecha 3:** No entregar los estándares de servicio.
- **Brecha 4:** No igualar el desempeño con las personas.

Figura n°7: Modelo Integral de las Brechas sobre Calidad en el Servicio.



Fuente: Zeithaml V., Bitner M. (2002). Marketing de servicios. México. Mc Graw Hill. 2° Edición P.587

A continuación se detalla aspectos claves de cada brecha de calidad según el modelo propuesto por Zeithaml V., Bitner M. (2002).

Brecha n° 1 del proveedor:

Esta se define como “la diferencia entre las expectativas del cliente respecto del servicio y la comprensión que la organización tenga acerca de ellas”.

Cuando la gente con la autoridad y responsabilidad para establecer las prioridades no entiende totalmente las expectativas de servicio de los clientes, puede provocar una cadena de malas decisiones y asignaciones de recursos que produzcan percepciones de poca calidad en el servicio (Zeithaml V., Bitner M. (2002)).

Con esto se intentara cerrar esta brecha, que se refiere a no saber qué es lo que el cliente espera. La investigación, intentara determinar cuáles son los aspectos que el cliente espera. Cerrando esta brecha del proveedor, permitirá conocer mejor al cliente de la organización.

Brecha n° 2 del Proveedor:

Esta brecha aparece por varias razones, una de ellas es que las personas responsables de fijar los diseños y estándares dentro de las organizaciones de servicios, no consideran expectativas del cliente por considerarlas poco realistas, como así también puede que consideren que el grado de variabilidad inherente al servicio, entre otras.

Cuando los estándares de servicio están ausentes o bien no reflejan las expectativas del cliente, esto altera la calidad del servicio que el consumidor percibe. Por el contrario, cuando hay formas que reflejan lo que esperan los clientes, quizá la calidad en el servicio que reciben sea mejorada.

Brecha n° 3 del Proveedor:

Esta brecha se define según Zeithaml V., Bitner M. (2002) como la discrepancia entre la creación de normas de servicio enfocadas al cliente y el desempeño real del servicio por parte de los empleados de la compañía. Aun cuando puedan existir pautas para desempeñar correctamente los servicios y tratar bien a los clientes, no es cien por ciento seguros que se brinde un servicio de alta calidad.

Aun así, cuando los estándares reflejen con precisión las expectativas del cliente, si la compañía no los apoya, los estándares no sirven. Cuando el nivel de desempeño en la entrega del servicio es inferior a los estándares, no satisface lo que esperan los clientes. Si se reduce la brecha 3, se reduce la brecha del cliente.

Brecha 4 del Proveedor:

Esta brecha muestra la diferencia entre la entrega del servicio y las comunicaciones externas del proveedor. Las promesas que hace una empresa de servicio mediante el uso de la publicidad, su equipo de ventas y otro tipo de comunicación pueden elevar las expectativas del cliente que sirven como el estándar con que éste evalúa la calidad en el servicio.

Muchas veces las promesas de la empresa se pueden romper por muchas razones, ya sea por promesas exageradas de la publicidad o el personal de ventas, coordinación inadecuada entre operaciones y marketing.

La clave principal para cerrar la brecha del cliente es bloquear las brechas 1 a la 4 del proveedor y mantenerlas de esta forma. Esto quiere decir, que en la medida que cualquiera de estas brechas sean más grandes, menor será la percepción del cliente con respecto a la calidad del servicio.

CAPÍTULO III
ANTECEDENTES DE LA INSTITUCIÓN
COLEGIO DA VINCI DE LA
CIUDAD DE CHILLÁN

1. ANTECEDENTES DE LA INSTITUCIÓN

El estudio de la calidad de servicio se realizará en el Colegio Da Vinci, de la ciudad de Chillán. Colegio da Vinci fue creado en el año 1998, pero se reconoce oficialmente en abril del mismo año. Comienza a funcionar con ciclo básico y medio. Siendo su particularidad que la enseñanza sea personalizada, con el fin de lograr que sus alumnos ingresen a la educación superior.

Tiene como objetivo prioritario promover un desarrollo integral de los alumnos fortaleciendo sus potencialidades como así también, constituir una comunidad educativa comprometida con el proceso de aprendizajes de los alumnos y alumnas, siendo la familia el pilar fundamental en la realización y obtención del proyecto institucional.

Su permanente búsqueda de este objetivo, se manifiesta, a través de instancias orientadas y reflexivas como talleres, jornadas de desarrollo personal con el de ir mejorando sustancialmente la disciplina y compromiso de los deberes académicos. Para obtener dicho proyecto institucional, el colegio asume un compromiso permanente para otorgar el apoyo profesional a los alumnos.

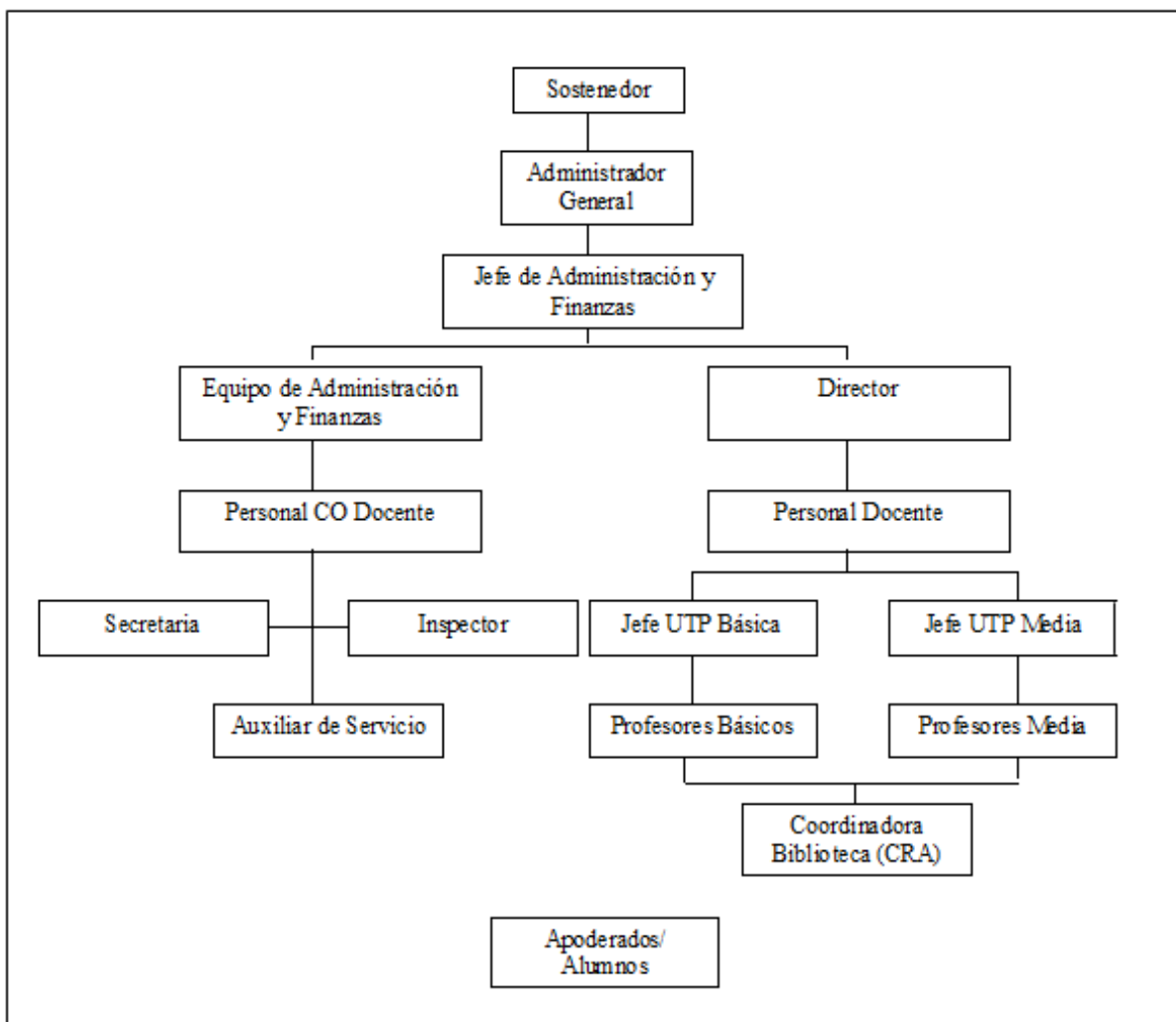
1.1. PROGRAMA PEDAGÓGICO CURRICULAR

El colegio imparte diversos programas para obtener el plan de gestión y operativo del mismo colegio, los cuales son los siguientes:

- Programas de lecturas obligatorias desde primero básico a cuarto medio.
- Proyecto de talleres de JEC que apoyen las asignaturas de lenguaje, matemáticas, comprensión del medio (Taller PSU historia, ciencias, matemáticas y lenguaje, talleres de letras, ortografía, redacción, taller deportivo, de números y ciencias).
- Proyectos y planes de tutorías para alumnos con dificultades de aprendizaje, proyecto de ensayos PSU para tercero y cuarto medio en horario extraordinario, y así también incorporar el idioma de inglés desde 1º básico a 4º medio.

1.2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Figura n°8: Estructura Organizacional.



Fuente: Elaboración Propia, Adaptado del Colegio Da Vinci

Esta institución cuenta con un personal docente altamente capacitado para entregar una educación personalizada que permita que sus alumnos logren principalmente ingresar a la educación superior.

El equipo docente del colegio está conformado por un total de 3 administrativos, 21 docentes, 6 asistentes de la educación (una secretaria, 1 bibliotecaria, 2 inspectores y 2 auxiliares

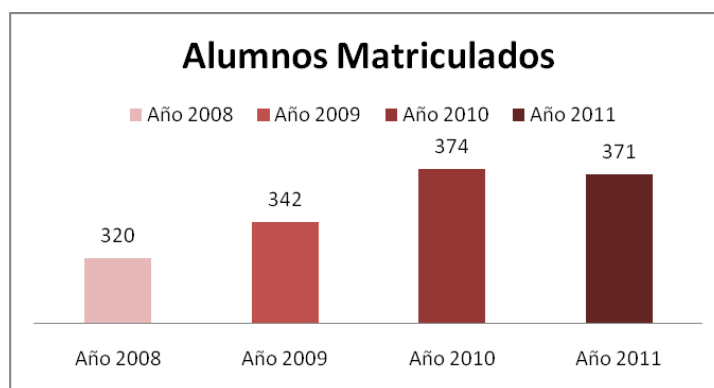
de aseo), como así también cuenta con un equipo multiprofesional que incluye a una fonoaudióloga, una psicopedagoga, una psicóloga y una profesora diferencial.

Para el colegio es de suma importancia que sus profesores tengan un nivel de especialización en educación es por esto, que la institución cuenta con un doctorado en educación, dos magister, cuatro profesores estudiando magister, cinco profesores con postítulos en distintas especialidades, y el restante del equipo docente son todos profesores titulados de universidades pertenecientes al Colegio de Rectores ya sea de la Universidad del Bío Bío, Universidad de Concepción, Universidad de Santiago de Chile y Universidad de Chile.

1.3. EVOLUCIÓN DE LAS MATRÍCULAS

Un factor fundamental del colegio, es mantener o aumentar el nivel de matrícula, evitando el traslado de alumnos a otros establecimientos en un 90% por curso. Considerando desde sus inicios el nivel de alumnos matriculados se han visto afectados por el gran incremento de establecimientos educacionales en la ciudad de Chillan. Como así, también, la evolución del numero de las matriculas se ve afectada por la disminución de la población en edad de participar del sistema escolar (6 a 13 años). En la figura siguiente se observa que en el año 2008, el número de matriculados era más baja que en los años siguientes y esto se da por que la población con edades entre 6 y 13 años disminuyo 1.5%, de acuerdo a las proyecciones oficiales.

Gráfico n°1: Evolución de Matrículas por Año.



Fuente: Elaboración propia obtenida por base de datos del colegio

En la figura anterior, se observa en el año 2010 un incremento debido principalmente a que el colegio sostiene una alianza con el Colegio San Fernando, que pertenece al mismo sostenedor, Esto ha permitido que aumente el número de matriculados en enseñanza básica, principalmente en la integración de alumnos a primero básico. A su vez, fue de gran importancia los buenos resultados en la prueba SIMCE que se obtuvo en el año 2009.

1.4 PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO DEL COLEGIO DA VINCI.

Los lineamientos del colegio se basan en dos pilares fundamentales que ayudan a complementar el ideal del colegio con el plan operativo actual de una institución educativa siguiendo los parámetros del Ministerio de Educación.

En sentido el Colegio Da Vinci, cuenta con lo siguiente:

1.4.1 MISIÓN: Promover y lograr una formación académica y valórica de excelencia a través de atención personalizada logrando aprendizajes significativos permitiendo que nuestros alumnos desarrollen todas sus potencialidades fortaleciendo su autoestima siendo capaces de enfrentar exitosamente su proyecto de vida.

1.4.2 VISIÓN: Ser un Colegio de Excelencia Académica y Valórica ubicado dentro de los mejores establecimientos de la Provincia de Ñuble, cuya característica principal sea otorgar atención personalizada, aprendizajes de calidad, logrando que todos sus alumnos ingresen a la educación superior concretando con éxito su proyecto de vida.

1.5 RESULTADOS SIMCE

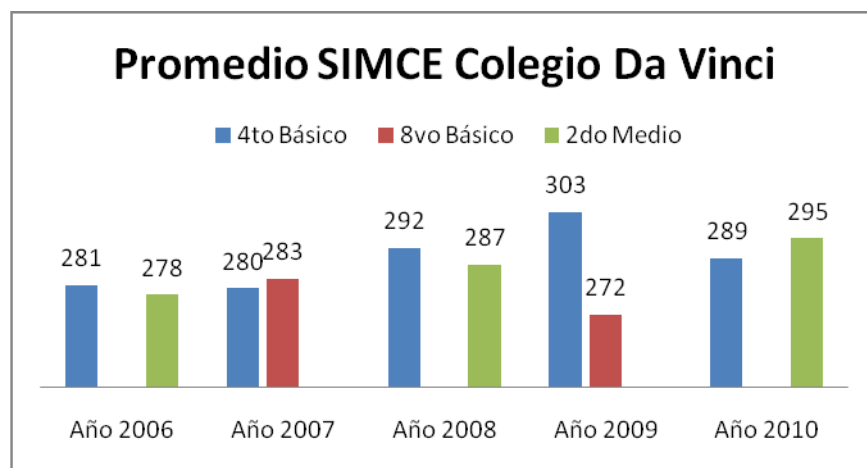
El SIMCE tiene como propósito fundamentar contribuir al mejoramiento de la calidad y equidad de educación en Chile, como sistema nacional de evaluación de resultados de aprendizaje tiene la labor de informar a los estudiantes, padres y apoderados, instituciones educativas, sobre los resultados obtenidos por dicha institución.

La aplicación de estas pruebas, ya desde el año 2006, se evalúa todos los años a 4° básico y se alternan 8° básico y 2° medio. Y ya desde el año 2010 se incorporo a dicha evaluación la aplicación de una prueba a 3° medio del subsector de inglés.

Este tipo de evaluación permite a la comunidad educativa de dicho colegio, saber cuál es el nivel académico en que se encuentra y poder realizar comparaciones con años anteriores según la evaluación aplicada a dicho curso del establecimiento, a su vez, permite comparar que porcentaje de alumnos según el puntaje obtenido, se encuentra en un nivel bajo, intermedio o avanzado.

Por ende; estos resultados son capaces de proporcionar información fidedigna de la calidad del nivel educativo otorgada por dicha institución.

Gráfico n°2: Promedio del SIMCE del Colegio Da Vinci



Fuente: Elaboración Propia adaptado de www.simce.cl

En este sentido, Colegio Da Vinci, se ha preocupado de establecer metas para cada nivel donde se aplicara esta evaluación. Por consiguiente, se muestra gráficamente el avance o disminución de los puntajes obtenidos de la prueba aplicada desde los años 2006 al año 2010.

1.6 COMUNIDAD EDUCATIVA

Se entiende como comunidad educativa a todos aquellos sectores que influyen en la ejecución, planificación, desarrollo y evaluación del proyecto educativo de una institución educativa. La comunidad educativa del Colegio Da Vinci está compuesta por:

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

1.7 INFRAESTRUCTURA

El colegio cuenta con 1731 m² de infraestructura, de las cuales 130 m² pertenecen a patio de luz, es decir, patio abierto, y además para realizar sus actividades deportivas cuenta con un gimnasio techado de 680 m².

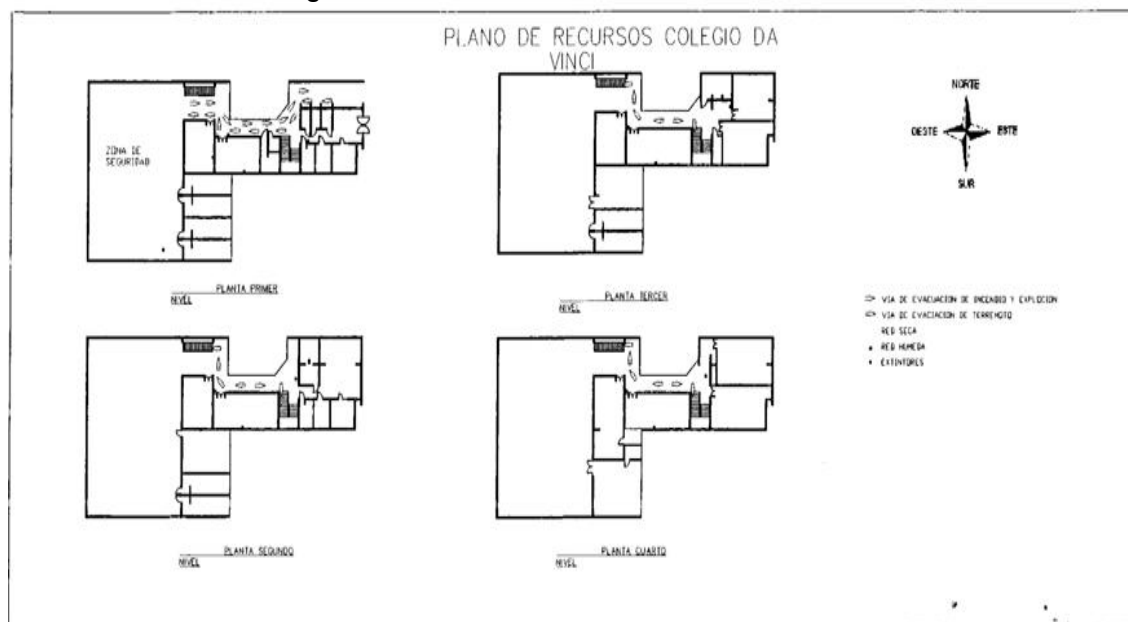
Para desarrollo de sus actividades pedagógicas, el Colegio Da Vinci cuenta con las siguientes dependencias:

- 12 salas de clases para los diferentes niveles (primero básico a cuarto medio).
- 2 laboratorios de computación.
- 1 laboratorio de ciencias.
- 1 centro de recursos para el aprendizaje que antes se conocían como Bibliotecas.

- 1 kiosco comedor.
- 8 oficinas de trabajo (UTP básica, UTP media, dirección, proyecto de integración, psicóloga, inspectoría, recaudación y sala de reuniones).
- 2 baños de hombres para alumnos.
- 2 baños de mujeres para alumnas.
- 1 camarín para hombres y un camarín para mujeres.
- 1 baño para profesores y uno para profesoras.
- 1 baño para personal de aseo
- Una oficina habilitada para el centro de padres.
- Una cocina.
- Sala de enfermería
- Y recepción.

Gracias a esta infraestructura, permite que toda la comunidad educativa pueda sentirse pleno en el desarrollo de sus actividades, ya sean pedagógicas, extra programáticas, de recreación, como así también de aquellas que ayuden a las planificaciones de los programas educativos. A continuación se puede observar el plano del colegio mostrando las plantas de primer a cuarto nivel:

Figura n°9: Plano de establecimiento educacional

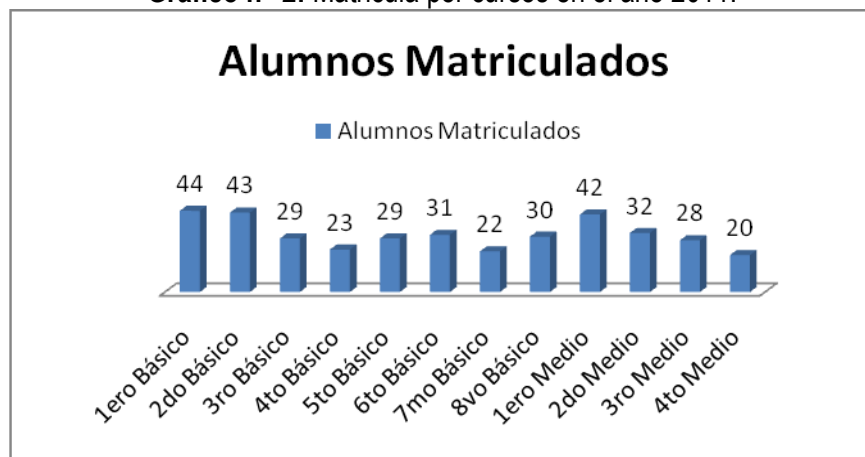


Fuente: Colegio Da Vinci.

2. ANÁLISIS GENERAL DE LAS CARACTERÍSTICAS PERSONALES DE LOS ALUMNOS.

2.1 ALUMNOS MATRICULADOS AÑO 2011 EN EL COLEGIO DA VINCI DE CHILLÁN.

Gráfico n° 2: Matricula por cursos en el año 2011.

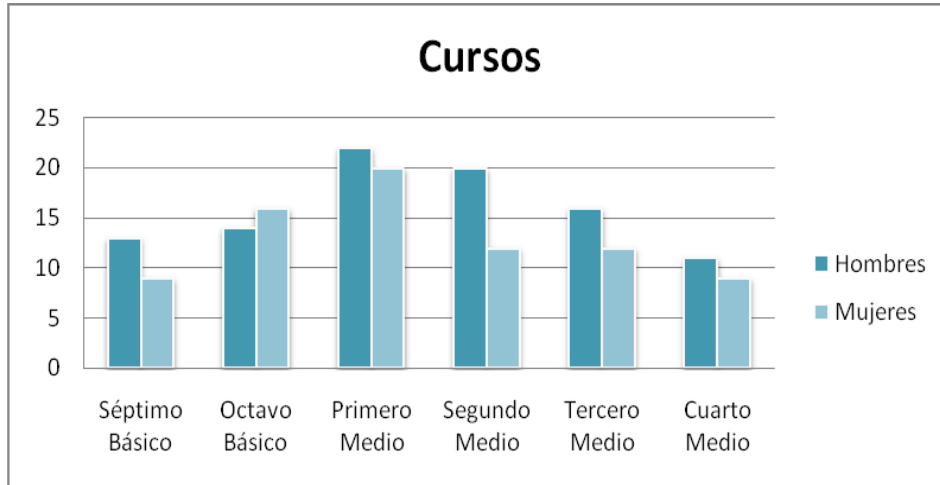


Fuente: Elaboración Propia.

En el Colegio da Vinci de la ciudad de Chillan tiene un total de 373 alumnos en el colegio, el mayor porcentaje de alumnos se ve claramente en primero y segundo básico, como así también en primero medio. Esto se justifica, por la cantidad de alumnos que provienen del Colegio San Fernando que accede a este colegio por las becas otorgadas para seguir la continuidad en este.

2.2 ANÁLISIS DEL GRUPO DE ESTUDIANTES DE HOMBRE Y MUJERES DE SÉPTIMO A CUARTO MEDIO.

Gráfico n° 3: Alumnos de considerados para la muestra según el sexo

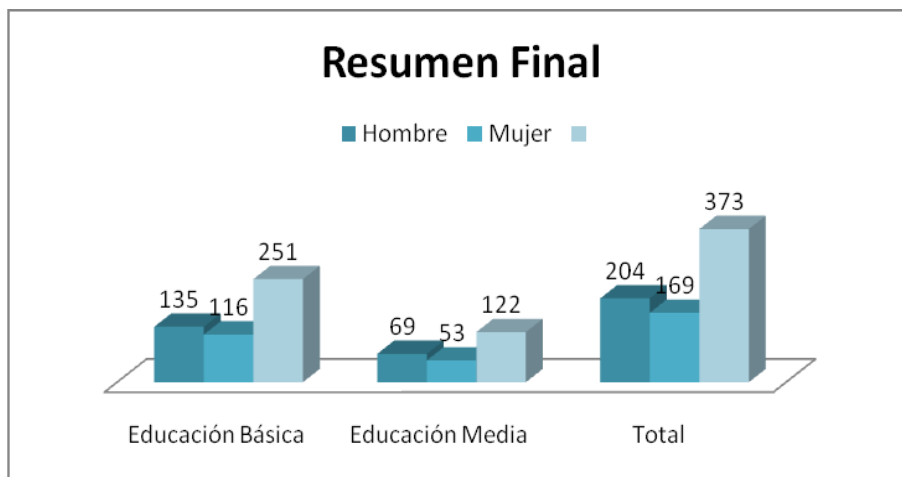


Fuente: Elaboración propia.

Se puede observar en el gráfico anterior que hay una mayor cantidad de hombres matriculados que mujeres en los niveles considerados para realizar dicha evaluación. Si se observa los niveles de primero y segundo medio se ve una mayor concentración de alumnos que en los otros niveles.

2.3 Resumen final de alumnos en el Colegio.

Gráfico n° 3: Comparativo de niveles básicos y medio

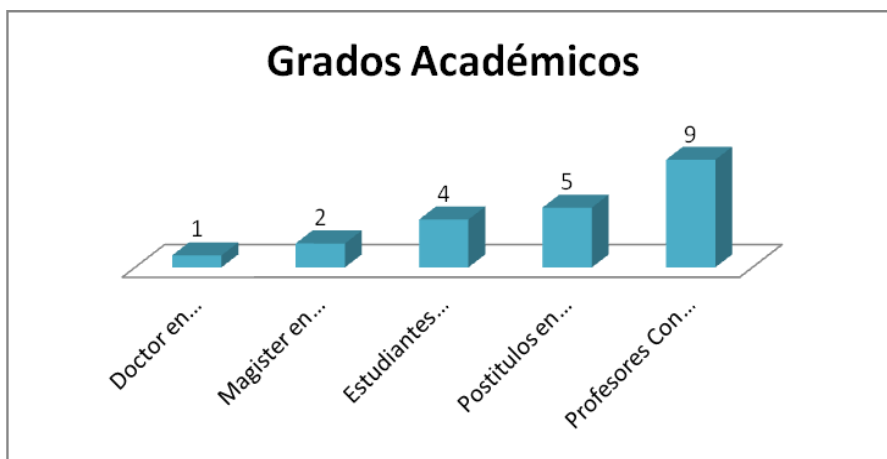


Fuente: Elaboración Propia

El gráfico anterior demuestra que el 67,3% de los alumnos corresponden a matriculados de la educación básica del colegio y tan solo 32,7% del total de los alumnos pertenecientes al Colegio Da Vinci.

3. ANÁLISIS GENERAL DE LAS CARACTERÍSTICAS PERSONALES DE LOS DOCENTES

Gráfico n°4: Docentes según grado académico



Fuente: Elaboración Propia

En el gráfico anterior, se puede observar se puede observar que el 42,86% de los docentes tiene su título académico de pregrado, lo que le permite poder impartir sus conocimientos en dicha institución. Sin embargo, el Colegio se preocupado de optar por la contratación de aquellos profesores que tengan grados académicos superiores en este sentido es sobre aquellos docentes que tienen postítulos en diversas áreas en la educación y aquellos docentes que están estudiando postítulos en educación, lo que corresponde al 23,81% y 19,05% respectivamente.

4. NORMATIVAS Y DECRETOS QUE RIGEN AL COLEGIO SEGÚN EL MINISTERIO DE EDUCACIÓN

Toda institución educativa se rige por diversos reglamentos y dependerá la aplicación de los reglamentos según sea el nivel.

Según el Ministerio de Educación, la evaluación y promoción escolar de niñas y niños de enseñanza básica se basa según el decreto 511, este decreto tiene por objetivo fundamental aumentar la responsabilidad pedagógica de los establecimientos educacionales, otorgándoles la facultad de formular planes y programas propios de estudio.

El decreto 112 es el que permite que los establecimientos educacionales, elaboren su reglamenta de evaluación para los niveles de primero y segundo de enseñanza media. El objetivo principal de este decreto es que faculta a los colegios y liceos del país, a tomar sus propias decisiones en materia de evaluación de aprendizaje como así también otorga a los docentes mayor información para que sean capaces de apoyar a los estudiantes en el proceso de aprendizaje, elaborando objetivos propios para cada nivel.

El marco curricular para los niveles de tercero y cuarto medio queda establecido en el decreto supremo de educación nº 83, el cual tiene como finalidad determinar los objetivos fundamentales y contenidos mínimos obligatorios, como así también, al igual que los otros decretos permite que los establecimientos tomen sus propias decisiones que les permita aumentar la responsabilidad pedagógica de los colegios y liceos, su otro objetivo es asegurar aprendizajes con estándares más altos que los otros anteriores.

Figura n°10: Decretos de evaluación, planes y programas.

Cursos	Decreto de Evaluación	Decreto Plan y programas
1º Básico	511 año 1997	625 año 2003
2º Básico	511 año 1997	625 año 2003
3º Básico	511 año 1997	625 año 2003
4º Básico	511 año 1997	625 año 2003
5º Básico	511 año 1997	220 año 1999
6º Básico	511 año 1997	81 año 2000
7º Básico	511 año 1997	481 año 2000
8º Básico	511 año 1997	92 año 2002
1º Medio	112 año 1999	77 año 1999
2º Medio	112 año 1999	83 año 2000
3º Medio	83 año 2001	27 año 2001
4º Medio	83 año 2001	102 año 2002

Fuente: Elaboración propia

Según los planes y programas de estudios, rige para el primer ciclo de enseñanza básica (primero a cuarto básico), el Decreto Supremo de Educación n° 625, el cual declara nuevos objetivos fundamentales y contenidos mínimos obligatorios para los sectores de lenguaje y matemáticas. Como así también se incorporaron más horas pedagógicas en las diferentes asignaturas.

Según el decreto n° 220, para el nivel de quinto básico, establece medidas y nuevas reformas de educación, incluyendo e incorporando nuevos proyectos y planes educacionales, concernientes a nuevas redes de comunicación y nuevas herramientas de software.

Sin embargo, para los siguientes niveles existen los decretos anteriormente mencionados en el recuadro que le dan facultades a los establecimientos educacionales para formular planes y programas propios siempre siguiendo la línea del Ministerio de Educación, pero fomentando el uso de software, planes educativos con altos estándares que aseguren el ingreso de los estudiantes al nivel superior.

CAPÍTULO IV
ANÁLISIS, RESULTADOS Y CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN

I. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

Una vez aplicado el instrumento en el Colegio Da Vinci y tabulada la información obtenida se procede a dar a conocer los resultados de la investigación de evaluación de las expectativas y percepciones de la comunidad educativa respecto de la calidad del servicio con sus respectivas características personales.

Los análisis se realizan mediante tablas y gráficos de elaboración propia que demuestran las tendencias de la comunidad educativa respecto la calidad del servicio entregado por dicha institución.

A continuación se muestra la estructura del análisis:

- Análisis general de las preponderancias concedidas por cada componente de la comunidad educativa del Colegio Da Vinci.
- Análisis de las expectativas de calidad del servicio en valores absolutos y relativos, por cada dimensión de calidad, de cada grupo de la comunidad educativa del Colegio Da Vinci.
- Análisis de las percepciones de la calidad del servicio en valores absolutos y relativos, por cada dimensión de calidad, de cada grupo de la comunidad educativa del Colegio Da Vinci.
- Análisis de las brechas entre expectativas y percepciones de cada grupo integrante de la comunidad educativa, por cada dimensión de calidad del Colegio Da Vinci.
- Análisis de las brechas relativas y sus afirmaciones, por cada dimensión de calidad, por cada grupo de la comunidad educativa del Colegio Da Vinci.
- Comparación de expectativas, percepciones y brechas entre los distintos grupos integrantes de la comunidad educativa del Colegio Da Vinci.

1. MEDICIÓN DE CALIDAD DE SERVICIO EN EL COLEGIO DA VINCI, DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LOS ALUMNOS

1.1. ANÁLISIS DE LAS PREPONDERANCIAS DE LAS DIMENSIONES DE CALIDAD SEGÚN LOS ALUMNOS DEL COLEGIO

El análisis de las preponderancias que se mostrará a continuación se segmentará por cursos por el total de alumnos considerados en la muestra.

La segmentación de cursos, hace mención a Enseñanza Básica (séptimo y octavo básico) y Enseñanza Media (primero y segundo medio, y tercero y cuarto medio).

Lo que se pretende con esta forma de trabajar los datos, además de determinar la posible satisfacción o insatisfacción por parte de los alumnos, es entregar la mayor cantidad de información posible al respecto. Se determinará también las dimensiones y/o afirmaciones en las cuales se sienten más y menos satisfechos.

Tabla 6: Importancia por dimensión Alumnos del Colegio Da Vinci

Dimensiones	E. Básica		E. Media		Total Alumnos	
	Media	Desviación típica	Media	Desviación típica	Media	Desviación típica
Seguridad	24,96	0,11	20,05	0,09	22,51	0,10
Bienes Materiales o Tangibles	18,25	0,06	21,29	0,09	19,77	0,07
Liderazgo	19,46	0,08	19,03	0,09	19,24	0,08
Gestión del Clima Organizacional y Convivencia	17,88	0,05	17,28	0,08	17,58	0,07
Prácticas Pedagógicas	19,46	0,09	22,35	0,13	20,91	0,11

Fuente: Elaboración Propia

Como se demuestra en la tabla anterior, los alumnos de ciclo básico le otorgan un mayor porcentaje a la dimensión de seguridad equivalente al 25%, sin embargo al nivel que menos le otorgan importancia es a la dimensión de de Gestión del Clima Organizacional y Convivencia.

A su vez, los alumnos de enseñanza media del Colegio Da Vinci le otorgan un mayor nivel de importancia a la dimensión prácticas pedagógicas otorgándoles un 22% y la menor significancia para los estudiantes de media al igual que los de básica es la Gestión del Clima Organizacional y Convivencia.

Por último, referente al nivel de importancia que los alumnos desde séptimo básico a cuarto medio le otorgan a cada dimensión, se identifica que los alumnos le dan mayor grado de importancia a la Seguridad y Prácticas Pedagógicas con un 22,51% y un 20,91%, respectivamente. Estos porcentajes demuestran que ambas dimensiones son las más importantes para los alumnos al momento de recibir el servicio. A su vez, la dimensión a la que conceden menor importancia es la Gestión del Clima Organizacional y Convivencia.

La diferencia entre la importancia que conceden a las cinco dimensiones no es grande (4,93% entre la menor y la mayor), lo cual estaría indicando que para los alumnos, todos los aspectos tienen una importancia parecida.

1.2. ANÁLISIS DE LAS EXPECTATIVAS DE LA CALIDAD DE SERVICIO POR CADA DIMENSIÓN DE CALIDAD.

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

Tabla 7: Expectativas en valores absolutos de los Alumnos del Colegio Da Vinci

Dimensiones	E. Básica		E. Media		Total Alumnos	
	Media	Desviación típica	Media	Desviación típica	Media	Desviación típica
Seguridad	5,98	1,67	6,80	0,61	6,39	1,14
Bienes Materiales o Tangibles	5,92	1,56	6,62	0,71	6,27	1,14
Liderazgo	5,83	1,64	6,84	0,50	6,33	1,07
Gestión del Clima Organizacional y Convivencia	5,70	1,72	6,68	0,67	6,19	1,19
Prácticas Pedagógicas	5,58	1,65	6,08	1,16	5,83	1,41

Fuente: Elaboración Propia

Al analizar la tabla de expectativas de calidad de servicio en valores absolutos, se puede deducir que la dimensión mejor evaluada por los alumnos corresponde a la dimensión de seguridad, seguida por la de liderazgo con promedios de 6,39 y 6,33, respectivamente. La dimensión con expectativa menor corresponde a prácticas pedagógicas con una media igual a 5,83

En la siguiente tabla se muestra 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.

Tabla 8: Expectativas valores relativos de los alumnos

Dimensiones	E. Básica		E. Media		Total Alumnos	
	Media	Desviación típica	Media	Desviación típica	Media	Desviación típica
Seguridad	1,35	1,67	1,53	0,61	1,44	1,14
Bienes Materiales o Tangibles	1,18	1,56	1,32	0,71	1,25	1,14
Liderazgo	1,12	1,64	1,32	0,50	1,22	1,07
Gestión del Clima Organizacional y Convivencia	1,00	1,72	1,17	0,67	1,09	1,19
Prácticas Pedagógicas	1,17	1,65	1,27	1,16	1,22	1,41

Fuente: Elaboración Propia

Al observar las medias relativas, es decir, considerando la importancia que los alumnos le otorgaron a cada dimensión de calidad, se obtuvo como resultado que las dimensiones con mayores expectativas de calidad son las de seguridad y bienes materiales o tangible, con valores de 1,44 y 1,25, respectivamente y la de menor expectativa de calidad, con un valor de 1,09, corresponden a la dimensión de Gestión del Clima Organizacional y Convivencia.

Al observar la tabla en relación a las cinco dimensiones de calidad, la expectativa relativa total es de 6,22, lo que indica que se encuentra en un nivel medio.

A continuación se muestra la tabla de comparación de expectativas de calidad del servicio en valores absolutos y relativos. Donde las dimensiones serán ordenadas de mayor a menor importancia para el total de los alumnos del Colegio Da Vinci.

Tabla 9: Comparación de expectativas de los alumnos en valores absoluto y relativo.

Importancia	%	Expectativa Absoluta	Valor	Expectativa Relativa	Valor
Seguridad	22,51	Seguridad	6,39	Seguridad	1,44
Prácticas Pedagógicas	20,91	Liderazgo	6,33	Bienes Materiales o Tangibles	1,25
Bienes Materiales o Tangibles	19,77	Bienes Materiales o Tangibles	6,27	Prácticas Pedagógicas	1,22
Liderazgo	19,24	Gestión del Clima Organizacional y Convivencia	6,19	Liderazgo	1,22
Gestión del Clima Organizacional y Convivencia	17,58	Prácticas Pedagógicas	5,83	Gestión del Clima Organizacional y Convivencia	1,09

Fuente: Elaboración Propia

Al observar la tabla se puede ver que la dimensión de seguridad, en cuanto al grado de importancia, en valor absoluto y en valor relativo se encuentra en primer lugar. Sin embargo, las prácticas pedagógicas en importancia, se encuentra en el segundo lugar, pero en valores absolutos pasa a ultimo lugar y en valores relativos queda en el tercer lugar.

En general se puede observar que la importancia concedida a cada dimensión afecta la calificación absoluta y cambia el orden (prioridad según brecha relativa) de los aspectos a tener presentes por parte por parte de los alumnos para calificar calidad de servicio y su satisfacción con un servicio educativo.

1.3 ANÁLISIS DE LAS PERCEPCIONES DE LA CALIDAD DEL SERVICIO POR CADA DIMENSIÓN.

En la siguiente tabla se muestran y explican los resultados obtenidos de las percepciones de la calidad del servicio de los alumnos expresados en valores absolutos y su respectiva desviación típica por cada una de las dimensiones de calidad.

Tabla 10: Percepciones en valor absoluto de los Alumnos del Colegio Da Vinci

Dimensiones	E. Básica		E. Media		Total Alumnos	
	Media	Desviación típica	Media	Desviación típica	Media	Desviación típica
Seguridad	4,67	1,34	4,30	1,66	4,49	1,50
Bienes Materiales o Tangibles	3,92	1,56	3,84	1,67	3,88	1,61
Liderazgo	3,52	1,74	3,70	1,69	3,61	1,71
Gestión del Clima Organizacional y Convivencia	3,94	1,61	3,97	1,85	3,95	1,73
Prácticas Pedagógicas	4,25	1,56	4,20	1,75	4,23	1,65

Fuente: Elaboración Propia

Al analizar los valores de la tabla se puede apreciar que los valores están concentrados entre 3,61 y 4,49. Ninguna dimensión alcanza una calificación de 5, lo que estaría indicando que las percepciones están sólo en un nivel intermedio bajo.

Al observar los resultados obtenidos de las percepciones de calidad de servicio educativo del colegio por parte de los alumnos en valores absolutos y su respectiva desviación típica para cada dimensión de calidad se analiza que el valor más alto asignado por los usuarios es para la dimensión de seguridad con una media de 4,49, seguido por la dimensión de prácticas pedagógicas con una

calificación de 4,23. La percepción de calidad más baja para los usuarios es para la dimensión de Liderazgo con una calificación de 3,61.

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

Tabla 11: Percepciones en valores relativos de los Alumnos del Colegio Da Vinci

Dimensiones	E. Básica		E. Media		Total Alumnos	
	Media	Desviación típica	Media	Desviación típica	Media	Desviación típica
Seguridad	1,05	1,34	0,97	1,66	1,01	1,50
Bienes Materiales o Tangibles	0,82	1,56	0,80	1,67	0,81	1,61
Liderazgo	0,70	1,74	0,74	1,69	0,72	1,71
Gestión del Clima Organizacional y Convivencia	0,76	1,61	0,76	1,85	0,76	1,73
Prácticas Pedagógicas	0,75	1,56	0,74	1,75	0,74	1,65

Fuente: Elaboración Propia

Al observar la tabla de percepciones en valores relativos, se puede apreciar que la dimensión mejor calificada por los alumnos, corresponde a la dimensión de seguridad con una media de 1,01 y sigue la dimensión de bienes materiales o tangibles con un promedio de 0,81. La dimensión de liderazgo es percibida con menor percepción relativa con una calificación promedio de 0,72.

Al observar la tabla con las cinco dimensiones de calidad en su conjunto, se obtiene una percepción relativa total de 4,04 lo que indica que no supera la calificación de 4,5. A continuación se muestra la tabla de comparación de percepciones de calidad del servicio en valores absolutos y relativos.

Tabla 12: Comparación Percepción en términos absolutos y relativos

Importancia	%	Percepción Absoluta	Valor	Percepción Relativa	Valor
Seguridad	22,51	Seguridad	4,49	Seguridad	1,01
Prácticas Pedagógicas	20,91	Prácticas Pedagógicas	4,23	Prácticas Pedagógicas	0,88
Bienes Materiales o Tangibles	19,77	Gestión del Clima Organizacional y Convivencia	3,95	Bienes Materiales o Tangibles	0,77
Liderazgo	19,24	Bienes Materiales o Tangibles	3,88	Liderazgo	0,69
Gestión del Clima Organizacional y Convivencia	17,58	Liderazgo	3,61	Gestión del Clima Organizacional y Convivencia	0,68

Fuente: Elaboración Propia

Al observar las cinco dimensiones en cuanto a importancia, seguridad se mantiene en primer lugar al igual que en, en valores absolutos y en valores relativos. A su vez la dimensión en su nivel más bajo en comparación a las otras dimensiones se encuentra la de liderazgo.

En términos generales se puede señalar que las demás dimensiones diferente a seguridad, cambian de ubicación y por lo tanto de prioridad para evaluar satisfacción usuarias. Dado que las otras se mantienen iguales tanto en importancia, en valores absolutos y relativos.

1.4 ANÁLISIS DE BRECHAS ENTRE EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES DE LOS ALUMNOS DEL COLEGIO DA VINCI DE LA CIUDAD DE CHILLÁN.

A continuación se muestra la tabla de expectativas y percepciones por dimensión de calidad en valores absolutos y relativos de los usuarios y con sus respectivas brechas.

Tabla 13: Comparación entre expectativas, percepciones y brechas de los alumnos por dimensión de calidad.

Dimensión	Expectativas	Percepciones	Brechas	Expectativas	Percepciones	Brechas
	Absolutas	Absolutas	Absolutas	Relativas	Relativas	Relativas
Seguridad	6,39	4,49	-1,9	1,44	1,01	-0,43
Bienes Materiales o Tangibles	6,27	3,88	-2,39	1,25	0,77	-0,48
Liderazgo	6,33	3,61	-2,72	1,22	0,69	-0,53
Gestión del Clima Organizacional y Convivencia	6,19	3,95	-2,24	1,09	0,68	-0,41
Prácticas Pedagógicas	5,83	4,23	-1,6	1,22	0,88	-0,34

Fuente: Elaboración Propia

Al analizar la tabla se puede decir que al comparar en valores absolutos, las expectativas de los alumnos en todas las dimensiones de calidad superan a las percepciones, lo que da como resultado brechas negativas en todas ellas. La brecha más negativa corresponde a la dimensión de liderazgo con un valor -2,72, seguida de la dimensión bienes materiales o tangibles con un valor -2,39. La dimensión con menor insatisfacción corresponde a prácticas pedagógicas con un valor de -1,60, seguida de seguridad con un valor de -1,90.

En cuanto a los valores relativos que se presentan en la tabla anterior, se aprecia que el orden de las brechas cambió, solo se mantiene la dimensión de liderazgo con mayor insatisfacción, sin embargo las dimensiones con menor insatisfacción son las de gestión de clima organizacional y convivencia y prácticas pedagógicas por parte de los alumnos del colegio.

Se puede confirmar a través del análisis comparativo de brechas que la dimensión más preocupantes es la de liderazgo, por lo tanto requieren mayor atención si se pretende reducir la insatisfacción.

A continuación se muestra el gráfico con el comportamiento de las expectativas y percepciones respecto a las dimensiones de calidad como análisis complementario a los ya realizados.

Grafico n°5: Comportamiento de expectativas, percepciones y brechas de los alumnos.



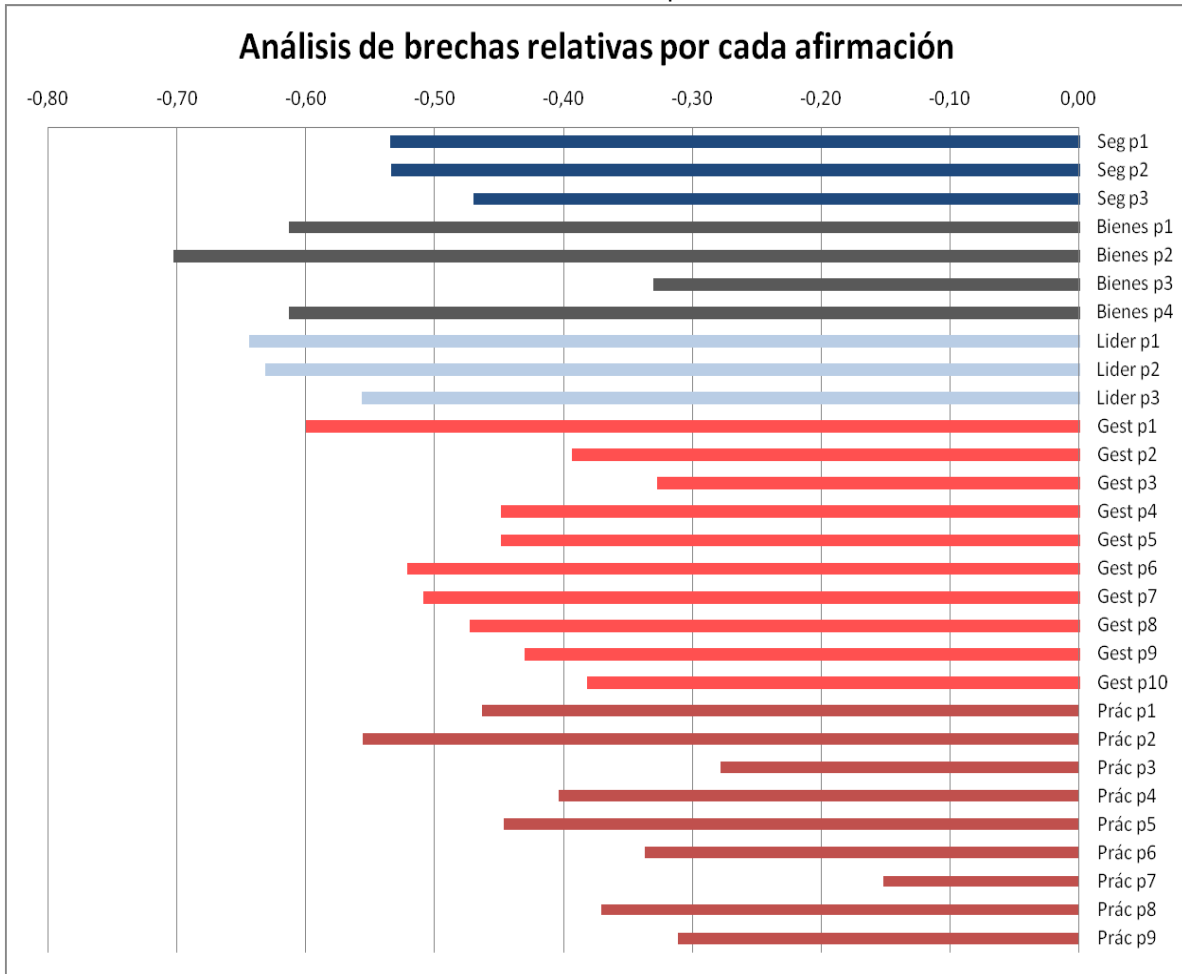
Fuente: Elaboración Propia

Al observar el gráfico anterior se puede observar que la curva de expectativas absolutas tiene una mayor pendiente en la dimensión de liderazgo y la menor en prácticas pedagógicas. Al compararlos con las percepciones absolutas la dimensión que presenta una mayor pendiente son las practicas pedagógicas y la dimensión con menor pendiente es la de liderazgo.

1.5 ANÁLISIS DE BRECHAS POR DIMENSION Y AFIRMACION.

A continuación se presenta un análisis con las brechas relativas por dimensión de calidad y con sus respectivas afirmaciones con el fin de realizar un análisis de brechas dentro de cada dimensión y clarificar las brechas más negativas en las cuales existe mayor insatisfacción por parte de los alumnos.

Grafico n°6: Análisis de brechas por cada afirmación.



Fuente: Elaboración Propia

De forma general se deduce que las brechas que presentan un mayor riesgo y mayor preocupación para el colegio se encuentran en las dimensiones de bienes materiales y liderazgo, sin embargo al realizar un Análisis por dimensión se observa una clara preocupación también en la visión que tienen los estudiantes en la dimensión de prácticas de pedagógicas.

1.5.1 Análisis de Brecha relativa de la dimensión Seguridad

Al observar el gráfico se puede deducir que la afirmación uno y dos que se refieren: que se refiere a “ el comportamiento de los directivos, docentes y asistentes de la educación de un Colegio Ideal inspira confianza” y “ Los directivos, docentes y asistentes de la educación de un Colegio Ideal tratan a los alumnos y apoderados siempre cortésmente” presentan la mayor brecha negativa (-0,51), Ambas afirmaciones son las que requieren mayor preocupación en esta dimensión, ya que se encuentran entre las más altas del total de afirmaciones.

1.5.2 Análisis de Brecha relativa de la dimensión Bienes Materiales o Tangibles.

En esta dimensión se puede deducir que la afirmación cuatro, que se refiere a “La mantención de los inmuebles, muebles y equipos del Colegio Da Vinci es bueno y oportuno”, tiene la mayor brecha (-0,65); le sigue la afirmación dos que indica “las instalaciones físicas del Colegio Da Vinci son visualmente atractivas”, con una brecha de -0,58. La afirmación cuatro es la que presenta la mayor brecha entre todas las afirmaciones de las distintas dimensiones.

1.5.3 Análisis brecha relativa de la dimensión Liderazgo

Al observar esta dimensión de calidad, la afirmación uno, que indica que “En el Colegio Da Vinci 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, que es de -0,62 le sigue la afirmación dos que se refiere a “En el Colegio Da Vinci el director y equipo directivo son capaces de administrar conflictos y resolver problemas” con un valor de brecha negativa de -0,61.

1.5.4 Análisis brecha relativa de la dimensión de Gestión del Clima organizacional y Convivencia

En ésta dimensión de calidad, la afirmación uno, que se refiere a “En el Colegio Da Vinci existen mecanismos y canales expeditos de comunicación para mantener permanentemente informados a todos los estamentos de la comunidad educativa y recibir observaciones y sugerencias”, muestra la mayor brecha negativa (-0,49) y le sigue la afirmación seis, que indica “ Cuando un estudiante o apoderado tiene un problema, el Colegio Da Vinci muestra sincero interes por resolverlo”, con un abrecha negativa, con un valor de -0,47.

1.5.5 Análisis de Brecha relativa de la dimensión bienes Prácticas Pedagógicas

Al observar esta dimensión, la afirmación dos, que indica “En el Colegio Da Vinci utilizan medios modernos (TIC’s) para apoyar el proceso de enseñanza – aprendizaje”, presenta la mayor brecha negativa (-0,48), y le sigue la afirmación uno, que indica, “ En el Colegio Da Vinci las prácticas pedagógicas son motivadoras e innovadoras”, con una brecha negativa de -0,42.

2. MEDICIÓN DE CALIDAD DEL PUNTO DE VISTA DE LOS PADRES Y APODERADOS DEL COLEGIO DA VINCI DE LA CIUDAD DE CHILLÁN.

En esta parte de la investigación, se muestran los resultados de la medición de la calidad de servicio educativo a los padres y apoderados del Colegio Da Vinci de la ciudad de Chillán. Como se señaló anteriormente, se utilizó también el instrumento de medición en base a encuestas.

2.1 ANÁLISIS DE PREPONDERANCIAS DE LAS DIMENSIONES DE CALIDAD SEGÚN LOS PADRES Y APODERADOS.

A continuación se muestra la tabla con los resultados obtenidos de las preponderancias de las dimensiones de calidad o el grado de importancia que le entregan los padres y apoderados del Colegio Da Vinci a cada una de las dimensiones de calidad.

Tabla 14: Importancia de dimensiones de calidad según padres y apoderados.

Dimensiones	Media	Desviación Típica
Seguridad	19,32	0,10
Bienes Materiales o Tangibles	22,45	0,11
Liderazgo	17,65	0,07
Gestión del Clima Organizacional y Convivencia	16,68	0,08
Prácticas Pedagógicas	23,90	0,12

Fuente: Elaboración Propia

Según los resultados que muestran en la tabla, se puede observar que los padres y apoderados otorgan mayor importancia a la dimensión de prácticas pedagógicas con un 23,9%. Sin embargo, la que menos nivel de significancia le otorga es al de gestión del clima con un 16,68%.

2.2 ANÁLISIS DE LAS EXPECTATIVAS DE LOS PADRES Y APODERADOS POR CADA DIMENSIÓN DE CALIDAD

En la tabla siguiente se muestra la comparación de las expectativas de los padres y apoderados respecto al servicio que es entregado en una institución educativa de calidad, expresado en valores absolutos y relativos por cada dimensión de calidad.

Tabla 15: Comparación expectativas absolutas y expectativas relativas de los padres y apoderados.

Importancia	%	Expectativas Absolutas	Valor	Expectativas Relativas	Valor
Prácticas Pedagógicas	23,90	Seguridad	6,67	Prácticas Pedagógicas	1,45
Bienes Materiales o Tangibles	22,45	Liderazgo	6,55	Bienes Materiales o Tangibles	1,44
Seguridad	19,32	Gestión del Clima Organizacional y Convivencia	6,55	Seguridad	1,29
Liderazgo	17,65	Bienes Materiales o Tangibles	6,43	Liderazgo	1,16
Gestión del Clima Organizacional y Convivencia	16,68	Prácticas Pedagógicas	6,05	Gestión del Clima Organizacional y Convivencia	1,09

Fuente: Elaboración Propia

Al observar las dimensiones de calidad por media absoluta, se puede observar que los padres y apoderados inclinan su mayor expectativa por la dimensión de seguridad con una calificación de 6,67. Por otro lado, la dimensión de calidad con menor expectativa para los padres y apoderados, corresponde a prácticas pedagógicas, con una calificación 6,05. Los valores relativos que se muestra la tabla están ponderados según la importancia otorgada por los padres y apoderados a cada una de las dimensiones de calidad. El análisis de las medias relativas permite observar que los padres y apoderados inclinan su mayor expectativa relativa por la dimensión de prácticas pedagógicas, con una calificación de 1,45 y su menor expectativa relativa, para la dimensión de Gestión del Clima Organizacional y Convivencia, con un 1,09. Al analizar las otras dimensiones no existe gran diferencia entre los valores de su puntuación.

Por lo tanto, se muestra que la importancia dada en cada dimensión se encuentra entre el 24% y el 16%, siendo la dimensión de prácticas pedagógicas la que mayor importancia tiene para los padres y apoderados, seguida por bienes materiales o tangibles y seguridad. En valores absolutos, se puede ver que la importancia otorgada varía notablemente donde las practicas pedagógicas pasan a ser la más baja en evaluación con un puntaje de 6,05 y la Seguridad pasa a estar en primer lugar con un valor de 6,67% seguida por el liderazgo.

2.3 ANÁLISIS DE LAS PERCEPCIONES DE LOS PADRES Y APODERADOS POR CADA DIMENSIÓN DE CALIDAD

En las siguientes tablas se muestran y explican los resultados obtenidos de las percepciones de los padres y apoderados sobre la calidad del servicio del Colegio Da Vinci de la Ciudad de Chillán, expresados en valores absolutos y relativos de cada una de las dimensiones de calidad los valores relativos o ponderados por el grado de importancia que le asignan los padres y apoderados encuestados a cada dimensión de calidad.

Tabla 16: Comparación percepción absoluta y percepción relativa por parte de los apoderados

Importancia	%	Percepciones Absolutas	Valor	Percepciones Relativas	Valor
Prácticas Pedagógicas	23,90	Seguridad	5,65	Prácticas Pedagógicas	1,19
Bienes Materiales o Tangibles	22,45	Liderazgo	5,33	Bienes Materiales o Tangibles	1,11
Seguridad	19,32	Gestión del Clima Organizacional y Convivencia	5,24	Seguridad	1,09
Liderazgo	17,65	Prácticas Pedagógicas	5,00	Liderazgo	0,94
Gestión del Clima Organizacional y Convivencia	16,68	Bienes Materiales o Tangibles	4,96	Gestión del Clima Organizacional y Convivencia	0,87

Fuente: Elaboración Propia

Al observar la tabla, se aprecia que las percepciones absolutas, las dimensiones mejor evaluadas por los padres y apoderados son la dimensión de seguridad, con una calificación de 5.65 y la dimensión de liderazgo, con un 5.33. La percepción más baja es para la dimensión de bienes tangibles, con una calificación de sólo 4,96.

Al analizar los resultados por medias relativas, se puede observar que la dimensión mejor percibida es de prácticas pedagógicas, con una calificación de 1.19. Con la más baja calificación la dimensión de gestión del clima organizacional y convivencia, con una calificación de 0.87

Al observar todas las dimensiones en valores relativos se puede deducir que las dimensiones de prácticas pedagógicas y de bienes materiales o tangibles son las mejor percibidas por los apoderados y la de gestión del clima organizacional y convivencia la peor percibida por estos.

La tabla indica que la dimensión de prácticas pedagógicas los padres y apoderados le otorgan la mayor importancia con un 24% como así también se ve reflejado en el nivel de importancia en términos relativos que equivale a un 1,19, sin embargo, en términos absolutos se le denota una mayor importancia a la dimensión de seguridad.

Sin embargo, en términos relativos se observa que todas las dimensiones en evaluación se presentan de igual forma que el grado de importancia que le otorgan los padres y apoderados. Las diferencias se ven más bien en términos absolutos donde el orden de las dimensiones cambia según el nivel de importancia dado por los apoderados del colegio.

2.4 ANÁLISIS DE BRECHAS ENTRE EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES DE LOS PADRES Y APODERADOS DEL COLEGIO DA VINCI DE LA CIUDAD DE CHILLÁN.

La tabla que se muestra a continuación resume los valores, tanto absolutos como relativos de las dimensiones de calidad y las brechas resultantes de los padres y apoderados del Colegio de Da Vinci.

Tabla 17: Comparación entre expectativas, percepciones y brechas de padres y apoderados por cada dimensión de calidad.

DIMENSION	EXPECTATIVAS ABSOLUTAS	PERCEPCIONES ABSOLUTAS	BRECHA ABSOLUTA	EXPECTATIVAS RELATIVAS	PERCEPCIONES RELATIVAS	BRECHA RELATIVA
Seguridad	6,67	5,65	-1,02	1,29	1,09	-0,20
Bienes Materiales o Tangibles	6,43	4,96	-1,47	1,44	1,11	-0,33
Liderazgo	6,55	5,33	-1,22	1,16	0,94	-0,22
Gestión del Clima Organizacional y Convivencia	6,55	5,24	-1,31	1,09	0,87	-0,22
Prácticas Pedagógicas	6,05	5,00	-1,05	1,45	1,19	-0,25

Fuente: Elaboración Propia

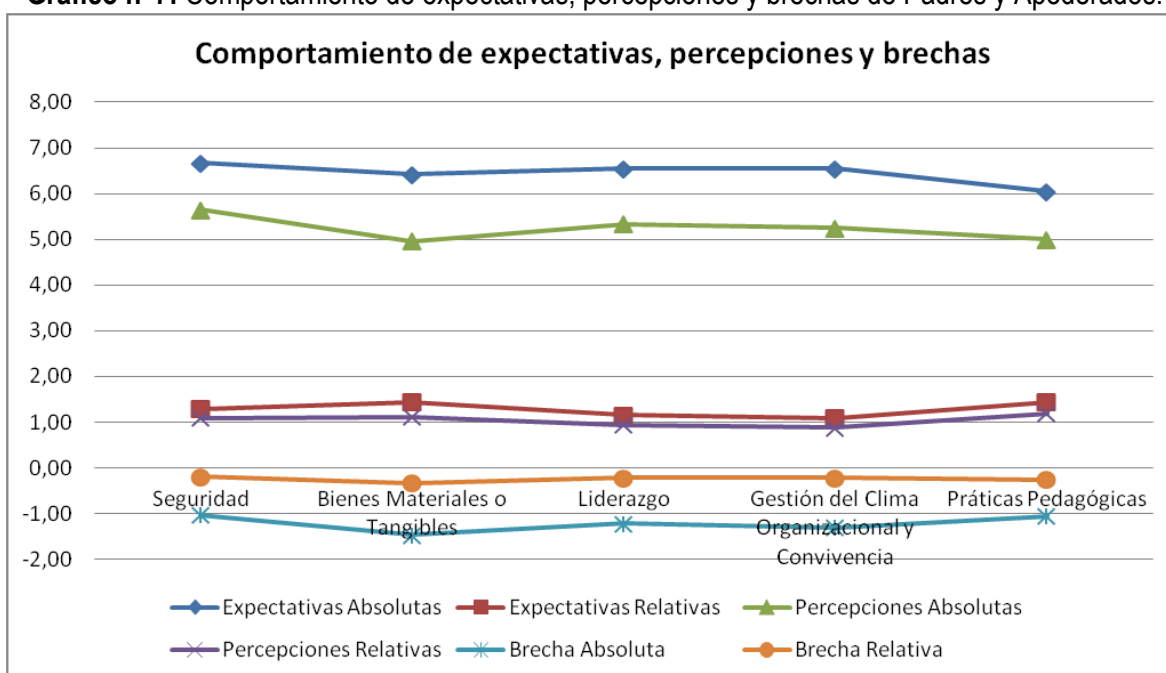
Al analizar la tabla se puede decir que al comparar en valores absolutos, las expectativas de los padres y apoderados, en todas las dimensiones de calidad superan a las percepciones, lo que da como resultado brechas negativas en todas ellas.

No existe una mayor diferencia entre las brechas, ya que sus valores fluctúan entre -0,20 y -0,33; a su vez la brecha existente para esta comunidad educativa tiene un total de -1,22.

En cuanto a los valores relativos se puede apreciar que debido a la importancia asignada por los padres y apoderados, la dimensión de bienes materiales o tangibles es la con mayor deficiencia respecto a lo que debiese ser un servicio de calidad, con una brecha negativa relativa de -0,33.

A continuación se muestra el gráfico con el comportamiento de las expectativas y percepciones respecto a las dimensiones de calidad como análisis complementario a los ya realizados.

Gráfico n°7: Comportamiento de expectativas, percepciones y brechas de Padres y Apoderados.



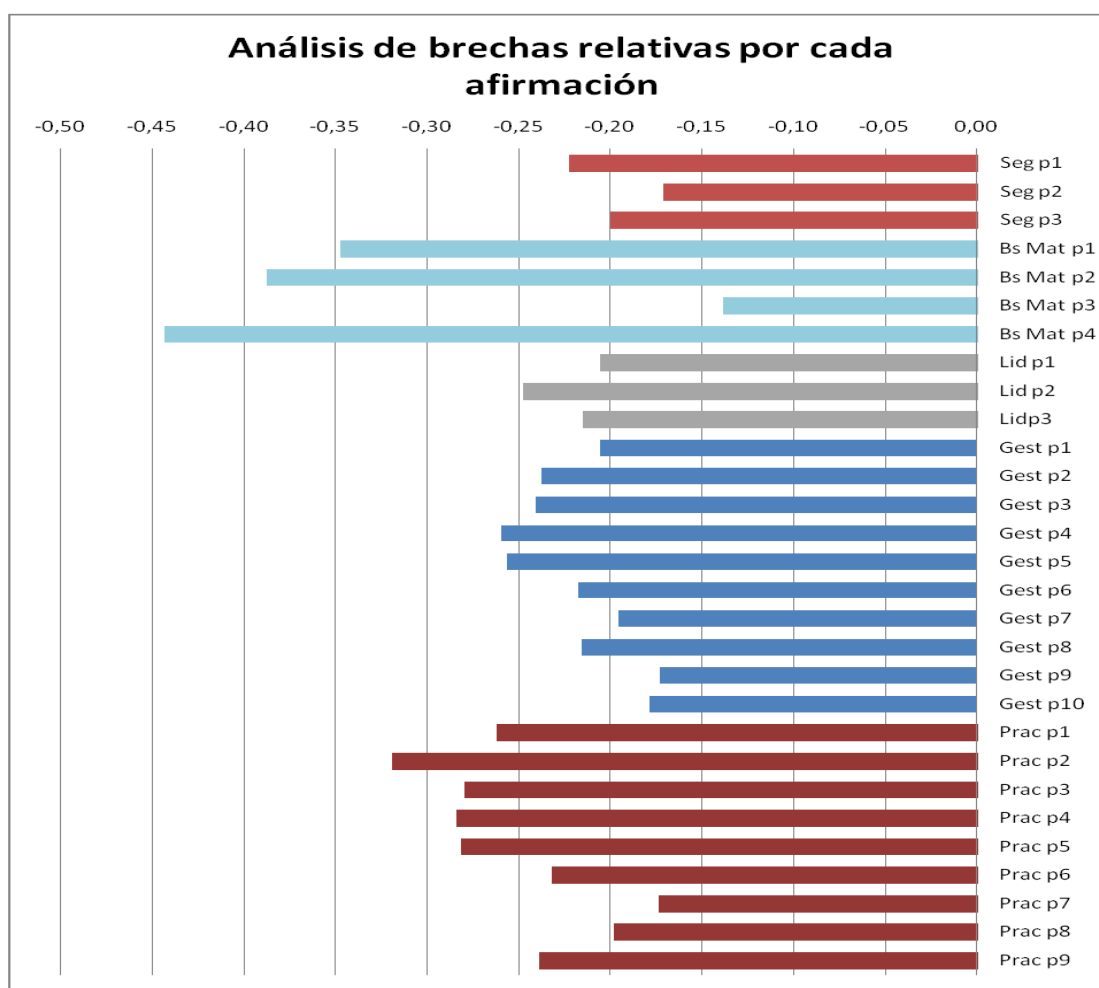
Fuente: Elaboración Propia

Al analizar el gráfico comparativo de expectativas, percepciones y brechas se ve claramente que la dimensión con menor pendiente en las expectativas y percepción es relativas es la de liderazgo.

2.5 ANÁLISIS DE BRECHAS POR DIMENSION Y AFIRMACION.

A continuación se presenta un análisis con las brechas relativas por dimensión de calidad y con sus respectivas afirmaciones con el fin de realizar un análisis exhaustivo de brechas dentro de cada dimensión y clarificar las brechas más negativas en las cuales existe mayor insatisfacción por parte de los padres y apoderados.

Grafico n°8: Análisis de brechas por cada afirmación.



Fuente: Elaboración Propia

Si se observa el gráfico anterior, se ve claramente que aquellas afirmaciones que presentan un mayor riesgo para el colegio y donde se debería actuar rápidamente, es en las dimensiones de

bienes materiales y tangibles, seguida por la dimensión de prácticas pedagógicas. Aunque se debe actuar en todas y otorgar medidas de acción para cerrar dichas brechas.

2.5.1 Análisis de Brecha relativa de la dimensión Seguridad

Según las preponderancias dadas por los padres y apoderados del Colegio Da Vinci de la ciudad de Chillán, muestra que la primera afirmación que se refiere a “El comportamiento de los directivos, docentes y asistentes de la educación del Colegio Da Vinci inspira confianza” muestra la mayor brecha de insatisfacción con un valor de -0,22.

2.5.2 Análisis de Brecha relativa de la dimensión Bienes Materiales o Tangibles

La brecha que se produce entre las expectativas y la percepción de la “presentación personal de los directivos, docentes y asistentes de la educación del Colegio Da Vinci es buena”, es la más pequeña (-0.14).

Al observar las brechas por afirmación, todas son negativas. La mayor corresponde a la afirmación referida a “la mantención de los inmuebles, muebles y equipos del Colegio Da Vinci es buena y oportuna” que tiene una puntuación equivalente a -0,44.

2.5.3 Análisis brecha relativa de dimensión de Liderazgo.

La brecha mayor en la dimensión de liderazgo en terminos relativos es de -0,25 que se refiere a “en el Colegio Da Vinci el director y equipo directivo son capaces de administrar conflictos y resolver problemas”. Las demás afirmaciones no presentan una gran variación con respecto a la brecha total según los padres y apoderados del colegio.

2.5.4 Análisis brecha relativa dimensión de Gestión de Clima Organizacional y Convivencia

Al observar las afirmaciones, la mayor deficiencia se da en la afirmación cuatro y cinco que representan a “En el Colegio Da Vinci existen prácticas para prevenir riesgos y garantizar la seguridad, integridad y salud del conjunto de la comunidad educativa”; “En el Colegio Da Vinci 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 alumnos, generando redes de apoyo pertinentes”, respectivamente, ambas con una discrepancia de -0,26. Todas las afirmaciones de la dimensión presentan brechas negativas.

2.5.5 Análisis de Brecha relativa de los Bienes Tangibles

Respecto a la brecha relativa, según la evaluación realizada por los apoderados del Colegio Da Vinci, se puede observar en el gráfico anterior que la afirmación dos es la que posee una mayor brecha con respecto a las demás, esta hace referencia a “El Colegio Da Vinci utiliza medios modernos (TIC’s), para apoyar el proceso de enseñanza - aprendizaje” la que tiene una brecha igual a -0,32.

Sin embargo la afirmación siete es la que presenta la menor brecha con un valor de -0,17, que se refiere a “El Colegio Da Vinci, las clases perdidas se recuperan”

3. MEDICION DE LA CALIDAD DE SERVICIO EDUCATIVO DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LOS DOCENTES

3.1 ANÁLISIS DE PREPONDERANCIAS DE LAS DIMENSIONES DE CALIDAD SEGÚN DOCENTES

A continuación se muestra la tabla con los resultados obtenidos de las preponderancias de las dimensiones de calidad o el grado de importancia que le entregan los docentes del Colegio Da Vinci de la Ciudad de Chillán a cada una de las dimensiones de calidad.

Tabla 18: Importancia de dimensiones de calidad según los docentes.

Dimensiones	Media	Desviación Típica
Seguridad	16,43	7,44
Bienes Materiales o Tangibles	22,86	7,68
Liderazgo	19,52	4,72
Gestión del Clima Organizacional y Convivencia	15,95	4,90
Prácticas Pedagógicas	25,24	7,33

Fuente: Elaboración Propia

Según los resultados que muestra la tabla, se puede observar que los docentes otorgan una mayor importancia a la dimensión de Prácticas Pedagógicas con un 25,24%. Seguida por la dimensión de bienes materiales o tangibles con un puntaje igual a 22,86%. Y a la dimensión que le otorgan una menor importancia es a la de Gestión del Clima Organizacional y Convivencia.

3.2 ANÁLISIS DE LAS EXPECTATIVAS DE LOS DOCENTES POR CADA DIMENSIÓN DE CALIDAD

En la tabla siguiente se muestra los resultados de las expectativas de los docentes respecto al servicio que es entregado en una institución educativa de calidad, expresado en valores absolutos y relativos por cada dimensión de calidad.

Tabla 19: Comparación expectativas absolutas y expectativas relativas de los docentes del Colegio Da Vinci

Importancia	%	Expectativa Absoluta	Valor	Expectativa Relativa	Valor
Prácticas Pedagógicas	25,24	Seguridad	6,75	Prácticas Pedagógicas	1,62
Bienes Materiales o Tangibles	22,86	Liderazgo	6,68	Bienes Materiales o Tangibles	1,50
Liderazgo	19,52	Bienes Materiales o Tangibles	6,58	Liderazgo	1,30
Seguridad	16,43	Gestión del Clima Organizacional y Convivencia	6,47	Seguridad	1,11
Gestión del Clima Organizacional y Convivencia	15,95	Prácticas Pedagógicas	6,41	Gestión del Clima Organizacional y Convivencia	1,03

Fuente: Elaboración Propia

Al observar las dimensiones de calidad por media absoluta, se puede observar que los docentes inclinan su mayor expectativa por la dimensión de seguridad con una calificación de 6,75. Por otro lado, la dimensión de calidad con menor expectativa para los docentes, corresponde a las prácticas pedagógicas, con una calificación 6,41. Aún así no existe una variación significativa sobre el nivel de importancia otorgado a las diferentes dimensiones, ya que los valores se encuentran entre el 6,4 y el 6,8.

El análisis de las medias relativas permite observar que los docentes inclinan su mayor expectativa relativa por la dimensión de prácticas pedagógicas, con una calificación de 1,62 y su menor expectativa relativa, para la dimensión de Gestión del Clima Organizacional y Convivencia con un 1,03. Al analizar las otras dimensiones no existe gran diferencia entre los valores de su puntuación. Sin embargo al estar ponderados según la importancia otorgada por los docentes encuestados, las dimensiones se mantienen en el mismo nivel de importancia, es decir no se ven afectados por dicha ponderación. Al observar la tabla de comparación de expectativas relativas y absolutas, se muestra que la importancia dada en cada dimensión se encuentra entre el 25% y el 15%, siendo la dimensión de prácticas pedagógicas la que mayor importancia tiene para los docentes, seguida por bienes materiales y liderazgo. En valores absolutos, se produce una gran diferencia en cuanto al nivel de importancia otorgado a las dimensiones, donde la seguridad pasa a primer lugar con una puntuación del 6,75 y la dimensión de prácticas pedagógicas pasan al último lugar de importancia asignada considerando una evaluación media de 6,41

En el caso de las expectativas relativas, las dimensiones mantienen en el mismo nivel de significancia a las ponderaciones otorgadas a los niveles de preponderancia según las dimensiones de calidad.

2.3 ANÁLISIS DE LAS PERCEPCIONES DE LOS DOCENTES DEL COLEGIO DA VINCI POR CADA DIMENSIÓN DE CALIDAD DE SERVICIO EDUCATIVO

En las siguientes tablas se explican y muestran los resultados obtenidos de las percepciones de los docentes sobre la calidad del servicio educativo del Colegio Da Vinci de la ciudad de Chillán, expresados en valores absolutos y relativos de cada una de las dimensiones de calidad los valores

relativos o ponderados por el grado de importancia que le asignan los docentes encuestados a cada dimensión de calidad.

Tabla 20: Comparación Percepción Absoluta y Percepción Relativa de los Docentes.

Importancia	%	Percepciones Absolutas	Valor	Percepciones Relativas	Valor
Prácticas Pedagógicas	25,24	Seguridad	5,97	Prácticas Pedagógicas	1,44
Bienes Materiales o Tangibles	22,86	Prácticas Pedagógicas	5,70	Bienes Materiales o Tangibles	1,08
Liderazgo	19,52	Gestión del Clima Organizacional y Convivencia	5,62	Liderazgo	1,03
Seguridad	16,43	Liderazgo	5,27	Seguridad	0,98
Gestión del Clima Organizacional y Convivencia	15,95	Bienes Materiales o Tangibles	4,71	Gestión del Clima Organizacional y Convivencia	0,90

Fuente: Elaboración Propia

Al observar la tabla de las percepciones absolutas las dimensiones mejor evaluadas por los docentes son la dimensión de seguridad, con una calificación de 5.97 y la dimensión de prácticas pedagógicas, con un 5.70. La percepción más baja es para la dimensión de bienes tangibles, con una calificación de sólo 4,71.

Al analizar los resultados por medias relativas, se puede observar que la dimensión mejor percibida es de prácticas pedagógicas, con una calificación de 1.44. Con la más baja calificación la dimensión de Gestión del clima organizacional y convivencia, con una calificación de 0.90.

Al observar todas las dimensiones en valores relativos se puede deducir que las dimensiones de prácticas pedagógicas y bienes materiales son aquellas que tienen la mayor percepción por los docentes y las de gestión del clima y seguridad son aquellas con la menor percepción.

3.4 ANÁLISIS DE BRECHAS ENTRE EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES DE LOS DOCENTES DEL COLEGIO DA VINCI DE LA CIUDAD DE CHILLÁN.

La tabla que se muestra a continuación resume los valores, tanto absolutos como relativos de las dimensiones de calidad y las brechas resultantes de los docentes del Colegio de Da Vinci.

Tabla 21: Comparación entre expectativas, percepciones y brechas de los Docentes por cada dimensión de calidad.

Dimensiones	Expectativas Absolutas	Expectativas Relativas	Percepciones Absolutas	Percepciones Relativas	Brecha Absoluta	Brecha Relativa
Seguridad	6,75	1,11	5,97	0,98	-0,78	-0,13
Bienes Materiales o Tangibles	6,58	1,50	4,71	1,08	-1,87	-0,43
Liderazgo	6,68	1,30	5,27	1,03	-1,41	-0,28
Gestión del Clima Organizacional y Convivencia	6,47	1,03	5,62	0,90	-0,84	-0,13
Prácticas Pedagógicas	6,41	1,62	5,70	1,44	-0,71	-0,18

Fuente: Elaboración Propia

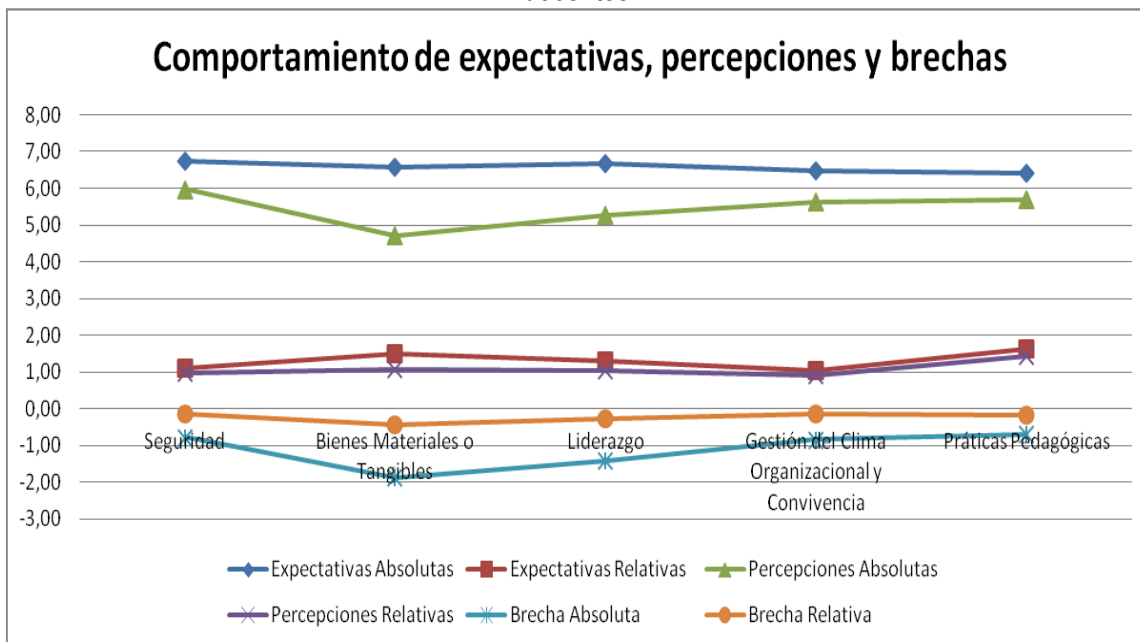
Al analizar la tabla se puede decir que al comparar en valores absolutos, las expectativas de los docentes, en todas las dimensiones de calidad superan a las percepciones, lo que da como resultado brechas negativas en todas ellas.

En cuanto a los valores relativos se puede apreciar que debido a la importancia asignada por el personal, la dimensión de bienes materiales o tangibles es la con mayor deficiencia respecto a lo que debiese ser un servicio educativo de calidad, con una brecha negativa relativa de -0,43.

La brecha total existente para esta comunidad educativa en particular es igual a -1,15. De esta forma es necesario analizar y establecer medidas para poder cerrar aquellas brechas que presenten una mayor complejidad, y que puedan ayudar a mejorar la percepción de la comunidad en todos los ámbitos de un servicio educativo de calidad.

A continuación se muestra el gráfico con el comportamiento de las expectativas y percepciones respecto a las dimensiones de calidad como análisis complementario a los ya realizados anteriormente, pero sirve como clarificador de las diferencias entre el nivel de importancia tanto en las expectativas como en las percepciones.

Gráfico n°7: Comportamiento de expectativa, percepciones y brechas desde el punto de vista de los docentes.

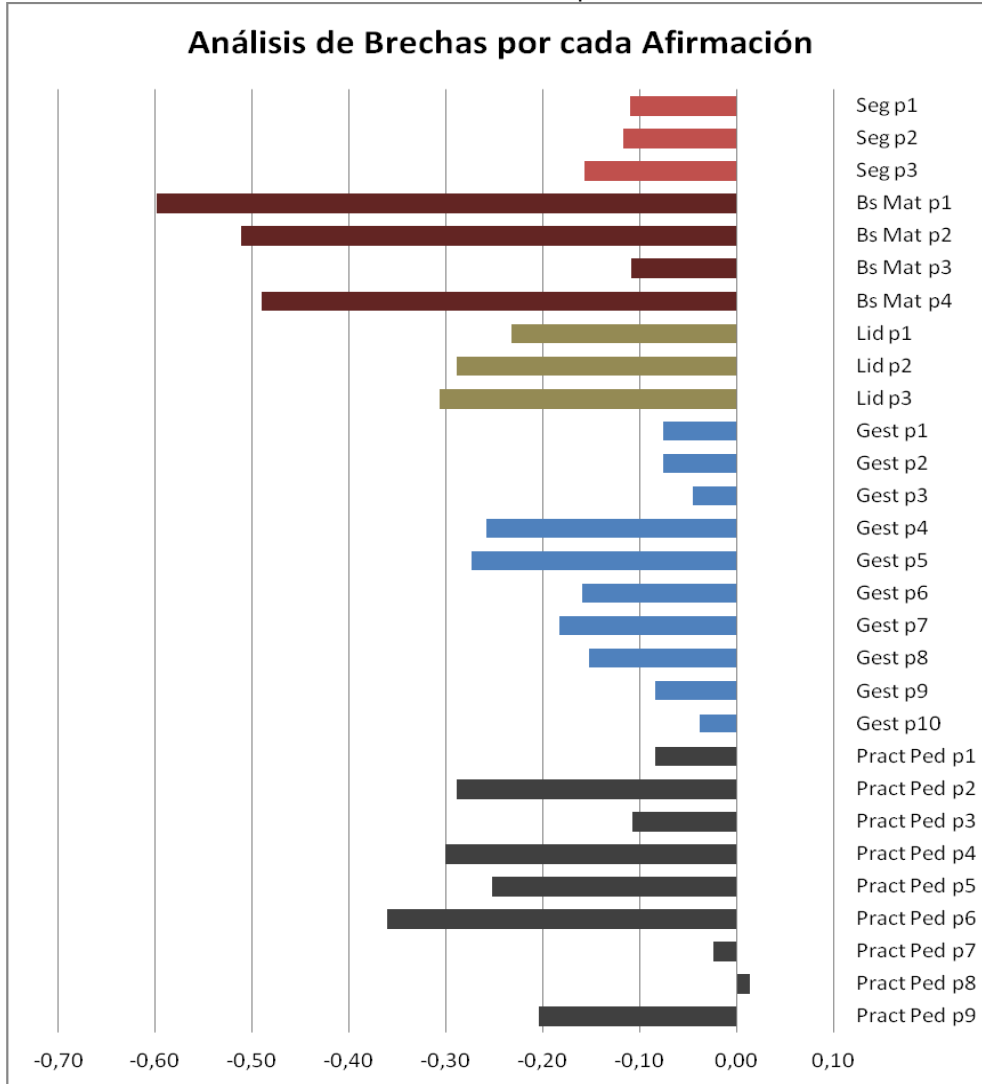


Fuente: Elaboración Propia

3.5 ANÁLISIS DE BRECHAS POR DIMENSION Y AFIRMACION.

A continuación se presenta un análisis con las brechas relativas por dimensión de calidad y con sus respectivas afirmaciones con el fin de realizar un análisis de brechas dentro de cada dimensión y clarificar las brechas más negativas en las cuales existe mayor insatisfacción por parte de los docentes.

Grafico n°8: Análisis de brechas por cada afirmación.



Fuente: Elaboración Propia

La dimensión que presenta mayor riesgo es la de bienes materiales y tangibles, seguida por la de prácticas pedagógicas para esta comunidad educativa, en donde la mayor preocupación corresponde para pregunta n°1 que corresponde a la “aparición de los equipos del Colegio Da Vinci es moderna y de calidad”, seguida afirmación que corresponde a “las instalaciones físicas del colegio son visualmente atractivas”, la otra dimensión que presenta el segundo nivel de

preocupación para la toma de decisiones es la de prácticas pedagógicas es la afirmación n°6 “en el colegio Da Vinci se hace uso constante de la biblioteca, textos escolares y otros recursos didácticos”.

3.5.1 Análisis de Brecha relativa de la dimensión de Seguridad

Según las preponderancias dada por los docentes del Colegio Da Vinci de la Ciudad de Chillán, es la dimensión de seguridad es una de las que menos presenta atención ya que tiene una brecha total igual a -0,13.

El gráfico siguiente, muestra que la tercera afirmación es la que tiene la mayor brecha y hace referencia a “los directivos, docentes y asistentes de la educación del Colegio Da Vinci, cuentan con el conocimiento óptimo y adecuado a la labor que desempeñan para resolver las consultas de los alumnos y apoderados”.

3.5.2 Análisis de Brecha relativa de la dimensión Bienes Materiales o Tangibles.

La brecha que se produce entre las expectativas y la percepción de la disponibilidad de bienes materiales o tangibles representa aquella que merece la mayor atención puesto que presenta la brecha total más alta en comparación con las otras dimensiones, con un valor de -0,43.

Al observar las brechas por afirmación, todas son negativas. La mayor corresponde a la afirmación uno referida a “la apariencia del Colegio Da Vinci, es moderna y de calidad” con una puntuación de -0,60.

En esta dimensión se puede observar que la brecha más pequeña corresponde a la afirmación tres con un valor de -0,11.

3.5.3 Análisis brecha relativa de dimension de Liderazgo

La brecha total de la dimension en terminos relativos es de -0,28 siendo la segunda de mayor importancia en términos de prioridad. La tercera afirmación presenta brechas de -0,31 que se refiere a “ en el Colegio Da Vinci, el director y equipo directivo difunden el proyecto educativo y aseguran la participacion de los principales actores de la comunidad educativa en su desarrollo”.

3.5.4 Análisis brecha relativa dimension de Gestión del Clima Organizacional y Convivencia.

Al observar las afirmaciones, la mayor deficiencia se da en la afirmacion cinco que se refiere a “En el Colegio Da Vinci, el director y equipo directivo se relacionan con insituciones de comunidad, para potenciar el proyecto educativo institucional y los reusltados de aprendizaje de los alumnos, generando redes de apoyo pertinentes” con una discrepancia de -0,27. Todas las afirmaciones presentan brechas negativas.

3.5.5 Análisis de Brecha relativa de la dimensión de Prácticas Pedagógicas.

Respecto a la brecha relativa, según la evaluación realizada por los docentes del Colegio Da Vinci, es de -0,18, siendo la dimensión con la tercer mayor deficiencia, debido a la gran diferencia que existe entre las expectativas y la percepción del servicio en términos absolutos (-0,71).

Como se puede observar en esta dimensión se presenta que dos de sus afirmaciones nos dan en términos positivos esto quiere decir que en el colegio se recuperan las clases y se recupera el tiempo perdido a diferencia de otras afirmaciones en esta dimensión.

La afirmación con mayor brecha relativa se observa claramente en la seis de donde toma un valor igual a -0,36, que hace referencia a “en el Colegio Da Vinci se hace uso constante de la biblioteca, textos escolares y otros recursos didácticos”.

4 MEDICION DE CALIDAD DE SERVICIO EDUCACIONAL DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LOS DIRECTIVOS.

4.1 ANÁLISIS DE PREPONDERANCIAS DE LAS DIMENSIONES DE CALIDAD SEGÚN DIRECTIVOS

A continuación se muestra la tabla con los resultados obtenidos de las preponderancias de las dimensiones de calidad o también conocido como el grado de importancia que le entregan los directivos del Colegio en donde le otorgan el mismo grado de importancia a las diferentes dimensiones en evaluación.

Tabla 22: Importancia de Dimensiones de Calidad según Directivos.

Dimensiones	Media	Desviación Típica
Seguridad	20,00	0,00
Bienes Materiales o Tangibles	20,00	0,00
Liderazgo	20,00	0,00
Gestión del Clima Organizacional y Convivencia	20,00	0,00
Prácticas Pedagógicas	20,00	0,00

Fuente: Elaboración Propia

4.2 ANÁLISIS DE LAS EXPECTATIVAS DE LA CALIDAD DE SERVICIO POR CADA DIMENSIÓN DE CALIDAD.

En la siguiente tabla se muestra los resultados de las expectativas de calidad del servicio de los directivos, expresados en valores absolutos y relativos por cada dimensión de calidad.

Tabla 23: Comparación de expectativas en valores absolutos y relativos de los directivos.

Importancia	%	Expectativas Absolutas	Valor	Expectativas Relativas	Valor
Seguridad	20	Seguridad	7	Seguridad	1,4
Bienes Materiales o Tangibles	20	Gestión del Clima Organizacional y Convivencia	7	Gestión del Clima Organizacional y Convivencia	1,4
Liderazgo	20	Liderazgo	6,89	Liderazgo	1,38
Gestión del Clima Organizacional y Convivencia	20	Bienes Materiales o Tangibles	6,83	Bienes Materiales o Tangibles	1,37
Prácticas Pedagógicas	20	Prácticas Pedagógicas	6,48	Prácticas Pedagógicas	1,3

Fuente: Elaboración Propia

Al analizar la tabla de expectativas de calidad de servicio en valores absolutos, se puede deducir que la dimensión mejor evaluada por los directivos corresponde a la dimensión de seguridad y gestión del clima organizacional y convivencia con promedios 7,00. La dimensión con menor expectativa corresponde a prácticas pedagógicas con un valor 6,48.

Al observar las medias relativas, es decir, considerando la importancia que los directivos le otorgaron a cada dimensión de calidad, se obtuvo como resultado que las dimensiones con mayores expectativas de calidad son las de seguridad y gestión del clima organizacional y convivencia, con valores de 1,40 y 1,40, respectivamente y las de menor expectativa de calidad, con un valor de 1,30 y 1,37, correspondientes a prácticas pedagógicas y bienes materiales o tangibles respectivamente.

Al observar la tabla en relación a las cinco dimensiones de calidad, la expectativa relativa total es de 6,85, lo que indica que se encuentra en un nivel medio y a su vez la ponderación

Al observar la tabla se puede ver que las dimensiones según las expectativas absolutas y relativas no cambian en su nivel de importancia, en donde en términos absolutos y relativos la dimensiones se mantienen en los mismos lugares.

En general se puede observar que la importancia concedida a cada dimensión no afecta la calificación absoluta y no cambia el orden (prioridad según brecha relativa). Sin embargo tanto en términos absolutos como relativos las prácticas pedagógicas se encuentran en último lugar de importancia.

4.3 ANÁLISIS DE LAS PERCEPCIONES DE LA CALIDAD DEL SERVICIO POR CADA DIMENSIÓN.

En la siguiente tabla se muestran y explican los resultados obtenidos de las percepciones de la calidad del servicio de los directivos expresados en valores absolutos y relativos por cada una de las dimensiones de calidad.

Tabla 24: Comparación de percepciones en valor absoluto y relativo de los directivos

Importancia	%	Percepciones Absolutas	Valor	Percepciones Relativas	Valor
Seguridad	20,00	Prácticas Pedagógicas	6,52	Prácticas Pedagógicas	1,30
Bienes Materiales o Tangibles	20,00	Bienes Materiales o Tangibles	6,42	Bienes Materiales o Tangibles	1,28
Liderazgo	20,00	Gestión del Clima Organizacional y Convivencia	6,37	Gestión del Clima Organizacional y Convivencia	1,27
Gestión del Clima Organizacional y Convivencia	20,00	Liderazgo	6,22	Liderazgo	1,24
Prácticas Pedagógicas	20,00	Seguridad	6,00	Seguridad	1,20

Fuente: Elaboración Propia

Al analizar los valores de la tabla se puede apreciar que los valores están concentrados entre 6,00 y 6,52. Ninguna dimensión alcanza una calificación de 7, lo que estaría indicando que las percepciones no están plenamente alcanzadas por los directivos de dicho establecimiento educacional.

Al observar los resultados obtenidos de las percepciones de calidad en valores absolutos para cada dimensión de calidad se analiza que el valor más alto asignado por los directivos es para la dimensión de prácticas pedagógicas con una media de 6,52, siguiendo la dimensión de bienes tangibles con una calificación de 6,42. La percepción de calidad más baja para los usuarios es para la dimensión de seguridad con una calificación de 6,00.

En términos relativos, se puede apreciar que la dimensión mejor calificada por los directivos corresponde a la dimensión de prácticas pedagógicas con una media de 1,30 y sigue la dimensión de bienes materiales o tangibles con un promedio de 1,28. La dimensión seguridad es percibida con menor percepción relativa con una calificación promedio de 1,20. Al observar la tabla con las cinco dimensiones de calidad en su conjunto, se obtiene una percepción relativa total de 6,29.

Al observar las cinco dimensiones en cuanto a importancia, existe el mismo nivel de significancia otorgado por los directivos. En términos absolutos y relativos se observa que la dimensión de prácticas pedagógicas tiene el primer lugar, seguida por la dimensión de bienes materiales o tangibles. En términos generales se puede señalar que la dimensión seguridad se mantiene en el mismo lugar (último) en percepción absoluta y relativa.

4.4 ANÁLISIS DE BRECHAS ENTRE EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES DE LOS DIRECTIVOS DEL COLEGIO DEL COLEGIO DA VINCI DE LA CIUDAD DE CHILLÁN

A continuación se muestra la tabla de expectativas y percepciones por dimensión de calidad en valores absolutos y relativos de los directivos y con sus respectivas brechas.

Tabla 25: Comparación entre expectativas, percepciones y brechas de los directivos por dimensión de calidad de directivos.

Dimensión	Expectativas Absolutas	Percepciones Absolutas	Brechas Absolutas	Expectativas Relativas	Percepciones Relativas	Brechas Relativas
Seguridad	7,00	6,00	-1,00	1,40	1,20	-0,20
Bienes Materiales o Tangibles	6,83	6,42	-0,42	1,37	1,28	-0,08
Liderazgo	6,89	6,22	-0,67	1,38	1,24	-0,13
Gestión del Clima Organizacional y Convivencia	7,00	6,37	-0,63	1,40	1,27	-0,13
Prácticas Pedagógicas	6,48	6,52	0,04	1,30	1,30	0,01

Fuente: Elaboración Propia

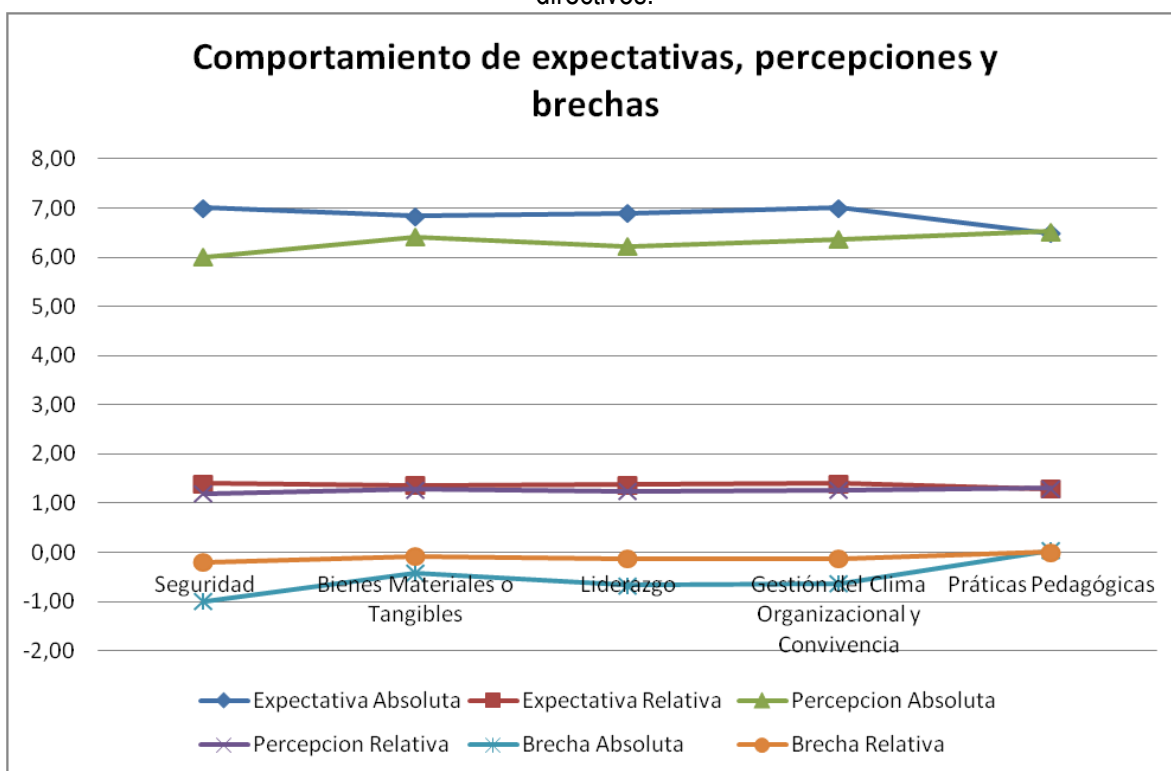
Al analizar la tabla se puede decir que al comparar en valores absolutos, las expectativas de los directivos en todas las dimensiones de calidad superan a las percepciones, lo que da como resultado brechas negativas en cuatro de ellas. La brecha más negativa corresponde a la dimensión de seguridad con un valor -1,00, seguida de la dimensión de liderazgo con un valor -0,67.

En cuanto a los valores relativos que se presentan en la tabla se aprecia que el orden de las brechas se mantiene respecto a valores absolutos, salvo que las brechas liderazgo y gestión del clima organizacional presentan el mismo valor de -0,13.

En cuanto a esta comunidad educativa, se puede observar que tiene una brecha total de insatisfacción igual a -0,53. Las brechas de las dimensiones de seguridad y liderazgo son las más preocupantes, por lo tanto requieren mayor atención si se pretende reducir la insatisfacción. Sin embargo existe una dimensión que presenta una brecha absoluta y relativa positiva.

A continuación se muestra el gráfico con el comportamiento de las expectativas y percepciones respecto a las dimensiones de calidad como análisis complementario a los ya realizados.

Gráfico n°9: Comportamiento de expectativa y percepciones en valores absolutos y relativos de los directivos.



Fuente: Elaboración Propia

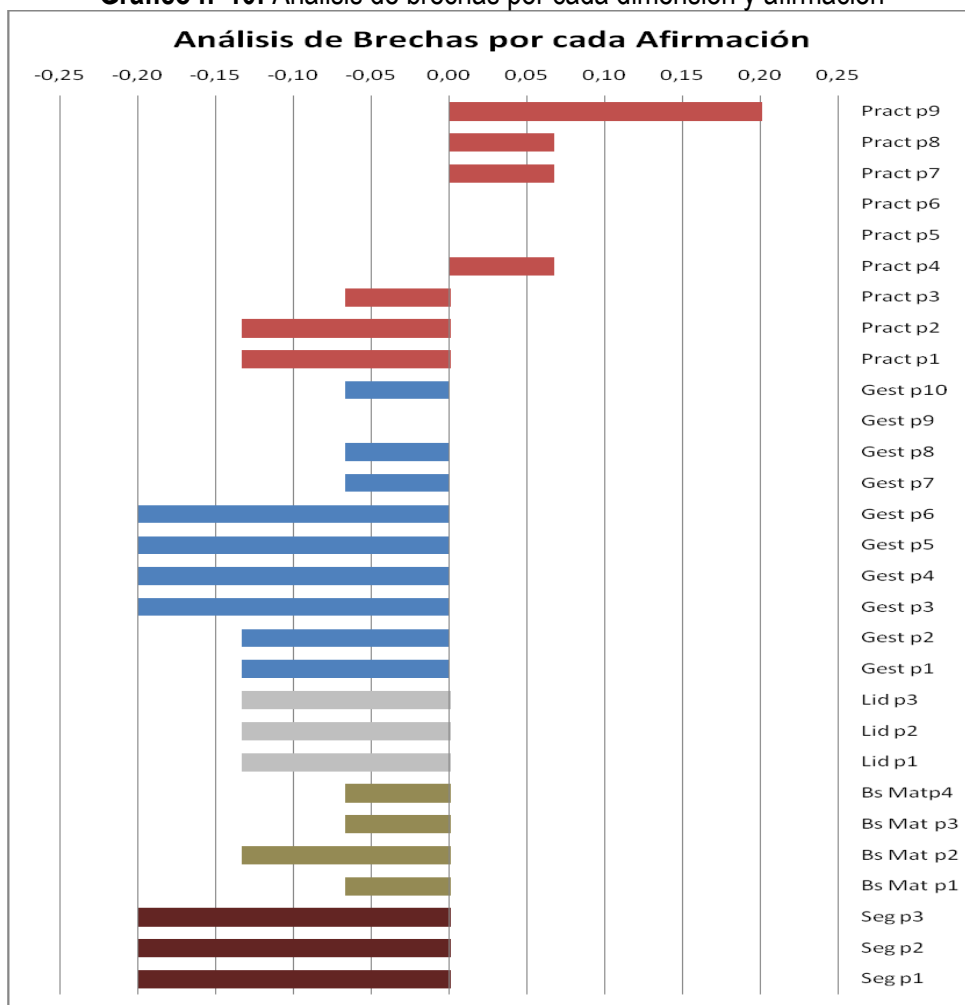
Al observar el grafico anterior, el comportamiento de la curva de expectativas absolutas se puede apreciar que la dimensión de gestión de clima organizacional y convivencia tiene mayor pendiente al igual que en la curva de expectativa relativa donde también mantiene la mayor pendiente.

Al observar la curva de las percepciones absolutas se puede ver, que bienes tangibles tiene la pendientes más alta al igual que la dimensión de prácticas pedagógicas, siendo la dimensión de seguridad la que tiene una menor pendiente en la curva. En cuanto a percepciones relativas seguridad y bienes materiales y clima organización tienen la mayor pendiente.

4.5 ANÁLISIS DE BRECHAS POR DIMENSION Y POR AFIRMACIÓN.

A continuación se realizará un análisis con las brechas relativas por dimensión de calidad y con sus respectivas afirmaciones con el fin de realizar un análisis de brechas dentro de cada dimensión y clarificar las brechas más negativas en las cuales existe mayor insatisfacción por parte de los directivos.

Gráfico n°10: Análisis de brechas por cada dimensión y afirmación



Fuente: Elaboración Propia

En comparación a las otras comunidades educativas, los niveles de insatisfacción por parte de estos es menor, aunque igual existen brechas negativas, pero se presentan en menor medida, en este sentido, las dimensiones que presentan una mayor preocupación son las de seguridad (con sus tres afirmaciones) y la de Gestión de Clima Organizacional y Convivencia.

4.5.1 Análisis de Brecha relativa de la Dimensión Seguridad

Al observar el gráfico se puede deducir que las tres afirmaciones correspondientes a la dimensión presentan el mismo nivel de insatisfacción equivalente a $-0,20$. Por lo tanto se puede concluir que todas afirmaciones requieren el mismo nivel de preocupación en esta dimensión.

4.5.2 Análisis de Brecha absoluta de la dimensión Bienes Materiales o Tangibles

En esta dimensión se puede deducir que la afirmación dos, que se refiere a “las instalaciones físicas de un Colegio Ideal son visualmente atractivas”, tiene la mayor brecha ($-0,13$); las demás afirmaciones presentan la misma brecha de insatisfacción dentro de la dimensión equivalente a $-0,07$.

4.5.3 Análisis brecha relativa de la dimensión Liderazgo.

Al observar esta dimensión de calidad, se observa que las brechas son iguales en todas las afirmaciones equivalente a $-0,13$ por lo tanto cada una de ellas requiere una atención específica.

4.5.4 Análisis brecha relativa de la dimensión Gestión del Clima Organizacional y Convivencia.

En ésta dimensión de calidad, la afirmaciones que presentan la mayor brecha estan entre la tres y y la seis muestra la mayor brecha negativa(-0,20). Sin embargo al observar el grafico siguiente cabe notar que la pregunta nueve que se refiere a “Un colegio ideal brinda atención individual a los alumnos y apoderados”.

4.5.5 Análisis de Brecha absoluta de la dimensión prácticas pedagógicas.

Al observaresta dimensión, la afirmación dos,que indica “las instalaciones físicas del CAE son visualmente atractivas”, presenta la mayor brecha negativa (-0,127), y le sigue la afirmación uno, que indica,“la apariencia de los equipos del CAE es moderna”, con una brecha negativa de -0,116.

5 MEDICION DE LA CALIDAD DE SERVICIO EDUCATIVO DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LOS ASISTENTES DE LA EDUCACIÓN

5.1 ANÁLISIS DE PREPONDERANCIAS DE LAS DIMENSIONES DE CALIDAD SEGÚN ASISTENTES DE LA EDUCACIÓN

A continuación se muestra la tabla con los resultados obtenidos de las preponderancias de las dimensiones de calidad o el grado de importancia que le entregan los asistentes de la educación del Colegio Da Vinci de la Ciudad de Chillán a cada una de las dimensiones de calidad.

Tabla 26: Importancia de dimensiones de calidad según asistentes de la educación.

Dimensiones	Media	Desviación Típica
Seguridad	19,17	0,02
Bienes Materiales o Tangibles	18,33	0,04
Liderazgo	20,00	0,00
Gestión del Clima Organizacional y Convivencia	18,33	0,04
Prácticas Pedagógicas	24,17	0,08

Fuente: Elaboración Propia

Según los resultados que muestra la tabla, se puede observar que los asistentes de la educación otorgan una mayor importancia a la dimensión de Prácticas Pedagógicas con un 24,17%. Seguida por la dimensión de Liderazgo con un puntaje igual a 20,00%. Sin embargo a la que le presentan un menor porcentaje de importancia es la dimensión de Bienes Materiales o Tangibles y la de Gestión de Clima Organizacional y convivencia ambas con un valor igual al 18,33 %

5.2 ANÁLISIS DE LAS EXPECTATIVAS DE LOS ASISTENTES DE LA EDUCACION POR CADA DIMENSIÓN DE CALIDAD

En la tabla siguiente se muestra los resultados de las expectativas de los Asistentes de la Educación respecto al servicio que es entregado en una institución educativa de calidad, expresado en valores absolutos y relativos por cada dimensión de calidad.

Tabla 27: Comparación Expectativas Absolutas y Expectativas Relativas de los Asistentes de la Educación del Colegio Da Vinci

Importancia	%	Expectativa Absoluta	Valor	Expectativa Relativa	%
Prácticas Pedagógicas	24,17	Seguridad	6,94	Prácticas Pedagógicas	1,63
Liderazgo	20,00	Liderazgo	6,94	Liderazgo	1,39
Seguridad	19,17	Bienes Materiales o Tangibles	6,75	Seguridad	1,33
Bienes Materiales o Tangibles	18,33	Prácticas Pedagógicas	6,74	Bienes Materiales o Tangibles	1,24
Gestión del Clima Organizacional y Convivencia	18,33	Gestión del Clima Organizacional y Convivencia	6,73	Gestión del Clima Organizacional y Convivencia	1,23

Fuente: Elaboración Propia

Al observar las dimensiones de calidad por media absoluta, se puede observar que los asistentes de la educación inclinan su mayor expectativa por la dimensión de seguridad y liderazgo, con una calificación igual de 6,94.

Por otro lado, la dimensión de calidad con menor expectativa para los asistentes de la educación, corresponde a la gestión del clima organizacional y convivencia con una calificación igual a 6,73. Aún así no existe una variación significativa sobre el nivel de importancia otorgado a las diferentes dimensiones.

El análisis de las medias relativas permite observar que los asistentes de la educación inclinan su mayor expectativa relativa por la dimensión de prácticas pedagógicas, con una calificación de 1,63 y su menor expectativa relativa, para la dimensión de Gestión del Clima Organizacional y Convivencia con un 1,23. Al analizar las otras dimensiones no existe gran diferencia entre los valores de su puntuación.

Al observar esta tabla de comparación de expectativas relativas y absolutas, se muestra que la importancia dada en cada dimensión se encuentra entre el 24% y el 18%, siendo la dimensión de prácticas pedagógicas la que mayor importancia tiene para los asistentes de la educación, seguida por liderazgo.

5.3 ANÁLISIS DE LAS PERCEPCIONES DE LOS ASISTENTES DE LA EDUCACIÓN DEL COLEGIO DA VINCI POR CADA DIMENSIÓN DE CALIDAD DE SERVICIO EDUCATIVO

En las siguientes tablas se explican y muestran los resultados obtenidos de las percepciones de los asistentes de la educación sobre la calidad del servicio educativo del Colegio Da Vinci de la ciudad de Chillán, expresados en valores absolutos y relativos de cada una de las dimensiones de calidad los valores relativos o ponderados por el grado de importancia que le asignan los asistentes de la educación encuestados a cada dimensión de calidad.

Tabla 28: Comparación Percepción Absoluta y Percepción Relativa de los Asistentes de la Educación.

Importancia	%	Percepción Absoluta	Valor	Percepción Relativa	
Prácticas Pedagógicas	24,17	Seguridad	6,33	Prácticas Pedagógicas	1,49
Liderazgo	20,00	Liderazgo	6,33	Liderazgo	1,27
Seguridad	19,17	Prácticas Pedagógicas	6,15	Seguridad	1,21
Bienes Materiales o Tangibles	18,33	Gestión del Clima Organizacional y Convivencia	6,05	Gestión del Clima Organizacional y Convivencia	1,11
Gestión del Clima Organizacional y Convivencia	18,33	Bienes Materiales o Tangibles	4,88	Bienes Materiales o Tangibles	0,89

Fuente: Elaboración Propia

Al observar la tabla de las percepciones absolutas las dimensiones mejor evaluadas por los asistentes de la educación son la dimensión de seguridad y liderazgo, con una calificación de 6,33 respectivamente. La percepción más baja es para la dimensión de bienes materiales o tangibles, con una calificación de sólo 4,88.

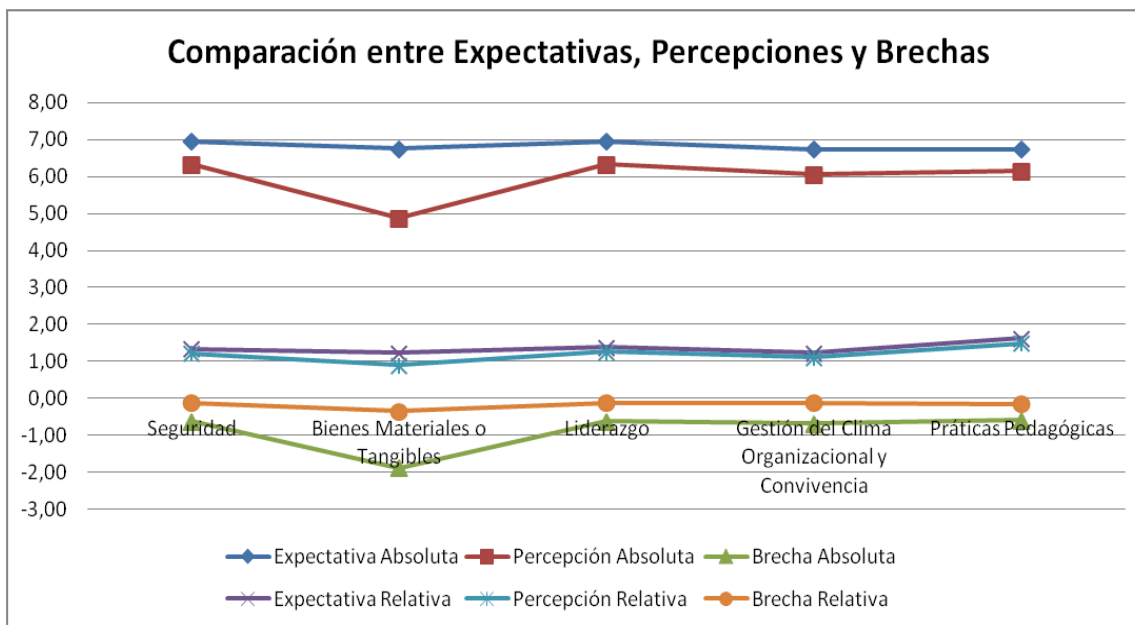
Al analizar los resultados por medias relativas, se puede observar que la dimensión mejor percibida es de prácticas pedagógicas, con una calificación de 1,49. Con la más baja calificación la dimensión de bienes materiales o tangibles, con una calificación de 0,89-

La tabla anterior indica que a la dimensión de prácticas pedagógicas los asistentes de la educación le otorgan la mayor importancia con un 24,17%. Al observar las percepciones absolutas, es la dimensión seguridad la mejor evaluada y en el caso de las percepciones relativas, resulta también las prácticas pedagógicas con el mayor puntaje equivalente a 1,49. La dimensión de gestión del clima organizacional y convivencia se mantiene en último lugar tanto en términos absolutos como relativos.

5.4 ANÁLISIS DE BRECHAS ENTRE EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES DE LOS DIRECTIVOS DEL COLEGIO DEL COLEGIO DA VINCI DE LA CIUDAD DE CHILLÁN

A continuación se muestra el gráfico con el comportamiento de las expectativas y percepciones respecto a las dimensiones de calidad como análisis complementario a los ya realizados anteriormente, pero sirve como clarificador de las diferencias entre el nivel de importancia tanto en las expectativas como en las percepciones.

Grafico n°29: Comportamiento de expectativas y percepciones de los asistentes de la educación.



Fuente: Elaboración Propia

A continuación se presenta una tabla que permite resumir claramente los valores, tanto absolutos como relativos de las dimensiones de calidad y las brechas resultantes de los asistentes de la educación del Colegio Da Vinci de Chillán.

Tabla 29: Comparación entre expectativas, percepciones y brechas de los Asistentes de la Educación por cada dimensión de calidad.

Dimensión	Expectativa Absoluta	Percepción Absoluta	Brecha Absoluta	Expectativa Relativa	Percepción Relativa	Brecha Relativa
Seguridad	6,94	6,33	-0,61	1,33	1,21	-0,12
Bienes Materiales o Tangibles	6,75	4,88	-1,88	1,24	0,89	-0,34
Liderazgo	6,94	6,33	-0,61	1,39	1,27	-0,12
Gestión del Clima Organizacional y Convivencia	6,73	6,05	-0,68	1,23	1,11	-0,13
Prácticas Pedagógicas	6,74	6,15	-0,59	1,63	1,49	-0,14

Fuente: Elaboración Propia

Al analizar la tabla se puede decir que al comparar en valores absolutos, 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 en todas ellas.

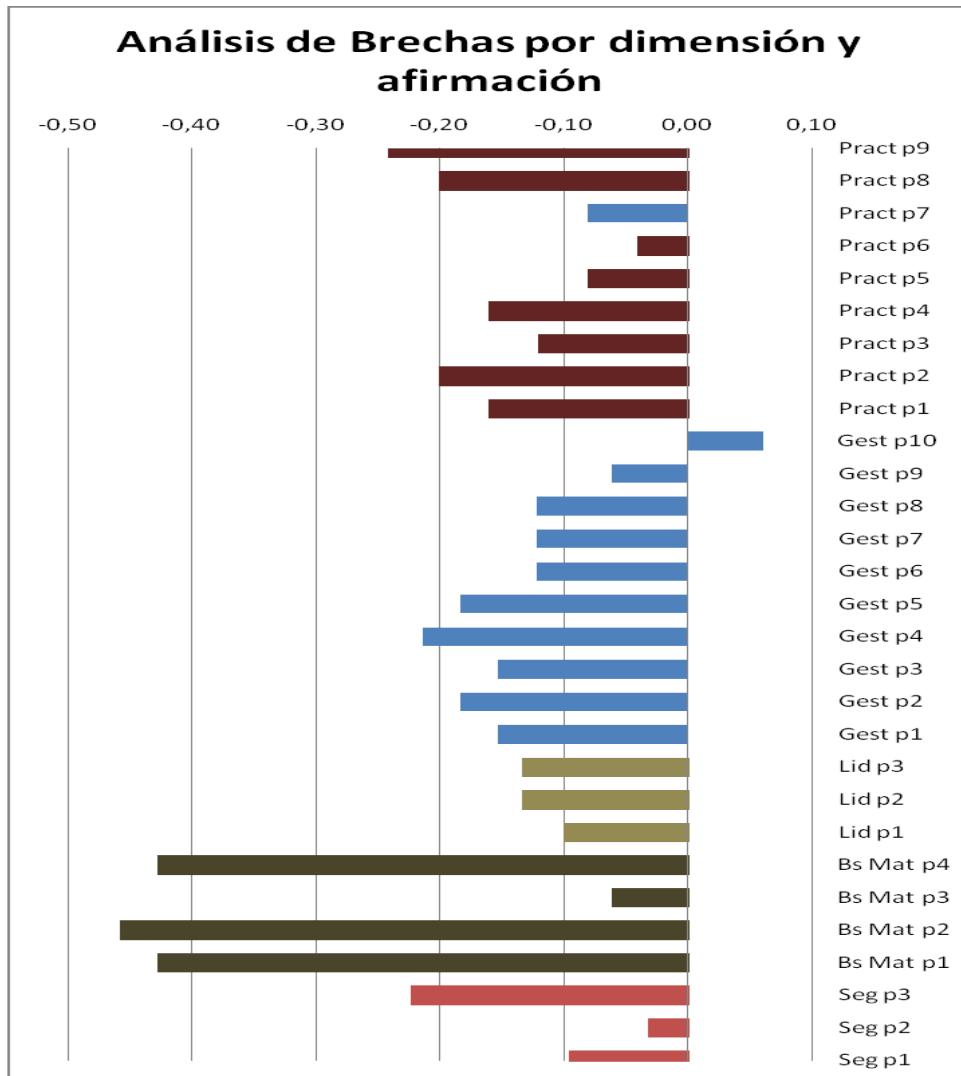
En cuanto a los valores relativos se puede apreciar que debido a la importancia asignada por los asistentes de la educación, la dimensión de bienes materiales o tangibles es la con mayor deficiencia respecto a lo que debiese ser un servicio educativo de calidad, con una brecha negativa relativa de -0,34.

Las brechas relativas presentes en esta comunidad, fluctúan entre los valores $-0,12$ y $-0,34$. Donde no existe una gran diferencia entre una y otras sin embargo es necesario hacer un Análisis donde se demuestre cuáles son las principales falencias de esta comunidad. La brecha total de esta comunidad es igual a $-0,85$.

5.5 ANÁLISIS DE BRECHAS POR DIMENSION Y AFIRMACION

A continuación se presenta un análisis con las brechas relativas por dimensión de calidad y con sus respectivas afirmaciones con el fin de realizar un análisis de brechas dentro de cada dimensión y clarificar las brechas más negativas en las cuales existe mayor insatisfacción por parte de los asistentes de la educación.

Grafico n°11: Análisis de brechas por dimensión y afirmación.



Fuente: Elaboración Propia

Para los asistentes de la educación, la dimensión que presenta la mayor brecha es la de Bienes Materiales o Tangibles, donde la afirmación más preocupante es n°2 que corresponde a “las instalaciones físicas del Colegio Da Vinci son visualmente atractivas”. Sin embargo es de suma importancia cerrar todas brechas por parte de esta comunidad educativa, para asegurar mayores niveles de satisfacción.

5.5.1 Análisis de Brecha relativa de la dimension de Seguridad

El gráfico siguiente, muestra que la tercera afirmación es la que tiene la mayor brecha y hace referencia a “los directivos, docentes y asistentes de la educación del Colegio Da Vinci, cuentan con el conocimiento óptimo y adecuado a la labor que desempeñan para resolver las consultas de los alumnos y apoderados” con una brecha igual a -0,22.

5.5.2 Análisis de Brecha relativa de la dimension Bienes Materiales o Tangibles.

La brecha que se produce entre las expectativas y la percepción de la disponibilidad de bienes materiales o tangibles representa aquella que merece la mayor atención puesto que presenta la brecha total más alta en comparación con las otras dimensiones, con un valor de -0,34.

Al observar las brechas por afirmación, todas son negativas. La mayor corresponde a la afirmación dos referida a “las instalaciones físicas del Colegio Da Vinci son visualmente atractivas” con una puntuación igual a -0,46

En esta dimensión se puede observar que la brecha más pequeña corresponde a la afirmación tres con un valor de -0,06.

5.5.3 Análisis brecha relativa de dimensión de Liderazgo

La brecha total de la dimension en terminos relativos es de -0,12 siendo una de las ultimas en nivel importancia en términos de prioridad. La segunda y tercera afirmación presenta brechas igual a -0,13 que se refiere a “en el Colegio Da Vinci, el director y equipo directivo, son capaces de administrar conflictos y de resolver problemas”; “ en el Colegio Da Vinci, el director y equipo directivo difunden el proyecto educativo y aseguran la participacion de los principales actores de la comunidad educativa en su desarrollo”, respectivamente.

5.5.4 Análisis brecha relativa dimension de Gestión del Clima Organizacional y Convivencia.

Al observar las afirmaciones, la mayor deficiencia se da en la afirmación cuatro que se refiere a “En el Colegio Da Vinci, existen prácticas para prevenir riesgos y garantizar la seguridad, integridad y salud del conjunto de la comunidad educativa” con una discrepancia de -0,21.

5.5.5 Análisis de Brecha relativa de la dimensión de Prácticas Pedagógicas.

Respecto a la brecha relativa, según la evaluación realizada por los asistentes de la educación del Colegio Da Vinci, es de -0,14, siendo la dimensión con la segunda deficiencia, debido a la gran diferencia que existe entre las expectativas y la percepción del servicio en términos absolutos (-0,59).

La afirmación con mayor brecha relativa se observa claramente en la nueve donde toma un valor igual a -0,24 que hace referencia a “en el Colegio Da Vinci las prácticas pedagógicas promueven que los alumnos se planteen metas de superación personal, laboral y profesional”.

II. COMPARACIÓN DE EXPECTATIVAS, PERCEPCIONES Y BRECHAS DE LA COMUNIDAD EDUCATIVA DEL COLEGIO DA VINCI DE LA CIUDAD DE CHILLÁN

1. COMPARACIÓN DE EXPECTATIVAS POR DIMENSION DE LA COMUNIDAD EDUCATIVA

Al analizar las expectativas relativas por toda la comunidad educativa, se observa que los valores varían según la interacción que estos tengan con dicho establecimiento educacional.

Sin embargo se observa que para 4 grupos de la comunidad educativa la Gestión del Clima Organizacional y Convivencia, se mantiene en el último lugar, menos para los directivos del colegio. En este sentido queda claramente establecido que la preocupación fundamental para los directivos son las capacidades blandas relacionadas más bien con la administración que con la pedagogía. Sin embargo para las otras comunidades educativas, sus mayores expectativas quedan claramente establecidas, en las prácticas pedagógicas que utilizaran y como enseñaran a sus alumnos, en el material y bienes tangibles para el buen desarrollo de las actividades y por ultimo consideran las capacidades blandas relacionadas con la gestión administrativa.

En el caso de los alumnos, sus mayores expectativas está en la seguridad que le puede entregar un colegio y cuáles son las condiciones para poder realizar de mejor manera las actividades tanto en el aula como en actividades extra-programáticas.

Los niveles de importancia otorgados para cada dimensión no tienen una mayor diferencia entre uno y otros pero si varían el orden de los puntajes asignados para cada dimensión otorgada. Las mayores expectativas sobre un colegio ideal es para los asistentes de la educación en prácticas pedagógicas, y las menores expectativas está dada por los docentes con un valor igual 1,03 en la dimensión de gestión del clima y convivencia.

Tabla 30: Expectativas relativas de la Comunidad Educativa del Colegio Da Vinci.

Alumnos	Padres y Apoderados	Docentes	Directivos	Asistentes de la Educación
Seguridad (1,44)	Prácticas Pedagógicas (1,45)	Prácticas Pedagógicas (1,62)	Seguridad (1,40)	Prácticas Pedagógicas (1,63)
Bienes Materiales o Tangibles (1,25)	Bienes Materiales o Tangibles (1,44)	Bienes Materiales o Tangibles (1,50)	Gestión del Clima Organizacional y Convivencia (1,40)	Liderazgo (1,39)
Prácticas Pedagógicas (1,22)	Seguridad (1,29)	Liderazgo (1,30)	Liderazgo (1,38)	Seguridad (1,33)
Liderazgo (1,22)	Liderazgo (1,16)	Seguridad (1,11)	Bienes Materiales o Tangibles (1,37)	Bienes Materiales o Tangibles (1,24)
Gestión del Clima Organizacional y Convivencia (1,09)	Gestión del Clima Organizacional y Convivencia (1,09)	Gestión del Clima Organizacional y Convivencia (1,03)	Prácticas Pedagógicas (1,3)	Gestión del Clima Organizacional y Convivencia (1,23)

Fuente: Elaboración Propia

2. COMPARACIÓN DE PERCEPCIONES POR DIMENSION DE LA COMUNIDAD EDUCATIVA

Las percepciones observadas en la tabla siguiente, muestra una clara importancia en la mayoría de la comunidad educativa que su mayor valor otorgado es para la dimensión de prácticas pedagógicas solo para los alumnos esta queda en segundo lugar. En el caso de los directivos aquellas capacidades blandas que eran sus mayores expectativas ahora pasan a segundo lugar.

La mayor percepción dentro de la comunidad educativa fue por los asistentes de la educación con un valor igual a 1,49 frente a la dimensión de prácticas pedagógicas. Y la más baja percepción fue para los alumnos hacia la dimensión de gestión del clima con un valor igual a 0,68, esto indica según la información recogida en base a la investigación, el colegio no da instancias de participación para padres y apoderados para el apoyar el desarrollo del proyecto educacional como tal.

Tabla 31: Percepciones relativas de la Comunidad Educativa del Colegio Da Vinci.

Alumnos	Padres y Apoderados	Docentes	Directivos	Asistentes de la Educación
Seguridad (1,01)	Prácticas Pedagógicas (1,19)	Prácticas Pedagógicas (1,44)	Prácticas Pedagógicas (1,30)	Prácticas Pedagógicas (1,49)
Prácticas Pedagógicas (0,88)	Bienes Materiales o Tangibles (1,11)	Bienes Materiales o Tangibles (1,08)	Bienes Materiales o Tangibles (1,37)	Liderazgo (1,27)
Bienes Materiales o Tangibles (0,77)	Seguridad (1,09)	Liderazgo (1,03)	Gestión del Clima Organizacional y Convivencia (1,40)	Seguridad (1,21)
Liderazgo (0,69)	Liderazgo (0,94)	Seguridad (0,98)	Liderazgo (1,38)	Gestión del Clima Organizacional y Convivencia (1,11)
Gestión del Clima Organizacional y Convivencia (0,68)	Gestión del Clima Organizacional y Convivencia (0,87)	Gestión del Clima Organizacional y Convivencia (0,90)	Seguridad (1,40)	Bienes Materiales o Tangibles (0,89)

Fuente: Elaboración Propia

3. COMPARACIÓN DE BRECHAS RELATIVAS POR DIMENSION DE LA COMUNIDAD EDUCATIVA

Existe una clara evidencia que la mayor brecha se encuentra en los alumnos en la dimensión de Liderazgo con un valor igual a -0,50, a su vez para los docentes esta en segundo lugar.

Tabla 32: Comparación de Brechas Relativas de la Comunidad Educativa por Dimensión.

Alumnos	Padres y Apoderados	Docentes	Directivos	Asistentes de la Educación
Gestión del Clima Organizacional y Convivencia (-0,33)	Seguridad (-0,20)	Seguridad (-0,13)	Prácticas Pedagógicas (0,01)	Prácticas Pedagógicas (-0,14)
Seguridad (-0,43)	Liderazgo (-0,22)	Gestión del Clima Organizacional y Convivencia (-0,13)	Bienes Materiales o Tangibles (-0,08)	Seguridad (-0,12)
Bienes Materiales o Tangibles (-0,44)	Gestión del Clima Organizacional y Convivencia (-0,22)	Prácticas Pedagógicas (-0,18)	Liderazgo (-0,13)	Liderazgo (-0,12)
Prácticas Pedagógicas (-0,48)	Prácticas Pedagógicas (-0,25)	Liderazgo (-0,28)	Gestión del Clima Organizacional y Convivencia (-0,13)	Gestión del Clima Organizacional y Convivencia (-0,13)
Liderazgo (-0,50)	Bienes Materiales o Tangibles (-0,33)	Bienes Materiales o Tangibles (-0,43)	Seguridad (-0,20)	Bienes Materiales o Tangibles (-0,34)

Fuente: Elaboración Propia

Sin embargo, para tres grupos de la comunidad educativa, los bienes materiales o tangibles están en primer lugar, esto es para los padres y apoderados, docentes y asistentes de la educación; donde existe una gran insatisfacción por el servicio prestado por la institución educativa.

En la tabla anterior también se demuestra, que para el caso de los alumnos, la dimensión de Gestión del Clima Organizacional y Convivencia se encuentra en el último lugar, pero para los directivos y asistentes de la educación se encuentra en el segundo lugar de importancia.

La mayor brecha de preocupación para los directivos es la de seguridad, que hace mención al hecho de que en el colegio, el director y equipo directivo deben ser capaces de administrar conflictos y resolver problemas. En comparación, esta misma dimensión no es de gran preocupación para los padres y apoderados y para los docentes.

4. COMPARACION DE BRECHA TOTAL DE LA COMUNIDAD EDUCATIVA

En el cuadro comparativo siguiente, se ve claramente que la mayor insatisfacción de la comunidad educativa del colegio es de los alumnos con una brecha total igual a -2,18, seguida por los padres y apoderados con -1,22.

Esto se debe principalmente a que existe una gran diferencia entre una brecha y otra, y principalmente se debe a la dimensión de liderazgo que presenta una alta brecha que necesita ser cerrada para lograr una mayor satisfacción y que el servicio educativo entregado por el colegio sea percibido de buena forma.

Tabla 33: Comparación Brecha total de la Comunidad Educativa

Alumnos	Padres y Apoderados	Docentes	Directivos	Asistentes de la Educación
-2,18	-1,22	-1,15	-0,53	-0,57

Fuente: Elaboración Propia

Los directivos, son los que presentan una menor brecha, esto también se debe que una de sus brechas son positivas es el caso de la dimensión de prácticas pedagógicas, esto quiere decir que perciben que dichas prácticas promueven que los estudiantes se planteen metas de superación personal, laboral y profesional.

Es por esta razón que es de suma importancia cerrar dichas brechas para conseguir niveles de satisfacción en toda la comunidad educativa existente en el Colegio Da Vinci. Y a su vez, establecer estrategias que permitan seguir con aquellas que ya mantienen una satisfacción por algunos de sus integrantes de la comunidad.

CONCLUSIONES

La investigación se basó principalmente en la medición y comparación de expectativas y percepciones entre la comunidad educativa pudiendo determinar las diferencias que existen entre ellos en relación a la calidad del servicio de una institución educativa. Se obtiene como resultado que todos los integrantes de la comunidad educativa esperan más calidad de servicio del Colegio Da Vinci de la ciudad de Chillán, y sus percepciones son relativamente bajas lo que indica que existe insatisfacción (brechas negativas).

Para el cumplimiento del primer objetivo que se refiere a “establecer un marco teórico que sustente la investigación, se realizó una revisión de literatura (libros, paper, revistas, tesis y páginas web), que han abordado los temas de expectativas y percepciones respecto la calidad del servicio, el marketing de servicio, la calidad de servicio y la satisfacción y la gestión de calidad, además de elementos estadísticos que posibilitaron el análisis de la investigación. El eje central del marco teórico lo constituyen las investigaciones efectuadas por Zeithaml, Berry y Parasuraman (1988) sobre la medición de la calidad del servicio, con sus aportes fundamentales, constituidos por el Modelo de las Brechas de Calidad. A su vez, se hace un análisis extenso sobre la educación en Chile como las reformas educacionales y el Sistema de Aseguramiento de la Calidad de la Gestión Escolar (SACGE), según el Ministerio de Educación de Chile (2005). Ambos elementos están presentes en la escala de medición que se utiliza en este trabajo. Esto permitió establecer las bases y cimientos de la investigación.

Para el segundo objetivo, referido a “identificar el grado de importancia que asignan los distintos grupos de la comunidad educativa a las dimensiones de calidad del servicio educativo” se determinó una muestra estadística aleatoria simple para cuatro de los cinco componentes de la comunidad educativa del Colegio seleccionado, y una muestra aleatoria estratificada para el caso de los alumnos. Se aplicó un instrumento de medición de la importancia que se otorga a cada dimensión de calidad de servicio, de acuerdo a un instrumento construido por los investigadores, Castillo, Loyola y Sáez (2008) basado en la Escala Multidimensional SERVQUAL. En base a lo anterior se obtuvo lo siguiente, que para tres integrantes de la comunidad educativa la dimensión más importante fue de prácticas pedagógicas, correspondientes a los docentes, directivos y asistentes de la educación, sin

embargo para las otras dos comunidades, es decir, alumnos y padres y apoderados, fueron las dimensiones de seguridad y bienes materiales o tangibles. Sin embargo para toda la comunidad educativa la dimensión con menor porcentaje de importancia fue la de gestión de clima.

Para el tercer y cuarto objetivo, referido a “determinar las expectativas y percepciones de calidad de servicio de los estudiantes, padres y apoderados, directivos, profesores y asistentes de la educación del Colegio Da Vinci de la ciudad de Chillán” se determinó una muestra estadística aleatoria simple para cuatro de los cinco componentes de la comunidad educativa del Colegio seleccionado, y una muestra aleatoria estratificada para el caso de los alumnos. Se aplicó un instrumento de medición de expectativas y percepciones de calidad de servicio, construido por los investigadores, Castillo, Loyola y Sáez (2008) basado en la Escala Multidimensional SERVQUAL y el SACGE. Dicho lo anterior se obtuvo que las mayores expectativas que tiene la comunidad educativa sobre un servicio de educación de calidad son: dimensión de seguridad y prácticas pedagógicas. A su vez la dimensión con menor puntaje tanto en expectativas como en percepciones fue la dimensión de gestión del clima organizacional y convivencia.

La información resultante fue tabulada mediante el software SPSS Statistics 17.0 y planilla Excel.

Los resultados indican que las expectativas son mayores a las percepciones y esto se debe, a los distintos grupos de la comunidad educativa tienen una percepción diferente. En cuanto a la percepción de la comunidad educativa en general, el servicio no está siendo entregado correcta y confiablemente. La comunidad educativa percibe más negativamente aspectos como, que no le prestan ayuda oportunamente, el colegio no muestra interés por resolver problemas, y que la mantención de los equipos, inmuebles y muebles no están en óptimas condiciones. Se obtuvo que las mayores percepciones establecidas por la comunidad educativa fue la dimensión de prácticas pedagógicas.

Para cumplir el quinto objetivo, que se refiere a “calcular la brecha de calidad, es decir, la distancia que existe entre las expectativas y percepciones de los estudiantes, padres y apoderados, directivos, profesores y asistentes de la educación del Colegio Da Vinci de la ciudad de Chillán, se debió realizar un cálculo de los valores absolutos y relativos, entre percepciones y expectativas (P-E), lo

que entregó como resultado que las brechas en todas las dimensiones de calidad fueron negativas, es decir, no existe satisfacción por parte de la comunidad educativa por el servicio que entrega el Colegio Da Vinci. En este sentido se observan que las mayores brechas están establecidas en las dimensiones de prácticas pedagógicas, seguridad y gestión del clima, estas son las prioridades para poder cerrar las brechas existentes.

Para el cumplimiento del sexto objetivo, referido a “comparar las expectativas, percepciones y brechas de calidad de servicio, de los estudiantes, padres y apoderados, directivos, profesores y asistentes de la educación del Colegio Da Vinci”, se le dio un orden de importancia a los resultados anteriores, lo que dio como resultado que existen brechas más negativas unas de otras, en donde es necesario establecer medidas que permitan cerrar dichas brechas.

Se deduce que los docentes, asistentes de la educación, padres y apoderados y directivos del Colegio Da Vinci poseen mejor percepción del servicio en cuanto a las prácticas pedagógicas que entrega el Colegio Da Vinci.

De acuerdo al objetivo general del estudio, cabe señalar que los resultados analizados de la aplicación del cuestionario construido por los investigadores, Castillo, Loyola y Sáez (2008), (ver Anexo N° 1) en que se compararon expectativas y percepciones de la comunidad educativa del Colegio Da Vinci tienen brechas negativas, es decir no existe satisfacción para ningún grupo de la comunidad educativa respecto a la calidad del servicio que entrega el Colegio Da Vinci.

SUGERENCIAS

Para establecer las recomendaciones, se tomara en cuenta que Zeithaml y Bitner (2002) plantean que no es posible entregar un servicio de calidad al usuario externo, si no se tiene motivado al usuario interno, para lo cual se requiere que éste considere que el servicio que entrega es de calidad.

Tal como muestran los resultados expuestos, el servicio que se entrega en el Colegio Da Vinci de la Ciudad de Chillán es insatisfactorio debido a que no se logra alcanzar las expectativas de lo que debe ser un servicio educacional de excelencia. Lo anterior, conlleva que es necesario reducir las brechas de toda la comunidad educativa partiendo del personal directo que trabaja en la institución.

Los servicios adicionales de un servicio educacional de calidad son los que permiten la creación de valor adicional en el servicio entregado, influyendo directamente en la satisfacción que tiene la comunidad educativa de dicha institución.

Con respecto a los directivos se les recomienda como medida para incrementar la dimensión de seguridad, asegurar que los alumnos puedan progresar de forma integral en todos los ámbitos educativos. Respecto a esto, se sugiere un proceso de reclutamiento y selección de personal se incluya una inducción en el tema de trato a los alumnos donde inspiren confianza y ayuden a los alumnos, padres y apoderados y a los demás grupos de la comunidad educativa a resolver conflictos o problemas que tengan. En el caso del personal actual del colegio, resulta importante realizar actividades como capacitaciones y charlas de motivación que permitan incrementar los niveles de eficiencia y mejorar el desarrollo de sus actividades.

Se recomienda que el colegio implemente nuevas tecnologías de información que permitan que los alumnos de enseñanza básica y media acceder a computadoras de calidad (hardware y software más actualizados). Se sugiere estudiar la posibilidad de contar con los equipos mediante el sistema de leasing, lo que permitiría, mediante el pago de un arriendo, disponer de equipos que puedan ser actualizados en el corto plazo.

Otra forma de abordar este tema y cerrar esta brecha, puede ser implementando un modelo de computadores portátiles de bajo costo (Netbook) con aplicaciones múltiples, que permitan integrar conocimientos y prácticas pedagógicas al uso creativo y balanceado de la tecnología en algunos niveles académicos. Adicional a lo anterior, se sugiere implementar las salas de clases con dispositivos de conexión para que los mismos estudiantes puedan utilizar sus equipos personales.

Las medidas anteriores, permitirían disminuir además las brechas correspondientes a los docentes, padres y apoderados y asistentes de la educación en estos aspectos.

En cuanto a los alumnos, la dimensión que presenta una mayor brecha es la de liderazgo, principalmente debido a que según la información obtenida su mayor deficiencia se refiere a que la institución educativa no es capaz de administrar conflictos y resolver los problemas.

Bajo esta premisa, se sugiere una supervisión, evaluación y capacitación constante de los profesores, en cuanto a su desempeño en este ámbito. También, planificar una formación profesional del docente en estos aspectos y mejorar y organizar un trabajo de equipo efectivo; así como propender a fortalecer un tipo de aprendizaje colaborativo, tanto entre los estudiantes como entre los mismos profesores.

En este caso, además, el liderazgo de la institución se puede ver reflejado en los resultados de los alumnos, ya que si la dirección del colegio es capaz de tomar decisiones eficaces sobre el curriculum, selección y formación de los docentes, esto tendrá incidencia directa en el trabajo de aula y en el proceso de enseñanza aprendizaje. Mientras más participen en la toma de decisiones curriculares, los alumnos mostrarán un mejor desempeño académico y en su vida cotidiana; esto se puede lograr, en gran medida, a través de la fijaciones de metas concretas y evaluación de su cumplimiento, una nueva gestión estratégica para el colegio y el apoyo constante a los docentes y asistentes de la educación en sus actividades y desarrollo profesional.

A continuación se realizarán sugerencias para cada grupo de la comunidad educativa considerando disminuir las brechas más altas. Esto ayudará a mejorar la gestión de calidad, a través de la priorización de los aspectos que deben ser abordados y por lo tanto elevará la satisfacción con la calidad de servicio que presta el Colegio Da Vinci.

Tabla 34: Prioridades para disminuir brechas por afirmación desde el punto de vista de los alumnos y padres y apoderados.

Alumnos			Padres y Apoderados		
Afirmación	Brecha	Prioridad	Afirmación	Brecha	Prioridad
Bs Mat p4	-0,65	Primera Prioridad	Bs Mat p4	-0,44	Primera Prioridad
Lid p1	-0,62	Primera Prioridad	Bs Mat p2	-0,39	Primera Prioridad
Lid p2	-0,61	Primera Prioridad	Bs Mat p1	-0,35	Primera Prioridad
Bs Mat p2	-0,58	Segunda Prioridad	Pract p2	-0,32	Segunda Prioridad
Bs Mat p1	-0,57	Segunda Prioridad	Pract p4	-0,28	Segunda Prioridad
Seg p1	-0,51	Segunda Prioridad	Pract p5	-0,28	Segunda Prioridad
Seg p2	-0,51	Segunda Prioridad	Pract p3	-0,28	Segunda Prioridad
Lid p3	-0,50	Segunda Prioridad	Pract p1	-0,26	Tercera Prioridad
Gest p1	-0,49	Tercera Prioridad	Gest p4	-0,26	Tercera Prioridad
Pract p2	-0,48	Tercera Prioridad	Gest p5	-0,26	Tercera Prioridad
Gest p6	-0,47	Tercera Prioridad	Lid p2	-0,25	Tercera Prioridad
Gest p4	-0,44	Tercera Prioridad	Gest p3	-0,24	Tercera Prioridad
Gest p7	-0,43	Tercera Prioridad	Pract p9	-0,24	Tercera Prioridad
Gest p5	-0,43	Tercera Prioridad	Gest p2	-0,24	Tercera Prioridad
Gest p10	-0,42	Tercera Prioridad	Pract p6	-0,23	Cuarta Prioridad
Pract p1	-0,42	Tercera Prioridad	Seg p1	-0,22	Cuarta Prioridad
Pract p6	-0,41	Tercera Prioridad	Gest p6	-0,22	Cuarta Prioridad
Gest p2	-0,41	Tercera Prioridad	Gest p8	-0,22	Cuarta Prioridad
Seg p3	-0,41	Tercera Prioridad	Lid p3	-0,22	Cuarta Prioridad
Gest p3	-0,39	Cuarta Prioridad	Lid p1	-0,21	Cuarta Prioridad
Gest p8	-0,38	Cuarta Prioridad	Gest p1	-0,21	Cuarta Prioridad
Pract p4	-0,38	Cuarta Prioridad	Seg p3	-0,20	Cuarta Prioridad
Gest p9	-0,36	Cuarta Prioridad	Pract p8	-0,20	Cuarta Prioridad
Pract p5	-0,35	Cuarta Prioridad	Gest p7	-0,20	Cuarta Prioridad
Pract p9	-0,33	Cuarta Prioridad	Gest p10	-0,18	Quinta Prioridad
Pract p8	-0,30	Cuarta Prioridad	Pract p7	-0,17	Quinta Prioridad
Pract p3	-0,28	Quinta Prioridad	Gest p9	-0,17	Quinta Prioridad
Pract p7	-0,25	Quinta Prioridad	Seg p2	-0,17	Quinta Prioridad
Bs Mat p3	-0,21	Quinta Prioridad	Bs Mat p3	-0,14	Quinta Prioridad

Fuente: Elaboración Propia

En el caso de los alumnos y padres y apoderados la primera brecha que corresponde cerrar es la afirmación n°4 que corresponde a “la mantención de los inmuebles, muebles y equipos del colegio es bueno y oportuno”, sin embargo, para los padres y apoderados es necesario mejorar completamente la dimensión de bienes materiales o tangibles, dado que no cumplen con las expectativas que tienen con respecto de una institución educativa de calidad.

Como anteriormente se había considerado una sugerencia en el ámbito del liderazgo por parte de los alumnos se da principalmente por la afirmación 1 y 2 que corresponde respectivamente a “En el colegio el director y equipo directivo comunican sus puntos de vista con claridad y entienden las perspectivas de la comunidad escolar” y “en el colegio el director y equipo directivo son capaces de administrar conflictos y resolver problemas”. Considerando esto es necesario que la dirección del colegio establezca reuniones periódicas que ayuden a promover el liderazgo presente en dicha institución y que sean capaces de evaluar el personal docente y administrativo, considerando la capacidad que tienen para la resolución de conflictos.

En el caso de los docentes y asistentes de la educación, las afirmaciones que se refieren a: la apariencia de los equipos del colegio es moderno y de calidad; las instalaciones físicas son visualmente atractivas; la mantención de los inmuebles, muebles y equipos de un colegio es buena y oportuna; son lo más urgente de mejorar.

En el caso de los directivos, los aspectos más críticos, son de la dimensión de Seguridad y de Gestión del Clima Organización y Convivencia que corresponde a “el comportamiento de los directivos, docentes y asistentes de la educación del colegio inspira confianza, tratan a los alumnos cortésmente y cuentan con el conocimiento óptimo y adecuado a la labor que desempeñan para responder las consultas de los estudiantes y apoderados”; y “existen normas difundidas y consensuadas con la comunidad educativa para regular conductas, relaciones y conflictos entre los distintos actores del colegio, existen prácticas para prevenir riesgos y garantizar la seguridad, el director y equipo directivo se relacionan con instituciones de su comunidad, para potenciar el proyecto educativo y el colegio muestra un gran interés para solucionar los problemas de los alumnos y padres y apoderados. Son éstas las mayores deficiencias en el servicio, lo cual representa alta prioridad en ser resueltas, desde el punto de vista del funcionario.

Tabla 35: Prioridades para disminuir brechas por afirmación desde el punto de vista de los docentes, directivos y asistentes de la educación.

Docentes			Directivos			Asistentes de la Educación		
Afirmacion	Brecha	Prioridad	Afirmacion	Brecha	Prioridad	Afirmacion	Brecha	Prioridad
Bs Mat p1	-0,60	Primera Prioridad	Seg p1	-0,20	Primera Prioridad	Bs Mat p2	-0,46	Primera Prioridad
Bs Mat p2	-0,51	Primera Prioridad	Seg p2	-0,20	Primera Prioridad	Bs Mat p1	-0,43	Primera Prioridad
Bs Mat p4	-0,49	Primera Prioridad	Seg p3	-0,20	Primera Prioridad	Bs Mat p4	-0,43	Primera Prioridad
Pract Ped p6	-0,36	Segunda Prioridad	Gest p3	-0,20	Primera Prioridad	Pract p9	-0,24	Segunda Prioridad
Lid p3	-0,31	Segunda Prioridad	Gest p4	-0,20	Primera Prioridad	Seg p3	-0,22	Segunda Prioridad
Pract Ped p4	-0,30	Segunda Prioridad	Gest p5	-0,20	Primera Prioridad	Gest p4	-0,21	Segunda Prioridad
Pract Ped p2	-0,29	Segunda Prioridad	Gest p6	-0,20	Primera Prioridad	Pract p2	-0,20	Segunda Prioridad
Lid p2	-0,29	Segunda Prioridad	Bs Mat p2	-0,13	Segunda Prioridad	Pract p8	-0,20	Segunda Prioridad
Gest p5	-0,27	Tercera Prioridad	Lid p1	-0,13	Segunda Prioridad	Gest p2	-0,18	Tercera Prioridad
Gest p4	-0,26	Tercera Prioridad	Lid p2	-0,13	Segunda Prioridad	Gest p5	-0,18	Tercera Prioridad
Pract Ped p5	-0,25	Tercera Prioridad	Lid p3	-0,13	Segunda Prioridad	Pract p4	-0,16	Tercera Prioridad
Lid p1	-0,23	Tercera Prioridad	Gest p1	-0,13	Segunda Prioridad	Pract p1	-0,16	Tercera Prioridad
Pract Ped p9	-0,20	Tercera Prioridad	Gest p2	-0,13	Segunda Prioridad	Gest p1	-0,15	Tercera Prioridad
Gest p7	-0,18	Cuarta Prioridad	Pract p1	-0,13	Segunda Prioridad	Gest p3	-0,15	Tercera Prioridad
Gest p6	-0,16	Cuarta Prioridad	Pract p2	-0,13	Segunda Prioridad	Lid p2	-0,13	Cuarta Prioridad
Seg p3	-0,16	Cuarta Prioridad	Bs Mat p3	-0,07	Tercera Prioridad	Lid p3	-0,13	Cuarta Prioridad
Gest p8	-0,15	Cuarta Prioridad	Bs Mat p4	-0,07	Tercera Prioridad	Gest p6	-0,12	Cuarta Prioridad
Seg p2	-0,12	Cuarta Prioridad	Bs Mat p1	-0,07	Tercera Prioridad	Gest p7	-0,12	Cuarta Prioridad
Seg p1	-0,11	Cuarta Prioridad	Gest p7	-0,07	Tercera Prioridad	Gest p8	-0,12	Cuarta Prioridad
Bs Mat p3	-0,11	Cuarta Prioridad	Gest p8	-0,07	Tercera Prioridad	Pract p3	-0,12	Cuarta Prioridad
Pract Ped p3	-0,11	Cuarta Prioridad	Gest p10	-0,07	Tercera Prioridad	Lid p1	-0,10	Cuarta Prioridad
Pract Ped p1	-0,08	Quinta Prioridad	Pract p3	-0,07	Tercera Prioridad	Seg p1	-0,10	Cuarta Prioridad
Gest p9	-0,08	Quinta Prioridad	Gest p9	0,00	Cuarta Prioridad	Pract p5	-0,08	Quinta Prioridad
Gest p1	-0,08	Quinta Prioridad	Pract p5	0,00	Cuarta Prioridad	Pract p7	-0,08	Quinta Prioridad
Gest p2	-0,08	Quinta Prioridad	Pract p6	0,00	Cuarta Prioridad	Bs Mat p3	-0,06	Quinta Prioridad
Gest p3	-0,05	Quinta Prioridad	Pract p4	0,07	Cuarta Prioridad	Gest p9	-0,06	Quinta Prioridad
Gest p10	-0,04	Quinta Prioridad	Pract p7	0,07	Cuarta Prioridad	Pract p6	-0,04	Quinta Prioridad
Pract Ped p7	-0,02	Quinta Prioridad	Pract p8	0,07	Cuarta Prioridad	Seg p2	-0,03	Quinta Prioridad
Pract Ped p8	0,01	Quinta Prioridad	Pract p9	0,20	Cuarta Prioridad	Gest p10	0,06	Quinta Prioridad

Fuente: Elaboración Propia

Para realizar la medición de los avances que conlleve las mejoras, que buscan reducir las deficiencias detectadas mediante la utilización del mismo instrumento donde se sugiere el establecer indicadores para cada dimensión de calidad. Estos indicadores, se realizan al comparar los resultados de un año con otro.

De los resultados obtenidos, y realizado el análisis de estos por parte de la Dirección del Colegio Da Vinci de la ciudad de Chillán, se recomienda efectuar reuniones de trabajo integradas por miembros de la comunidad educativa, para comentar los resultados y encontrar los puntos en los que se esté fallando o por el contrario, en los que se está realizando un trabajo adecuado que motive una reducción de las brechas, con el fin de que la información de válida y exista una comunicación más fluida con toda la comunidad educativa del establecimiento.

En términos generales, la comunidad educativa debe preocuparse por cerrar principalmente brechas como “las instalaciones físicas del colegio no son visualmente atractivas”, “la mantención de los muebles, inmuebles y equipos no son buenas”; “la apariencia de los equipos del colegio no son modernas”. Con esto se puede llegar a la conclusión que para toda la comunidad educativa es de suma importancia, las instalaciones del colegio mejoren, y considerar las sugerencias mencionadas anteriormente.

BIBLIOGRAFIA

AMERICAN MARKETING ASOCIATION 2009. Disponible en <http://www.marketingpower.com/Pages/default.aspx>. Consultado el 25 de mayo de 2009.

CASTILLO, E. 2005. Recopilación escala Multidimensional SERVQUAL, Chillán, Universidad del Bio-Bio, Facultad de ciencias empresariales, 12p

COBRA, M. Y ZWARG, F. 1987. "Marketing de Servicios", Ed. Mc Graw-Hill.

COBRA, M. 1992. Marketing de servicios, conceptos y estrategias. Mac Graw Hill. Colombia.

CRONIN, J Y TAYLOR S. 1994. SERPERF versus SERVQUAL, Journal of marketing.

GRONROOS, C. 1994. Marketing y gestión de servicios. Madrid, Díaz de santos S.A. 221p.

GRONROOSS, C. 2000, Service Management and Marketing, UK, Jhon Wiley & Sons.

FERNÁNDEZ Y BAJAC, H. 2004. La Gestión del Marketing de Servicios", Ed. Granica de Chile S. A.

HERNANDEZ, R. 1997, Metodología de la investigación, Ciudad de México, McGRAW-HILL Interamericana de México. 505p

IDELFONSO G. 2005, Marketing de los Servicios, Madrid, Esic, 4º edición.

KOTLER, PH. Y KELLER, K. L. 2006. Dirección de Marketing. Pearson Educación. 816 pp. México.

LOVELOCK, C. WIRTZ, J. 2009. Marketing de Servicios: personal, tecnologías y estrategias. México, PERSON EDUCACIÓN, Sexta Edición, 672p.

REAL ACADEMIA DE LA LENGUA ESPAÑOLA. 2009 (en línea) <http://www.rae.es/rae.html>
(Consulta: 26 de julio de 2011)

ZEITHAML, V Y BITNER, M. 2002. Marketing de servicio, un enfoque de integración del cliente a la empresa. Ciudad de México D.F, McGRAW-HILL. 747p

DIRECCIONES DE INTERNET

AMERICAN MARKETING ASSOCIATION, 2008. Disponible en <http://www.marketingpower.com/Pages/default.aspx>. Consultado el 15 de Agosto del 2011.

KOTLER, P. KELLER. K. 2009. Dirección de marketing
<http://books.google.cl/books?id=CoHT8SmJVDQC&pg=PA697&dq=marketing+interno&lr=&as_brr=0&ei=pEGuSvLRGI6QNaKD3N8N#v=onepage&q=marketing%20interno&f=false>[Consulta: 13 de julio de 2011]

KRAJEWSKI, L. RITZMAN L. 2005. Administración de operaciones: estrategia y análisis
<<http://books.google.cl/books?id=B6LAqCoPSeoC&pg=PA231&dq=Malcolm+Baldrige&lr=&ei=G6-SsCGAYzIMZrYoNch#v=onepage&q=Malcolm%20Baldrige&f=false>> [Consulta: 4 de Septiembre de 2011]

HOFFMAN, K. BATESON, E. 2003. FUNDAMENTOS DE MARKETING DE SERVICIOS: CONCEPTOS, ESTRATEGIAS Y CASOS
<http://books.google.cl/books?id=iJYKz9v4md8C&pg=PA334&dq=SERVQUAL&ei=-_KkSsiZDZ6yNNiMybgB#v=onepage&q=SERVQUAL&f=false> [Consulta: 7 de Septiembre de 2011]

HOFFMAN, K. 2007. Principios de marketing y sus mejores prácticas
<<http://books.google.cl/books?id=UmmgWE2qqScC&printsec=frontcover#v=onepage&q=marketing%20interno&f=false>> [Consulta: 25 de agosto de 2011]

KOTLER, P. KELLER. K. 2009. DIRECCIÓN DE MARKETING
<http://books.google.cl/books?id=CoHT8SmJVDQC&pg=PA697&dq=marketing+interno&lr=&as_brr=0&ei=pEGuSvLRGI6QNaKD3N8N#v=onepage&q=marketing%20interno&f=false> [Consulta: 4 de Julio de 2011]