

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**Trabajo de titulación en la modalidad de proyecto de
investigación previo a la obtención del Título de
Ingeniero de Empresas**

**TEMA: “La calidad del servicio y el nivel de
satisfacción de los clientes en las Instituciones de
Educación Básica Particulares”**

AUTOR: Santiago Omar Sánchez Palacios

TUTOR: Dr. Mg. Hector Emilio Hurtado Puga

AMBATO – ECUADOR

Mayo 2018



APROBACIÓN DEL TUTOR

Dr. Mg. Héctor Emilio Hurtado Puga

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**La calidad del servicio y el nivel de satisfacción de los clientes en las Instituciones de Educación Básica Particulares**” presentado por el señor **Santiago Omar Sánchez Palacios**, para optar por el título de Ingeniero de Empresas, **CERTIFICO**, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 04 de abril del 2018



Dr. Mg. Héctor Emilio Hurtado Puga

C.I 180232369-9

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **Santiago Omar Sánchez Palacios**, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniero de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



Santiago Omar Sánchez Palacios

C.I 180443376-9

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.



Ing. Elias David Caisa Yucailla

C.I. 180345866-8



Dra. M.Sc. Zoila Esperanza López Miller

C.I. 180150988-4

Ambato, 25 de Abril de 2018

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este proyecto, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.

A handwritten signature in blue ink, consisting of several overlapping loops and curves, positioned above a horizontal line.

Santiago Omar Sánchez Palacios

C.I 180443376-9

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por protegerme durante todo mi camino y darme fuerzas para superar cada uno de los obstáculos que se presentaron en mi vida.

A La Universidad Técnica de Ambato, en especial a la Facultad de Ciencias Administrativas por los conocimientos brindados para mi vida laboral.

A todos mis maestros que contribuyeron con enseñanzas durante mi carrera profesional.

A mi tutor docente Dr. Héctor Emilio Hurtado quien contribuyo con sus conocimientos a la realización del presente proyecto de tesis.

A los docentes calificadores Ing. Elias David Caisa Yucailla y a la Dra. M.Sc. Zola Esperanza Lopez Miller por la paciencia y entrega en la enseñanza.

Santiago Omar Sánchez Palacios

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo a Dios, por haberme permitido llegar hasta este momento tan importante en mi vida, el que me ha dado fortaleza para continuar cuando a punto de caer he estado.

A mi madre Fabiola Palacios por demostrarme siempre su apoyo incondicional lo cual me ha ayudado a salir adelante en los momentos más difíciles, quien ha sabido formarme con buenos sentimientos y valores, quien me ha acompañado durante todo mi trayecto estudiantil .

A mi padre Carlos Sánchez que siempre lo he tenido presente en mi vida y me apoyado en cada una de mis metas sé que está orgulloso de la persona en la cual me he convertido.

A mis hermanos Carlos y Fabian que siempre estuvieron a mi lado y que han sido parte de este logro en mi vida.

ÍNDICE GENERAL

	Páginas
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	II
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	III
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO.....	IV
DERECHOS DE AUTOR.....	V
AGRADECIMIENTO.....	VI
DEDICATORIA	VII
ÍNDICE GENERAL.....	VIII
ÍNDICE DE CUADROS.....	X
ÍNDICE DE TABLAS	XI
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XII
ÍNDICE DE ANEXOS.....	XII
RESUMEN EJECUTIVO	XIII
ABSTRACT.....	XIV
1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN.....	1
2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	6
2.1. Objetivo general.....	6
2.2. Objetivos específicos	6
3.1. Origen y evolución.....	7
3.1.1. La calidad en el servicio educativo	8
3.1.2. Las trampas de la calidad de la educación.....	8
3.1.3. Componentes de calidad en las instituciones educativas	9
3.2. Satisfacción de los usuarios en unidades educativas.....	9
3.3. Calidad	10
3.3.1. Procedimiento.....	11

3.3.1.1.	Fiabilidad	12
3.3.1.2.	Liderazgo.....	13
3.3.1.2.	Autocrático.....	14
3.3.1.3.	Democrático.....	15
3.3.1.6.	Variable.....	17
3.3.1.7.	Programas	17
3.3.1.8.	Sociales	18
3.3.1.9.	Currículo educativo	19
3.3.1.10.	Valor agregado.....	20
3.3.1.11.	Producto educativo	21
3.3.1.12.	Satisfacción.....	22
4.	METODOLOGÍA	26
4.1.	Caracterización del sector	26
4.1.2.	Métodos empíricos	26
4.2.	Población y muestra	27
4.2.1.	Recolección de información.....	31
4.3.	Validación del instrumento	35
4.4.	Procesamiento y análisis de la información	36
5.	RESULTADOS	37
5.1.	Resultados del instrumento	37
5.1.1.	Gestión de la calidad	37
5.1.2.	Indicadores	37
5.1.4.	Actividades	39
5.1.5.	Satisfacción.....	39
5.1.7.	Propuesta	41
5.1.8.	Implementar.....	41
5.1.9.	Objetivos.....	42

5.1.10.	Valores	43
5.1.11.	Enfoque ambiental	43
5.1.12.	Departamento de talento	44
5.1.14.	Certificación.....	45
5.1.15.	Logro.....	45
5.1.17.	Seguimiento	47
5.1.18.	Evaluaciones	47
5.1.19.	Retroalimentación.....	48
5.1.20.	Trabajo en equipo	49
5.1.23.	Problemas.....	51
5.2.	Tratamiento estadístico	51
5.2.1.	Identificación de supuestos	52
5.2.2.	Planteamiento de hipótesis	52
5.2.3.	Nivel de significancia.....	52
5.3.	Desarrollo.....	53
5.3.2.	Regla de decisión.....	55
5.3.3.	Decisión final.....	55
6.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	56
6.1.	Conclusiones	56
6.2.	Recomendaciones.....	57
7.	BIBLIOGRAFÍA	58
	ANEXOS	68

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Población	27
Tabla N° 2 Plan de recolección de la información.....	31
Tabla N° 3 Resumen de procesamiento de casos.....	35
Tabla N° 4 Estadísticas de fiabilidad	36
Tabla N° 5 Gestión de la calidad	37
Tabla N° 6Indicadores	38
Tabla N° 7 Cumplimiento	38
Tabla N° 8 Actividades	39
Tabla N° 9 Satisfacción.....	40
Tabla N° 10 Inspecciones	40
Tabla N° 11Propuesta	41
Tabla N° 12 Implementar.....	42
Tabla N° 13 Objetivos.....	42
Tabla N° 14 Valores.....	43
Tabla N° 15 Enfoque ambiental.....	43
Tabla N° 16 Departamento de talento.....	44
Tabla N° 17 Programas	44
Tabla N° 18 Certificación	45
Tabla N° 19 Logro	46
Tabla N° 20 Orientaciones.....	46
Tabla N° 21 Seguimiento.....	47
Tabla N° 22 Evaluaciones.....	48
Tabla N° 23 Retroalimentación.....	48
Tabla N° 24 Trabajo en equipo	49
Tabla N° 25 Prevenir.....	50
Tabla N° 26 Conflictos	50
Tabla N° 27 Problemas	51
Tabla N° 28 Correlaciones	54
Tabla N° 29 criterios de decisión.....	55

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1 Procesamiento y análisis de la información	36
---	----

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1 Conceptualización Variable Independiente: Calidad del servicio	33
Cuadro N° 2 Conceptualización Variable Dependiente: Nivel de satisfacción de los clientes.....	34

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A Árbol de problemas	68
Anexo B Técnica de la encuesta (cuestionario)	69

RESUMEN EJECUTIVO

La preocupación por la calidad del servicio en las Instituciones de Educación Básica Particulares en el Ecuador es fundamental e indispensable para el desarrollo de las actividades dentro de una sociedad. Lo que se logró fue determinar la calidad del servicio y el nivel de satisfacción de los clientes internos.

El desarrollo estuvo integrado de métodos teóricos y empíricos, además un enfoque cuantitativo. El diseño de investigación exploratorio, descriptivo y correlacional; la población de estudio El diseño exploratorio, descriptivo y correlacional; la población de estudio 43 colaboradores.

El presente trabajo de investigación se ha enfocado en realizar un análisis de la satisfacción de los clientes en las Instituciones de Educación Básica Particulares sobre la calidad del servicio que ofrece dichas instituciones con el fin de diagnosticar la calidad en el servicio que prestan las Unidades Educativas Particulares de la provincia de Tungurahua.

La técnica empleada la encuesta cuyo instrumento (cuestionario) conformado por 23 ítems. Los resultados de relevancia mediante el modelo estadístico de coeficiente de Pearson fueron: las inspecciones -el aparente de talento (0,616), departamento de talento- indicadores (880), indicadores- seguimiento (0,587) y seguimiento -satisfacción (0,421), ellas fueron las correlaciones más significativas, con lo cual se evidencio claramente que existe una relación entre ambas variables de estudio.

Por lo cual se recomendó elaborar un instructivo estandarizado para fortalecer la calidad del servicio en las instituciones educativas particulares.

PALABRAS CLAVES: INVESTIGACIÓN, CALIDAD EN EL SERVICIO, SATISFACCIÓN CLIENTES, EDUCACIÓN BÁSICA

ABSTRACT

The concern for the quality of the service in the institutions of Basic Education institutions in Ecuador is fundamental and indispensable for the development of activities within a society. What was achieved was to determine the quality of the service and the level of satisfaction of the internal clients.

The development was integrated of theoretical and empirical methods, in addition a quantitative approach. The design of exploratory, descriptive and correlational research; the study population The exploratory, descriptive and correlational design; the study population 43 collaborators.

The technique used was the survey whose instrument (questionnaire) consisted of 23 items. The relevant results using the statistical model of the Pearson coefficient were: the inspections -the talented one (0.616), the talent department- indicators (880), indicators-follow-up (0.587) and follow-up - satisfaction (0.421), they were the most significant correlations, with which it became clear that there is a relationship between both study variables.

Therefore, it was recommended to elaborate a standardized instruction to strengthen the quality of service in private educational institutions.

KEYWORDS: RESEARCH, QUALITY IN THE SERVICE, CUSTOMER SATISFACTION, BASIC EDUCATION

1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

En la actualidad los servicios educativos en el mundo se han incrementado debido al crecimiento poblacional constante. Esto se debe al desarrollo generando por los países en pro desarrollo que en su mayor parte son de América del Sur. Las Unidades de Educación particulares han tenido que acogerse a diferentes estrategias que les permitan diferenciar su servicio, con lo cual han podido retener a los estudiantes, pero lastimosamente aquellas estrategias no han servido de mucho, pues al ser la sociedad constantemente cambiante existe la dificultad de poder llegar a cumplir con las exigencias y la satisfacción de la demanda educativa (Simancas, 2015).

Los elementos que constituyen a la calidad de la educación son inadecuados específicamente en los procesos de prestación del servicio al cliente externo. En el estudio realizado en Barcelona sobre la educación fueron definidos otros criterios de calidad del servicio que se reflejan en todo lo que la organización hace, como se realiza y cómo se gestiona, entre los más importantes encontrados al evaluar la calidad están: el liderazgo en un 12%, personas profesionales 7%, planificación y estrategia 10%, colaboradores y recursos 7% y procesos 14%. En cuanto a los resultados que se pretende alcanzar están clasificados en: resultados en Personal 11%, resultados en usuarios 15%, resultados en entorno 10%, resultados clave 14% que son las ponderaciones dadas por los organismos de control de la educación en España (Folgueiras, Luna, & Puig, 2014).

De acuerdo a la clasificación anterior los resultados obtenidos en el estudio mostraron que en las instituciones de educación en general mantienen un bajo grado en los niveles de satisfacción por la atención recibida por parte del alumnado y padres de familia. En concreto a un 48% le ha gustado como realizan las actividades y solo al 30% la forma de ofrecer los servicios. También un 42% recomendaría a sus amigas y amigos que formasen parte de sus respectivas instituciones de educación secundaria. Por último, aunque el porcentaje no es tan alto al preguntar a los clientes externos si serian parte de la generación de políticas y estrategias institucionales el 47% consideran que pueden contar con ellos (Folgueiras, Luna, & Puig, 2014).

Al estudio realizado en Barcelona se suma los criterios que fueron considerados para medir la calidad del servicio en las instituciones de educación secundaria del Valle de Toluca entre los más importantes se mencionan seis grupos de criterios para medir la calidad del servicio, los cuales tienen una ponderación cada uno: Los métodos de enseñanza y evaluación (15%) que se compone de metodología aplicada, incorporación de las nuevas tecnologías y sistema de evaluación. El nivel de autorrealización del estudiante (15%) que se compone de las calificaciones o resultados obtenidos, conocimientos y habilidades adquiridas, valores adquiridos y capacitación para la inserción al mundo laboral. Los servicios de apoyo (15%) que integra el servicio bibliotecario, acceso a sala de cómputo, acceso a internet, servicio de fotocopiado, cafetería escolar, servicio médico, acceso a actividades culturales y, artísticas y recreativas (Álvarez, Chaparro, & Reyes, 2015).

Además, los servicios administrativos (15%) que está integrado por control escolar y proceso de admisión e inscripción. El ambiente propicio (15%) que se compone de la atención por parte del personal administrativo, atención del personal de servicios de apoyo y mantenimiento y la atención por parte del personal docente Ambiente estudiantil. Y la infraestructura (15%) compuesta de la limpieza de las instalaciones, condiciones del mobiliario, espacios para la enseñanza (salones, talleres, laboratorios), espacios para el descanso y recreación, instalaciones de la biblioteca, instalaciones del área de cómputo, instalaciones de la cafetería escolar, instalaciones deportivas e instalaciones sanitarias (Álvarez, Chaparro, & Reyes, 2015).

Resulta difícil el tratar de definir la calidad del servicio en la educación, lo cual se ha debatido por décadas y ha dado origen a considerar que es la promoción de las actitudes de las autoridades, docentes y personal administrativo; como la dimensión funcional en la prestación del servicio la que se relaciona con el tratamiento que reciben los estudiantes y padres de familia. Pero el cambio de milenio a promovido variaciones drásticas por el apareamiento de las tecnologías de la información y la competencia de mercados nacionales e internacionales. Pues el incremento de la demanda fue sustancial desde los años 70 de donde se desprendió varios paradigmas y teorías en la efectividad en la educación (Valenzuela, 2013).

En el Ecuador la mayor parte de las políticas de la calidad del servicio en las instituciones de educación es responsabilidad directa del Ministerio de Educación de allí la necesidad que ha tenido el definir parámetros que se acoplen a las instituciones. Es así que, en las evaluaciones realizadas en el año 2010, la mayor parte de instituciones es decir el 60% de instituciones públicas y privadas no cumplían con estándares de calidad, pero fueron consideradas que podrían dar un giro de 360° para mejorar las dificultades principalmente la pésima atención que se brindaban a los padres de familia al momento que se acercaban a conocer sobre el rendimiento que tenían sus hijos. Ello era aceptable en las públicas, pero en las particulares era muy diferente, pues por lo general no facilitaban las garantías necesarias para el generar los servicios educativos. Pues la mayor parte de estas instituciones no contaban con instalaciones propias, los docentes no contaban con el nivel de preparación adecuado y sobre todo el perfil de ellos no era idóneo (Ministerio de Educación, 2015).

En el país según datos del Ministerio de Educación (2015) existen 569 instituciones Fiscomisionales, 248 municipales, 4559 particulares dando un total de 2.687 en todo el país, las cuales se encuentran en un proceso de revisión de estándares de calidad en el servicio que compone muchos factores. Por ello la importancia que representa el conocer el número de instituciones por provincia del Ecuador. Entre las que tienen el mayor número de instituciones educativas son Guayas, Manabí y Pichincha; la existencia de un mayor número de instituciones se debe a la densidad poblacional que existe en las provincias. En este caso, Manabí tiene 1.288 instituciones más que Pichincha, aunque, ésta última tenga el 16,4 % de población en edad escolar. En cuanto a la tasa de analfabetismo, Manabí tiene 9,1 % y Pichincha 3,8 % respectivamente. Mientras tanto, Galápagos es la provincia con un número menor de instituciones educativas, estas instituciones son las necesarias para satisfacer la demanda educativa en dicha provincia (posee la menor población estudiantil a nivel nacional).

Las primeras mediciones en la calidad del servicio se realizaron en la década de los noventa. El modelo 'Aprendo' fue un paso relevante, cuando se valoró a los estudiantes a través de una muestra representativa, en Lenguaje y Matemática. Los

resultados fueron negativos, debido a causas estructurales: la falta de procesos de desarrollo de la atención a los estudiantes y padres de familia; la ineficiente formación de los docentes y la evidente desarticulación de políticas y estrategias que vinculen al desarrollo de las actividades.

En la primera década del siglo XXI aparecieron otros sistemas de evaluación de la calidad. Uno de ellos fue Sí Profe, que amplió su radio de acción a la evaluación de los profesores. Las inversiones en este período fueron importantes: se triplicó el presupuesto de educación (2008-2014) en relación con otros gobiernos. Pese a este logro, el Informe de Progreso Educativo 2010 elaborado por Grupo Faro, Fundación Ecuador y Preal, destacó la prevalencia problema central de la educación ecuatoriana: la baja calidad en la prestación de los servicios en las instituciones privadas, que ubican al Ecuador en el puesto siete entre catorce países consultados. La mejora del desempeño escolar es evidente, pero siguen afectando otros factores asociados a los aprendizajes: el nivel socioeconómico, el apoyo de las familias, la asistencia previa a la educación preescolar o inicial, la práctica docente y las múltiples formas de violencia (Segobia, 2015).

En la Provincia de Tungurahua según el presupuesto del Ministerio de Educación, para el año 2014 es incremento fue de 2 veces más en comparación del año 2006, lo cual significó el incremento del 65% en la tasa de matrícula de estudiantes en las instituciones públicas y de un 5% en las instituciones privadas lo cual es evidente por la gran inversión por la educación pública. El número de establecimientos educativos tanto fiscales, municipales, Fiscomisionales, particular laico y particular religioso públicos por cantones es: Cantón Ambato 63 establecimientos, Baños de Agua Santa 7, Cevallos 3, Mocha 3, Patate 7, Quero 7, San Pedro de Pelileo 16, Santiago de pillarlo 12 y Tisaleo 5; dando un total de 123 instituciones en la provincia de Tungurahua (Ministerio de Educación del Ecuador, 2015).

Las instituciones educativas presentan varios problemas en el aspecto de la gestión de las instituciones particulares, pues las instituciones al ser de personas particulares por lo general se dedican a lucrar sin considerar el cumplimiento de los parámetros mínimos. El problema central de las instituciones particulares es el desconocimiento

delos atributos de la calidad en el servicio, esto debido que se evidencia según los estudios realizados en la provincia existe una atención a los padres de familia debido que los representantes se encuentra insatisfechas, pues lo que buscan que exista es una comunicación apropiada con los docentes (Ministerio de Educación del Ecuador, 2015).

Por otra parte, a menudo se evidencia que en una minoría las instituciones particulares tienen una correcta presentación del personal docente, pues los docentes, aunque tienen los uniformes incumplen en el uso de los mismos porque por lo general no les gusta. Además, las instituciones no proyectan adecuadamente la imagen institucional por el uso incorrecto del logotipo que, por lo general, estos factores han disminuido el oleaje para el ingreso de nuevos estudiantes debido que no se han generados estrategias de integración de los procesos al ofertar los servicios educativos.

2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Objetivo general

Determinar la calidad del servicio y el nivel de satisfacción de los clientes en las Instituciones de Educación Básica Particulares de Tungurahua.

2.2. Objetivos específicos

- Fundamentar teóricamente la calidad del servicio como determinante en la satisfacción de los clientes externos en la educación.
- Diagnosticar la calidad en el servicio que prestan las Unidades Educativas Particulares de la provincia de Tungurahua.
- Caracterizar los factores vinculantes en el nivel de satisfacción de los clientes externos de las Unidades Educativas Particulares.

3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

3.1. Origen y evolución

La preocupación por la calidad en la educación tiene una trascendencia emblemática y se remonta por los finales del siglo XVIII. La universalización de la evaluación de los aprendizajes, según los mismos criterios y prácticas, y el interés creciente de los estados por cooptar la educación de masas y dar cuerpo a sistemas educativos nacionales son dos expresiones de este hecho. Pero la problemática de la calidad de la educación, a raíz de las dinámicas culturales que en términos globales se desencadenan en las últimas décadas del siglo XX, adquiere una serie de matices particulares que la hacen más compleja y necesitada de un tratamiento en el que converjan dimensiones como la económica, política, filosófica, curricular y, por supuesto, la pedagógica (Orozco, Toro, & Duarte, 2009).

En este contexto de la satisfacción del servicio, surge la calidad del servicio “término que data desde la década de 1990” cuyo sistema está definido con la misma rigurosidad que para la satisfacción del servicio. Se trata entonces de un sistema con todas las consecuencias que esto acarrea, sobre todo, en lo que se refiere al rigor necesario en cuanto a la concepción y la puesta en funcionamiento. Pero, la gran diferencia en relación con la fabricación de un producto reside en el hecho de que el cliente forma parte integrante del sistema de calidad, él es uno de los actores, a la vez productor y consumidor. En relación a la definición que antecede se identifican entre los elementos que forman parte del sistema de Servicio: al cliente (consumidor implicado en la fabricación del servicio), el soporte físico (soporte material), el personal de contacto (persona en contacto, directo con el cliente), el servicio (este resultado constituye el beneficio que debe satisfacer la necesidad del cliente) el sistema de organización interna (no visible para el cliente, funciones clásicas de la empresa) y por último los demás clientes (intercambio de comunicación entre) (Ríos, 2014)

Debido a la importancia cada vez mayor que las empresas conceden a la prestación de servicios o servicios conexos, es un factor estratégico analizar y comprender las

diferencias e importancia de la naturaleza del proceso de Fabricación de productos y servicios. En este contexto es necesario plantear la siguiente pregunta ¿es fabricado un servicio de la misma manera que un producto? Para responder a esta cuestión, es oportuno conceptualizar el término servicio que de acuerdo a Philip Kotler: Servicio es cualquier acto o desempeño que una persona ofrece a otra y que en principio es intangible y no tiene como resultado la transferencia de la propiedad de nada. La producción del mismo podría estar enlazada o no a la de un bien físico. (Ríos , 2014)

3.1.1. La calidad en el servicio educativo

Casi la mitad de los países han introducido políticas para mejorar la formación pre-profesional la mayoría de las políticas se han centrado en aumentar la calidad y algunos países han introducido nuevos cursos programas o la acreditación de programas para el control de calidad. En la calidad educativa actualmente en el ámbito educado se justifica con cualquier proceso de cambio o planes de mejora de la educación. Su eficacia y la eficiencia son pilares fundamentales la cual afirmaremos que vivimos en una sociedad donde su característica es el cambio, procesos que se dan en las escuelas en el cual sus servicios son los que prestan a la sociedad y está afectada directamente a los cambios sociales culturales del medio donde se encuentra (Pont, 2015).

3.1.2. Las trampas de la calidad de la educación

Cuando se abusa tanto de un vocablo como el de calidad de la educación se imponen una serie de trampas terminológicas, intrínsecas y extrínsecas, cuya finalidad radica en presentar unas determinadas políticas y decisiones educativas como si fueran naturales, un resultado de fuerzas irreversibles, ligadas al mercado (Vega, 2014).

Cuando la calidad de la educación tiene una serie de trampas que son intrínsecas y extrínsecas su finalidad es representar políticas y en las decisiones educativas naturalmente con este sentido la calidad de la educación se ve como un término normal que todos deben aceptar.

Intrínseca. -La finalidad del rendimiento académico se debe que por parte de los clientes se les presenta un listado de las instituciones más prestigiosas y ellos seleccionan donde estudiaran sus hijos aquí influye mucho la posición económica de los padres en la cual los clientes se van a sentir satisfechos con la calidad de la enseñanza y se verá reflejado en el pago a la institución. Si el cliente no está satisfecho y la educación que reciben los estudiantes se debe decir que es de mala calidad o en una perspectiva diferente la educación y la calidad no se refiere al producto si no a la sensación y satisfacción que las personas demandan en este caso es la educación.

Extrínseca. -La calidad está determinada al costo-beneficio en el cual se deriva la eficacia y la eficiencia para una mejor calidad educativa en la cual puede tener un número mayor de estudiantes con menos profesores en donde la productividad aumentaría y los recursos serían ahorrados de tal modo que la eficiencia “hacer más con menos” y la efectividad alcanza lo resultados establecidos en la calidad educativa.

3.1.3. Componentes de calidad en las instituciones educativas

En general es una tarea harto difícil no lo es menos el fijar los niveles de calidad naturalmente, lo ideal sería poner crear índices de integralidad que corresponde a la educación en definitiva en el cual la calidad de un centro educativo ha de medirse en términos de resultados y logros. Los aspectos educativos relacionados con la gestión de resultados y va de la mano con la dirección de criterios y resultados se debe a que permiten medir el grado de idoneidad es decir la calidad de la institución (procesos, resultados y la opinión de los clientes). Los indicadores se basan en el producto de la calidad, la satisfacción de los alumnos y el efecto en el impacto social mediante los agentes predictores tiene una metodología, diseños de estrategias, recursos materiales humanos y un liderazgo educativo en los cuales se logra reunir en las instituciones educativas para lograr niveles aceptables de calidad en la cual se tendrá un liderazgo educativo (Pont, 2015).

3.2. Satisfacción de los usuarios en unidades educativas

La mercantilización de la educación, y la consecuente identificación de las instituciones educativas como —organizaciones empresariales y de los estudiantes como consumidores— llegaron acompañadas de la gestión enfocada hacia la calidad total, cuya teoría define al consumidor o cliente como aquel que recibe el beneficio de los servicios y productos de la organización. La satisfacción del alumno a nivel educativo se evalúan variables específicas el usuario juzga si la calidad de bienes o servicios son aceptables y satisface su necesidad con excelencia para medir la satisfacción del cliente hay que tener sentido siempre con acciones que induzcan a mejorar la innovación es por ello que a los estudiantes se les orienta a la toma de decisiones que permitan incrementar su fortaleza ya que de ellos depende la supervivencia de la unidad educativa por la cual hay factores que inciden en su formación académica que se encuentra en la calidad del docente y su enseñanza la infraestructura que tiene el centro educativo y la autor relación del estudiante con los demás factores para que sus expectativas sean cubiertas con sus necesidades de una mejor manera (Alvaréz & Chaparro, 2014).

3.3. Calidad

Cada vez que se habla de una educación de calidad, buena o mala, se arma un verdadero embrollo, porque cada cual expresa lo que se le ocurre, cargado de ideología y por ende de subjetividad. Casi siempre se responde a pura emoción, por decirlo de algún modo. Depende de la circunstancia en la que se nos hace la pregunta. No obstante, eso, también depende de los parámetros y los paradigmas a los que adhiere el evaluador, generalmente externo a la institución educativa. Los padres, los alumnos mismos, suelen repetir lo que alguno de los llamados expertos o especialistas en el tema, han instalado a través de sesudas elucubraciones o bien, según lo que ha escrito en algunos de sus libros. El concepto fundamental, cuasi eterno, de las dos categorías: bueno o malo; aceptable o inaceptable, sigue preocupándonos a unos y a otros. Ciertos periodistas, amantes del “inductivismo”, inducen valga la redundancia al docente o bien al público lector, a opinar “sobre un cuánto hay” sobre el particular. Lo digo porque me ha ocurrido también a mí, como a cualquiera otro; que esa interrogación que se nos hace “a boca de jarro” reciba una

respuesta repentina, con lo cual suelen meternos en el embrollo al que hago referencia y sea tomada como palabra experta, cuando no siempre lo es. (Menin, 2013)

El tema de la calidad no es moda, es una construcción colectiva que se ha venido estructurando hace varios años por diferentes autores, entre ellos Crosby, Deming, Feigenbaum, Ishikawa, entre otros. Su abordaje ha tenido diferentes aproximaciones en la historia, pasando del concepto en el que la calidad era para los productos, la corrección de errores y se dependía de un departamento de calidad, hasta llegar al actual paradigma en el que la calidad tiene que ver con todos los procesos organizacionales, se orienta hacia la prevención e involucra cada uno de los miembros de la institución. Calidad como gestora de recursos, como origen de reputación, como eficiencia, como adaptación, como innovación (Osorio, 2015).

La calidad de la formación académica de los médicos es una preocupación mundial, de ella depende la calidad en la atención de la comunidad. En nuestro caso específico la de docentes en Colombia. La percepción o imaginario colectivo es que de los 70.000 del país muchos de ellos no alcanzan estos lineamientos de excelencia, con el agravante de que durante a nos no reciben adecuados procesos de formación continua. Sin duda se hace necesario un proceso de certificación y recertificación a cada uno de los médicos responsables de la atención. (Palacio, 2016).

3.3.1. Procedimiento

La gestión de la calidad para las empresas tanto a nivel mundial como para el contexto cubano constituye una de las prioridades en su quehacer cotidiano, con vistas a garantizar un cierto nivel de competitividad que les permita sobrevivir en el mercado. Si no se garantiza que el producto o servicio final satisfaga las necesidades de los clientes con rapidez y al mínimo coste no se logrará dicho objetivo. El sistema de gestión de la calidad (SGC) según la familia de NC ISO 9000, que constituyen una serie de normas vigentes que rigen la documentación de los SGC en las empresas, viene a ser el método más usado en las empresas cubanas.

Específicamente la NC ISO 9001: 2015 manifiesta en varios de sus requisitos la necesidad de utilizar la comunicación como una herramienta útil y necesaria para garantizar la implementación eficaz de este sistema, ya que esta subyace en todos los procesos organizacionales. (Parra, Pavón, Guerrero, & Suárez, 2016).

Una gestión eficiente y eficaz de los recursos y problemas públicos, y de la atención a las necesidades esenciales de la sociedad representa un importante mecanismo de transformación social y forma la base de las economías exitosas. La gestión eficiente contribuye al desarrollo de mejoras públicas y estrategias públicas, constituye una ventaja competitiva. Para la gestión pública eficiente, desempeña un importante papel para el desarrollo económico y social, torna al sector público más confiable y contribuye al mejor desempeño de sus organizaciones. La eficiencia y eficacia del sector público están asociadas al desarrollo de sus estrategias y ventajas competitivas. La no existencia de mecanismos e instrumentos para la evaluación integrada de los indicadores de Salud, Educación y Asistencia Social dificulta la evaluación de la calidad de la gestión de los gobiernos municipales con población hasta 15 000 habitantes en Brasil, se convierte en el problema científico de la presente investigación (Sampaio & Romero, 2017).

Los costos de la calidad funcionan como detectores de procesos con problemas, es decir, de aquellos necesitados de acciones correctoras tendentes a la consecución de la mejora continua y esto a su vez, permite eliminar aquellas actividades que no aportan valor al producto o servicio. En este sentido, también contribuye la adopción de una gestión por procesos, pues esta ofrece un enfoque total al cliente externo desplegando al interior de la empresa sus necesidades (estándar mínimo) y sus expectativas (subjetivo), siendo el cumplimiento de éstas últimas las que generan valor agregado, por lo que la gestión por procesos se presenta en la actualidad como un sistema de gestión, orientado a la calidad y a la reducción de costos. (González & Moreno, 2016).

3.3.1.1. Fiabilidad

La fiabilidad se concibe como la consistencia o estabilidad de las medidas cuando el proceso de medición se repite. Por ejemplo, si las lecturas del peso de una cesta de manzanas varían mucho en sucesivas mediciones efectuadas en las mismas condiciones, se considerará que las medidas son inestables, inconsistentes y poco fiables. La carencia de precisión podría tener consecuencias indeseables en el coste de ese producto en una ocasión determinada. De esta concepción se sigue que de la variabilidad de las puntuaciones obtenidas en repeticiones de la medición puede obtenerse un indicador de la fiabilidad, consistencia o precisión de las medidas. Si la variabilidad de las medidas del objeto es grande, se considerará que los valores son imprecisos y, en consecuencia, poco fiables. (Pietro & Delgado, 2010).

La necesidad de analizar las causas, unida a la visión sistémica de los accidentes y a la implicación del contexto organizativo, han permitido el desarrollo de algunos modelos de análisis entre los que destaca el modelo conocido como del “patógeno residente” de James Reason. Este modelo muestra el modo en que los operadores se relacionan con el fallo de sistemas complejos e interactivos, provocando un accidente. Entonces, éste es consecuencia de las interacciones de una serie de fallas o defectos en el sistema, muchos de las cuales no son visibles y tienen serias consecuencias posteriores. Estas fallas pueden ser activas y latentes. Las fallas latentes, aun cuando no causen daño, pueden crear una “ventana de oportunidad” para que se cometa una falla activa que, al interactuar con ciertas condiciones circunstanciales, rompa todas las acciones preventivas de las empresas para evitar los daños y produzca un accidente (Pons, Villa, & Bermúdez, 2013).

3.3.1.2. Liderazgo

El liderazgo forma parte del marco de referencia de la educación superior; sin embargo, comúnmente aparece asociado a la ocupación de un cargo formal en la estructura jerárquica de las instituciones. Por el contrario, con base en el concepto de identidad social, en este ensayo se pretende re-significar el liderazgo académico

como aquel que se manifiesta en la manera en que los investigadores definen la realidad en sus disciplinas o campos específicos de estudio y se sostiene que los líderes académicos se caracterizan por ser mentes creativas capaces de abrir nuevas direcciones en la generación y transmisión del conocimiento (Hernández M. , 2013).

El liderazgo, en el campo educativo, es un tema que en las últimas décadas adquirió relevancia, debido a que se realizaron cambios en las políticas educativas, dando mayor énfasis a las cuestiones académicas, porque en los diagnósticos realizados se apreció que las instituciones escolares, en cuanto a las funciones directivas, estaban concentradas en aspectos de carácter administrativo. Se realizaron algunas críticas a la forma cómo se habían venido administrando las cuestiones educativas y se propuso ubicarse en la línea de la gestión educativa, donde una de las líneas a transformar es la función directiva. En esta definición podemos advertir por lo menos dos condiciones para que una persona pueda ser considerado líder, en primera instancia debe ser reconocido; lo que significa que debe contar con una legitimidad, la que no es otorgada, en primera instancia, en función de un nombramiento, sino que proviene de la confiabilidad que genera. Otra condición es contar con un grupo de personas que son las que le otorgan la legitimidad y finalmente aparece la función del líder, la capacidad para guiar y dirigir (Sánchez & Barraza, 2015). Se puede definir también, como las cualidades de capacidad y entereza que favorecen la guía y el control que ejerce una persona hacia otros individuos. Se puede entender al liderazgo como aquellos intentos de influencia interpersonal que se ejerce sobre otros individuos, a los cuales se suma un proceso de comunicación en procura de cumplir ciertos objetivos y metas (Terrazas, 2015).

3.3.1.2. Autocrático

Por su parte, el líder autocrático se caracteriza por un alto énfasis en el rendimiento y un bajo énfasis en las personas. Asume que las personas son perezosas, irresponsables y poco fiables, y que la planificación, organización, control y la toma de decisiones deben realizarse por el líder con una mínima participación de otras personas. Se basa en la autoridad, el poder, la manipulación y el trabajo fuerte para

conseguir hacer bien las cosas. En este tipo de liderazgo, las políticas, dirección y actividades son decididas expresamente por el líder sin tener en cuenta al grupo. El líder no participa activamente en las actividades, su función se limita a dar las instrucciones para llevarlas a cabo. Según los líderes autocráticos asumen el ejercicio del poder mediante la coerción y la recompensa, determinan lo que se debe hacer estableciendo reglas y prometiendo recompensas por el cumplimiento de las tareas o amenazando con castigos ante su desobediencia (Escarbon & Hurtado, 2016).

El liderazgo autoritario, el líder concentra todo el poder y la toma de decisiones. Es un ejercicio de liderazgo unidireccional, donde los seguidores obedecen las directrices que marca el líder (Sánchez & Barraza, 2015). El estilo autocrático-transformacional define a un docente que estimula al grupo a través del establecimiento de normas, tomando en cuenta las diferencias individuales, necesidades y habilidades, escuchando atentamente las preocupaciones de los miembros del grupo y estimulando el logro de metas; focaliza las fortalezas de sus estudiantes impulsándolos en su crecimiento y desarrollo personal; ofrece alternativas para enfrentar los problemas; se muestra seguro de sí mismo, inspirando confianza y seguridad en sus seguidores; se preocupa por su propio crecimiento personal, demostrando convicción en los principios que transmite (González & González, 2012).

3.3.1.3. Democrático

El líder democrático se considera como un instrumento para promover el bienestar del grupo, está abierto a las opiniones de sus seguidores, permite participación en la toma de decisiones y considera que los seguidores se encuentran motivados para hacer lo correcto. El poder del líder reside en la interacción con los subordinados, dado que el grupo le otorga el poder y el líder como respuesta asume la responsabilidad de dirigirlos sin llegar a centralizar el poder. Este tipo de líder comparte el poder. La creación de este tipo de liderazgo implica la discusión de todas las políticas y decisiones de la organización que finalmente son tomadas por el

grupo con la guía y participación activa del líder en las actividades (Escanbon & Hurtado, 2016). Asia meridional, cúmulo de naciones en donde se encuentra India, tuvo los siguientes resultados: Su perfil de liderazgo le da mucha importancia al liderazgo auto protector, carismático, humano, de equipo y basado en valores. Consideran que el liderazgo participativo es inefectivo. También creen en la importancia de un líder carismático y creen que los líderes autocráticos (Madrigal, Luna, & Vargas, 2016). El liderazgo democrático. Se basa en la colaboración y participación de todos los miembros del grupo (Sánchez & Barraza, 2015). A mi modo de ver, fue una combinación de ilusión, motivación, compromiso, proactividad, y una política editorial donde el autor era aconsejado y ayudado en lo posible para que pudiera publicar al nivel requerido (Prieto, 2011).

3.3.1.4. Tangible

En un inicio, la corriente neoclásica contribuyó a los factores tangibles como los principales determinantes de diferenciación interna en las empresas, especialmente el capital y el trabajo). Entendiendo a los factores tangibles como aquellos activos necesarios para el proceso de producción y sostenibilidad de la empresa que tienen una identidad material, ya sean físicos o financieros entonces, al capital y el trabajo se le suman factores como materiales, herramientas, flujos de efectivo, etcétera. (Fuentes, Osorio, & Mungaray, 2016).

3.3.1.5. Intangible

Los factores intangibles se definen como aquellos activos conformados básicamente por conocimiento e información que no tienen una identidad material y, por tanto, no son susceptibles de tocarse o percibirse de un modo preciso. En principio, la incorporación de este tipo de factores al análisis económico careció de acuerdos para definir su naturaleza económica, su clasificación, la forma en cómo afecta al valor de la empresa o los criterios que deberían adoptarse para su reconocimiento y medición. (Fuentes, Osorio, & Mungaray, 2016). Los factores intangibles están relacionados con la competitividad, muchas compañías involucran varios criterios como la motivación (Cañibano, 2018). Posterior se alcanzarán a entenderlo posteriormente, que desde hacía décadas las ciudades y las regiones tecnológicamente más avanzadas

suponían maravillosos soportes para la interrelación de redes sociales, entiéndase humanas o institucionales, pero siempre físicas, conectadas entre sí y en permanente intercambiando de conocimientos, recursos e información recíproca, directa o diferida. Un entorno o ecología humana dotada con una alta capacidad de conocimiento y comunicación recíproca para intercambiar información, bienes y servicios entre sí, de modo organizado, sostenido y permanente en el tiempo en base a la interacción de sus instituciones tanto de carácter público como privado, constituía una comunidad rica en capital social (Gutierrez, 2013).

3.3.1.6. Variable

Los sistemas de control de gestión, tienen la función de influenciar el comportamiento de los empleados para que sea el deseable y así incrementar las posibilidades de alcanzar los objetivos de la organización, para lo cual, los incentivos o las retribuciones contingentes de un resultado o del desempeño juega un papel clave. Todo y que existe una gran variedad de premios por desempeño desde expresiones de aprobación y reconocimiento por parte de la alta dirección a promociones las retribuciones monetarias son valoradas cuasi universalmente. Por retribución variable entendemos, todos los componentes salariales que son contingentes, ya sea de los logros individuales de un trabajador, o del desempeño de una organización (o de alguna de las unidades dentro de ella) como son los planes de participación de los trabajadores en los beneficios o las bonificaciones o incentivos anuales. Ahora bien, no todas las formas de retribución variable pueden considerarse una herramienta de los sistemas de control de gestión. Sólo aquellas retribuciones variables orientadas a influenciar el comportamiento de los empleados y así incrementar las posibilidades de alcanzar los objetivos de la organización formarían parte de los sistemas de control de gestión como están definidos en este artículo (Sales, 2013).

3.3.1.7. Programas

La (pre)historia de los Programas De Prevención Comunitaria en Chile, tiene su trayecto dentro del mismo Servicio Nacional De Menores, donde existen esfuerzos que surgen en respuesta a la instalación del enfoque de derechos promovido a partir

de la firma de la Convención de los Derechos del Niño. Los programas preventivos han ido evolucionados según las necesidades que presentan los niños, niñas y adolescentes, y los énfasis que ha tenido la política pública. En el año 1990, con la ratificación de la convención, y luego en el año 2000 con la reforma al sistema de niñez y adolescencia, se refuerzan las iniciativas enmarcadas en un enfoque territorial y comunitario. A lo anterior se suma la reforma educacional, y principalmente la paulatina implementación de la Jornada Escolar Completa, que implicaron la necesidad de revisar la oferta existente en el Servicio Nacional De Menores. (Olivares & Reyes, 2016)

Nuestro programa entiende la calidad como búsqueda de la excelencia en las dimensiones de procesos de formación de profesionales, académicos y científicos, condiciones institucionales que sostienen a la universidad, dinámicas de integración y articulación del sistema educativo vemos la acreditación Institucional como la expresión última de los objetivos de la Educación Superior, la capacidad para autoevaluarse y autorregularse, pertinencia social cumplimiento de las funciones básicas de docencia, investigación y proyección social, la construcción de ciudadanos con Confianza en sí mismo, Imaginación creativa, facilidad de relación con los demás, creatividad, autoaprendizaje, capacidad de conocerse e insertarse en un mundo cambiante (Osorio, 2015).

La consideración de la competencia social como un factor de protección para el desarrollo saludable y el bienestar del individuo ha provocado la aparición de programas de intervención en el ámbito educativo. Algunos ejemplos de programas dirigidos a la población infantil que trabajan la competencia social son el Programa de Asertividad y Habilidades sociales (PAHS), (Monjas, 2011); el programa Aprender a Convivir (Alba, Justicia-Arráez, Pichardo y Justicia, 2013); el Al's Pals (Cooper, Goodfellow, Muhlheim, Paske, y Pearson, 2003); el Strong Start Pre-K (Gunter, Caldarella, Korth y Young, 2012); o el PATHS Preschool: Promoting Alternative Thinking Strategies para más información relacionada con programas que trabajan la competencia social. Estos programas de intervención han resultado muy positivos para la mejora de la competencia social del alumnado (Justicia, Pichardo, & Justicia, 2015).

3.3.1.8. Sociales

Entre los aspectos destacados del programa están los mecanismos de detección precoz, que se construyen e implementan en el espacio de vida cotidiano de niños, niñas y adolescentes, y que además necesitan basarse en la confianza y comunicación fluida entre actores. Se apuesta por promover a la comunidad como protagonista de los procesos de fortalecimiento y aprendizaje, teniendo presente que es posible movilizarse antes de que el problema se instale y demande atención. Valora la participación como una dimensión central del proceso de intervención, asumiendo que niños, niñas y adolescentes pueden opinar y organizarse para enfrentar los problemas que les aquejan. Por último, se destaca en la producción de diálogos intergeneracionales entre el mundo adulto y los niños, niñas y jóvenes, promoviendo la generación de un cambio cultural que permita que estos últimos accedan a instancias donde se toman decisiones sobre los temas que les afectan. Ello permite la redistribución del poder, principio fundante del enfoque comunitario (Olivares & Reyes, 2016).

En el ámbito español, los resultados obtenidos con el Programa de Enseñanza de Habilidades de Interacción Social- PEHIS (Monjas, 2012), muestran un incremento de las habilidades sociales de los participantes. También se hallaron resultados positivos con alumnado de 4 años de edad tras la implementación del programa Aprender a Convivir, dado que los alumnos pertenecientes al grupo experimental mejoraron de forma significativa con respecto a los del control en competencia social. En el ámbito internacional también se han obtenido resultados positivos tras la aplicación de programas de intervención educativa en población infantil, los cuales provocaron una mejora significativa en el comportamiento prosocial del alumnado (Justicia, Pichardo, & Justicia, 2015).

El programa de Medicina del CES entiende la calidad como la búsqueda de la excelencia en la formación de profesionales y se soporta en las condiciones institucionales que guían la Universidad. Es por ello que vemos nuestra re-acreditación nacional y la acreditación internacional por Mercosur como el reconocimiento al cumplimiento de los objetivos de calidad en la educación superior:

la capacidad para autoevaluarse y autorregularse, la pertinencia social, el cumplimiento de las funciones básicas de docencia, investigación y proyección social, la construcción de ciudadanía, la facilidad de relación con los demás, la creatividad, el autoaprendizaje y la capacidad de conocerse e insertarse en un mundo cambiante (Osorio, 2015).

3.3.1.9. Currículo educativo

Se llevó a cabo una revisión sistemática de la literatura, por medio de la técnica de selección bibliográfica por bola de nieve y el uso de una estrategia de búsqueda rigurosamente definida. La muestra estuvo compuesta por 244 publicaciones, producidas entre 1983 y 2015. Los resultados obtenidos permiten identificar los avances en términos de modelos de enseñanza basados en la teoría; roles y acciones que aplica un docente desde este enfoque; actividades pedagógicas y recursos didácticos; criterios, estrategias e instrumentos de evaluación, y experiencias de aplicación en contextos reales. A partir de ello, se pone en evidencia el estado de la cuestión y se generan elaboraciones teóricas con proyección práctica y basadas en la evidencia. (Díaz, Varela, & Rodríguez, 2017). Diseño curricular es una etapa esencial del proceso de enseñanza aprendizaje. En dependencia de la concepción teórica y epistemológica que se tenga del currículo, así será la estructuración de los procesos educativos y del tipo de pedagogía a implementar. A partir de las numerosas definiciones del término curriculum, que reflejan la visión que tienen sus autores sobre la problemática educativa, se han elaborado diversas clasificaciones. El autor considera que una clasificación sencilla y didáctica, resulta la propuesta por *Pinar*⁶ en el año 1983, quien clasificó el curriculum en: tradicionalistas, empiristas conceptuales y reconceptualistas. Ésta ha sido modificada por el autor de la presente investigación de la siguiente manera: Otro concepto de curriculum propuesto por la UNESCO en el año 1966 lo definió como: "la organización de un conjunto de experiencias de aprendizaje y los diversos factores que las condicionan y determinan, en función de los objetivos básicos generales o finales de la educación (Morales, 2017).

3.3.1.10. Valor agregado

Las últimas tres décadas han sido testigos de una serie de cambios profundos en el ámbito empresarial en Latinoamérica. La privatización, liberalización de los mercados domésticos e implementación de los Tratados de Libre Comercio en Latinoamérica (Anderson & Valenzuela, 2010). Han resultado en una reducción de la participación del sector público en la economía y un perfil más notable de las empresas privadas en la misma. Estos eventos han contribuido a la generación de lo que algunos observadores han caracterizado como una nueva relación entre la empresa y la sociedad en América Latina. Dicha relación implica involucrar a la empresa en actividades de responsabilidad social empresarial (RSE) las cuales van más allá de simplemente maximizar las utilidades, a fin de incluir el buen gobierno corporativo, la sostenibilidad del medio ambiente, promover los negocios inclusivos hasta dar inicio a una nueva manera de administrar una empresa (Scott, 2014)

El concepto de valor agregado tiene su origen en lo económico contable, pero se ha ido transformando. Las nuevas tendencias no modifican el concepto de valor agregado ni su medición, pero sí fomentan el surgimiento de nuevas estrategias de agregación de valor en las cadenas agro-productivas. Esto significa que la promoción del valor agregado debería traducirse en más empleos, más inversiones y un mejor aprovechamiento de los recursos naturales, no sólo en el componente en cuestión, sino en los otros componentes del sistema agroalimentario en que se desenvuelve la cadena. Además, la retención de valor en origen se enmarca dentro del enfoque territorial del desarrollo rural y supone la puesta en marcha de estrategias de agregación y retención de valor en las zonas donde se genera el producto, que buscan además que el productor se integre verticalmente a la cadena y se apropie de una o varias de las etapas post-cosecha (Canesini, Diruscio, & Martins, 2016).

3.3.1.11. Producto educativo

Se dan a conocer algunos resultados parciales del estudio sobre una reforma a la educación mexicana que el Centro de Estudios Educativos ha venido realizando durante un periodo superior a dos años. Ahora bien, en la investigación científica muchas veces el proceso resulta tanto o más interesante que los resultados mismos.

Una descripción sumaria de dicho proceso puede esclarecer, en gran manera, la naturaleza del material que en este número se presenta. Prescindiendo de las circunstancias concretas que llevaron al Centro a plantearse la conveniencia de realizar un proyecto de reforma educativa, puede decirse que desde el punto de vista intrínseco el inicio del trabajo lo constituyeron los valores de referencia. Ante la dificultad de seleccionar un sistema de valores que pudiera tener una aceptación suficientemente generalizada en la sociedad mexicana, optamos por atenernos a los valores que formalmente han proclamado los gobiernos de la Revolución prescindiendo del grado en que dichos valores efectivamente orientan sus políticas. Los valores de referencia permiten determinar: 1) qué se va a investigar, y 2) cuál ha de ser el criterio para fijar los objetivos de una reforma de la educación. En los pronunciamientos oficiales de los gobiernos revolucionarios se puede discernir un sistema de valores sociales cuyos elementos básicos serían: el bien de la patria por encima de los intereses de grupos particulares; la democracia, que constituye todo un sistema de vida fundado (Centro de Estudios Educativos, 2013).

Debido al cambio, en las estrategias y herramientas para la enseñanza, los docentes en el proceso de educación se han visto en la labor de incorporar las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) como instrumentos fundamentales para la enseñanza; así, las TIC se han convertido en el mejor aliado para favorecer el desarrollo de dimensiones y competencias de la primera infancia. El Colectivo Educación Infantil y TIC ha realizado un proyecto de grado en el que se ha propuesto organizar un banco de recursos tecnológicos, que le brindará al docente herramientas virtuales de diferentes formatos que podrá utilizar como mediación en sus clases. Algunos de estos recursos vienen acompañados de propuestas de actividades que le darán al docente una luz acerca de cómo aprovecharlos, de la mejor manera, para el desarrollo de sus clases. (Colectivo Educación Infantil y TIC, 2014).

3.3.1.12. Satisfacción

a corrupción es uno de los principales obstáculos a los que se enfrentan muchas sociedades para avanzar en sus procesos de desarrollo, ya que es capaz de generar importantes impactos económicos y sociales que limitan el aumento del bienestar

social a medio y largo plazo. Se trata de un fenómeno complejo para el que el diseño de políticas adecuadas requiere de un conocimiento preciso de sus causas y de su dinámica. Es por lo general una causa de ineficiencia en las sociedades, pues aumenta el gasto público ineficiente y actúa como un impuesto arbitrario, disminuyendo la capacidad y eficacia de las políticas públicas. (León, De León , & Araña, 2014).

Respecto de la relación entre satisfacción con la vida y experiencia escolar, reporta una relación directa entre el bienestar y el rendimiento académico en estudiantes de primaria de entre 9 y 12 años, obteniéndose correlaciones directas entre notas medias obtenidas por estos estudiantes y bienestar personal, a la vez que un análisis de regresión múltiple sugiere que este es un predictor de las notas. También el trabajo ejemplifica el estudio de la relación entre experiencia escolar y satisfacción, reportando como el interés de estudiantes de entre 9 y 15 años por la tarea escolar, la percepción de habilidad para desarrollar esa tarea y la percepción de desafío que la actividad tiene ejercen un importante efecto sobre la generación de experiencia óptima (flow), entendida esta como un estado mental de satisfacción, de carácter tanto cognitivo como afectivo, respecto de la actividad realizada (Jaime, y otros, 2016).

3.3.1.13. Relación causa- beneficio

El propósito de esta investigación radica en encontrar cómo debe ser un estilo de liderazgo eficiente desde la percepción de los miembros de diferentes culturas dentro de una organización. Pero ¿por qué poner énfasis en la percepción?, ¿no es acaso que un buen líder lo es en todas partes del mundo? Esto realmente no es así, pero para entenderlo es necesario primero profundizar lo que es la percepción, liderazgo y cultura. La percepción es la capacidad de recibir información de las cosas usando los sentidos, tema que ha sido de interés desde la antigüedad debido a su rol en nuestra interpretación del mundo puesto que la percepción humana incluye la capacidad de analizar e interpretar la información sensorial, esto significa que la percepción de una persona puede ser completamente diferente a la de otra (Madrigal, Luna, & Vargas, 2016).

Necesidad del usuario Respecto de la importancia del estudio de estas dimensiones específicamente en la niñez, hay acuerdo en la literatura en que la disponibilidad de datos sobre el bienestar de niños, niñas y adolescentes dista mucho de alcanzar la cantidad de resultados que ofrece la investigación con adultos tanto cuantitativa como cualitativamente En la niñez el funcionamiento del bienestar tiene su propia idiosincrasia, la cual evoluciona a lo largo de los años, ante lo cual resulta valioso estudiar cómo se diferencia según edad. Además, destacan que los estudios dirigidos a la niñez han sido realizados principalmente con población clínica pediátrica, investigando calidad de vida en niños con enfermedades crónicas (Jaime, y otros, 2016).

Como una necesidad actual dentro del sistema de salud cubano y debido al desarrollo competitivo de la especialidad de Enfermería, se hace urgente valorar algunos aspectos ya olvidados por todos y que sin duda pueden afectar la calidad del cuidado a pacientes y familiares. El liderazgo se define como la capacidad de dirigir a otros dentro del ámbito de una organización. Esta habilidad de guiar grupos y personas es fundamental para llevar adelante cualquier emprendimiento de manera exitosa. Las acciones principales que realiza un líder deben guiarse hacia una dirección o un camino a seguir; para concretarse en el logro de su misión (Benavides, 2017).

El modelo de sistema de salud que en Colombia trajo consigo la Ley 100 de 1993, ha sido seriamente cuestionado en razón a la insatisfacción de los derechohabientes y de los prestadores directos de los servicios. Sin duda, adolece de fallas estructurales que inciden en su operatividad y que han llevado al convencimiento de que requiere ser reformado, con carácter urgente (Sánchez F. , 2013).

3.3.1.14. Expectativas

Entonces, pese a la variedad de recursos, histriónicos, técnicos, vocales, etcétera, la clase puede resultar buena, según la jerga en boga, o regular, o mala. No hay que preocuparse por el resultado final si se tiene capacidad de enmienda, reflexión y estudio. Una clase calificada de mala, puede generar fastidio, rechazo, crítica, pero

anima a la autocrítica, personal y/o colectiva, a despecho de la soberbia de algunos docentes. (Menin, 2013)

Es el desenlace crítico en el que culmina un trabajo de investigación, este nace de una inquietud en el pregrado de medicina, no es un trabajo fácil de realizar y menos cuando recién se está empezando. Se necesita de asesoría docente, tiempo para analizar datos, manejar la metodología adecuada, y en oportunidades los financiamientos del trabajo pueden demorar o incluso impedir el mismo. Sin embargo, este proceso desarrolla y perfecciona las habilidades científicas del estudiante de medicina, y lo alienta a seguir aventurándose en el área de investigación que actualmente se encuentra implementada en la formación médica (Vargas & Alvares, 2016).

En este trabajo se revisan algunos argumentos en contra de la hipótesis de expectativas racionales (HER), para reanimar la discusión sobre uno de los aspectos más controvertidos de este modo de pensar la macroeconomía. En la siguiente sección se exploran los orígenes de la HER. A continuación, se ensaya un agrupamiento ad hoc de las críticas más relevantes provenientes de diversos campos del conocimiento. En la última sección se discute, a modo de conclusión, la noción de reduccionismo implícita en la hipótesis de expectativas racionales, y se la compara con otra propuesta de micro fundamentación de los modelos macroeconómicos, de fundamentos metodológicos y filosóficos marcadamente distintos (Bermúdez, 2014).

4. METODOLOGÍA

4.1. Caracterización del sector

En el cantón de Ambato existen alrededor de 43 instituciones educativas particulares, las mismas que ofrecen el servicio de educación tanto para estudiantes de todos los niveles escolares.

4.1.1. Métodos Teóricos

Los métodos teóricos a emplear serán: el histórico lógico el cual facilita el entender el origen la calidad del servicio y el nivel de satisfacción de los clientes, a ello fue importante el empleo del método del inductivo-deductivo pues contribuye para el desarrollo del estudio desde varios enfoques: de lo particular a lo general y de lo general a lo particular. Además, el analítico sintético es el cual permito el unificar las partes del estudio en un todo para una mejor comprensión (Bernal, 2010).

4.1.2. Métodos empíricos

El método empírico a emplear fue la valoración por expertos lo cual contribuyo de una forma sustancial, pues al utilizar la valoración por expertos se sustenta de mejor manera la investigación. Los métodos para la selección de datos fueron de forma primaria que se trata de información de primera mano, secundarios que corresponden a documentos y fuentes ya existentes. El paradigma que se consideró el más adecuada para el estudio será el constructivista el cual contribuye para la creación de un nuevo conocimiento con el apoyo de todos los factores sociales el mismo que está ligado a un enfoque cuantitativo por la necesidad de comprobar hipótesis (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010).

4.1.3. Diseño de investigación

El diseño de la investigación que es una estrategia de cómo se va encaminar la investigación, para lo cual se adoptó la necesidad de una investigación de carácter exploratorio de inicio para posterior encaminar a una investigación descriptiva que conlleve a entender de mejor manera las causas y efectos del problema, ello

contribuyo para lograr e identificar las relaciones entre las variables de estudio por medio de la investigación correlacional a lo que se pretendía desde el inicio del estudio. Además, fue importante que para el levantamiento de la información se consideró el utilizar la técnica de la encuesta cuyo instrumento será el cuestionario el cual está construido por 23 ítems con opciones de respuesta de escala de Likert en donde sus estemos serán nunca y siempre con la opción de abstenerse, la validación por expertos, fue realizada fueron tres docentes de la Facultad de Ciencias Administrativas y se recurrió al análisis de la confiabilidad por medio de índice de coeficiente de Alfa de Cronbach. La población de estudio fue de 43 los colaboradores de las Unidades Educativas Particulares del Cantón de Ambato, es decir a los rectores. Además, para la comprobación de las hipótesis se consideró el modelo estadístico del Coeficiente de Pearson para identificar las relaciones entre ambas variables de estudio (Triola, 2009; Fernández, Hernández, & Baptista, 2010; Fidias, 2012).

4.2. Población y muestra

La población es considerada como el número total de individuos o elementos que se va a estudiar y para ello es necesario el emplear un instrumento. La población de estudio fue de 43 personas las mismas que corresponden a los rectores de las unidades educativas particulares del Cantón Ambato, según los datos del Ministerio de Educación, a continuación, se puede apreciar en la Tabla 1 (Fidias, 2012).

Tabla N° 1 Población

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Rectores de la Unidades Educativas Particulares de Tungurahua.	43
TOTAL	43

Elaborado por: Santiago Sánchez

Fuente: Elaboración propia

N°	ZONA	DISTRITO	PROVINCIA	CIUDAD	INSTITUCIÓN	DIRECCIÓN	RANGO
1	3	18D02	Tungurahua	Ambato	UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR JUAN LEÓN	AVENIDA LOS CHASQUIS S/N Y RÍO GUAYLLABA	2

					MERA LA SALLE	MBA	
2	3	18D01	Tungurahua	Ambato	CENTRO ESCOLAR ECUADOR	ROCAFUERTE 1444 Y CASTILLO	2
3	3	18D02	Tungurahua	Ambato	JUAN PABLO II	LEGARDA ENTRE AVENIDA ATAHUALPA Y G. MOGROVEJO	2
4	3	18D01	Tungurahua	Ambato	ESCUELA DE EDUCACIÓN BÁSICA LA GRANJA CEBLAG	SEVILLA 03127 Y ANTONIO CLAVIJO	2
5	3	18D02	Tungurahua	Ambato	LEONARDO MURIALDO	AVENIDA PICHINCHA ENTRE QUIZ QUIZ Y LOS INCAS	2
6	3	18D01	Tungurahua	Ambato	CENTRO INFANTIL LA ALBORADA	AVENIDA CEVALLOS 01115	2
7	3	18D01	Tungurahua	Ambato	CENTRO EDUCATIVO PARTICULAR ALEMÁN	AVENIDA RODRIGO PACHANO Y AVENIDA 22 DE ENERO	2
8	3	18D01	Tungurahua	Ambato	UNIDAD EDUCATIVA ATENAS	GABRIEL ROMÁN Y PEDRO VASCONEZ - IZAMBA	2
9	3	18D01	Tungurahua	Ambato	ESCUELA DE EDUCACIÓN BÁSICA LA PROVIDENCIA	AVENIDA CEVALLOS 1431 Y LALAMA	2
10	3	18D01	Tungurahua	Ambato	CENTRO EDUCATIVO ECUATORIANO HOLANDES	BARCELONA Y MANUELA SÁENZ	2
11	3	18D01	Tungurahua	Ambato	LEÓN BECERRA	AVENIDA MIRAFLORES 201 Y OLMEDO	2
12	3	18D02	Tungurahua	Ambato	JUAN ENRIQUE PESTALOZZI	AUGUSTO VILLACRÉS Y AVENIDA ATAHUALPA	2
13	3	18D01	Tungurahua	Ambato	UNIDAD EDUCATIVA 14SANTO DOMINGO DE GUZMÁN	AVENIDA LOS GUAYTAMBO S/S N Y LOS HIGOS	3
14	3	18D01	Tungurahua	Ambato	SAGRADA FAMILIA	AVENIDA LAS AMÉRICAS 474 Y BRASIL	3

15	3	18D02	Tungurahua	Ambato	ESCUELA DE EDUCACIÓN BÁSICA PARTICULAR ABC	CALLE CORAZÓN 116 Y AVENIDA EL REY	3
16	3	18D01	Tungurahua	Ambato	UNIDAD EDUCATIVA GÉNESIS	VÍA A PINLLO, AVENIDA AGUACOLLAS	3
17	3	18D01	Tungurahua	Ambato	ESCUELA DE EDUCACIÓN BÁSICA HORIZONTES	MIRABELES Y MONTALVO	3
18	3	18D01	Tungurahua	Ambato	ESCUELA DE EDUCACIÓN BÁSICA LOS SAUCES	AVENIDA GOMÉZ DE LA CERNA Y VICENTE IBAÑEZ	3
19	3	18D02	Tungurahua	Ambato	UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR RICARDO DESCALZI	EDUARDO PAREDES Y AMADO NERVO	3
20	3	18D01	Tungurahua	Ambato	UNIDAD EDUCATIVA RODRÍGUEZ ALBORNOZ	AVENIDA LOS SHYRIS Y 12 DE OCTUBRE	3
21	3	18D06	Tungurahua	Tisaleo	ESCUELA DE EDUCACIÓN BÁSICA PCEI MADRE GERTRUDIS	CACIQUE TISALEO 6 - 62 Y ANTONIO CLAVIJO	3
22	3	18D01	Tungurahua	Ambato	ESCUELA BÁSICA EL PRADO	IZAMBA. VIÑA LOMA	3
23	3	18D01	Tungurahua	Ambato	ESCUELA PARTICULAR GLENN DOMAN	AVENIDA LOS GUAYTAMBO S 18233 Y ALBARICOQUES	3
24	3	18D02	Tungurahua	Ambato	UNIDAD EDUCATIVA SUIZO	ANTONIO NEUMANE - HUACHI, EL PROGRESO	3
25	3	18D03	Tungurahua	Baños	CENTRO DE EDUCACIÓN INICIAL NUEVO AMANECER	AVENIDA MONTALVO, ENTRE PEDRO VICENTE 26MALDONADO Y ÓSCAR EFRÉN REYES	3
26	3	18D01	Tungurahua	Ambato	UNIDAD EDUCATIVA SAN ALFONSO	FICOA, CALLE LIMAS Y AGUACATES	3
27	3	18D02	Tungurahua	Ambato	ESCUELA DE EDUCACIÓN	VERDELOMA Y	3

					BÁSICA PARTICULAR EUGENIO ESPEJO	QUISPICACHA	
28	3	18D02	Tungurahua	Ambato	CENTRO EDUCATIVO GREGOIRE GIRARD	NOBOA Y CAAMAÑO Y GONZALO ZALDUMBIDE	3
29	3	18D02	Tungurahua	Ambato	UNIDAD EDUCATIVA GONZÁLEZ SUAREZ	AVENIDA PICHINCHA Y QUIS QUIS	3
30	3	18D02	Tungurahua	Ambato	ESCUELA DE EDUCACIÓN GENERAL BÁSICA ANDINO CENTRO ESCOLAR	DARWIN Y JUNÍN	3
31	3	18D02	Tungurahua	Ambato	ESCUELA DE EDUCACIÓN BÁSICA PARTICULAR PAULO FREIRE	AVENIDA JÁCOME CLAVIJO 15	3
32	3	18D01	Tungurahua	Ambato	SAN PÍO X	HIMNO NACIONAL 121 Y MENTOR MERA	3
33	3	18D02	Tungurahua	Ambato	CEI RINCONCITO DE TERNURAS	AMBATO	3
34	3	18D02	Tungurahua	Ambato	IBEROAMÉRICA	HUACHI CHICO	3
35	3	18D04	Tungurahua	Patate	ESCUELA DE EDUCACIÓN BÁSICA EDUARDO SAMANIEGO	PATATE SECTOR GUAMBO	3
36	3	18D04	Tungurahua	Pelileo	UNIDAD EDUCATIVA LICEO MILITAR CAPITÁN GIOVANNI CALLES	ENTRADA AL BARRIO LA LIBERTAD	3
37	3	18D01	Tungurahua	Ambato	CENTRO EDUCATIVO NUEVO MUNDO	CÉSAR AUGUSTO SALAZAR Y JULIO CASTILLO JÁCOME	3
38	3	18D01	Tungurahua	Ambato	ESCUELA DE EDUCACIÓN BÁSICA LOS NOGALES	AVENIDA 22 DE ENERO S/N Y PACHICUTZA	3
39	3	18D02	Tungurahua	Ambato	UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR ALIANZA	PASAJE VELASTEGUÍ Y MANUELA SÁENZ	3

40	3	18D02	Tungurahua	Ambato	ESCUELA DE EDUCACIÓN BÁSICA PARTICULAR JOSUÉ	DIEGO NOBOA 305 Y JAVIER ESPINOZA	3
41	3	18D02	Tungurahua	Ambato	UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR JERUSALEN	PICHINCHA ALRA Y SINCHI ROCA	3
42	3	18D02	Tungurahua	Ambato	UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR ESPIRITU SANTO	LA JOYA	3
43	3	18D02	Tungurahua	Ambato	UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR JOSUE	LA PRADERA	3

Elaborado por: Santiago Sánchez
Fuente: Elaboración propia

4.2.1. Recolección de información

Tabla N° 2 Plan de recolección de la información

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
1. ¿Para qué?	Alcanzar los objetivos deseados
2. ¿De qué personas u objetos?	Rectores de las instituciones educativas particulares
3. ¿Sobre qué aspectos?	La calidad del servicio y el nivel de satisfacción de los clientes
4. ¿Quién?	Santiago Sánchez
5. ¿Cuándo?	Enero- febrero 2018
6. ¿Dónde?	EN las instituciones educativas particulares del Cantón de Ambato
7. ¿Cuántas veces?	Dos veces
8. ¿Qué técnicas de recolección?	Encuesta
9. ¿En qué situación?	Horario escolar

Elaborado por: Santiago Sánchez
Fuente: Elaboración propia

Lo que se facilitó el plan de recolección de información fue identificar las relaciones entre las variables para poder comprobar las hipótesis, mediante el modelo estadístico aplicado.

Cuadro N° 2 Conceptualización Variable Dependiente: Nivel de satisfacción de los clientes

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICA E INSTRUMENTO
<p>La satisfacción de los clientes (estudiantes) se evalúa por variar variables específicas: los bienes el servicio las mimas que van inducidas a la innovación en todo momento.</p>	<p>Bienes</p> <p>Servicio</p>	<p>Planificación</p> <p>Inspecciones</p> <p>Actividades</p> <p>Satisfacción</p> <p>Logros</p> <p>Sesiones</p> <p>Evaluaciones</p> <p>Retroalimentación</p> <p>Trabajo en equipo</p> <p>Prevenir</p> <p>Intervienen</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿La institución cuenta con una planificación de actividades? 2. ¿La institución cumple con las inspecciones internas de manera? 3. ¿La planificación de las actividades que realiza su institución es? 4. ¿El nivel de satisfacción de los clientes a su servicio es? 5. ¿La institución educativa promueve el logro de altas expectativas sobre el desempeño de sus estudiantes? 6. ¿Realiza seguimientos al desarrollo de las sesiones de aprendizaje que promuevan altos niveles de desempeño? 7. ¿Brinda orientaciones para que las evaluaciones identifiquen distintos niveles de pensamiento en los estudiantes? 8. ¿Brinda orientaciones para la retroalimentación a los estudiantes que les permita alcanzar altos niveles de desempeño? 9. ¿Genera espacios de trabajo en equipo entre docentes para mejorar el nivel de desempeño de los estudiantes? 10. ¿Brinda orientaciones sobre cómo prevenir y solucionar conflictos? 11. ¿Los directivos intervienen oportunamente en el caso de que se presenten problemas entre los miembros de la comunidad? 	<p>Técnica</p> <p>Encuesta</p> <p>Instrumento</p> <p>Cuestionario</p>

Elaborado por: Santiago Sánchez
Fuente: Elaboración propia

4.3. Validación del instrumento

La validación del instrumento estuvo compuesta por dos partes: la validez que se trata de que en verdad los ítems del instrumento permiten medir la información deseada, ello se realizó por medio de la validación por expertos en este caso se recurrió a tres de los docentes de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato, los mismos que revisaron minuciosamente cada ítem sugiriendo cambios y dando su aprobación. Por otra parte, la confiabilidad se refiere a las veces que se aplicó el instrumento en la investigación o en otras investigaciones parecidas (Fernández, Hernández, & Baptista, 2010).

El proceso de confiabilidad se realizó primeramente aplicando una prueba piloto al 10% de la población total con lo cual se obtuvo los valores que se ingresaron en el software SPSS Statistics versión 23.0. Posteriormente se realizó el análisis de fiabilidad (índice de Alfa de Cronbach) con lo cual se puede distinguir si existe consistencia interna entre los ítems y si fuera el caso se descarta (Celina & Campo, 2005). Para considerar si existe consistencia entre ítems el criterio es que el valor encontrado debe ser superior al 0,70 (Quero, 2010).

Tabla N° 3 Resumen de procesamiento de casos

	N	%
Casos Válido	5	100,0
Excluido ^a	0	,0
Total	5	100,0

Elaborado por: Santiago Sánchez

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla N°4, se evidencia que el valor calculado es de 0,983, el mismo que es bien alto, por lo cual se cumple con el criterio anterior mencionado con lo cual se procedió aplicar el instrumento, por contar con la validez total.

Tabla N° 4 Estadísticas de fiabilidad

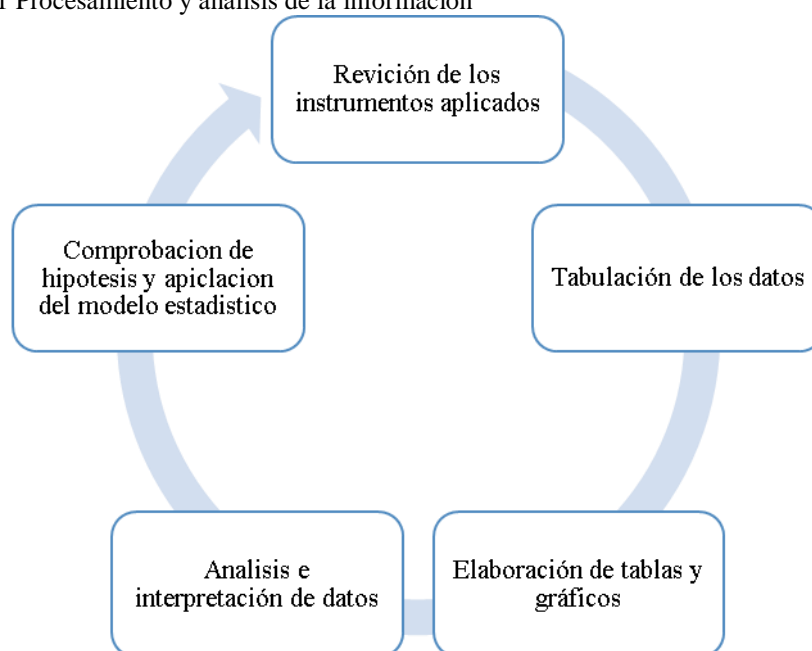
Alfa de Cronbach	N de elementos
,983	23

Elaborado por: Santiago Sánchez
Fuente: Elaboración propia

4.4. Procesamiento y análisis de la información

El procesamiento de la información se realizó por medio del software SPSS Statistics versión 23.0, el desarrollo de la investigación estuvo encaminado y procesado como se muestra en el Gráfico N°1.

Gráfico N° 1 Procesamiento y análisis de la información



Elaborado por: Santiago Sánchez
Fuente: Elaboración propia

5. RESULTADOS

5.1. Resultados del instrumento

5.1.1. Gestión de la calidad

Del 100% de los encuestados el 53,5% consideran que siempre la institución cuenta con un sistema de calidad para los procesos, 23,3% casi siempre, 16,3% algunas veces y el 7% pocas veces. Por lo cual se considera que la mayor parte de personas encuestadas mencionan que la institución cuenta un sistema de calidad para los procesos escolares. Pues la gestión de la calidad educativa actualmente en el ámbito educado se justifica con cualquier proceso de cambio o planes de mejora de la educación (Pont, 2015).

Tabla N° 5 Gestión de la calidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Siempre	23	53,5	53,5	53,5
Casi siempre	10	23,3	23,3	76,7
Algunas veces	7	16,3	16,3	93,0
Pocas veces	3	7,0	7,0	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Elaborado por: Santiago Sánchez

Fuente: Elaboración propia

5.1.2. Indicadores

Del 100% de los encuestados el 18,6% consideran que siempre la institución lleva registros de indicadores del sistema de gestión, 25,6% casi siempre, 18,6% algunas veces, el 9,3% pocas veces y el 27,9% nunca. Por lo cual se menciona que la mayor parte de personas encuestadas mencionan que la institución no lleva registros de los indicadores de gestión. Esto principalmente se da por los procesos que se dan en las escuelas en el cual sus servicios son los que prestan a la sociedad y está afectada directamente a los cambios sociales culturales del medio donde se encuentra (Pont, 2015).

Tabla N° 6 Indicadores

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Siempre	8	18,6	18,6	18,6
Casi siempre	11	25,6	25,6	44,2
Algunas veces	8	18,6	18,6	62,8
Pocas veces	4	9,3	9,3	72,1
Nunca	12	27,9	27,9	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Elaborado por: Santiago Sánchez

Fuente: Elaboración propia

5.1.3. Planificación

Del 100% de los encuestados el 53,5% consideran que siempre la institución cuenta con una planificación de actividades, 27,9% casi siempre, 9,3% algunas veces y el 9,3% pocas veces. Es así que se puede evidenciar que la mayor parte de los encuestados mencionan que la institución maneja una planificación institucional. Ello se da porque en la educación tiene una seria de trampas que son intrínsecas y extrínsecas su finalidad es representar políticas y en las decisiones educativas (Vega, 2014).

Tabla N° 7 Cumplimiento

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Siempre	23	53,5	53,5	53,5
Casi siempre	12	27,9	27,9	81,4
Algunas veces	4	9,3	9,3	90,7
Pocas veces	4	9,3	9,3	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Elaborado por: Santiago Sánchez

Fuente: Elaboración propia

5.1.4. Actividades

Del 100% de los encuestados el 20,9% consideran que es excelente la planificación de actividades institucionales, 30,2% muy buena, 39,5% buena y el 9,3% regular. Es así que se puede evidenciar que la mayor parte de los encuestados mencionan que la institución planifica las actividades escolares, con la finalidad de mejorar el rendimiento académico lo cual representa en un listado de instituciones prestigiosas (Vega, 2014).

Tabla N° 8 Actividades

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Excelente	9	20,9	20,9	20,9
Muy buena	13	30,2	30,2	51,2
Buena	17	39,5	39,5	90,7
Regular	4	9,3	9,3	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Elaborado por: Santiago Sánchez

Fuente: Elaboración propia

5.1.5. Satisfacción

Del 100% de los encuestados el 20,9% consideran que es excelente el nivel de satisfacción de los clientes, 32,6% muy buena y el 46,5% buena. Es así que se puede evidenciar que la mayor parte de los encuestados mencionan que los clientes no están plenamente satisfechos. Esto sucede por la mercantilización de la educación, y la consecuente identificación de las instituciones educativas como organizaciones empresariales y de los estudiantes como consumidores (Alvaréz & Chaparro, 2014).

Tabla N° 9 Satisfacción

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Excelente	9	20,9	20,9	20,9
Muy buena	14	32,6	32,6	53,5
Buena	20	46,5	46,5	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Elaborado por: Santiago Sánchez
Fuente: Elaboración propia

5.1.6. Inspecciones

Del 100% de los encuestados el 16,3% consideran excelente que la institución cumpla con inspecciones internas, 27,9% muy buena, 48,8% buena y el 7% regular. Es así que se puede evidenciar que la mayor parte de los encuestados mencionan que las inspecciones internas deben no son las óptimas. Pues las inspecciones permiten identificar si la educación es buena o mal, es decir identificar los problemas que existen y como mejorarlos (Menin, 2013).

Tabla N° 10 Inspecciones

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Excelente	7	16,3	16,3	16,3
Muy buena	12	27,9	27,9	44,2
Buena	21	48,8	48,8	93,0
Regular	3	7,0	7,0	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Elaborado por: Santiago Sánchez
Fuente: Elaboración propia

5.1.7. Propuesta

Del 100% de los encuestados el 48,8% consideran que siempre la institución cuenta, con una propuesta metodológica, 37,2% casi siempre y el 14,0% algunas veces. Es así que se puede evidenciar que la mayor parte de los encuestados mencionan la institución cuenta con una propuesta metodológica, misma que debe estar acompañada de actividades que le darán al docente una luz acerca de cómo aprovecharlos de la mejor manera para el desarrollo de sus clases (Colectivo Educación Infantil y TIC, 2014).

Tabla N° 11 Propuesta

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Siempre	21	48,8	48,8	48,8
Casi siempre	16	37,2	37,2	86,0
Algunas veces	6	14,0	14,0	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Elaborado por: Santiago Sánchez
Fuente: Elaboración propia

5.1.8. Implementar

Del 100% de los encuestados el 46,5% consideran que siempre la institución brinda orientaciones para implementar la propuesta metodológica, 39,5% casi siempre y el 14,0% algunas veces. Es así que se puede evidenciar que la mayor parte de los encuestados mencionan que la institución brinda orientaciones para implementar la propuesta metodológica, entre las orientaciones están el aprovechar los recursos tecnológicos que le brindan a los docentes herramientas virtuales. (Colectivo Educación Infantil y TIC, 2014).

Tabla N° 12 Implementar

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Siempre	20	46,5	46,5	46,5
Casi siempre	17	39,5	39,5	86,0
Algunas veces	6	14,0	14,0	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Elaborado por: Santiago Sánchez

Fuente: Elaboración propia

5.1.9. Objetivos

Del 100% de los encuestados el 27,9% consideran que siempre la institución alcanza los objetivos estratégicos, 44,2% casi siempre, 20,9% algunas veces y el 7% pocas veces. Es así que se puede evidenciar que la mayor parte de los encuestados mencionan que a menudo se cumplen con los objetivos estratégicos institucionales. Ello podría ser por la influencia interpersonal que se ejerce sobre otros individuos con la finalidad de cumplir ciertos objetivos metas (Terrazas, 2015).

Tabla N° 13 Objetivos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Siempre	12	27,9	27,9	27,9
Casi siempre	19	44,2	44,2	72,1
Algunas veces	9	20,9	20,9	93,0
Pocas veces	3	7,0	7,0	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Elaborado por: Santiago Sánchez

Fuente: Elaboración propia

5.1.2. Valores

Del 100% de los encuestados el 55,8% consideran que siempre la institución desarrolla y el 44,2% casi siempre. Es así que se puede evidenciar que la mayor parte de los encuestados mencionan que la institución desarrolla valores junto a sus estudiantes. Pues los valores pueden entrar en un proceso de variabilidad y pueden ser imprecisos y en consecuencia poco fiables (Pietro & Delgado, 2010).

Tabla N° 14 Valores

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Siempre	24	55,8	55,8	55,8
Casi siempre	19	44,2	44,2	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Elaborado por: Santiago Sánchez

Fuente: Elaboración propia

5.1.3. Enfoque ambiental

Del 100% de los encuestados el 55,8% consideran que siempre se implementa un enfoque ambiental, 44,2% casi siempre. Es así que se puede evidenciar que la mayor parte de los encuestados mencionan que la institución implementa un enfoque ambiental en el desarrollo de las actividades estudiantiles, le mismo que debe estar acompañado de la necesidad de analizar las causas, unida a la visión sistémica de las mejoras posibles en su entorno (Pons, Villa, & Bermúdez, 2013).

Tabla N° 15 Enfoque ambiental

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Siempre	24	55,8	55,8	55,8
Casi siempre	19	44,2	44,2	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Elaborado por: Santiago Sánchez

Fuente: Elaboración propia

5.1.4. Departamento de talento

Del 100% de los encuestados el 53,6% consideran que, si dispone la institución de un departamento humano, 32,6% no. Es así que se puede evidenciar que la mayor parte de los encuestados mencionan que las instituciones cuentan con el departamento de talento humano. Ello debido que es parte fundamental para el desarrollo de la gestión de la calidad en una empresa (Pietro & Delgado, 2010).

Tabla N° 16 Departamento de talento

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Si	29	67,4	67,4	67,4
No	14	32,6	32,6	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Elaborado por: Santiago Sánchez

Fuente: Elaboración propia

5.1.5. Programa

Del 100% de los encuestados el 48,8% consideran que siempre se ha realizado programas sobre mejora continua, 39,5% casi siempre y el 11,6% algunas veces. Es así que se puede evidenciar que la mayor parte de los encuestados mencionan que las instituciones se encuentran realizando programas de mejora continua. Pues la mejora continua permite el eliminar aquellas actividades que no aportan valor al producto o servicio (González & Moreno, 2016).

Tabla N° 17 Programas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Siempre	21	48,8	48,8	48,8
Casi siempre	17	39,5	39,5	88,4
Algunas veces	5	11,6	11,6	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Elaborado por: Santiago Sánchez

Fuente: Elaboración propia

5.1.6. Certificación

Del 100% de los encuestados el 87,0% consideran que si las instituciones cuentan con certificación o acreditación para la mejora continua y el 14,0% no. Es así que se puede evidenciar que la mayor parte de los encuestados concuerdan que las instituciones cuentan con certificaciones o acreditaciones de mejora. Sin duda se hace necesario para cambiar los procesos productivos y por ende la atención a los clientes (Palacio, 2016).

Tabla N° 18 Certificación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Si	37	86,0	86,0	86,0
No	6	14,0	14,0	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Elaborado por: Santiago Sánchez
Fuente: Elaboración propia

5.1.7. Logro

Del 100% de los encuestados el 76,7% consideran que siempre las instituciones educativas promueven el logro de las expectativas sobre el desempeño y el 23,3% casi siempre. Es así que se puede evidenciar que la mayor parte de los encuestados mencionan que las instituciones educativas promueven el logro de las expectativas sobre el desempeño estudiantil. Pues los logros se miden de forma individual de cada cliente interno y externo dependiendo el desempeño de una organización (Sales, 2013).

Tabla N° 19 Logro

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Siempre	33	76,7	76,7	76,7
Casi siempre	10	23,3	23,3	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Elaborado por: Santiago Sánchez

Fuente: Elaboración propia

5.1.8. Orientaciones

Del 100% de los encuestados el 67,4% consideran que siempre la institución brinda orientaciones para la planificación, 23,3% casi siempre y el 9,3% algunas veces. Es así que se puede evidenciar que la mayor parte de los encuestados mencionan que las instituciones brindan orientaciones para la planificación curricular. Sin duda la planificación es parte esencial para medir el rendimiento y de ello depende mucho el tomar decisiones que contribuyan al desarrollo de las actividades (Escarbon & Hurtado, 2016).

Tabla N° 20 Orientaciones

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Siempre	29	67,4	67,4	67,4
Casi siempre	10	23,3	23,3	90,7
Algunas veces	4	9,3	9,3	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Elaborado por: Santiago Sánchez

Fuente: Elaboración propia

5.1.9. Seguimiento

Del 100% de los encuestados el 83,7% consideran que siempre se realiza seguimiento al desarrollo de sesiones y el 16,3% casi siempre. Es así que se puede evidenciar que la mayor parte de los encuestados mencionan que se realiza el seguimiento en el desarrollo de las sesiones institucionales. Ello se debe que las políticas del estado es garantizar la educación por ende en todo momento las instituciones mantienen un seguimiento de las actividades que realizan (González & González, 2012).

Tabla N° 21 Seguimiento

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Siempre	36	83,7	83,7	83,7
Casi siempre	7	16,3	16,3	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Elaborado por: Santiago Sánchez

Fuente: Elaboración propia

5.1.10. Evaluaciones

Del 100% de los encuestados el 20,9% consideran que siempre brindan orientaciones para las evaluaciones, 39,5% casi siempre, 18,6% algunas veces y el 20,9% pocas veces. Es así que se puede evidenciar que la mayor parte de los encuestados menciona que siempre se brinda orientaciones para las evaluaciones que identifiquen distintos niveles de pensamientos en los estudiantes. Pues la evaluación es permanente tanto en el campo de administrativo como en el operativo, y ello se debe realizar mediante la identificación de criterios y prácticas (Orozco, Toro, & Duarte, 2009).

Tabla N° 22 Evaluaciones

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Siempre	9	20,9	20,9	20,9
Casi siempre	17	39,5	39,5	60,5
Algunas veces	8	18,6	18,6	79,1
Pocas veces	9	20,9	20,9	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Elaborado por: Santiago Sánchez
Fuente: Elaboración propia

5.1.11. Retroalimentación

Del 100% de los encuestados el 18,6% consideran que siempre brindan orientaciones para la retroalimentación a los estudiantes, 46,5% casi siempre, 16,3% algunas veces y el 18,6% pocas veces. Es así que se puede evidenciar que la mayor parte de los encuestados mencionan que las instituciones brindan orientaciones para la retroalimentación a los estudiantes. Pues la retroalimentación es el proceso que facilita el enmendar procesos y propiciar mejoras para el desenvolvimiento de las actividades (Ríos , 2014).

Tabla N° 23 Retroalimentación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Siempre	8	18,6	18,6	18,6
Casi siempre	20	46,5	46,5	65,1
Algunas veces	7	16,3	16,3	81,4
Pocas veces	8	18,6	18,6	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Elaborado por: Santiago Sánchez
Fuente: Elaboración propia

5.1.12. Trabajo en equipo

Del 100% de los encuestados el 79,1% consideran que siempre se generan espacios de trabajo en equipo entre docentes y el 20,9% casi siempre. Es así que se puede evidenciar que la mayor parte de los encuestados mencionan que las instituciones generan espacios de trabajo en equipo entre docentes y estudiantes. Por el trabajo en equipo es el logro de objetivos grupales por medio de la integración de varias personas que deben aportar con sus conocimientos y habilidades para mejorar las actividades proceso (Escarbon & Hurtado, 2016).

Tabla N° 24 Trabajo en equipo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Siempre	34	79,1	79,1	79,1
Casi siempre	9	20,9	20,9	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Elaborado por: Santiago Sánchez
Fuente: Elaboración propia

5.1.13. Prevenir

Del 100% de los encuestados el 51,2% consideran que siempre brindan orientaciones sobre cómo prevenir y solucionar conflictos, 41,9% casi siempre y el 7,0% pocas veces. Es así que se puede evidenciar que la mayor parte de los encuestados mencionan que las instituciones brindan orientaciones sobre cómo prevenir y solucionar conflictos internos. El prevenir es un conjunto de actividades y acciones que deben sumar para tratar de no cometer errores posibles en el transcurso de las actividades de allí el termino estrategia (González & González, 2012).

Tabla N° 25 Prevenir

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Siempre	22	51,2	51,2	51,2
Casi siempre	18	41,9	41,9	93,0
Pocas veces	3	7,0	7,0	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Elaborado por: Santiago Sánchez
 Fuente: Elaboración propia

5.1.14. Conflictos

Del 100% de los encuestados el 79,1% consideran que siempre los conflictos se resuelven de acuerdo a las orientaciones establecidas y el 20,9% casi siempre. Es así que se puede evidenciar que la mayor parte de los encuestados mencionan al existir conflictos institucionales son resultados acordes a orientaciones establecidas en los documentos de la institución. Ello debido que los conflictos se dan por varios factores internos y externos acompañados por ciertas actitudes de cada persona que provocan un malestar dentro de las instituciones (Sánchez & Barraza, 2015).

Tabla N° 26 Conflictos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Siempre	34	79,1	79,1	79,1
Casi siempre	9	20,9	20,9	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Elaborado por: Santiago Sánchez
 Fuente: Elaboración propia

5.1.15. Problemas

Del 100% de los encuestados el 7,0% consideran que siempre los directivos intervienen oportunamente en el caso que se presenten problemas, 11,6% casi siempre, 27,9% algunas veces, 34,9% pocas veces y el 18,6% nunca. Es así que se puede evidenciar que la mayor parte de los encuestados mencionan que los directivos a menudo intervienen oportunamente cuando se ha presentados problemas internos. Puntualmente en las instituciones los directivos no intervienen para solucionar un problema, considerando que un problema es una necesidad que se requiere ser resultado (Sales, 2013).

Tabla N° 27 Problemas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Siempre	3	7,0	7,0	7,0
Casi siempre	5	11,6	11,6	18,6
Algunas veces	12	27,9	27,9	46,5
Pocas veces	15	34,9	34,9	81,4
Nunca	8	18,6	18,6	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Elaborado por: Santiago Sánchez

Fuente: Elaboración propia

5.2. Tratamiento estadístico

Para el desarrollo de la comprobación de las hipótesis se empelo el Coeficiente de correlación de Pearson, con el cual se identificó las relaciones que existen entre los factores de cada variable de estudio, sin que ello represente la búsqueda de la causalidad.

5.2.1. Identificación de supuestos

Coeficiente de correlación de Pearson

1. La distribución conjunta de las variables (X, Y) debe ser normal bivariada (8), y corresponde a: 0.5
2. En términos prácticos para validar dicho supuesto se debe observar que cada variable se distribuya en forma normal (11, 15), si una sola de las variables se desvía de la normalidad, tampoco es normal la distribución conjunta.
3. Debe Existir una relación de tipo lineal entre las variables (X, Y).
4. Para cada valor de X, hay una subpoblación de valores de Y normalmente distribuidas.
5. Las subpoblaciones de valores Y tienen varianzas constantes.
6. Los Promedios de las subpoblaciones de Y tienen ubicación en la misma línea recta.
7. Las Subpoblaciones de X Tienen varianzas constantes.
8. Las Medias de las subpoblaciones de X se encuentran en la misma línea recta.
9. Para cada valor de Y hay una subpoblación de valores X que están normalmente distribuidas (18).

5.2.2. Planteamiento de hipótesis

Hipótesis Teórica

H_a: La calidad del servicio se asocia con el nivel de satisfacción de los clientes en las Instituciones de Educación Básica Particulares

Nula y alterna

H₀: La calidad del servicio no se relaciona con el nivel de satisfacción de los clientes en las Instituciones de Educación Básica Particulares

H_i: La calidad del servicio se relaciona con el nivel de satisfacción de los clientes en las Instituciones de Educación Básica Particulares

5.2.3. Nivel de significancia

El nivel para el tratamiento estadístico fue $p=0,01$.

5.3. Desarrollo

Para el tratamiento estadístico se utilizó el software SPSS Statistics versión 23.0, en donde se procedió hacer el análisis de correlación de Pearson dando las siguientes relaciones.

Tabla N° 28 Correlaciones

		Inspecciones	Departamento de talento	Indicadores	Seguimiento	Satisfacción
Inspecciones	Correlación de Pearson	1	,616**	,880**	,503**	,878**
	Sig. (bilateral)		,000	,000	,001	,000
	N	43	43	43	43	43
Departamento de talento	Correlación de Pearson		1	,857**	,635**	,663**
	Sig. (bilateral)			,000	,000	,000
	N		43	43	43	43
Indicadores	Correlación de Pearson			1	,587**	,897**
	Sig. (bilateral)				,000	,000
	N			43	43	43
Seguimiento	Correlación de Pearson				1	,421**
	Sig. (bilateral)					,005
	N				43	43
Satisfacción	Correlación de Pearson					1
	Sig. (bilateral)					
	N					43

Elaborado por: Santiago Sánchez
Fuente: Elaboración propia

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

En la Tabla N°28, se puede apreciar las relaciones entre los diferentes factores de cada variable de estudio (VI) La calidad del servicio y (VD) nivel de satisfacción de los clientes, son muy altos dando un promedio de 0,694 por lo cual se considera que existe una correlación positiva media como se muestra en la Tabla N°29.

Tabla N° 29 criterios de decisión

-1 Negativo	1 Positivo
-1,00= Correlación negativa perfecta	0,00= No existe correlación alguna
- 0,95= Correlación negativa muy fuerte	+ 0,10= Correlación positiva débil
- 0,75= Correlación negativa considerable	+ 0,50= Correlación positiva media
- 0,50= Correlación negativa media	+ 0,75= Correlación positiva considerable
- 0,10= Correlación negativa débil	+ 0,95= Correlación positiva muy fuerte
0,00= No existe correlación alguna	+ 1,00= Correlación positiva perfecta

Fuente: video de YouTube

Elaborado por: Santiago Sánchez

5.3.2. Regla de decisión

Luego de haber realizado los cálculos con el nivel de significancia de 0,01, si los valores **R** (Coeficiente de relación de Pearson) calculados están entre “0” o igual a “-1” se rechaza la hipótesis alterna y se acepta la nula. Por lo contrario, si están entre “0” igual a “1” se rechaza la hipótesis nula y se aprueba la alterna (Visauta, 2007).

5.3.3. Decisión final

Una vez revisado los valores calculados y los criterios de decisión se rechaza la hipótesis nula y se aprueba la alterna: “La calidad del servicio se relaciona con el nivel de satisfacción de los clientes en las Instituciones de Educación Básica Particulares”. CO lo cual se concluye que existe una (correlación positiva media) (Visauta, 2007).

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

La calidad del servicio propicio y el apareamiento del nivel de satisfacción cuyo sistema estuvo integrado de una manera rigurosa y el determinar la relación que existe ha sido estudio de varios años e donde la calidad buscaba el constituía en la generación del beneficio para satisfacer la necesidad del cliente. En cuanto a las Unidades Educativas Básicas Particulares el enfoque a la calidad esta dado en la formación profesional, en programas, control y acreditación institucionalmente, con el objetivo de crear procesos de cambios y planes de mejora de la educación que contribuyan en mejorar el nivel de satisfacción de los clientes.

Luego de revisar la literatura se puede considerar que las cualidades del servicio se centran en la generación de políticas de mejora continua para los clientes externos en la educación, para ello se debe considerar e identificar ciertas características que la sociedad posee, por ello la calidad es determinante en el nivel de satisfacción de los clientes. Pues si se percibe una apropiada calidad del servicio se podrá apreciar la satisfacción de los estudiantes y padres de familia.

Los factores vinculados en el nivel de satisfacción de los clientes están dados por las inspecciones de se realicen en los procesos, la planificación de los recursos y bienes, las actividades, logros, reuniones que se realizan, evaluaciones a los estudiantes personal administrativo y académico, retroalimentación, trabajo en equipo y la prevención que se realice para no cometer errores innecesarios. De los factores mencionados se evidencia que los que se encuentran afectando a las instituciones de forma negativa son: las evaluaciones, retroalimentación y solución de problemas.

Luego de haber revisado los resultados arrojados de la investigación de puede concluir que los factores que afectan a las dos variables de estudio son: los indicadores para controlar la calidad del servicio, las inspecciones internas, las evaluaciones, retroalimentación y

solución de problemas. Cuyos factores no permite incrementar el nivel de satisfacción de los clientes externos de las Unidades Educativas Particulares.

6.2. Recomendaciones

Socializar la relevancia que existe en el manejo adecuado de la calidad del servicio y el nivel de satisfacción de los clientes en cuanto a las instituciones de educación particulares on la finalidad de mejorar estándares de calidad y pertinencia que se deben cumplir acorde a los lineamientos del Ministerio de Educación.

Inducir a las instituciones educativas para que se fortalezca estudios en relación a la calidad del servicio para que se identifique de mejor manera las características y la relación que existe con la satisfacción de los clientes. Con lo cual se pueda apreciar una apropiada calidad del servicio y satisfacción de los clientes al ingresar a las instalaciones de las instituciones.

Promover el estudio por separado de los factores que componen el nivel de satisfacción de los clientes, con ello las instituciones de educación particular podrán tomar mejores decisiones y plantear programas de mejoramiento continuo para promover la competencia con las instituciones públicas que en la actualidad existe una gran brecha.

Elaborar un instructivo estandarizado para las instituciones educativas particulares para fortalecer la calidad del servicio con la finalidad de mejorar la satisfacción de los clientes externos, para ello se debe considerar los factores negativos detectados: los indicadores para controlar la calidad del servicio, las inspecciones internas, las evaluaciones, retroalimentación y solución de problemas.

7. BIBLIOGRAFÍA

- Abad, M. (2017). Administración del cambio organizacional y su vinculación con el liderazgo. *Revista Contribuciones a la Economía*. ISSN: 1696-8360.
- Abril, C., & Cánovas, B. (2016). Marketing mix effects on private labels brand equity. *European Journal of Management and Business Economics*, XXV, 168-175. doi:<http://dx.doi.org/10.1016/j.redeen.2016.09.003>
- AGROVIDA. (02 de 05 de 2016). *Agrovidaecuador*. Obtenido de <https://www.agrovidaecuador.com/single-post/2016/05/02/Creación-de-la-PreAsociación-Nacional-de-las-Cadenas-Productivas-del-Agave-del-Ecuador>
- Alvaréz, J., & Chaparro, E. (2014). J. Álvarez Botello, E.M. Chaparro Salinas y D.E. Reyes Pérez. *Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*. Obtenido de <http://www.rinace.net/reice/numeros/arts/vol13num2/art1.pdf>
- Álvarez, J., Chaparro, E., & Reyes, D. (2015). Estudio de la Satisfacción de los Estudiantes con los Servicios Educativos brindados por Instituciones de Educación Superior del Valle de Toluca. *Iberoamericana sobre Calidad, XIII(2)*, 5-26. doi:E-ISSN: 1696-4713
- Alvarez, R. (2013). Hacia la calidad en los servicios de salud. *Salud en Tabasco, XIX(2)*, 37-38. doi:ISSN: 1405-2091
- Andes. (28 de Enero de 2016). *Andes.infoc.ec*. Obtenido de Ecuador es el único país de la región con hospitales públicos acreditados internacionalmente : <http://www.andes.info.ec/es/noticias/actualidad/2/46878/ecuador-es-unico-pais-region-hospitales-publicos-acreditados-internacionalmente>
- Azêdo, D., & Alves, M. (2013). Práticas de marketing interno nas organizações de saúde e a sua influência na motivação dos colaboradores. *Portuguesa de Saúde pública, XXXI(2)*, 181-192. doi:<http://dx.doi.org/10.1016/j.rpsp.2013.05.003>
- Bada Carbajal, L. M., Rivas Tovar, L. A., & Littlewood Zimmerman, H. F. (2017). Model of associativity in the production chain in Agroindustrial SMEs. *Revista ScienceDirect*.
- Baltazar, E. (2013). *3 claves de Philip Kotler para hacer marketing social*. Obtenido de <https://www.altonivel.com.mx/36753-3-claves-de-philip-kotler-para-hacer-marketing-social/>
- Becerra, G. (2016). Los usos del constructivismo en las publicaciones científicas de Latinoamérica. *Mad. Revista del Magíster en Análisis Sistemico Aplicado a la Sociedad(35)*, 38-59. doi:E-ISSN: 0718-0527
- Bejarano, M., & Laura, R. (2016). Experiencias de Endomarketing como estrategia organizacional en Colombia. *ResearchGate*, 1-26. Obtenido de <https://www.researchgate.net/publication/308904815>
- Benavides, A. (2017). Liderazgo en enfermería, una necesidad actual. *MediSur, XV(2)*, 178-179. doi:E-ISSN: 1727-897X
- Bermúdez, C. (2014). La racionalización en la formación de expectativas, crítica de la hipótesis de expectativa racional. *Revista de Economía Institucional, XVI(30)*, 83-97. doi:ISSN: 0124-5996
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación* (3° ed.). Bogotá, Colombia: Pearson Educación. doi:ISBN: 978-958-699-128-5
- Berry, L., Hensel, J., & Burke, M. (1976). Improving retailer capability for effective consumerism response. *Journal of Retailing, LCII(3)*, 3-14.
- Bohnenberger, M. (2015). Marketing interno: la actuación conjunta entre recursos humanos y marketing en busca del compromiso organizacional. *Universitat De Les Illes Balears*.
- Bonetti, J. (2015). El Endomarketing y Hospital de Acreditación: Estudio Caso Hospital Universitario de la UFSC (Brazil). *XII Coloquio Internacional de Gestión Universitaria*, 18.

- Borges, M. (2015). *Herramientas técnicas que promuevan la calidad de servicio en el área empresarial clínica docente los Jarales del Municipio San Diego Estado de Carabobo*. Carabobo: Universidad de Carabobo.
- Briancon, M. (2007). La importancia de la gestión profesional de la imagen corporativa. *Punto cero*, XII(14), 59-64. doi:ISSN: 1815-0276
- Bustamante, E. (2013). La comunicación interna y la promoción de la salud. Estudio de caso en Madrid Salud. *Revista Hacia la Promoción de la Salud*, XVIII(2), 79-95. doi:ISSN: 0121-7577
- Bustamante, E. (2013). La comunicación interna y la promoción de la salud. Estudio de caso en Madrid Salud. *Revista Hacia la Promoción de la Salud*. ISSN: 0121-7577, 79-95.
- Cabrera, O. (1 de Junio de 2009). LA GERENCIA DEL TALENTO HUMANO BAJO LA PERSPECTIVA. *Scielo*, XVII, 155-178.
- Camacho, L., & De León Fernández, L. (2016). *Petrofact International Limited: el mercado interno, una estrategia efectiva en el manejo de personal*. Obtenido de Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación: <http://repository.urosario.edu.co/handle/10336/12645?show=full>
- Canesini, A., Diruscio, M., & Martins, D. (2016). Agregado de valor: un diagnóstico preliminar. *Invenio*, XIX(36), 143-168. doi:ISSN: 0329-3475
- Cañibano, L. (2018). Accounting and intangibles. *Revista de Contabilidad*, XXI(1), 1-6. doi:10.1016/j.rcsar.2017.12.001
- Cardoso, S., & Vázquez, M. (2014). Herramientas de comunicación interna en la Universidad de Los Andes, Trujillo. *Visión Gerencial*(1), 63-80. doi:ISSN: 1317-8822
- Carrillo, I. (2014). *Campaña Endomarketing*. Obtenido de <https://www.behance.net/gallery/16281263/Campana-Endomarketing-General-Motors>
- Carrión, B. (2014). Administración de la calidad en los servicios educativos. *Horizonte de la ciencia*, IV(6), 1-7. doi:ISSN 2304 - 4330
- Castañeda, R. (2011). *El proceso de cambio en las organizaciones*. Obtenido de <http://eprints.uanl.mx/2341/1/1080227417.pdf>
- Celina, H., & Campo, A. (2005). Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach. *Colombiana de Psiquiatría*, XXXIV(4), 572-580. doi:ISSN: 0034-7450
- Centro de Estudios Educativos. (2013). Investigación para una reforma educativa: proceso y producto. *Centro de Estudios Educativos*, XLIII(4), 135-141. doi:ISSN: 0185-1284
- Cepeda, S., Velásquez, L., & Marín, B. (2017). Análisis evaluativo a los procesos de marketing en la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas de alimentos de Medellín. *Estudios Gerenciales*, XXXIII, 271-280. doi:http://dx.doi.org/10.1016/j.estger.2017.06.006
- Cervi, C., & Siede, L. (2017). Afinal, o que é Endomarketing? Estudo das Estratégias de Endomarketing de uma Universidade Comunitária do Rio Grande do Sul. *Administração IMED*, VII(1), 114-136. doi:http://dx.doi.org/10.18256/2237-7956/raimed.v7n1p114-136
- Chango, M. (2016). Utilización del Tzawar Mishki como aporte energético para el desarrollo del cuy. *Redalyc*, 90-95.
- Chemor, A. (2010). *Calidad y Calidez en el manejo de los pacientes*. Obtenido de <file:///C:/Users/ADMIN/Downloads/CALIDAD%20Y%20CALIDEZ%20EN%20EL%20MANEJO%20DE%20LOS%20PACIENTES.PDF>
- Chiavenato, I. (2009). *Comportamiento Organizacional* (2° ed.). Distrito Federal, México: Mc Graw Hill. doi:ISBN-13: 978-970-10-6876-2
- Christopher, A., Agudelo, I., & Cardona, O. (2016). Planeación por escenarios: un caso de estudio en una empresa. *Estudios Gerenciales*(32), 96-107. doi:http://dx.doi.org/10.1016/j.estger.2015.12.004
- Colectivo Educación Infantil y TIC. (2014). Recursos educativos digitales para la educación infantil (REDEI). *Zona Próxima*(20), 1-21. doi:ISSN: 1657-2416

- Cordeiro, I., & Soares, A. (2016). Impacto do Marketing Interno sobre a Orientação para o Mercado em Empresas Brasileiras. *Rac*, XX(2), 197-215. doi:<http://dx.doi.org/10.1590/1982-7849rac2016140069>
- Costales, R., & García, I. (2017). Gestión del marketing interno en los hospitales privados. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*.
- Cotta, M., Morales, M., González, A., Cotta, J., Real, E., & Dias, A. (2001). La hospitalización domiciliaria: antecedentes, situación actual y perspectivas. *American Journal of Public Health*, X(1), 45-55.
- Cultura, Ciencia y Deporte. (2013). Alto rendimiento deportivo. *Cultura, Ciencia y Deporte*, VII(21), 27-39. doi:ISSN: 1696-5043
- Da Silva, A. (2013). Endomarketing como estratégia motivacional para a responsabilidade social. *Administração de Roraima*, II, 140-155.
- Davis, K., & Newstrom, J. (2003). *Comportamiento humano en el trabajo* (11 ed.). Distrito Federal, México: Mec Graw-Hill.
- Del Cid, A., Méndez, R., & Sandoval, F. (2011). *Investigación. Fundamentos y metodología* (2° ed.). Naucalpan de Juárez, México: Pearson Educación. doi:ISBN: 978-607-442-705-9
- Del Prado, L. (1999). *El desafío de la administración del cambio*. Argentina: Fundación OSDE.
- Devaux, A., & Ordinola, M. (1 de 8 de 2014). *El sector papa en la región andina*. Obtenido de Papa andina: Recuperado de <http://cipotato.org/wp-content/uploads/2014/08/005363>
- Díaz, F. (2010). *Técnicas de Elaboración de Tesis*. Ambato: UTA.
- Díaz, L., Varela, S., & Rodríguez, L. (2017). Inteligencias múltiples e implementación del currículo: avances, tendencias y oportunidades. *Psic*, XXII(1), 69-83. doi:10.1016/S1136-1034(17)30046-1
- Díaz, M. (2013). *Definición y tipos de gestión*. Obtenido de <http://johanatov.blogspot.es/>
- Domingo, A. (2015). *Philip Kotler: Las 7 estrategias de marketing para el siglo 21*. Obtenido de <http://manuelgross.bligoo.com/content/view/490389/Philip-Kotler-Las-7-estrategias-de-marketing-para-el-siglo-21.html#.WcP4-9LWypq>
- Duque, I., & Morales, C. (2012). Incomodidad y rendimiento laboral en el trabajo expuesto al frío extremo. *Salud Pública*, XIV(4), 607-619. doi:ISSN: 0124-0064
- El Comercio. (21 de Octubre de 2014). *Elcomercio.com*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/tzawar-mishki-salasacas-bebida-bebidas.html>
- Elósegui, T. (2016). *¿Qué es estrategia de marketing y para qué sirve*. Obtenido de <https://tristanelosegui.com/2016/09/26/que-es-estrategia-de-marketing-y-para-que-sirve/>
- Enriquez Guevara, P. (17 de Abril de 2013). *ETNIAS DEL ECUADOR*. Obtenido de ETNIAS DEL ECUADOR: <http://pamenriquez.blogspot.com/2013/04/pueblo-salasaca.html>
- Escanbon, D., & Hurtado, A. (2016). Influencia de los estilos de liderazgo en el desempeño de las empresas. *Estudios Gerenciales*, XXXII(139), 137-145. doi:10.1016/j.estger.2016.04.001
- España. (2002). *Ley orgánica de calidad de la educación*. Secretaria general tecnica. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=1B-EAOjHQ0YC&pg=PA21&dq=QU%20C3%89+ES+Y+QU%20C3%89+NO+ES+LA+CALIDAD+EN+LA+EDUCACION%20C3%93N+Y+LA+FORMACION%20C3%93N&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjCv-KE1MjUAhXCPz4KHRX7BaMQ6AEIJDAA#v=onepage&q=QU%20C3%89%20ES%20Y%20QU%20C3%89%20NO%20ES%20LA%20>
- Espinosa, R. (2014). *Marketing Mix*. Obtenido de <http://robertoespinosa.es/2014/05/06/marketing-mix-las-4ps-2/>
- Fernandez. (2014). *Valides de intumentos de investigacion*. Mexico: Edit ITEMS.
- Fernández, C., Hernández, R., & Baptista, M. (2010). *Metodología de la Investigación* (Quinta ed.). Distrito Federal, México: Mc Graw-Hill. doi:ISBN: 978-607-15-0291-9
- Fidias, G. (2012). *El proyecto de investigación* (6° ed.). Caracas, Venezuela: Episteme. doi:ISBN: 980-07-8529-9

- Folgueiras, P., Luna, E., & Puig, G. (2014). El aprendizaje y servicio en educación secundaria. *Iberoamericana de Educación*, 1-15. doi:ISSN:1681-5653
- Franco, W., Peñafiel, M., & Cerón, C. (2016). Biodiversidad productiva y asociada en el valle interandino norte del Ecuador. *Redalyc*, 181-192.
- Frontons, G. (2015). Complementación productiva, empresas transnacionales y política de desarrollo. *Invenio*, XVIII(34), 89-108. doi:ISSN: 0329-3475
- Fuentes, N., Osorio, G., & Mungaray, A. (2016). Capacidades intangibles para la competitividad microempresarial en México. *Problemas del Desarrollo*, XXXVII(186), 83-106. doi:10.1016/j.rpd.2016.03.003
- GAD Salasaka. (17 de 10 de 2017). *Gobiernoparroquialsalasaka.gob.ec*. Obtenido de <http://gobiernoparroquialsalasaka.gob.ec/parroquia/resena-historica>
- Gallardo, L. (2013). EL significado de las variables del marketing para los públicos objetivo. *Eazón y Palabra*, XVIII(83), 1-18. doi:ISSN: 1605-4806
- Gamboa, P., & Torres, F. (2010). *Estudio descriptivo acerca de la imagen corporativa en instituciones de salud públicas y privadas desde el punto de vista de las enfermeras y encargados de la selección de personal*. Obtenido de http://repositorio.uchile.cl/tesis/uchile/2010/cs-gamboa_p/pdfAmont/cs-gamboa_p.pdf
- Gamboa, R., & Jiménez, L. (2016). El Endomarketing: aplicado al talento. *Mundo FESC*(12), 8-19. doi:ISSN: 2216-0353
- Gómez, M. (2006). *Introducción a la Metodología de la Investigación Científica*. Córdoba: Brujas.
- González, L., & Moreno, M. (2016). Procedimiento para implementación de un sistema de gestión de costos de calidad. *Ciencias Holguín*, XXII(2), 1-14. doi:E-ISSN: 1027-2127
- González, N. (2012). Los tres primeros modelos de gestión del endomarketing, comparación teórica. *CICAG*, vol. 9, núm. 2.
- González, N. (2012). The first three models of endomarketing management. theoretical comparisson. *CICAG*, vol 9, .
- González, O., & González, L. (2012). Estilos de liderazgo del docente universitario. *Multiciencias*, XII(1), 35-44. doi:ISSN: 1317-2255
- Grönroos, C. (1994). From marketing mix to relationship marketing: towards a paradigm shift in marketing. *Management Decision*, XXXII(2), 4-20. doi:10.1108/00251749410054774
- Gross, M. (2017). *Philip Kotler: las 7 estrategias de marketing para el siglo 21*. Obtenido de nuelgross.bligoo.com/content/view/490389/Philip-Kotler-Las-7-estrategias-de-marketing-para-el-siglo-21.html#.WcFLg9LWyp
- Gutiérrez, E., Galvis, O., López, D., Mock, J., Zapata, I., & Vidal, C. (2014). Gestión logística en la prestación de servicios de hospitalización domiciliaria en el Valle del Cauca: caracterización y diagnóstico. *Estudios Gremiales*(30), 441-450. doi:<http://dx.doi.org/10.1016/j.estger.2014.06.004>
- Gutierrez, V. (2013). El coste intangible. *Extremeña de Ciencias Sociales*(5), 1-27. doi: ISSN-e 2172-7538
- Guzmán, M., Pérez, R., & Noda, M. (2010). Qué es la Planeación de Recursos Humanos? *Ciencias Holguín*, XVI(2), 1-10. doi:E-ISSN: 1027-2127
- Hamilton, M., & Pezo, A. (2015). *Instrumentos de gestión de la ciencia, la tecnología y la innovación*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- Hedayat, A. (2013). *Desing and Inference in Finite Population Sampling*. EEUU: John Wiley and Sons.
- Hellriegel, D., & John, S. (2012). *Comportamiento Organizacional* (Octava ed.). México: Cengage Learning.
- Hernández Valencia, R. A., & Lasso Ramírez, N. C. (2015). Transactions of Minor Farmers in Municipalities of Risaralda (Colombia) and Factors affecting them. *Revista Redalyc*.
- Hernández, M. (2001). El nuevo concepto de marketing en la empresa. *Revista Colombiana de marketing*, ISSN: 1657-4613.

- Hernández, M. (2013). Liderazgo académico. *Revista de la Educación Superior*, XLII(167), 81-100. doi:ISSN: 0185-2760
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill.
- Holl, A. (2013). Localización y productividad de la empresa español. *Investigaciones Regionales*(25), 27-42. doi:ISSN: 1695-7253
- Hoyos, W. (2010). Diseño de perfil del cargo basado en competencias. *UNiversidad EAFIT*, XXXVI(159), 11-30.
- INEC. (2011-2012). *Indicadores Educativos*. Obtenido de https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/10/Indicadores_Educativos_10-2013_DNAIE.pdf
- Interconsulting Bureau S.L. (2015). *Planificación y gestión de los recursos humanos* (1 ed.). Bogotá, Colombia: Ediciones de la U. doi:ISBN: 978-958-762-437-3
- Ivancevich, J., Konopaske, R., & Matteson, M. (2016). *Comportamiento organizacional* (7 ed.). Distrito Federal, México: Mc Graw-Hill Interamericana. doi:ISBN: 970-10-5623-X
- Jaime, A., Guzman, J., Reyes, F., García, C., Varela, J., & Sirlopú, D. (2016). Satisfacción Global con la Vida y Satisfacción Escolar en Estudiantes Chilenos. *Psykhe*, XXV(2), 1-14. doi:ISSN: 0717-0297
- Jiménez, L., & Gamboa, R. (2016). El Endomarketing: aplicado al talento clave interno en el sector salud. *Revista Mundo FESC*. ISSN: 2216-0353, E-ISSN: 2216-0388, 1-12.
- Jiménez, P. (2009). Operativa del marketing interno: Propuesta de modelo de endomarketing. *Perspectivas*. núm. 23. ISSN: 1994-3733, 189-231.
- Justicia, A., Pichardo, C., & Justicia, F. (2015). Efecto del programa Aprender a Convivir en la competencia social y en los problemas de conducta del alumnado de 3 años. *Anales de Psicología*, XXXI(3), 1-15. doi:10.6018/analesps.31.3.185621
- Koontz, H., & Weihrich, H. (2013). *Elementos de administración: Un enfoque internacional y de innovación* (8 ed.). Distrito Federal, México: Mc Graw Hill Education. doi:ISBN:978-607-15-0931-4
- Kotler, P. (1977). From Sales Obsession to Marketing Effectiveness. *Harvard Business Review*, <https://hbr.org/1977/11/from-sales-obsession-to-marketing-effectiveness>.
- La hora. (12 de Noviembre de 2016). *La.hora.com.ec*. Obtenido de <https://lahora.com.ec/noticia/1101210612/ambato-tendrc3a1-hospital-zonal-de-especialidades>
- Leal, F. (2004). Calidad y calidez en la atención pediátrica. *Scielo*. , 391.
- León, C., De León, J., & Araña, J. (2014). Relación entre corrupción y satisfacción. *Revista de Economía Aplicada*, XXII(64), 31-48. doi:ISSN: 1133-455X
- Lima, R., & Figueiró, D. (2016). Endomarketing como medida estratégica ao desenvolvimiento organizacional das cooperativas. *Administração de Roraima-UFRR*, VI(3), 624-663. doi:10.18227/2237-8057rarr.v6i3.6048
- Loaiza, C. (2017). Liderazgo Organizacional y Capital Humano. *Venezolana de Gerencia*, XXII(77), 5-7. doi:ISSN: 1315-9984
- Loli, A. (2007). Compromiso organizacional de los trabajadores de una Universidad Pública. *Industrial Data*, X(2), 30-37. doi:ISSN: 1560-9146
- López, M., Solís, M., & Aguirre, G. (2016). Estrategias de marketing interno para incrementar la motivación del cliente interno. *Iberoamericana de Ciencias*, VII(7), 1-17. doi:ISSN 2334-2501
- Loyala, H. (2011). *Gestión del liderazgo y valores en la Universidad Tecnológica Equinoccial, durante el periodo de Mayo a Noviembre de 2011*. Obtenido de <http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/4312/1/TESIS%20MAESTRIA%20%20FINANCIAL.pdf>
- Lugmaña, G., & Yunga, J. (2013). *Anuario de Estadísticas Hospitalarias Camas y Egresos 2013*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadística y Censo:

- http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Camas_Egresos_Hospitalarios/Publicaciones-Cam_Egre_Host/Anuario_Camas_Egresos_Hospitalarios_2013.pdf
- Madrigal, B., Luna, R., & Vargas, J. (2016). Liderazgo multicultural: Estudio comparativo India-México. *Factor ciencia*, XXV(2), 123-137. doi:10.18359/rfce.2147
- MAGAP. (21 de Diciembre de 2015). *Agricultura.gob.ec*. Obtenido de <http://www.agricultura.gob.ec/comuna-de-salasaca-en-tungurahua-recibe-personeria-juridica/>
- Maldonado, S., Ramírez, M., García, R., & Chairez, A. (2014). Compromiso Organizacional de los Profesores de una Universidad Pública. *Conciencia Tecnológica*, XXXVII, 12-18. doi:ISSN: 1405-5597
- Manene, L. (2012). *Marketing: introducción, concepto, evolución, definiciones y tipos*. Obtenido de <http://www.luismiguelmanene.com/2012/02/20/marketing-introduccion-concepto-evoluciondefiniciones-y-tipos/>
- Martín, J., & Ortega, M. (2016). Rendimiento hospitalario y benchmarking. *Revista de Economía Aplicada*, XXIV(70), 27-51. doi:ISSN: 1133-455X
- Martínez, A. (2016). Importancia de la creatividad como competencia profesional enfermera en la actualidad. *Cient Soc Esp Enferm Neurol*.(44), 31-32. doi:<http://dx.doi.org/10.1016/j.sedene.2016.02.001>
- Matías, N., & Maquiña, A. (2015). *Marketing interno y compromiso organizacional de los colaboradores del Banco de la Nación Agencia 2, Huaraz, 2015*. Obtenido de <http://repositorio.unasam.edu.pe/bitstream/handle/UNASAM/896/MARKETING%20INTERNO%20Y%20COMPROMISO%20ORGANIZACIONAL%20DE%20LOS%20COLABORADORES%20DEL%20BANCO%20DE%20LA%20NACION%20AGENCIA%202.pdf?sequence=1>
- Mendel, G. (2012). *Tipos de Metodos*. España: Edit Novum.
- Menene, J. (2011). *Marketing de compras, análisis y evaluación 4444de proveedores y acopios*. Obtenido de <http://www.luismiguelmanene.com/2011/03/01/marketing-de-compras-y-evaluacion-4444-de-proveedores/>
- Menin, O. (2013). ¿Qué es una educación de calidad? *Praxis Educativa (Arg)*, I(2), 47-50. doi:ISSN: 0328-9702
- Merodio, J. (2017). *Endomarketing digital, una estrategia a seguir para el éxito de la empresa*. Obtenido de <https://www.juanmerodio.com/tag/endomarketing/>
- Ministerio de Educación. (2015). *Ministerio de Educación*. Obtenido de Estndares de calidad educativa: https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/03/estandares_2012.pdf
- Ministerio de Educación. (2015). *Ministerio de Educación*. Obtenido de Estadística Educativa: https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/01/Publicaciones/PUB_EstadisticaEducativaVol1_mar2015.pdf
- Ministerio de Educación del Ecuador. (2015). *Sistema integral de tecnologías para la escuela y la comunidad*. Obtenido de Sistema integral de tecnologías para la escuela y la comunidad: https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/11/Proyecto_SITEC.pdf
- Mira, J. (2013). La comunicación interna en el hospital. *Textos de administración sanitaria y gestión clínica*, 8.
- MiskyHuarmy. (14 de 12 de 2016). *Mishkyhuarmy*. Obtenido de <http://www.mishkyhuarmy.com/?p=113>
- Monteferrer, D. (2013). *Fundamentos de marketing*. - ISBN: 978-84-695-7093-7. Col·lecció Sapientia.
- Morales, C. (2017). La creatividad, una revisión científica. *Arquitectura y Urbanismo*, XXXVIII(2), 53-62. doi:ISSN: 0258-591X

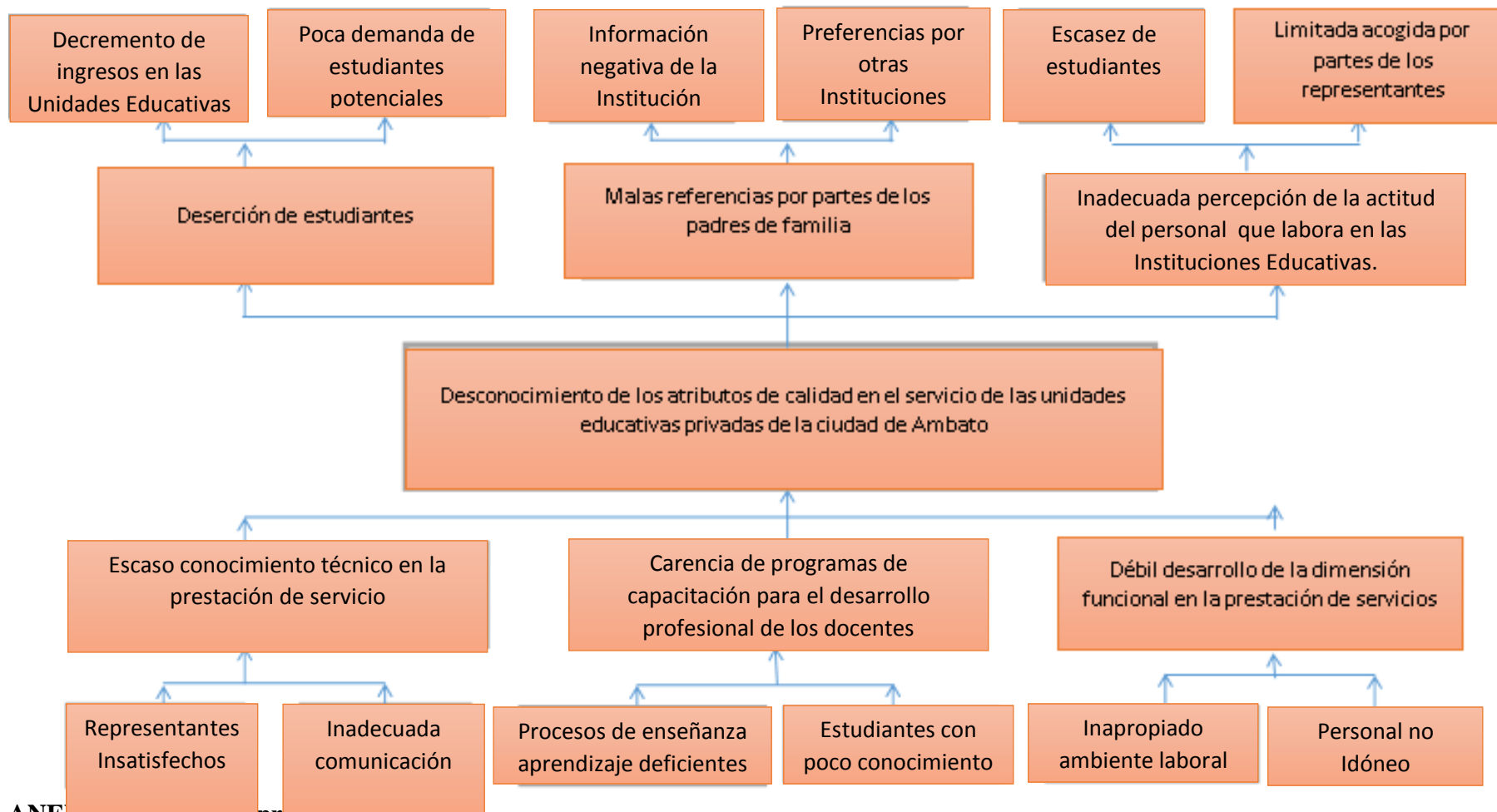
- Morales, D. (2017). Las concepciones de curriculum y su importancia en la elaboración de un doctorado curricular en estomatología. *Cubana Estomatol*, XXXXVIII(3), 301-314. doi: ISSN 0034-7507
- Naclerio, A., & Trucco, P. (2015). Construir el desarrollo con políticas públicas: asociatividad, tecnología e innovación productiva. *Revista Redalyc*, 33-65.
- Newstromn, J. (2011). *Comportamiento humano en el trabajo* (13° ed.). Distrito Federal, México: Mc. Gran Hill. doi:ISBN: 978-607-15-0613-9
- Obregón, R. (2010). Un panorama de la investigación, teoría y práctica de la comunicación en salud. *Folios*, 13-29.
- Olivares, B., & Reyes, M. (2016). valuación de un programa social en infancia desde los principios de la Psicología Comunitaria. *Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y*, 431-444. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/rllcs/v14n1/v14n1a30.pdf>
- Olmedilla, A., Ortega, E., Garcés, E., Abenza, L., BLas, A., & Laguna, M. (2015). Perfil psicológico de los jugadores profesionales de balonmano y diferencias entre puestos específicos. *Latinoamericana de Psicología*, XXXXVII(3), 177-184. doi:ISSN: 0120-0534
- OMS. (2017). *¿Cómo define la OMS la salud?* Obtenido de <http://www.who.int/suggestions/faq/es/>
- Orozco, J., Toro, A., & Duarte, V. (2009). La calidad de la educación o educación de calidad? una preocupacion mas alla. *Iberoamericana de Educación*(51), 161-181. doi:ISSN (Versión impresa): 1022-6508-X
- Ortega, C. (2017). *Los 9 modelos educativos más destacados del mundo*. Obtenido de <http://www.youngmarketing.co/cuales-son-los-modelos-educativos-mas-sobresalientes-del-mundo/>
- Osorio, J. (2015). La calidad en la educación y la salud. *CES Medicina*, XXIX(1), 5-6. doi:ISSN: 0120-8705
- Palacio, C. (2016). La calidad de los psiquiatras en Colombia. *Colombiana de Psiquiatría*, XXXXV(2), 59. doi:ISSN: 0034-7450
- Palomino, T. (2015). El trabajador: ¿Recurso humano? *Gaceta Laboral*, XXI(3), 335-343. doi:ISSN: 1315-8597
- Palominos-Belmar, P. I., Quezada-Llanca, L.-E., & Osorio-Rubio, C. (2016). Calidad de los servicios educativos según los. *Iberoamericana de Educación*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/2991/299143567008.pdf>
- Parra, L., Pavón, Y., Guerrero, Y., & Suárez, J. (2016). Procedimiento de un sistema de comunicación para la gestión de calidad. *Ciencias Holguín*, XXII(3), 1-17. doi:E-ISSN: 1027-2127
- Patrici, C. (2013). Economía civil desde una ética de la razón cordial. *CIRIEC-España, Revista de Economía*(79), 115-143. doi:ISSN: 0213-8093
- Pedraza, A., Bernal, I., Lavín, J., & Rodríguez, J. (2015). La Calidad del Servicio: Caso UMF. *Conciencia Tecnológica*(49), 39-45. doi:ISSN: 1405-5597
- Pelitti, P. (2016). Estrategias de comunicación interna y externa de los hospitales públicos bonaerenses de la Región Sanitaria XI. *Question. Revista especializada en Periodismo y comunicación*. ISSN1669 - 6581, 12.
- Perrozo, G., & Alcalá, M. (2008). Imagen Corporativa de los Institutos Tecnológicos Universitarios de Maracaibo. *Multiciencias*, VIII(1), 105-112. doi:ISSN: 1317-2255
- Pertuz, M. (2015). *La comunicación interna en el sector público ecuatoriano. caso Ministerio de Salud Pública*. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/4997/1/T-UCE-0009-451.pdf>
- Petracci, M. W. (2011). Comunicación y Salud en Argentina. *CAESPO*.
- Pietro, G., & Delgado, A. (2010). Fiabilidad y validez. *Papeles del Psicólogo*, XXXI(1), 67-74. doi:ISSN: 0214-7823
- Pombosa, E., & García, I. (2016). Aproximación conceptual a la gestión del marketing interno. *eumed.net*.

- Pons, R., Villa, E., & Bermúdez, Y. (2013). El análisis de fiabilidad humana en la mejora de procesos. *Prospectiva*, *XI*(2), 61-67. doi:ISSN: 1692-8261
- Pont, B. (2015). *Política educativa en perspectiva 2015: Hacer posibles las reformas*. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=SvSpCgAAQBAJ&pg=PA94&dq=calidad+en+el+servicio+educativo+2015&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi7mMyNqsjUAhVBNj4KHU6gDxYQ6AEIJAB#v=onepage&q=calidad%20en%20el%20servicio%20educativo%202015&f=false>
- Prieto, J. (2011). En búsqueda de la calidad. *Boletín Latinoamericano y del Caribe de Plantas Medicinales y Aromáticas*, *X*(4), 289-291. doi:ISSN: 0717-7917
- Puig, C. (2013). La responsabilidad social en el derecho de trabajo. *Latinoamericana de Derecho Social*(17), 259-280.
- Quero, M. (2010). Confiabilidad y coeficiente Alpha de Cronbach. *Telos*, *XII*(2), 248-252. doi:ISSN: 1317-0570
- Quijano, V. (2010). *Calidad o calidez en el servicio*.
- Rafinq, M., & Ahmed, P. (2000). Advances in the internal marketing concept: definition, synthesis and extension. *Journal of Services Marketing*, *XIV*(6), 449-462. doi:0.1108/08876040010347589
- Raineri, A. (2012). Dirigir un proceso de cambio organizacional. *Escuela de Administración*.
- Raipira, E., Colina, M., & Zuray, M. (2015). Planificación estratégica y niveles de competitividad de las Mipymes del sector comercio en Bogotá. *Estudios Gerenciales*(31), 79-87. doi:<http://dx.doi.org/10.1016/j.estger.2014.08.001>
- Ramírez, D. (2015). Capital humano: una visión desde la teoría crítica. *Cadernos EBAPE.BR*, *XIII*(2), 315-331. doi:E-ISSN: 1679-3951
- Regalado, O., Allpacca, R., Baca, L., & Gerónimo, M. (2011). *endomárketing: estrategias de relación con el cliente interno*. Lima. ISBN: 978-9972-622-96-0: esan ediciones.
- Ríos, L. (2014). Los servicios no son productos: la servucción y la importancia de su proceso en las empresas. *Ventana Científica*, *IV*(8), 55-67. doi:ISSN: 2305 – 6010
- Ríos, M., Téllez, M., & Ferrer, J. (2010). El empowerment como predictor del compromiso organizacional en las Pymes. *Contaduría y Administración*(231), 103-125. doi:ISSN: 0186-1042
- Roastbrief. (2015). *Porqué es importante el Marketing en una empresa*. Obtenido de <http://www.roastbrief.com.mx/2015/09/importante-marketing-una-empresa/>
- Robbins, S. (1999). *Comportamiento Organizacional* (8° ed.). Naucalpan de Juárez, México: Printice hall. doi:ISBN: 970-17-0236-0
- Robbins, S., & Decenzo, D. (2008). *Supervisión* (5° ed.). Naucalpan de Juárez, México: Pearson Education. doi:ISBN: 978-970-26-1083-0
- Rodrigues, A., Queirós, A., & Pires, C. (2016). A influência do marketing interno nas atitudes e comportamentos dos colaboradores: aplicação a uma organização de cuidados sociais e de saúde. *Portuguesa de saúde pública*, *XXXIV*(3), 292-304. doi:<http://dx.doi.org/10.1016/j.rpsp.2016.08.001>
- Rodríguez, J. (2007). *Administración moderna del personal* (7 ed.). Distrito Federal, México: Thomson. doi:ISBN-10:970-686-476-8
- Rondón, R. (2015). *Modelo Administrativo para la toma de decisiones*. Obtenido de <http://modeloadministrativotomadecisiones.blogspot.com/2015/06/modelo-administrativo.html>
- Saldarriaga, J. (2013). Responsabilidad social y gestión del conocimiento como estrategias de gestión humana. *Estudios Gerenciales*(29), 110-117.
- Sales, X. (2013). Retribución variable y el control. *Contabilidad y Dirección*, *XVII*, 29-41. doi:ISSN 1887-5696

- Sampaio, A., & Romero, A. (2017). Modelo y procedimiento para la calidad de la gestión en municipios pequeños de Brasil. *Ingeniería Industrial*, XXXVIII(1), 93-105. doi:ISSN: 0258-5960
- Sánchez, F. (2013). Necesidad de una reforma. *Biomédica*, XXXIII(3), 1-3. doi:ISSN: 0120-4157
- Sánchez, J., & Barraza, L. (2015). Percepciones sobre liderazgo. *Ra Ximhai*, XI(4), 161-170. doi:ISSN: 1665-0441
- Sánchez, P., Sánchez, M., Sánchez, F., & Cruz, M. (2014). Innovación y Productividad Manufacturera. *Journal of Technology Management & Innovation*, 135-145. doi:E-ISSN: 0718-2724
- Sandal, J. (2012). *Model Assisted Survey Sampling*. EEUU: Edit. Springer.
- Sandoval, F., Montaña, N., Miguel, V., & Ramos, E. (2012). Gestión de perfiles de cargos laborales basados en competencias. *Venezolana de Gerencia*, XVII(60), 660-675. doi:ISSN: 1315-9984
- Santafé, A. (2014). Orientación del marketing estratégico en universidades públicas. *Oikos: Revista de la Escuela de Administración y Economía*, XVII(37), 25-39. doi:ISSN 0717-327 X
- Santana, J., Camargo, A., Minamisava, R., Queiroz, A., & Gomes, M. (2014). Calidad de los cuidados de enfermería y satisfacción del paciente atendido en un hospital de enseñanza. *Latino-Am. Enfermagem*, XXII(3), 454-460. doi: 10.1590/0104-1169.3241.2437
- Santiesteban, M. (2011). *Marketing, relaciones públicas, gerencia y NTics a las puertas del siglo XXI*. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2011c/978/Imagen%20corporativa%20de%20las%20corporaciones%20mercantiles%20Corporate%20Image.htm>
- Saura, J. (2017). *Identidad corporativa*. Obtenido de <http://www.gss.cat/es/organizacion/identidadcorporativa>
- Scott, G. (2014). Agregado valores a las cadenas de valor. *Revista de Administração de Empresas*, XXXXIV(1), 67-79. doi:ISSN: 0034-7590
- Secco, Z., Franca, C., Spers, E., Galeano, R., & Ragazzo, R. (2016). Etapas de la planificación estratégica del marketing y el ciclo de vida organizacional. Estudio en la empresa de gestión familiar. *Hvenio*, XIX(36), 65-87. doi:ISSN: 0329-347
- Segobia, F. (2015). *El comercio*. Obtenido de La calidad educativa: <http://www.elcomercio.com/blogs/la-silla-vacia/calidad-educativa-enfoques-desafios-estructurales.html>
- Sevilla, M. (2013). Diseño de un plan de Endomarketing en la empresa CONFIA S. A. para lograr competitividad en el mercado local. Obtenido de <http://marielgestadmonhond11.blogspot.com/p/contenidos.html>
- Sevilla, M. (2013). Diseño de un plan de endomarketing en la empresa Confía S.A para lograr competitividad en el Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Ecuador.
- Simancas, R. (2015). La servucción como estrategia para la recuperación del servicio no prestado en las instituciones de educación superior. *Colombiana de Marketing*, XVIII(13), 42-49. doi:ISSN: 1657-4613
- SSI. (2015). Administración del Cambio Organizacional. *Soluciones de Software Inteligente*.
- Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2015). *Fundamentos de Marketing*. México: McGraw Hill.
- Suárez, J., Fernández, L., & Useche, M. (2014). Marketing estratégico de las marcas farmacéuticas en Venezuela. *Multiciencias*, XIV(1), 49-56. doi:ISSN: 1317-2255
- Terrazas, R. (2015). Liderazgo Tridimensional. *Perpectivas*, XXXV, 7-28. doi:ISSN: 1994-3733
- Thompson, I. (2017). *Estrategia de Marketing*. Obtenido de <http://www.marketing-free.com/glosario/estrategias-marketing.html>
- Toca, C. (2013). El marketing al servicio de las organizaciones del tercer sector. *Estudios Gerenciales*, XXIX, 386-395.
- Torres, M., & Torres, C. (2010). *Un logro productivo para la empresa farmacéutica laboratories de Colombia*. Obtenido de <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis383.pdf>

- Torres, Z. (2014). *Planeación y control. Una visión integral de la administración*. México: Grupo Editorial Patria.
- Trigo, J. (2015). El debate de la creatividad y la economía en las ciudades. *Investigaciones Geográficas, Boletín del Instituto de Geografía*(87), 62-75. doi:dx.doi.org/10.14350/rig.40700
- Triola, M. (2009). *Estadística* (Décima ed.). México: Pearson Educación.
- Valencia, S., De Francisco, L., & Bejarano, M. (2016). *Experiencias de Endomarketing como estrategia organizacional en Colombia*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/308904815_Experiencias_de_Endomarketing_como_estrategia_organizacional_en_Colombia
- Valenzuela, H. (2013). Los sistemas de calidad en las instituciones educativas tendencias actuales. *La educación*(142), 1-28. Obtenido de http://www.educoea.org/portal/La_Educacion_Digital/laeducacion_142/articulos/LosSistemasdeCalidadenlasInstitucionesEducativasTendenciasActuales_HugoValenzuela_1.pdf
- Varela, R. (2006). *Administración de la Compensación* (Primera ed.). Naucalpan de Juárez, México: Pearson Education. doi:ISBN: 970-26-0700-0
- Vargas, G., & Alvares, L. (2016). El inicio implica superar expectativas. *Revista Científica Ciencia Médica, XIX*(2), 73. doi:ISSN: 1817-7433
- Vargas, V., Valecillos, J., & Hernández, C. (2013). Calidad en la prestación de servicios de salud: Parámetros de medición. *Ciencias Sociales (Ve), XIX*(4), 683-671. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28029474005>
- Vasquez, S. (2012). *Potato Industry in Ecuador*. Quito: Mc Blint.
- Vega, R. (2014). La calidad educativa una noción neoliberal, propia del darwinismo pedagógico. *Integra Educativa*. Obtenido de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S1997-40432014000200007&script=sci_arttext&tlng=en
- Velasco, A. (2013). *La satisfacción del cliente interno a través del Endomarketing*. Obtenido de <http://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/3831/DavilaAna2013.pdf?sequence=1>
- Viera, K. (2015). Alternativas para la comunicación en salud. *EspidiDoctor*.
- Villanueva, J. (2014). *Cambio Organizacional. reto Empresarial*. Obtenido de <http://dorganizacionaluni.blogspot.com/2014/11/cambio-organizacional-reto-empresarial.html>
- Villareal, E. (2016). Externalidades del capital humano en México. *El Trimestre Económico, LXXXIII*(332), 747-788. doi:ISSN: 0041-3011
- Visauta, B. (2007). *Análisis estadístico con SPSS 14* (Tercera ed.). España: McGraw-Hill. doi:ISBN: 978-84-481-5670-1
- World Bank. (3 de Septiembre de 2011). *Life expectancy learning module. World Bank Development*. Obtenido de <http://www.worldbank.org/depweb/english/modules/social/life/>
- Zegarra, F. (2014). Relación entre marketing interno y compromiso organizacional en el personal de salud del Hospital de San Juan de Lurigancho. *Universidad Nacional Mayor de San Marcos*.
- Zenteno, Á. C., & Durán, C. A. (2016). Factores y prácticas de alto desempeño que influyen en el clima laboral: análisis de un caso1. *Innovar*, 1-19. doi:ISBN:orcid.org/0000-0001-8019-5298

ANEXOS



ANEXO A. Árbol de Problemas

Anexo B Técnica de la encuesta (cuestionario)



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

ENCUESTA

Dirigida a las Instituciones Básicas Educativas Particulares de la Provincia de Tungurahua

Determinar la incidencia de la calidad del servicio y el nivel de satisfacción de los clientes en las Unidades Educativas Particulares de Educación Básica.

Aclaratoria:

La siguiente encuesta busca información real y es exclusivamente para uso académico, sus datos no serán divulgados son exclusivos para el análisis estadístico y del sector Educativo de la Provincia de Tungurahua.

Instrucciones:

- Responda con una x la respuesta de la pregunta que usted considere conveniente

1. ¿La institución cuenta con un sistema gestión de calidad de procesos enfocado a los clientes?

- Siempre
Casi siempre
Algunas Veces
Pocas Veces
Nunca

2. ¿La institución lleva registros de indicadores de Sistema de Gestión Calidad?

- Siempre
Casi siempre
Algunas Veces
Pocas Veces
Nunca

3. ¿La Institución cuenta con una planificación de actividades?

- Siempre
Casi siempre
Algunas Veces

Pocas Veces

Nunca

4. ¿La planificación de las actividades que realiza su institución es?

- Excelente
Muy buena
Buena
Regular
Deficiente

5. ¿El nivel de satisfacción de los clientes respecto a su servicio es?

- Excelente
Muy buena
Buena
Regular
Deficiente

6. ¿La institución cumple con las inspecciones internas de manera?

- Excelente
Muy buena
Buena
Regular
Deficiente

7. ¿La institución cumple con una propuesta metodológica?

- Siempre
Casi siempre
Algunas Veces
Pocas Veces
Nunca

8. La Institución Educativa brinda orientaciones para Implementar la propuesta pedagógica

- Siempre
Casi siempre
Algunas Veces
Pocas Veces
Nunca

9. ¿La Institución Alcanza los objetivos estratégicos desde su rol como autoridades?

- Siempre
Casi siempre
Algunas Veces
Pocas Veces
Nunca

10. ¿Desarrolla valores la Institución junto a sus estudiantes?

- Siempre
Casi siempre
Algunas Veces

Pocas Veces
Nunca
11. ¿Implementa el enfoque ambiental en las sesiones de aprendizaje?

Siempre
Casi siempre
Algunas Veces
Pocas Veces
Nunca

12. ¿La institución dispone con un departamento de Talento Humano?
SI NO

13. ¿Usted realiza programas sobre mejora continua?
Siempre
Casi siempre
Algunas Veces
Pocas Veces
Nunca

14. ¿La institución cuenta con certificación o acreditación para la mejora continua?
SI: NO

15. ¿La Institución Educativa promueve el logro de altas expectativas sobre el desempeño de sus estudiantes?
Siempre
Casi siempre
Algunas Veces
Pocas Veces
Nunca

16. ¿La Institución brinda orientaciones para la planificación curricular que implique retos y altos niveles de desempeño para los estudiantes?
Siempre
Casi siempre
Algunas Veces
Pocas Veces
Nunca

17. ¿Realiza seguimientos al desarrollo de las sesiones de aprendizaje que promuevan altos niveles de desempeño?
Siempre
Casi siempre
Algunas Veces
Pocas Veces
Nunca

18. ¿Brinda orientaciones para que las evaluaciones identifiquen distintos niveles de pensamiento en los estudiantes?
Siempre

Casi siempre
Algunas Veces
Pocas Veces
Nunca

19. ¿Brinda orientaciones para la retroalimentación a los estudiantes que les permita alcanzar altos niveles de desempeño?
Siempre
Casi siempre
Algunas Veces
Pocas Veces
Nunca

20. ¿Genera espacios de trabajo en equipo entre docentes para mejorar el nivel de desempeño de los estudiantes?
Siempre
Casi siempre
Algunas Veces
Pocas Veces
Nunca

21. ¿Brinda orientaciones sobre cómo prevenir y solucionar conflictos?
Siempre
Casi siempre
Algunas Veces
Pocas Veces
Nunca

22. ¿Los conflictos se resuelven de acuerdo a las orientaciones establecidas en los documentos de la Institución educativa?
Siempre
Casi siempre
Algunas Veces
Pocas Veces
Nunca

23. ¿Los directivos intervienen oportunamente en el caso de que se presenten problemas entre los miembros de la comunidad educativa?
Siempre
Casi siempre
Algunas Veces
Pocas Veces
Nunca

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

