

*UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN*

**Facultad de Ciencias Empresariales**

Escuela de Formación Profesional de Administración



**TESIS**

---

“CALIDAD DE SERVICIO Y SU INCIDENCIA EN LA SATISFACCION DEL  
USUARIO DE LA DIRECCION REGIONAL DE EDUCACION PASCO - 2017.”

---

Para Optar el Título Profesional de:  
**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

Presentado por:

Bach. GUZMAN GUTIERREZ, Astenio Roque

Bach. RAMOS CRUZ, Jammer Raúl

Asesor:

Lic. en Adm. Irmer Herminio PALACIOS PANEZ

CERRO DE PASCO PERÚ 2018

*UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN*

**Facultad de Ciencias Empresariales  
Escuela de Formación Profesional de Administración**

**TÍTULO**

“CALIDAD DE SERVICIO Y SU INCIDENCIA EN LA SATISFACCION DEL  
USUARIO DE LA DIRECCION REGIONAL DE EDUCACION PASCO - 2017.”

**Presentado por:**

**Bach. GUZMAN GUTIERREZ, Astenio Roque**

**Bach. RAMOS CRUZ, Jammer Raúl**

**SUSTENTADO ANTE LOS JURADOS**

-----  
**Dr. César Wenceslao RAMOS INGA  
PRESIDENTE**

-----  
**Dr. Otto MENDIOLAZA ZUÑIGA  
MIEMBRO**

-----  
**Mg. Ygnacio Alfredo PAITA PANEZ  
MIEMBRO**

**Cerro de Pasco – 2018**

## DEDICATORIA

A nuestros padres por su invaluable apoyo  
a nuestra familia, por sus consejos constantes  
a nuestros docentes, por sus enseñanzas.

Astenio y Jammer

## AGRADECIMIENTO

A nuestra alma mater: La Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, así como a nuestros docentes de la Escuela de Formación profesional de Administración, por sus sabias enseñanzas, quienes con su abnegado sacrificio formaron valores y conocimientos en bien de nuestra formación profesional.

En especial a nuestros docentes por su contribución con sus experiencias y consejos en el desarrollo y culminación del presente trabajo de investigación, a la familia Universitaria de la Facultad de Ciencias Empresariales. Por habernos brindado su apoyo moral y material en forma incondicional.

Los Autores.

## INTRODUCCIÓN

**SEÑOR PRESIDENTE, SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO CALIFICADOR:**

En el presente trabajo de investigación denominado “Calidad de Servicio y su incidencia en la satisfacción del usuario de la Dirección Regional de Educación Pasco - 2017.”, se buscó conocer la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios, solo así poder contribuir a mejorar la calidad de servicio en la Dirección Regional de Educación Pasco.

El problema principal por la cual se opta desarrollar esta investigación es porque existe una mala calidad de atención a los usuarios dentro de las instituciones públicas, porque a diario se puede ver quejas en los medios de comunicación, de casos como que no atendieron su solicitud, le faltaron el respeto, no hay preferencia a los discapacitados, no hay solución a sus pedidos, mucha demora en la atención, los trabajadores son incapaces y entre otros problemas.

La investigación además surgió a raíz de que hemos vivido en carne propia la pésima atención que existe dentro de la Dirección Regional De Educación Pasco y muchas instituciones públicas y también hemos escuchado tantas quejas de los ciudadanos de que sufrieron maltratos, discriminación, no respondieron a sus demandas, así es la realidad del sector público, y es motivo para dar a conocer la importancia de la calidad de servicio y como esto afecta en la satisfacción de las necesidades principales de los usuarios, así puedan tener el conocimiento de la importancia de la calidad de servicios.

El objetivo de la investigación es determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario de la Dirección Regional de Educación Pasco, para la cual se aplicó los cuestionarios para recopilar la información y a través del coeficiente de Spearman se determinó que existe una relación entre las dos variables que plantea en este presente trabajo de investigación, quiere decir que se tiene que ofrecer adecuada calidad de servicio para que la satisfacción de los usuarios sea mejor.

La presente investigación se realizó a través de la técnica de encuesta, usando como instrumento a un cuestionario de 20 preguntas, la cual fue aplicada en el ámbito de la Dirección Regional de Educación Pasco.

En conclusión, podemos determinar de acuerdo al trabajo de investigación realizado, que, sí es importante la calidad en los servicios en la atención al usuario, en la cual está incluido la (capacidad de respuesta, cortesía y competencias personales) para la mejor satisfacción de los mismos, de este factor muy importante depende el concepto que tendrán los usuarios. Por ello no se debe dejar de lado la calidad de servicio, porque los usuarios son la razón de ser de las instituciones públicas, sin ellos no existiría, y es razón de existencia de una institución pública.

Los autores

## ÍNDICE

Carátula	
Dedicatoria	
Agradecimiento	
Introducción	
Índice	Pág.
CAPITULO I	
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	
1.1 Descripción de la realidad	6
1.2 Delimitación de la investigación	8
1.3 Formulación del problema	9
1.3.1 Problema general	
1.3.2 Problemas específicos	
1.4 Formulación de objetivos	9
1.4.1 Objetivo general	
1.4.2 Objetivos específicos	
1.5 Justificación de la investigación	10
1.6 Limitaciones de la investigación	12
CAPITULO II	
MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN	
2.1 Antecedentes del estudio	13
2.2 Bases teóricas - científicas relacionados con el tema	
2.2.1 Calidad de servicio	21
2.2.2 Satisfacción de los usuarios	37
2.3 Definición de términos básicos	42

## CAPITULO III

### METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.1 Tipo y nivel de investigación	45
3.1.1 Tipo de investigación	
3.1.2 Nivel de la investigación	
3.2 Método de investigación	45
3.2.1 Método	
3.2.2 Diseño	
3.3 Universo y muestra	46
3.3.1 Universo del estudio	
3.3.2 Universo social	
3.3.3 Unidad de análisis	
3.3.4 Muestra de la investigación	
3.4 Formulación de hipótesis	47
3.4.1 Hipótesis general	
3.4.2 Hipótesis específicas	
3.5 Identificación de variables	48
3.6 Definición de variables	49
3.7 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	50

## CAPITULO IV

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS OBTENIDOS

4.1 Descripción del trabajo de campo	51
4.1.1 Presentación, Análisis e Interpretación de resultados	51



4.1.2 Análisis de fiabilidad	70
4.1.2 Resultado de la hipótesis general	72
4.1.3 Resultado de hipótesis específica	76
Conclusiones	
Recomendaciones	
Bibliografía	
Anexos	

## **CAPITULO I**

### **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **1.1 DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD**

En cuanto a conocer la calidad del servicio que se ofrece en la Dirección regional de educación Pasco, ubicada en el San Juan pampa del distrito de Yanacancha, nos permite observar varias irregularidades que se viene generando en un alto grado de insatisfacción en sus usuarios (clientes), es por ello que a esto se le suma de no contar con personal calificado para la atención de los usuarios; estos aspectos nos permitirá abordar dicho tema en la investigación.

La calidad en los servicios públicos es una exigencia constitucional y una obligación indispensable. Esta tarea es una responsabilidad en conjunto tanto de todos los servidores públicos, como de la autoridad máxima de la DRE Pasco, toda institución pública tiene un compromiso con la comunidad de brindar servicio de calidad y en un plazo adecuado, esto

implica la mejora de las condiciones de atención al público que acude a la DRE Pasco.

Hoy los ciudadanos han dejado de ser los administrados, más o menos conformes con los servicios que les daba la administración pública y han pasado a ser ciudadanos clientes; en consecuencia, exigen además servicios de calidad. Así, la administración pública se convierte en proveedora de servicios para un mercado de ciudadanos que le demanda calidad.

Cuando la DRE Pasco se plantea la mejora de un servicio determinado, a partir de su propia información y criterios, programa una determinada calidad para el servicio; por ejemplo, el horario de atención, el espacio físico; la cual denominaremos calidad programada. De la misma manera, los ciudadanos usuarios que reciben el servicio, también se forman una idea sobre la calidad de servicio que tendrían que recibir; lo que llamaremos la calidad esperada. Cuando, estas dos calidades, la programada por la institución pública y la esperada por el usuario, no coinciden podemos llamar “insatisfacción de los usuarios” y si coinciden diremos que se ha satisfecho las necesidades y expectativas de los usuarios.

Si lo observamos desde el punto de vista del ciudadano, lo que se ve al final del proceso de la calidad ejecutada y también la calidad percibida por los usuarios. A pesar de muchos esfuerzos que haya hecho la DRE Pasco, para hacer coincidir la calidad percibida, con lo que había

programado; y si ésta no satisface la demanda de calidad que exigen los usuarios de nada serviría que hablemos de la satisfacción, porque no se cubrió las necesidades y requerimientos de los usuarios. No siempre puede ocurrir que la calidad percibida coincida con la esperada, porque cada vez que se atiende una necesidad surge otra necesidad.

En la DRE Pasco, la situación es preocupante, porque tenemos usuarios insatisfechos con el servicio prestado, porque no se brinda la calidad de servicio al usuario y mucho menos los trabajadores tienen conocimiento de la atención al público (el trato y la amabilidad) que tienen que brindar a cada usuario que viene a resolver o solicitar su demanda a la DRE Pasco, lo cual es muy importante y primordial para hablar de calidad de servicio. Se observó a los ciudadanos salir de la municipalidad, quejándose de la demora, el trato, que no fueron atendidos sus demandas y consideran que el servicio que se brinda es pésimo en la municipalidad, manifiestan que hay muchos trámites burocráticos de sus documentos la cual no contribuye a la rápida atención de las demandas de los usuarios y también a lograr satisfacer las expectativas o demandas de los usuarios.

## **1.2 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

La investigación tiene por objetivo el de dar a conocer la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la Dirección regional de educación Pasco.

La investigación se realizará en la Dirección Regional de Educación Pasco.

### **1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

#### **1.3.1 PROBLEMA GENERAL**

¿Cómo influye la calidad de servicio en la satisfacción de los usuarios de la Dirección Regional de Educación Pasco, 2017?

#### **1.3.2 PROBLEMAS ESPECÍFICOS**

- a) ¿De qué forma se relaciona la capacidad de respuesta de los trabajadores y la satisfacción de los usuarios en la Dirección regional de Educación Pasco, 2017?
- b) ¿Existe relación entre el trato amable y la satisfacción de los usuarios en la Dirección regional de Educación Pasco, 2017?
- c) ¿Existe relación entre las competencias personales y la satisfacción de los usuarios en la Dirección regional de Educación Pasco, 2017?

### **1.4 FORMULACIÓN DE OBJETIVOS**

#### **1.4.1 OBJETIVO GENERAL**

Determinar la influencia de la calidad de servicio en la satisfacción de los usuarios de la Dirección Regional de Educación Pasco, 2017

#### **1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

1. Determinar de qué forma se relaciona la capacidad de respuesta de los trabajadores y la satisfacción de los usuarios en la Dirección Regional de Educación Pasco, 2017.
2. Determinar la relación entre el trato amable y la satisfacción de los usuarios en la Dirección Regional de Educación Pasco, 2017.
3. Determinar la relación entre las competencias personales y la satisfacción de los usuarios en la Dirección Regional de Educación Pasco, 2017.

#### **1.5. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN:**

El problema planteado es de mucha importancia ya que esto nos haría contribuir en cuanto a mejorar el grado de satisfacción en los usuarios de la empresa DREP, Pues además de ello implementar la calidad en el servicio nos va a permitir incrementar el grado de satisfacción de los usuarios.

En la presente investigación, se ha determinado la relación que existe de la calidad de servicio y satisfacción del usuario. El interés por el estudio de este tema surgió ante el acontecimiento frecuente de problemas por malos tratos a los usuarios; es por ello que la institución, tiene que preocuparse por brindar un servicio de calidad para poder generar niveles altos de satisfacción de usuarios. En caso contrario, como se observó, habrá muchos usuarios insatisfechos y

esto puede repercutir en la conducta o comportamiento de los mismos.

En la actualidad en nuestro país podemos ver a diario ciudadanos quejándose de los malos servicios que recibieron y que sus demandas no son satisfechas como ellos desean y necesitan. Está sucede cuando el gobierno no consulta y programa las necesidades de acorde a las demandas de los ciudadanos. Porque la calidad de servicio es un sistema orientado a los procesos construido desde el momento del requerimiento del usuario y hasta lograr satisfacer las necesidades de acorde a lo programado y sin desviaciones. Estos requerimientos pueden medirse y las desviaciones durante el proceso de prestación de servicios, pueden prevenirse mediante procesos de mejoras o rediseños. Se busca la excelencia en todos los procesos de gestión, en las operaciones y en los procesos administrativos, y hasta llegar a satisfacer al usuario final sus demandas.

La satisfacción de los usuarios es la sensación que tienen de que sus necesidades han sido cubiertas, también se puede decir, es el grado de cumplimiento por parte de la dirección regional de educación, respecto a las expectativas que ellos esperan.

La finalidad de la investigación fue conocer la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios, cuál se podrá tomar en cuenta por la DREP, y de esa manera, mejorar la

calidad de los servicios, buena atención a todos los usuarios que a diario acuden a solicitar sus necesidades y resolver sus problemas que le aquejan.

## **1.6 LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN**

Para la realización del proyecto de investigación se identifica algunas limitaciones como el del tiempo (los horarios a disposición para el posible desarrollo, como también la negativa de algunos colaboradores que por miedo o temor se inhiben de apoyar con el proyecto a evaluar.

En toda investigación existen múltiples limitaciones, como económicas, sociales y de índole bibliográfica; pero estas limitaciones serán superadas con creatividad y constancia durante el desarrollo de la investigación.



## **CAPITULO II**

### **MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **2.1 ANTECEDENTES DEL ESTUDIO**

##### **2.1.1 Antecedentes internacionales**

(Álvarez C. G., 2012). En su investigación titulado “Satisfacción de clientes y usuarios con el servicio ofrecido en redes de supermercados gubernamentales, llegó a la siguiente principal conclusión:

El cliente percibe que el servicio supera lo esperado en cuanto a la dimensión

Fiabilidad, ya que la visualización de los precios de los productos es clara y atractiva, informando puntualmente las promociones u ofertas existentes y destacándose en la entrega de tiques de compra claros y detallados.

Para esta dimensión los clientes perciben que el servicio es peor al esperado en relación a las transacciones de venta, es decir el tiempo de espera para acudir a la cancelación en las cajas de salida.

Rodríguez, M. (2004). Calidad en el Servicio de Atención al Cliente en una Empresa Química Industrial (Tesis de Doctorado). Universidad Veracruzana, Minatitlán. Que la calidad en el servicio a los clientes es indispensable y es necesario medirla, ya que lo que no se puede medir, no se puede controlar, también es imprescindible recalcar que la calidad si bien no es fácil obtenerla tampoco es difícil. Moya, M. (2004). Modelo de Servicio de Atención al Cliente con Apoyo Tecnológico (Tesis de Maestría). Universidad de Chile. En la actualidad con los cambios vertiginosos que día a día se viven, la gran competitividad y la globalización de los mercados, las exigencias de los clientes por mejores productos y servicios van en constante aumento lo que junto con el crecimiento de las empresas, hace que esta relación casi familiar de la empresa-cliente se haya perdido o se haga cada vez más difícil o utópica.

### **2.1.2 Antecedentes nacionales.**

Pérez, C. K. (2014). La calidad del servicio al cliente y su influencia en los resultados económicos y financieros de la empresa restaurante campestre SAC (Tesis de Maestría). Universidad católica santo Toribio de Mogrovejo facultad de ciencias empresariales, Chiclayo. La calidad en el servicio a los clientes se entiende como cumplir con los requisitos que tiene el cliente, ya que el satisfacerlos debe ser la parte fundamental de la filosofía de negocios y el enfoque central del plan estratégico de toda empresa.

Illia, Y. (2007). Propuesta para la Implementación del Sistema de Calidad ISO 9001 y su relación con la Gestión Estratégica por indicadores Balanced Score Card Aplicado un operador logístico (Tesis de Postgrado). Universidad Católica del Perú, Perú. La implementación de un sistema de Calidad aplicando las actuales ISO (International Organization for Standardization que son las que regulan los estándares de la calidad, por ello es importante aplicarlas, más aún cuando se trata de atención al cliente, ya que el tener un cliente satisfecho ayuda en el incremento de la generación de ingresos influenciando los resultados económicos de la empresa. Pérez, V. (2006). Calidad Total en la Atención al Cliente (Tesis de Postgrado). Universidad

de España. Todo sistema de calidad en la atención al cliente se implanta para asegurar que se cumplan las políticas de calidad total de la organización y debe tener en cuenta el servicio que se va a suministrar al cliente y el proceso de entrega del servicio al cliente.

Según (Luján, 2011). En su investigación titulado “Nivel de satisfacción según expectativas y percepciones de la calidad de servicio de salud en los usuarios externos de la unidad de cuidados intensivos del instituto nacional de salud del niño 2011”, llegó a las siguientes conclusiones:

1. Se determinó que el nivel de satisfacción global es poco satisfactorio, lo que ocasiona un nivel de baja calidad de servicio de salud.
2. Se identificó que los elementos tangibles, brinda poca satisfacción, lo que ocasiona un nivel de baja calidad de servicio de salud.
3. Se precisa que el grado de fiabilidad, es de poca fiabilidad para el usuario externo por el servicio prestado, lo que ocasiona un nivel de baja calidad de servicio de salud.
4. Se observó que el personal de la Institución, tienen adecuada disposición, en la atención rápida al usuario externo, ocasionando un nivel de alta calidad de servicio de salud

5. Se identificó, que, al usuario externo, le inspira poca seguridad, en la atención de su paciente crítico, lo que ocasiona un nivel de baja calidad de servicio de salud.

Según (Monchón, 2013). En su investigación titulada “Nivel de calidad del cuidado enfermero desde la percepción del usuario, servicio de emergencia. Hospital III-Es salud Chiclayo-2013”, llegó a las siguientes conclusiones:

1. Queda evidenciado que el Nivel de Calidad del Cuidado Enfermero, desde la percepción del usuario en el servicio de Emergencia del H.N.A.A.A es bajo con un resultado de 64,18%; es decir que existe una clara insatisfacción del usuario por tanto las expectativas del paciente no han sido superadas.

2. De las 5 dimensiones propuestas por Donavedian para medir el nivel de calidad, la dimensión empatía presentó el mayor porcentaje en cuanto a nivel de calidad BAJO y la dimensión seguridad obtuvo el mayor porcentaje en cuanto a nivel de calidad ALTO

3. En la Dimensión de Fiabilidad existe un bajo nivel de calidad del cuidado enfermero con una brecha de -0,92, además de todos los ítems pertenecientes a esta dimensión el ítem “el enfermero brinda información clara” mostró el mayor porcentaje de usuarios insatisfechos.

4. En la Dimensión de Seguridad existe un bajo nivel de calidad del cuidado enfermero con una brecha de -0.98, además de todos los ítems pertenecientes a esta dimensión el ítem “El enfermero protege y cuida la intimidad del paciente” mostró el mayor porcentaje de usuarios insatisfechos.

5. En la Dimensión de Capacidad de respuesta existe un bajo nivel de calidad del cuidado enfermero con una brecha de -0,92, además de todos los ítems pertenecientes a esta dimensión el ítem “El enfermero acude cuando el paciente lo necesita” mostró el mayor porcentaje de usuarios insatisfechos.

6. En la Dimensión de Empatía existe un bajo nivel de calidad del cuidado enfermero con una brecha de -1,01, además de todos los ítems pertenecientes a esta dimensión el ítem “El enfermero es capaz de entablar una relación de confianza con el familiar” mostró el mayor.

Según (Huisa, 2003). En su investigación titulada “Satisfacción del usuario externo sobre la calidad de atención de salud en el hospital de la base naval Callao”, llegó a las siguientes conclusiones:

a) La mayoría de los usuarios externos estuvieron satisfechos con respecto a la dimensión humana de la calidad de atención de salud de la consulta externa en el Hospital de la Base Naval del

Callao. Los ítems relacionados con el correcto uso del uniforme por el personal de salud (que favorece la interacción entre los proveedores y usuarios) y el respeto a la privacidad del paciente, tuvieron un impacto positivo en la satisfacción del usuario externo en esta dimensión.

b) La mayoría de los usuarios no estuvieron satisfechos con respecto a la dimensión técnico-científica de la calidad de atención de salud de la consulta externa en este nosocomio. Los resultados relacionados con la provisión de Farmacia de todos los medicamentos recetados por el médico y el tiempo de espera tuvieron un impacto muy negativo en esta dimensión.

c) La mayoría de los usuarios estuvieron satisfechos con respecto a la dimensión del entorno de la calidad de atención de salud de la consulta externa en este hospital. La limpieza y orden del consultorio, y la limpieza de la sala de espera son los ítems que tuvieron un impacto positivo en la satisfacción del usuario externo en esta dimensión.

d) En relación con el objetivo de este estudio, los resultados de este trabajo concluyen que la mayoría de los usuarios externos se encuentran satisfechos con la calidad de atención de salud de la consulta externa en el Hospital de la Base Naval del Callao. Esta satisfacción estuvo influenciada positivamente por los ítems relacionados con la limpieza y orden del consultorio, y por la

limpieza de la sala de espera; y, negativamente por la provisión en Farmacia de todos los medicamentos recetados por el médico y el tiempo de espera.

### **2.1.3 Antecedente Local**

Según (Julieta, 2014). En su investigación titulada “Calidad de Atención de Salud y su relación con la satisfacción del usuario de la consulta externa en el Hospital Hugo Pesce Pescetto de Pasco”, llega a las siguientes conclusiones:

a) Con relación al primer objetivo; determinar la relación entre la dimensión técnico-científico y la satisfacción de los usuarios de la consulta externa en el hospital de Pasco; el valor “sig”. es de 0.053, que es mayor al 0.05 el nivel de significancia, entonces se acepta la hipótesis nula  $H_0$ , por lo tanto se afirma que no existe relación significativa entre la dimensión técnico-científico y la satisfacción de los usuarios.

b) Con relación al segundo objetivo específico: determinar la relación entre la dimensión humana y la satisfacción del usuario de la consulta externa en el hospital de Pasco, el valor “sig”. Es de 0.038, que es menor al 0.05 el nivel de significancia, entonces se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ ); por lo tanto, se afirma con un nivel de confianza del 95 % que existe una relación significativa entre la dimensión humana y la satisfacción del usuario de la consulta externa en el hospital de Pasco.



c) Con relación al tercer objetivo; determinar la relación entre la dimensión del entorno y la satisfacción del usuario de la consulta externa en el hospital de Pasco, el valor “sig”. Es de 0.045 que es menor al 0.05 el nivel de significancia, entonces se rechaza la hipótesis nula (Ho): por lo tanto, se afirma con un nivel de confianza del 95%, que existe relación significativa entre la dimensión del entorno y la satisfacción del usuario de la consulta externa en el hospital de Pasco.

d) Con relación al cuarto objetivo; determinar la relación entre la dimensión de calidad de atención de salud y la satisfacción del usuario de la consulta externa en el hospital de Pasco, el valor “sig”. Es de 0.029 que es menor al 0.05 el nivel de significancia, entonces se rechaza la hipótesis nula (Ho): por lo tanto, se afirma con un nivel de confianza del 95%, que existe relación significativa entre la dimensión de calidad de atención de salud y la satisfacción del usuario de la consulta externa en el hospital de Pasco.

## **2.2 BASES TEÓRICAS - CIENTÍFICAS RELACIONADOS CON EL TEMA**

### **2.2.1 Calidad de servicio**

#### **2.2.1.1. Calidad**

Vásquez (2007) El termino de CALIDAD deberían ser comprendido por los gerentes, administradores y

funcionarios de las organizaciones actuales como el logro de la satisfacción de los clientes a través del establecimiento adecuado de todos sus requisitos y el cumplimiento de los mismos con procesos eficientes, que permita así a la organización ser competitiva en la industria y beneficie al cliente con precios razonables.

Según (Riveros P. E., 2007). Manifiesta que “para lograr una mayor calidad las empresas deben mejorar su software, hardware y el talento humano.

El hardware se mejora mediante aportes de capital para comprar los equipos, sistemas y materiales que permitan contar con la tecnología apropiada

El software se refiere a los procedimientos en general y se puede mejorar a través de las personas. El talento humano puede asumir nuevos procedimientos o desarrollarlos, de acuerdo con su nivel de conocimiento, pericia y creatividad

El talento humano se mejora solamente mejorando el nivel de conocimientos de las personas y buscando la mejor actitud en el desempeño de las funciones”

Según (Sosa, 2006). Establece que la calidad no es un atributo de los productos ni de los servicios, sino una característica de las personas, se puede asegurar que: donde haya una persona haciendo algo, lo podrá hacer con

calidad, la gente de calidad produce artículos de calidad y ofrece servicios de calidad.

Según (Jhon, 2012). Menciona sobre calidad de servicio:

“Hechos, actividades o desempeño”

Actitud formada por medio de una evaluación general a largo plazo del desempeño de una empresa.

La calidad del servicio ofrece una manera de alcanzar el éxito entre los servicios en competencia. En particular, cuando un número reducido de empresas ofrece servicio casi idéntico y compiten en un área pequeña, establecer la calidad en el servicio es la única manera de distinguirse

Según (Kurtz, 2012). “Se refiere a la calidad esperada y percibida de una oferta de servicio, y tiene un efecto considerable sobre la competitividad en una empresa”

#### 2.2.1.2. VALOR AL CLIENTE

Kotler (2006) Conseguir un cliente nuevo es entre cinco y siete veces más caro que retener al antiguo. Por eso es que se insiste implícita y explícitamente en la importancia exclusiva y definitiva del cliente.

Palafox (2007) Debido a que en la actualidad los clientes esperan un trato personalizado con esmero y amabilidad,

conocer las expectativas de los clientes sin duda ayudara a las empresas a establecer relaciones más fuertes con ellos. Barra (2007) Desde el punto de vista de la empresa, el valor del cliente se refiere al incremento en ventas, ya que, si un cliente queda satisfecho, es muy probable que el mismo recomiende dicho producto a otros cinco clientes potenciales, con el que el valor de este cliente, por lógica, seria cinco veces superior al esperado.

#### 2.2.1.3. SISTEMA DE CONTROL DE CALIDAD

Conforme a la Norma ISO 9000, un Sistema de Control de Calidad se refiere a un sistema de gestión para dirigir y controlar una organización con respecto a la calidad en donde se disponen de una serie de elementos como procesos, manual de la calidad, procedimientos, registros de la calidad, etc., todo eso funcionando en equipo para producir bienes y servicios de la calidad requerida por los clientes. Palafox (2007) Un sistema de Control de la Calidad en los Servicios se fundamenta en la retroalimentación al cliente sobre la satisfacción o frustración de los momentos de verdad dentro del ciclo del servicio. En los casos de deficiencias en la calidad, son criticas las acciones para recuperar la

confianza y corregir los prejuicios ocasionados por los fallos.

#### 2.2.1.4. SISTEMAS DE CONTROL DE CALIDAD EN EMPRESAS DE SERVICIO

Reyner (2003) Los servicios, a diferencia de los productos, presentan características que dificultan el proceso de verificación o inspección de estos antes que el cliente este en contacto con los mismos. Entre estas características se encuentran la simultaneidad, ya que los servicios generalmente se consumen en el mismo momento en que se producen, y la inseparabilidad, debido a que los servicios no pueden ser separados de su fuente de producción.

Juran y Gryna (1998) Control se refiere al proceso que se emplea con el fin de cumplir con los estándares, esto consiste en observar el desempeño real, compararlo con un estándar, y después tomar medidas para observar si el desempeño es significativamente diferente del estándar.

#### 2.2.1.5. MÉTODOS DE LA EVALUACIÓN DE LA CALIDAD

Mendoza (2007) La creciente importancia que representa el sector de servicios en las economías de todo el mundo ha sido, sin duda, la causa principal del

aumento de la literatura sobre el marketing de los servicios en general. En ella se han tratado profundamente diferentes temas en los últimos años, uno de los cuales ha sido la medida de la Calidad de Servicio.

Ruiz (2001) La medición de la calidad se revela como una necesidad asociada al propio concepto de gestión, ya que todo aquello que no se expresa en cifras no es susceptible de gestionarse, y por tanto, de ser mejorado.

Reyner (2003) Existen numerosos métodos de evaluación y cada uno presenta sus ventajas y desventajas no existiendo un método ideal o universal aplicable a todas las personas, todos los puestos, todas las empresas y todas las situaciones. La elección de uno y otro dependerá de numerosos aspectos, como las características que se desean medir, la cultura empresarial existente y los objetivos que se pretenden conseguir.

Parasuraman (1988) Diferentes modelos han sido definidos como instrumento de medida de la Calidad de Servicio siendo el SERVQUAL.

Mendoza (2007) Este modelo se basa en la diferencia entre las percepciones reales por parte de los clientes del servicio y las expectativas que sobre este se habían

formado previamente. De esta forma, un cliente valorara negativamente positivamente la calidad de un servicio en el que las percepciones que ha obtenido sean inferiores o superiores a las expectativas que tenía.

#### **2.2.1.6. Características del servicio de calidad**

Según (Aniorte, 2013). Algunas de las características que se deben seguir y cumplir para un correcto servicio de calidad, son las siguientes:

1. Debe cumplir sus objetivos.
2. Debe servir para lo que se diseñó.
3. Debe ser adecuado para el uso.
4. Debe solucionar las necesidades.
5. Debe proporcionar resultados.

#### **2.2.1.7. Dimensiones de la Calidad**

Según (Sandoval., 2006). Dimensiones de la calidad.

- a) **Confiabilidad:** Consiste en respetar lo prometido al cliente, así como los niveles de exactitud requeridos, otorgando el producto o servicio de acuerdo con lo previsto y estipulado. Se obtiene al cumplir al cliente con lo que el producto o servicio ofrece.
- b) **Comprensión:** Implica la realización de esfuerzos serios para proveer atención esmerada e individual.

c) **Capacidad de respuesta:** Es la voluntad o disponibilidad para brindar servicio en el tiempo asignado, procesando operaciones rápidamente y respondiendo rápidamente a las demandas.

d) **Competencia:** Consiste en poseer las habilidades y conocimientos requeridos para desempeñar el servicio, como destrezas del personal que atiende a los clientes, conocimientos y habilidades del personal de soporte y, por supuesto, capacidad de los directivos.

e) **Accesibilidad:** Se refiere a la facilidad de contacto y acercamiento, no hacer esperar a los usuarios. Se logra con una atención expedita al cliente, una ubicación conveniente y el establecimiento de horas adecuadas de atención.

f) **Credibilidad:** Desempeñarse con veracidad y honestidad, con objeto de lograr la satisfacción de las necesidades de los clientes. Comprende el producto o servicio, la reputación de la empresa y las características del producto. El cliente debe poseer la seguridad de que su elección realmente fue correcta.

g) **Cortesía:** Se refiere a la amabilidad con que se trata a los clientes, lo que infunde confianza. La cortesía sin eficiencia o la eficiencia sin cortesía no tienen el impacto



positivo que puede tener la combinación de estas características.

h) **Tangibilidad:** Evidencia de los beneficios que obtuvo el cliente al comprar el producto o servicio.

i) **Empatía:** La empatía va más allá de la cortesía: consiste en ponerse en el lugar del cliente para satisfacer sus expectativas. Es un compromiso con el cliente, es el deseo de comprender sus necesidades y encontrar la respuesta más adecuada. La empatía implica un servicio esmerado e individualizado.

j) **Responsabilidad:** Servir al cliente pronto y eficazmente. Cuando los clientes no pueden comunicarse con la empresa debido a la burocracia, o cuando sus necesidades no son atendidas, perciben escasa responsabilidad.

Según (Llovera, 2007). Menciona a Edwards Deming y conceptualiza la calidad como:

La calidad es tangible, medible y es clave para la competitividad ya que induce directamente en el aumento de productividad y reducción de costo.

La filosofía se caracteriza por los siguientes aspectos: la calidad aumenta y por lo tanto bajan los costos y los ahorros se le pueden pasar al consumidor.

1. Debe iniciarse en la alta dirección.
2. Todo el personal de la organización debe participar.
3. Está basado en proceso continuo de mejoras.
4. Es de bases científicas.
5. Tiene por objeto servir siempre mejor al cliente.

Su metodología contempla la investigación del consumidor por medio de las encuestas periódicas y evaluación de cambios de mercado. Presentado el Ciclo de Deming (14 puntos de Deming para transformar la empresa).

1. Ser consistentes.
2. Adoptar una filosofía.
3. Incorporar la calidad desde la primera operación
4. Reducir costo.
5. Capacitación.
6. Liderazgo.
7. Elimine el temor y la incertidumbre.
8. Crear grupos de trabajo.
9. Elimine objetivos numéricos.
10. Elimine cuotas de trabajo.
11. Elimine la administración por objetivos.

12. Promover la responsabilidad en el trabajador y los directivos.
13. Elaborar un programa de auto desarrollo.
14. Mejorar la empresa mediante la integración y mejora continua.

#### **2.2.1.8. Servicio**

Según (Sanguesa, 2006). Menciona sobre el servicio que son un tipo especial de producto. Un servicio es el resultado de llevar a cabo necesariamente al menos una actividad en la interfaz entre el proveedor y el cliente y generalmente es intangible.

Según (Betancourt. Y, 2010). Menciona que: "El termino servicio proviene de latín servitum y define a la acción y efecto de servir. También permite referirse a la prestación humana que satisface alguna necesidad social y que no consiste en la producción de bienes materiales"

Según (Stanton, 2000). Menciona sobre el servicio, "Son actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades".

Según (Sandhusen, 2002). "Los servicios son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en renta o a la venta, y que son esencialmente intangibles y no dan como resultado la propiedad de algo".

### **Características del servicio**

La característica básica de los servicios, consiste en que éstos no pueden verse, probarse, sentirse, oírse ni olerse antes de la compra.

Según (Berry. L, 1989). Detallan que el servicio tiene cuatro características:

**a) Intangibilidad:** Los servicios son intangibles. Al contrario de los artículos, no se le puede tocar, probar, oler o ver. Los consumidores que van a comprar servicios, generalmente no tienen nada tangible que colocar en la bolsa de la compra. Cosas tangibles como las tarjetas de crédito plásticas o los cheques pueden representar el servicio, pero no son el servicio en sí mismas.

**b) Heterogeneidad:** Los servicios varían al tratarse de una actuación normalmente llevada a cabo por seres humanos, los servicios son difíciles de generalizar, incluso los cajeros más corteses y competentes pueden tener días malos por muchas

razones, e inadvertidamente pasar malas vibraciones al cliente o cometer errores.

**c) Inseparabilidad:** Un servicio generalmente se consume mientras se realiza, con el cliente implicado a menudo en el proceso. Una deliciosa comida de restaurante puede estropearla un servicio lento o malhumorado, y una transacción financiera rutinaria puede echarse a perder por una cola de espera inacabable o un personal sin preparación.

**d) Imperdurabilidad:** La mayoría de los servicios no se pueden almacenar. Si un servicio no se usa cuando está disponible, la capacidad del servicio se pierde. Según (Web.net, 2016) define el servicio:

Esta característica dificulta una serie de acciones que pudieran ser deseables de hacer: los servicios no se pueden inventariar ni patentar, explicados o representados fácilmente, etc., o incluso medir su calidad antes de la prestación.

**e) Intangibles:** No se conoce su calidad y resultado hasta que se recibe, no se pueden sentir, percibir, oler y oírse. Esta es la característica más básica de los servicios. Consiste en que éstos no pueden verse, probarse, sentirse, oírse, ni olerse antes de la compra. Esta característica dificulta una serie de acciones que pudieran ser deseables de hacer: los servicios no se pueden

inventariar ni patentar, ser explicados o representados fácilmente, etc. incluso medir su calidad antes de la prestación.

**f) Simultaneidad:** Se consumen en el mismo momento en que se producen

**g) Personales:** Lo que genera que ningún servicio prestado es exactamente igual, depende de su emisor como de su receptor, y de las necesidades de cada uno, el servicio no siempre es diferente conforme se encuentre el estado de la persona que lo percibe o la que se dirige.

**h) Intransferibles:** Un servicio prestado no permite ser transferido a otro.

**i) Heterogeneidad (o variedad):** Dos servicios similares nunca serán idénticos o iguales. Esto por varios motivos: Las entregas de un mismo servicio son realizadas por diferentes personas a otras personas, en momentos y lugares distintos. Cambiando uno solo de estos factores, el servicio ya no es el mismo, incluso cambiando sólo el estado de ánimo de la persona que entrega o la que recibe el servicio. Por esto es necesario prestar atención a las personas que prestarán los servicios a nombre de la empresa.

**j) Inseparabilidad:** En la producción y el consumo son parcial o totalmente simultáneos. A estas funciones muchas veces se puede agregar la función de venta. Esta

inseparabilidad también se da con la persona que presta el servicio. No se pueden separar los servicios de los mismos servicios. En los servicios la producción y el consumo son parcial o totalmente simultáneos. A estas funciones muchas veces se puede agregar la función de venta. Esta inseparabilidad también se da con la persona que presta el servicio.

Según (Riveros P. E., 2007). La calidad del servicio que se brinda a los clientes depende de los métodos utilizados para satisfacer sus necesidades y superar sus expectativas. Por ser el cliente el punto focal del sistema, todos los elementos de éste deben orientarse al cliente

Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo.

Elementos del Servicio al Cliente:

1. Contacto cara a cara
2. Relación con el cliente
3. Correspondencia
4. Reclamos y cumplidos
5. Instalaciones

Según (Ivancev J, 1996). El servicio, es la conformidad del servicio con las especificaciones y expectativas del usuario. Tal solo satisfaciendo las expectativas del cliente se podrá la organización prestar servicios de calidad.

### **Elementos del servicio al cliente**

Según (Mejia, 2009). Elementos del servicio al cliente

- a) **Contacto cara a cara.** Es importante que la persona que atenderá al cliente, siempre presente una sonrisa y ponga toda su atención en lo que le dirá. **Relación con el cliente.** Una buena relación que se ofrezca, le dará más confianza para establecer lazos con la empresa y a consecuencia de ello, adquirir más frecuentemente los productos y servicios que se ofrezcan por la organización.
- b) **Correspondencia.** Es importante mantener comunicado al cliente, como responder todas sus inquietudes y dudas.
- c) **Reclamos y cumplidos.** Cuando se promete algo se debe de cumplir, de lo contrario se perderá la credibilidad y confianza en la organización.
- d) **Instalaciones.** Cuando se acude a un lugar limpio, ordenado, que huele bien y es agradable, ocasiona confianza, confort y seguridad. Por ello pensemos que se debe de acondicionar el lugar para producir esas sensaciones.



## **2.2.2 Satisfacción de los usuarios**

### **2.2.2.1. ORIGEN DE LA SATISFACCIÓN LABORAL**

Uno de los mayores preludios del estudio de la satisfacción laboral fue realizado en Hawthorne. Estos estudios (1924 – 1933), primeramente acreditados a Elton Mayo de la Escuela de Negocios de Harvard, buscó encontrar los efectos de varias condiciones (la más notable era la iluminación) en la productividad de los empleados. Estos estudios últimamente mostraron que cambios nuevos en las condiciones laborales temporalmente incrementa la productividad (lo que se conoce como el Efecto Hawthorne). Luego se encontró que el incremento resultaba, no de las nuevas condiciones, si no del hecho de que los trabajadores eran observados. Estos descubrimientos proveyeron una fuerte evidencia de que la gente trabaja por otros propósitos aparte de la paga, lo que pavimentó el camino para los investigadores a encontrar otros factores que influencien en la satisfacción laboral (Mayo E., 1924-1933).

La administración científica (o Taylorismo) también ha tenido un impacto significativo en la satisfacción laboral. El libro de Frederick Winslow Taylor, publicado en 1911 (“Principios de la Administración Científica”), argumentaba que había una sola mejor manera de desempeñar cualquier tarea encomendada. Este

libro contribuye al cambio de las filosofías de la producción industrial, causando un cambio desde la mano de obra calificada y el trabajo a destajo hasta las modernas líneas de ensamblaje y el pago por horas de labor. El uso inicial de la administración científica por las industrias incrementó grandemente la productividad por que los empleados fueron forzados a trabajar en un ritmo mucho más rápido. Sin embargo, los trabajadores llegaron a sentirse exhaustos e insatisfechos, dejando a los investigadores con muchas nuevas interrogantes a responder en cuanto a la satisfacción laboral.

#### **2.2.2.2 Satisfacción**

Según (Zambrano, 2007). Expresa que “los indicadores de calidad, miden el nivel de satisfacción de los usuarios o de los clientes, con respecto a un producto. En este caso se aplican encuestas dirigidas a la obtención de dicha información”. La medición de calidad para este caso es una relación de tipo externa que viene dada por el nivel de satisfacción de los usuarios del servicio o de los consumidores de un bien público.

Según (ISO, 2008). La satisfacción se define como “la percepción del cliente sobre el grado en que sean cumplido sus necesidades o expectativas establecidas”.

Los diferentes, han escrito sobre el concepto de satisfacción presentando un abanico de criterios y puntos de vista.

Según (S & Mayo. J y Loredo, 2009). Definen que la satisfacción es la respuesta de saciedad del cliente. Es un juicio acerca de un rasgo del producto o servicio, la satisfacción refleja el cumplimiento de la expectativa; es decir, proporciona una respuesta al acto del consumo del servicio.

Según (Kotler, 2001). Define la satisfacción del cliente como el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus experiencias. Expresa que luego de la adquisición de un producto o servicio, los clientes experimentan uno de estos tres niveles o grados de satisfacción.

- a) **Insatisfacción.** Se produce cuando el desempeño percibido del producto no alcanza las expectativas del cliente.
- b) **Satisfacción.** Se produce cuando el desempeño percibido del producto o servicio coincide con las expectativas del cliente.
- c) **Complacencia.** Se produce cuando el desempeño percibido excede a las expectativas del cliente.

Según (Reyes .S, 2009). Afirma que el cliente puede experimentar diferentes grados de satisfacción. Si la actuación del producto no llega a complementar sus expectativas, el cliente o usuario queda

insatisfecho. Si la actuación está a la altura de sus expectativas, el cliente estará muy satisfecho. Si la actuación supera las expectativas, el cliente estará muy satisfecho o encantado.

Según (RAE). Define la satisfacción, “Es el sentimiento de bienestar que se obtiene cuando se ha cubierto una necesidad”, en este caso es la respuesta acertada hacia una queja, consulta o duda.

Según (C., 1995). “La satisfacción es un fenómeno que no se da en abstracto siempre está ligado a aspectos objetivos que directamente afectan al usuario en su percepción”.

Según (Oliver R. L., 2009). “La satisfacción, es la respuesta de satisfacción del cliente”.

El concepto de satisfacción, se ha matizado a lo largo del tiempo según el avance de su investigación, enfatizando distintos aspectos y variando su concepto. Satisfacción, es la evaluación que realiza el cliente respecto de un producto o servicio, en términos de si ese producto o servicio responde a sus necesidades y expectativas.

La satisfacción del cliente es influida por las características específicas del producto o servicio y las percepciones de la calidad, también actúan sobre la satisfacción las respuestas

emocionales. Es el juicio acerca de los rasgos del producto o servicio en sí mismo, que proporciona un nivel placentero del consumo actuando también las emociones del cliente.

Tengamos en cuenta que la satisfacción no solo depende de la calidad del servicio sino también de las expectativas del cliente; el cliente está satisfecho cuando los servicios cubren o exceden sus expectativas.

Si las expectativas del cliente son bajas o si el cliente tiene acceso limitado a cualquiera de los servicios, puede ser que éste satisfecho con recibir servicios relativamente deficientes.

### **2.2.2.3 Usuario**

Según (Curzel, 2008). Afirma que usuario es:

La persona que tiene derecho de usar una cosa ajena con cierta limitación.

Según (Aurora, 2005). Es el protagonista indiscutible del estudio de cualquier proceso informativo porque sus características individuales y su contexto de referencia laboral, social, económica o político, son aspectos que determinarán su comportamiento con relación a la información.

Según (Carmen, 2009). Menciona que hay tres tipos de clientes

- a) **Cliente interno:** El personal de la organización. Recibe insumos y le da un valor agregado.

- b) **Ciente externo:** Los intermediarios que directamente tienen relación con la organización.
- c) **El cliente final:** Los usuarios del producto o servicio, quienes validarán todo cuanto de éste se diga o se anuncie (promesa).

### 2.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS

#### Ambiente de trabajo

Es el conjunto de condiciones que contribuyen a la satisfacción del servidor con su empleo. Para una empresa, es el conjunto de condiciones que hacen que los trabajadores sean más productivos

#### Desempeño laboral

Stoner, afirma que el desempeño laboral es la manera como los miembros de la organización trabajan eficazmente, para alcanzar metas comunes, sujeto a las reglas básicas establecidas con anterioridad.

#### Desarrollo personal

Es un proceso de transformación mediante el cual una persona adopta nuevas ideas o formas de pensamiento (creencias), que le permiten generar nuevos comportamientos y actitudes, que dan como nuevas formas de entender y enfrentar la vida.

#### Satisfacción laboral

Ha sido definida como el resultado de varias actitudes que tiene un trabajador hacia su empleo, los factores concretos (como la **compañía**, el supervisor, compañeros de trabajo, salarios, ascensos,

condiciones de trabajo, etc.) y la vida en general (Blum y Naylor 1988).

### **Calidad esperada**

Es la expectativa de la calidad que quieren recibir los usuarios, si coincide la calidad programada, con la calidad esperada, esto es igual a satisfacción de los usuarios. Con la calidad esperada se puede medir la satisfacción de los usuarios y si se cumplió con las expectativas de las mismas. (Fuente: propia)

### **Calidad programada**

Es la calidad que se quiere ofrecer, con el fin de responder a las necesidades y expectativas que tienen los usuarios.

(Fuente: propia)

### **Calidad**

Se refiere a la calidad esperada y percibida de una oferta de servicio, y tiene un efecto considerable sobre la competitividad en una empresa (Fuente: Kurtz, 2012)

### **Expectativas**

Esperanza de realizar o conseguir algo. (Fuente: RAE)

### **Satisfacción**

Razón, acción o modo con que se sosiega y responde enteramente a una queja, sentimiento o razón contraria. (Fuente: RAE)

**Servicio:** Un servicio es el resultado de llevar a cabo necesariamente al menos una actividad en la interfaz entre el proveedor y el cliente y generalmente es intangible. (Fuente: Sangüesa, 2006)

**Usuario:** Es la persona que tiene derecho de usar una cosa ajena con cierta limitación.(Fuente: Curzel, 2008)

### **Cortesía**

Se refiere a la amabilidad con que se trata a los clientes, lo que infunde confianza. (Sandoval, 2006)

**Competencias personales:** Consiste en poseer las habilidades y conocimientos requeridos para desempeñar el servicio, como destrezas del personal. (Sandoval, 2006)

**Empatía:** Consiste en ponerse en el lugar del cliente para satisfacer sus expectativas (Sandoval, 2006)

### **Confiabilidad**

Es un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto, produce resultados iguales. (Hernández, 2003)



## **CAPITULO III**

### **METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN**

#### **3.1 TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN**

##### **3.1.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN**

Teniendo en cuenta los objetivos de la investigación, el estudio pertenece al tipo de investigación básica, mediante el estudio se podrá ampliar el conocimiento sobre nivel de satisfacción y desempeño laboral (Bunge 1979). También es de tipo cuantitativo debido a que se fundamenta estadísticamente probando las hipótesis planteadas (Hernández, Fernández y Baptista, 2010).

##### **3.1.2 NIVEL DE LA INVESTIGACIÓN**

La investigación es aplicada

#### **3.2 MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN**

##### **3.2.1 MÉTODO**

Para el desarrollo de la investigación se utilizará los métodos: Descriptivo y correlacional, con la finalidad de determinar la relación de las variables de la investigación.

### **3.2.2 DISEÑO**

El diseño a emplearse es transversal descriptivo, cuyo objetivo es la recolección de datos para describir la frecuencia en la población definida.

## **3.3 UNIVERSO Y MUESTRA**

### **3.3.1 UNIVERSO DEL ESTUDIO**

En la presente investigación, la población ha sido los usuarios, de la Dirección Regional de Educación Pasco, durante el año 2017.

### **3.3.2 UNIVERSO SOCIAL**

Usuarios de la Dirección Regional de Educación Pasco y los trabajadores.

### **3.3.3 UNIDAD DE ANÁLISIS**

Usuarios de la Dirección Regional de Educación Pasco

### **3.3.4 MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN**

Para calcular la muestra se utilizará la siguiente fórmula:

Fórmula

$$N Z^2 P \cdot Q$$

$$n_0 = \text{-----}$$

$$(N-1) E^2 + P \cdot Q Z^2$$

$$n = ? \quad (\text{Tamaño de la muestra})$$

N = 2119 (Tamaño de la población)

Z = 1.96 (Nivel de confianza)

P = 0.5 (Variabilidad positiva)

Q = 0.5 (Variabilidad negativa)

E = 5% (Margen de error)

$$n_o = \frac{2919(1.96)^2 0.5 0.5}{(2919 - 1) (0.05)^2 + (0.5) (0.5) (1.96)^2} = 339$$

Entonces  $n_o =$  La muestra es 339 usuarios

### **3.4 FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS**

#### **3.4.1 HIPÓTESIS GENERAL**

Determinar si existe relación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la Dirección Regional de Educación Pasco, 2017.

#### **3.4.2 HIPOTESIS ESPECIFICA**

1. Existe relación significativa entre la capacidad de respuesta de los trabajadores y la satisfacción de los usuarios en la Dirección Regional de Educación Pasco, 2017.
2. Existe relación significativa relación entre el trato amable y la satisfacción de los usuarios en la Dirección Regional de Educación Pasco, 2017
3. Existe relación significativa entre las competencias personales y la satisfacción de los usuarios en la Dirección Regional de Educación Pasco, 2017.

### 3.4 IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES.

#### 3.5.1 Variable Independiente

##### X. Calidad De Servicio

- a) Capacidad de respuesta
- b) Cortesía
- c) Competencias personales

#### 3.5.2 Variable Dependientes

##### Y. Satisfacción de los usuarios

- a) Confianza en el servicio
- b) Trato recibido

### OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES

VARIABLE DE ESTUDIO	DIMENSIONES	INDICADORES
<b>VARIABLE INDEPENDIENTE</b> <b>Calidad de servicio</b> Es la discrepancia entre las expectativas de los clientes sobre un servicio concreto y las percepciones o creencias que se forman los directivos sobre lo que espera el consumidor de ese servicio. (Ruiz, 2001)	<b>DIMENSIÓN 1</b> <b>Capacidad de respuesta</b> Es la probabilidad media de producir, frente a una demanda, una respuesta de calidad aceptable, dentro de un margen de tiempo aceptable y a un costo aceptable.	1.1 Consistencia del servicio 1.2 Seguridad
	<b>DIMENSIÓN 2</b> <b>La cortesía</b> En Este sentido, la amabilidad es fundamental para relacionarnos de una manera positiva y satisfactoria con los otros, bien sea en la familia, en el trabajo, en la escuela, en nuestra comunidad	2.1 Trato personal 2.2 Amabilidad
	<b>DIMENSIÓN 3</b> <b>Competencias personales.</b> Posesión y el desarrollo de destrezas, conocimientos, actitudes adecuadas y la	3.1 Personalidad 3.2 Experiencia laboral

	experiencia suficiente para desarrollar sus funciones designadas.	
<b>VARIABLE DEPENDIENTE</b> <b>Satisfacción de los usuarios</b> La satisfacción es como un juicio a raíz de una experiencia de consumo, que es el juicio del consumidor que un producto, siempre o está proporcionando un nivel de placer de cumplimiento relacionados con el consumo. (Oliver R. L., 1997)	<b>DIMENSIÓN 1</b> <b>Confianza en el servicio.</b> Es la seguridad o esperanza firme que el usuario tiene del servicio. También se trata de la presunción de uno mismo y del ánimo o vigor para obrar.	1.1 Ausencia de necesidad. 1.2 Valoración del servicio
	<b>DIMENSIÓN 2</b> <b>Trato recibido.</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Es la acción y efecto de trato que recibe los usuarios o personas a solicitar el servicio.</li> </ul>	2.1 Buen servicio 2.2 Percepción

### 3.6 DEFINICIÓN DE VARIABLES E INDICADORES

#### 3.6.1 Calidad de servicio

Es la discrepancia entre las expectativas de sobre un servicio concreto y las percepciones o creencias que se forman los directivos sobre lo que espera el consumidor de ese servicio. (Ruiz, 2001)

#### 3.6.2 Satisfacción de los usuarios.

La satisfacción es como un juicio a raíz de una experiencia de consumo, que es el juicio del consumidor que un producto, siempre o está proporcionando un nivel de placer de cumplimiento relacionados con el consumo.

(Oliver R. L., 1997)

### **3.7 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

#### **3.5.1 TÉCNICAS**

- Observación.
- Encuesta.

#### **3.5.2 INSTRUMENTOS**

- Guía de observación.
- Cuestionario.

### **3.8 TÉCNICAS DE TABULACIÓN Y PROCESAMIENTO DE DATOS**

La tabulación de datos se realizará mediante el hoja de cálculos de Excel y para el procesamiento de datos se utilizará el paquete estadístico SPSS

## **CAPITULO IV**

### **PRESENTACIÓN, ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

#### **4.1. DESCRIPCION DEL TRABAJO DE CAMPO**

##### **4.1.1. PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

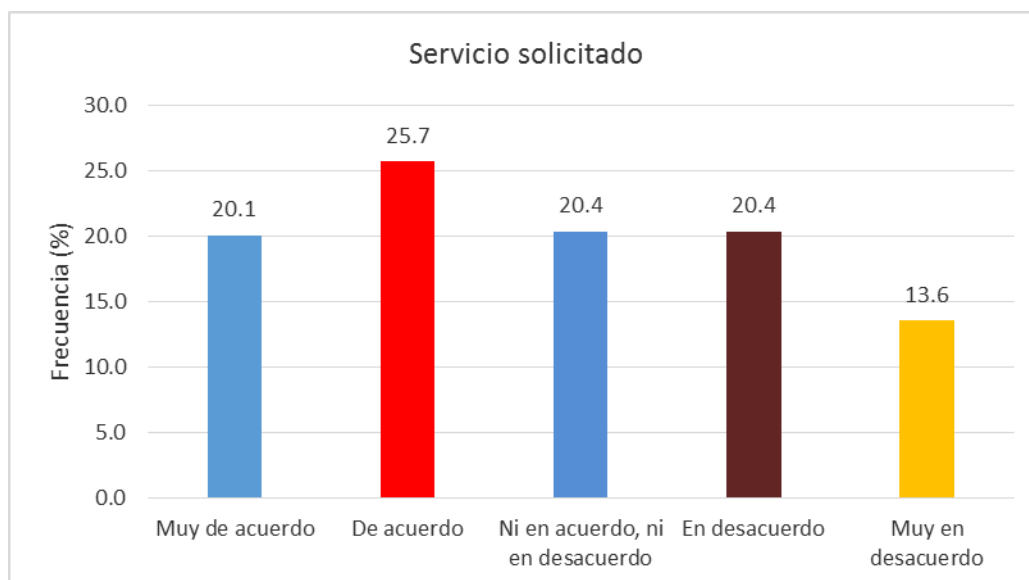
###### **4.1.1.1 Calidad de servicio**

1. Se realizó el servicio solicitado en un plazo adecuado.

Cuadro No- 1  
Se realizó el servicio solicitado en un plazo adecuado.

Servicio solicitado	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Muy de acuerdo	68	20.1
De acuerdo	87	25.7
Ni en acuerdo, ni en desacuerdo	69	20.4
En desacuerdo	69	20.4
Muy en desacuerdo	46	13.6
Total	339	100.0

Grafico 1.



Fuente: **Resultado del cuestionario aplicado.**

## INTERPRETACIÓN

Con la finalidad de conocer si los Funcionarios de la DRE Pasco realizaron el servicio solicitado en el plazo adecuado se aplicó la encuesta respectiva; y los resultados fueron los siguientes:

Un 20.1% de la muestra encuestada opinan que están muy de acuerdo, un 25,7% de acuerdo, ni en acuerdo ni en desacuerdo un 20,4%; en



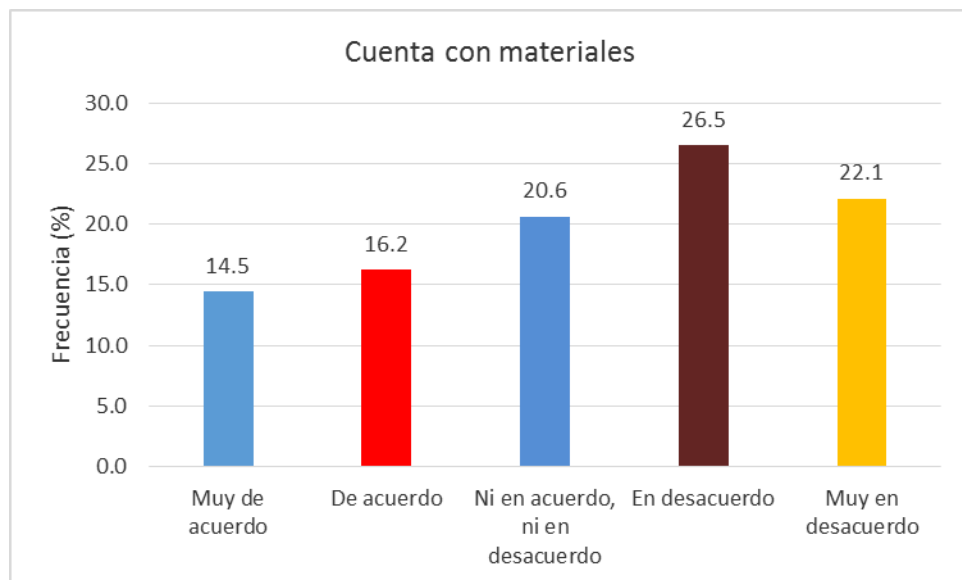
desacuerdo un 20,4% y muy en desacuerdo un 13,6%, por lo que concluimos que entre muy de acuerdo y de acuerdo tenemos un 45,8%.

2. Ha tenido la oportunidad de ver que el personal cuenta con recursos materiales suficientes para llevar a cabo su trabajo.

Cuadro 2.

Cuenta con materiales	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Muy de acuerdo	49	14.5
De acuerdo	55	16.2
Ni en acuerdo, ni en desacuerdo	70	20.6
En desacuerdo	90	26.5
Muy en desacuerdo	75	22.1
Total	339	100.0

Gráfico 2.



Fuente: Resultado del cuestionario aplicado.

## INTERPRETACIÓN

Con la finalidad de conocer si los Funcionarios de la DRE Pasco realizaron Ha tenido la oportunidad de ver que el personal cuenta con recursos materiales suficientes para llevar a cabo su trabajo.

Se aplicó la encuesta respectiva; y los resultados fueron los siguientes:

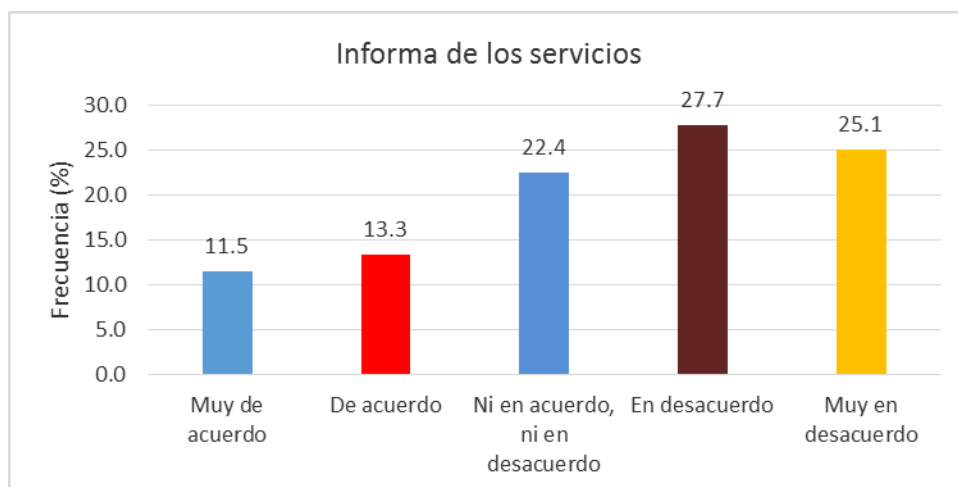
Un 14,5 % de la muestra encuestada opinan que están muy de acuerdo, un 16,2 % de acuerdo, ni en acuerdo ni en desacuerdo un 20,6 %; en desacuerdo un 26,5% y muy en desacuerdo un 22,1 %.

3. El personal le informa adecuadamente de los servicios que ofrecen.

Cuadro 3

<b>Informa de los servicios</b>	<b>Frecuencia (f)</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
Muy de acuerdo	39	11.5
De acuerdo	45	13.3
Ni en acuerdo, ni en desacuerdo	76	22.4
En desacuerdo	94	27.7
Muy en desacuerdo	85	25.1
Total	339	100.0

**Grafico 3.**



Fuente: Resultado del cuestionario aplicado.

## INTERPRETACIÓN

Con la finalidad de conocer si los Funcionarios de la DRE Pasco El personal le informa adecuadamente de los servicios que ofrecen.

Se aplicó la encuesta respectiva; y los resultados fueron los siguientes:

Un 11,5 % de la muestra encuestada opinan que están muy de acuerdo, un 13,5 % de acuerdo, ni en acuerdo ni en desacuerdo un 22,4 %; en desacuerdo un 27,7 % y muy en desacuerdo un 25,1 %.

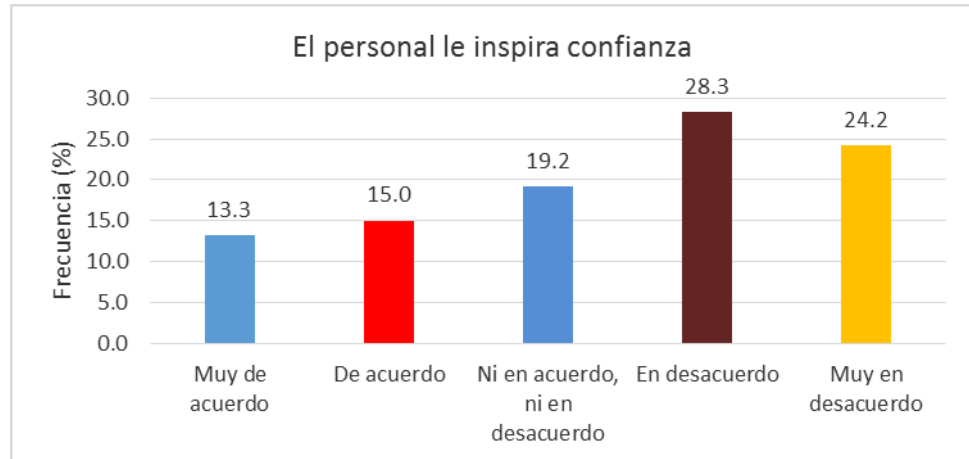
4. Considera que el personal que lo atendió le inspira confianza y muestra buena disposición para atenderlo.

Cuadro 4

El personal le inspira confianza	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Muy de acuerdo	45	13.3
De acuerdo	51	15.0
Ni en acuerdo, ni en desacuerdo	65	19.2
En desacuerdo	96	28.3
Muy en desacuerdo	82	24.2

Total	339	100.0
-------	-----	-------

Gráfico 4



Fuente: Resultado del cuestionario aplicado.

## INTERPRETACIÓN

Con la finalidad de conocer si los Funcionarios de la DRE Pasco El personal considera que el personal que lo atendió le inspira confianza y muestra buena disposición para atenderlo..

Se aplicó la encuesta respectiva; y los resultados fueron los siguientes:

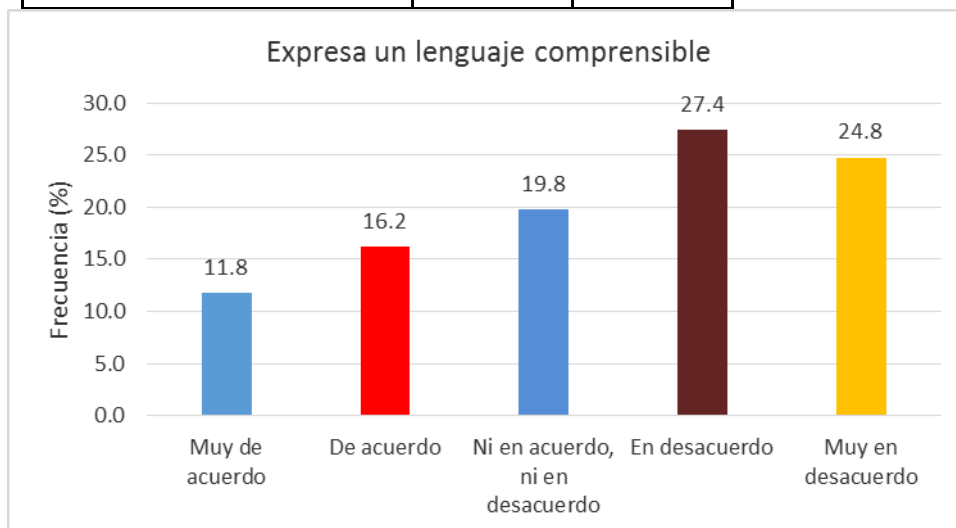
Un 13,3 % de la muestra encuestada opinan que están muy de acuerdo, un 15,0 % de acuerdo, ni en acuerdo ni en desacuerdo un 19,2 %; en desacuerdo un 28,3 % y muy en desacuerdo un 24,2 %.

5.-El personal que lo atendió se expresa en un lenguaje comprensible que Ud. Pueda entender.

Cuadro 5

Expresa un lenguaje comprensible	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Muy de acuerdo	40	11.8
De acuerdo	55	16.2

Ni en acuerdo, ni en desacuerdo	67	19.8
En desacuerdo	93	27.4
Muy en desacuerdo	84	24.8
Total	339	100.0



Fuente: Resultado del cuestionario aplicado.

## INTERPRETACIÓN

Con la finalidad de conocer si los Funcionarios de la DRE Pasco El personal considera que el personal que lo atendió le inspira confianza y muestra buena disposición para atenderlo..

Se aplicó la encuesta respectiva; y los resultados fueron los siguientes:

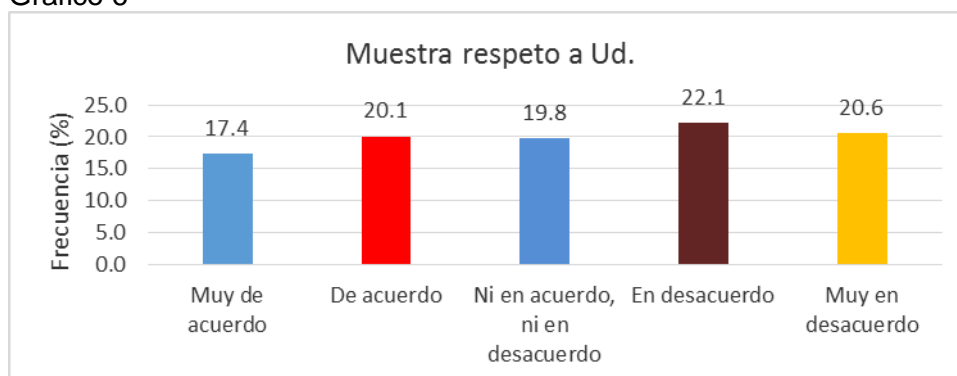
Un 13,3 % de la muestra encuestada opinan que están muy de acuerdo, un 15,0 % de acuerdo, ni en acuerdo ni en desacuerdo un 19,2 %; en desacuerdo un 28,3 % y muy en desacuerdo un 24,2 %.

6.- El personal que lo atendió muestra un trato respetuoso hacia usted.

Cuadro 6

Muestra respeto a Ud.	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Muy de acuerdo	59	17.4
De acuerdo	68	20.1
Ni en acuerdo, ni en desacuerdo	67	19.8
En desacuerdo	75	22.1
Muy en desacuerdo	70	20.6
Total	339	100.0

Grafico 6



Fuente: **Resultado del cuestionario aplicado.**

## INTERPRETACIÓN

Con la finalidad de conocer si el personal de la DRE Pasco, muestra un trato respetuoso hacia usted..

Se aplicó la encuesta respectiva; y los resultados fueron los siguientes:

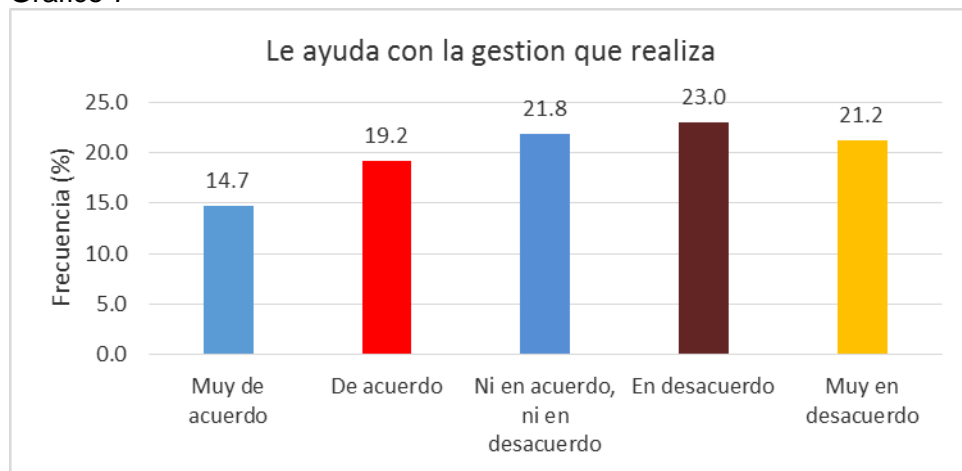
Un 17,4 % de la muestra encuestada opinan que están muy de acuerdo, un 20,1 % de acuerdo, ni en acuerdo ni en desacuerdo un 19,8 %; en desacuerdo un 22,1 % y muy en desacuerdo un 20,6 %.

7.- El personal que le atendió se muestra dispuesto a ayudarle con su gestión que está realizando usted.

Cuadro 7

Le ayuda con la gestion que realiza	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Muy de acuerdo	50	14.7
De acuerdo	65	19.2
Ni en acuerdo, ni en desacuerdo	74	21.8
En desacuerdo	78	23.0
Muy en desacuerdo	72	21.2
Total	339	100.0

Grafico 7



Fuente: Resultado del cuestionario aplicado.

## INTERPRETACIÓN

Con la finalidad de conocer si el personal de la DRE Pasco, le ayuda con su gestión que está realizando usted.

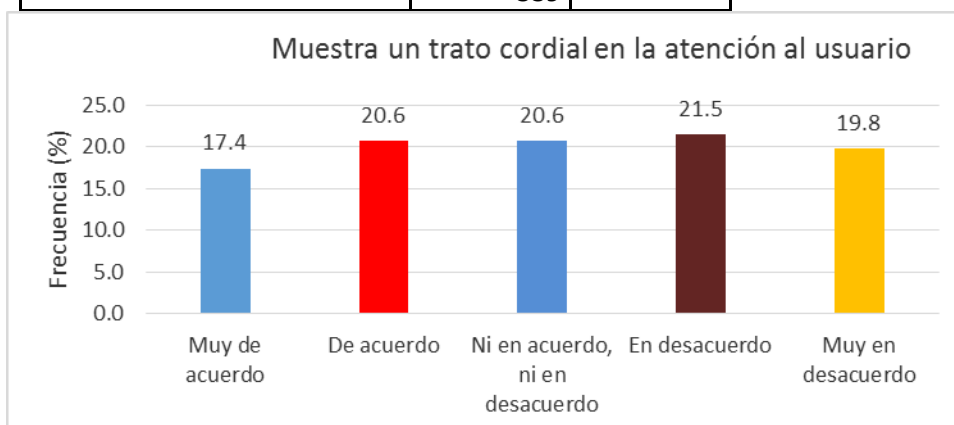
Se aplicó la encuesta respectiva; y los resultados fueron los siguientes:

Un 17,4 % de la muestra encuestada opinan que están muy de acuerdo, un 19,2 % de acuerdo, ni en acuerdo ni en desacuerdo un 21,8 %; en desacuerdo un 23,0 % y muy en desacuerdo un 21,2 %.

8.- El personal, muestra un trato cordial en la atención al usuario.

Cuadro 8

<b>Muestra un trato cordial en la atención al usuario</b>	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Muy de acuerdo	59	17.4
De acuerdo	70	20.6
Ni en acuerdo, ni en desacuerdo	70	20.6
En desacuerdo	73	21.5
Muy en desacuerdo	67	19.8
Total	339	100.0



Fuente: **Resultado del cuestionario aplicado.**

## INTERPRETACIÓN

Con la finalidad de conocer si el personal de la DRE Pasco, muestra un trato cordial en la atención al usuario.

Se aplicó la encuesta respectiva; y los resultados fueron los siguientes:

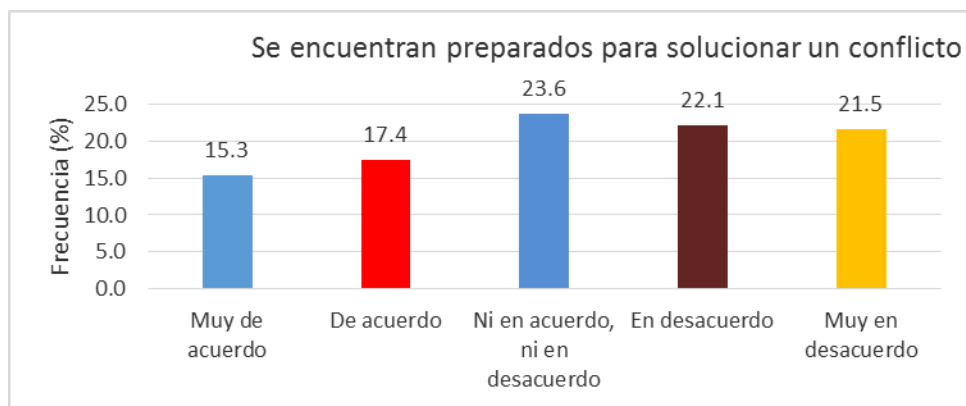
Un 17,4 % de la muestra encuestada opinan que están muy de acuerdo, un 20,6 % de acuerdo, ni en acuerdo ni en desacuerdo un 20,6 %; en desacuerdo un 21,5 % y muy en desacuerdo un 19,8 %.

9.- Los trabajadores se encuentran preparados para solucionar situaciones de conflictos que pueda surgir con los ciudadanos (por ejemplo si un ciudadano viene alterado o en forma prepotente a solicitar un servicio)



Cuadro 9

<b>Se encuentran preparados para solucionar un conflicto</b>	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Muy de acuerdo	52	15.3
De acuerdo	59	17.4
Ni en acuerdo, ni en desacuerdo	80	23.6
En desacuerdo	75	22.1
Muy en desacuerdo	73	21.5
Total	339	100.0



Fuente: **Resultado del cuestionario aplicado.**

## INTERPRETACIÓN

Con la finalidad de conocer si el personal de la DRE Pasco, se encuentra preparado para solucionar un conflicto.

Se aplicó la encuesta respectiva; y los resultados fueron los siguientes:

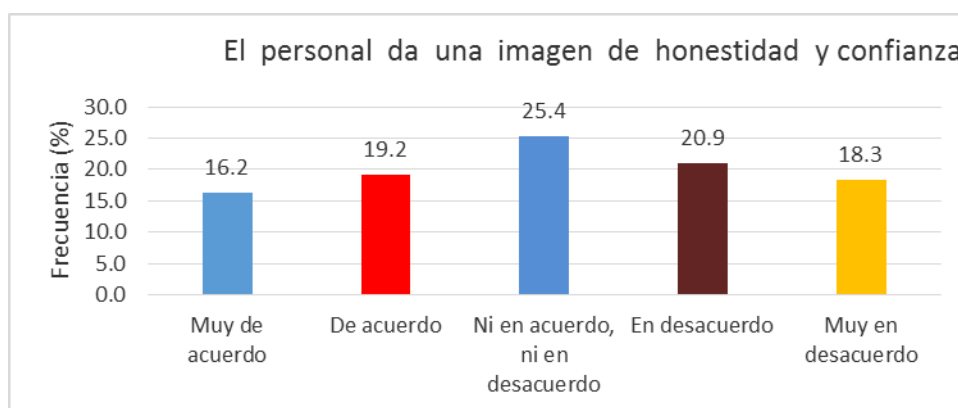
Un 15,3 % de la muestra encuestada opinan que están muy de acuerdo, un 17,4 % de acuerdo, ni en acuerdo ni en desacuerdo un 23,6 %; en desacuerdo un 22,1 % y muy en desacuerdo un 21,5 %.

10.- El personal da una imagen de honestidad y confianza

Cuadro 10

<b>El personal da una imagen de honestidad y confianza</b>	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
--	----------------	----------------

Muy de acuerdo	55	16.2
De acuerdo	65	19.2
Ni en acuerdo, ni en desacuerdo	86	25.4
En desacuerdo	71	20.9
Muy en desacuerdo	62	18.3
Total	339	100.0



Fuente: Resultado del cuestionario aplicado.

## INTERPRETACIÓN

Con la finalidad de conocer si el personal de la DRE Pasco, muestra una imagen de honestidad y confianza.

Se aplicó la encuesta respectiva; y los resultados fueron los siguientes:

Un 16,2 % de la muestra encuestada opinan que están muy de acuerdo, un 19,2 % de acuerdo, ni en acuerdo ni en desacuerdo un 25,4 %; en desacuerdo un 20,9 % y muy en desacuerdo un 18,3 %.

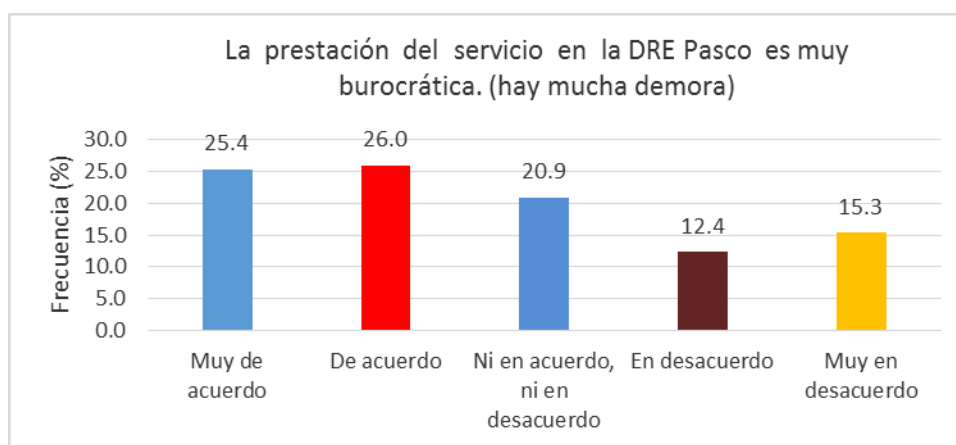
11.- El personal que lo atendió muestra que está suficientemente preparado para desempeñarse en el cargo que ocupa actualmente.

Cuadro 11

El personal que lo atendió muestra que está suficientemente preparado para desempeñarse en el cargo que ocupa actualmente.	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)

Muy de acuerdo	86	25.4
De acuerdo	88	26.0
Ni en acuerdo, ni en desacuerdo	71	20.9
En desacuerdo	42	12.4
Muy en desacuerdo	52	15.3
Total	339	100.0

Grafico 11



Fuente: **Resultado del cuestionario aplicado.**

## INTERPRETACIÓN

Con la finalidad de conocer si el personal de la DRE Pasco, la prestación del servicio es muy burocrática. (hay mucha demora).

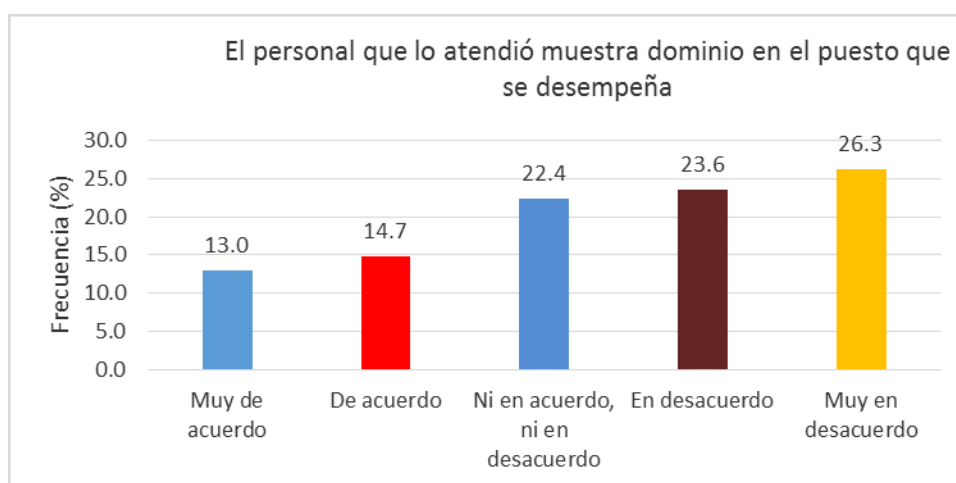
Se aplicó la encuesta respectiva; y los resultados fueron los siguientes:

Un 25,4 % de la muestra encuestada opinan que están muy de acuerdo, un 26,0 % de acuerdo, ni en acuerdo ni en desacuerdo un 20,9 %; en desacuerdo un 12,4 % y muy en desacuerdo un 15,3 %.

12.- El personal que lo atendió muestra dominio en el puesto que se desempeña.

Cuadro 12

<b>El personal que lo atendió muestra dominio en el puesto que se desempeña</b>	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Muy de acuerdo	44	13.0
De acuerdo	50	14.7
Ni en acuerdo, ni en desacuerdo	76	22.4
En desacuerdo	80	23.6
Muy en desacuerdo	89	26.3
Total	339	100.0



Fuente: Resultado del cuestionario aplicado.

## INTERPRETACIÓN

Con la finalidad de conocer si el personal de la DRE Pasco, la prestación del servicio es muy burocrática. (hay mucha demora).

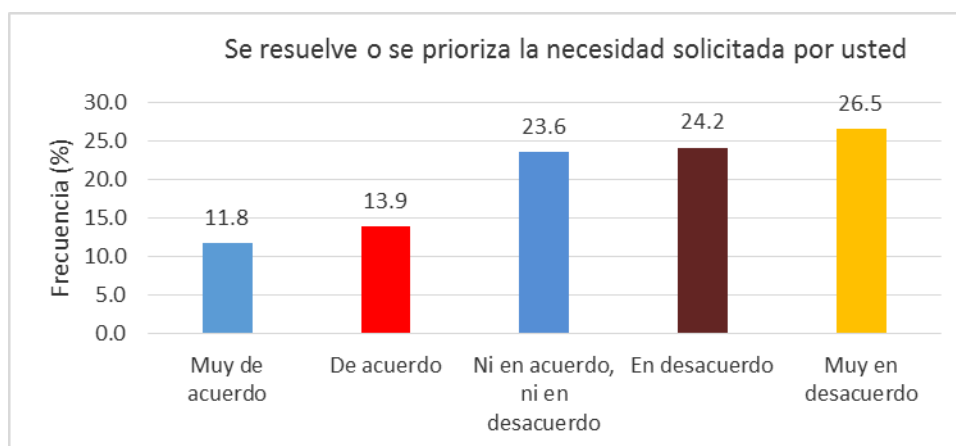
Se aplicó la encuesta respectiva; y los resultados fueron los siguientes:

Un 13,0 % de la muestra encuestada opinan que están muy de acuerdo, un 14,7 % de acuerdo, ni en acuerdo ni en desacuerdo un 22,4 %; en desacuerdo un 23,6 % y muy en desacuerdo un 26,3 %.

13.- Se resuelve o se prioriza la necesidad solicitada por usted.

Cuadro 12.

<b>Se resuelve o se prioriza la necesidad solicitada por usted</b>	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Muy de acuerdo	40	11.8
De acuerdo	47	13.9
Ni en acuerdo, ni en desacuerdo	80	23.6
En desacuerdo	82	24.2
Muy en desacuerdo	90	26.5
Total	339	100.0



Fuente: **Resultado del cuestionario aplicado.**

## INTERPRETACIÓN

Con la finalidad de conocer si el personal de la DRE Pasco, resuelve o prioriza la necesidad solicitada por Ud.

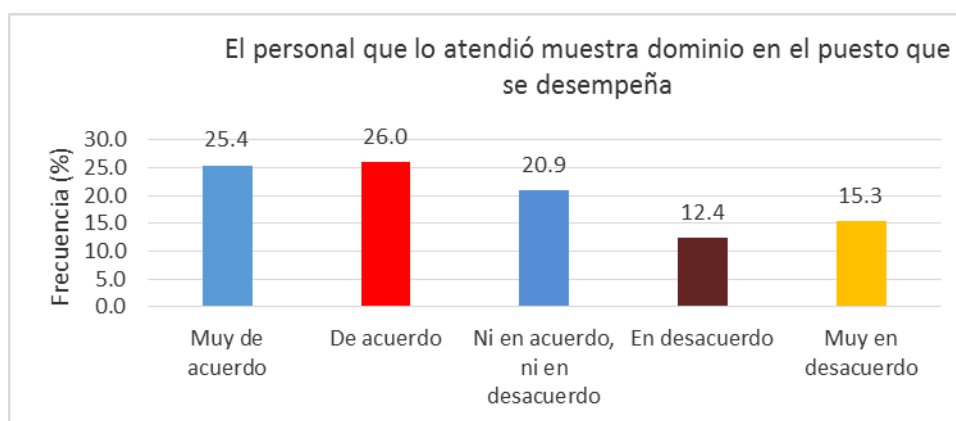
Se aplicó la encuesta respectiva; y los resultados fueron los siguientes:

Un 11,8 % de la muestra encuestada opinan que están muy de acuerdo, un 13,9 % de acuerdo, ni en acuerdo ni en desacuerdo un 23,6 %; en desacuerdo un 24,2 % y muy en desacuerdo un 26,5 %.

14.- Se han solucionado satisfactoriamente tus demandas en ocasiones pasadas

Cuadro 14

Se han solucionado satisfactoriamente tus demandas en ocasiones pasadas	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Muy de acuerdo	35	10.3
De acuerdo	40	11.8
Ni en acuerdo, ni en desacuerdo	84	24.8
En desacuerdo	87	25.7
Muy en desacuerdo	93	27.4
Total	339	100.0



Fuente: **Resultado del cuestionario aplicado.**

## INTERPRETACIÓN

Con la finalidad de conocer si el personal de la DRE Pasco, la prestación del servicio es muy burocrática. (hay mucha demora).

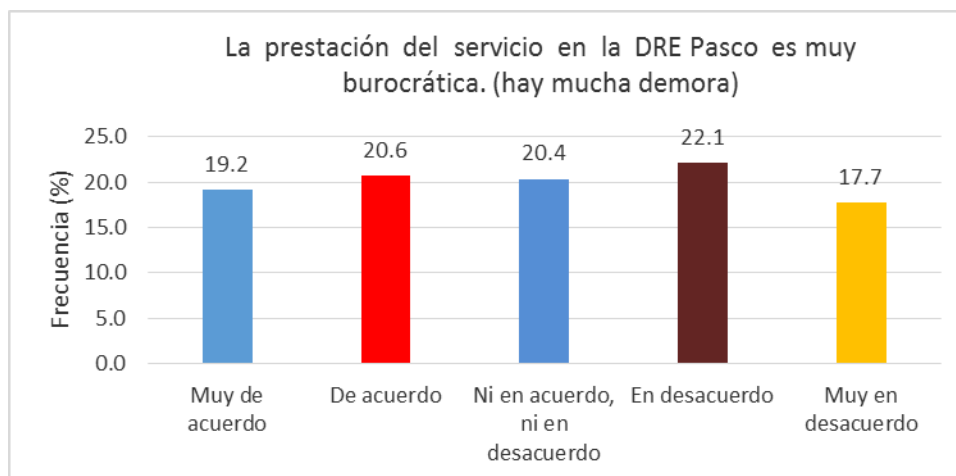
Se aplicó la encuesta respectiva; y los resultados fueron los siguientes:

Un 25,4 % de la muestra encuestada opinan que están muy de acuerdo, un 26,0 % de acuerdo, ni en acuerdo ni en desacuerdo un 20,9 %; en desacuerdo un 12,4 % y muy en desacuerdo un 15,3 %.

15.- La prestación del servicio en la DRE Pasco es muy burocrática. (hay mucha demora)

Cuadro 15

La prestación del servicio en la DRE Pasco es muy burocrática. (hay mucha demora)	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Muy de acuerdo	94	27.7
De acuerdo	84	24.8
Ni en acuerdo, ni en desacuerdo	85	25.1
En desacuerdo	32	9.4
Muy en desacuerdo	44	13.0
Total	339	100.0



Fuente: Resultado del cuestionario aplicado.

## INTERPRETACIÓN

Con la finalidad de conocer si el personal de la DRE Pasco, la prestación del servicio es muy burocrática. (hay mucha demora).

Se aplicó la encuesta respectiva; y los resultados fueron los siguientes:

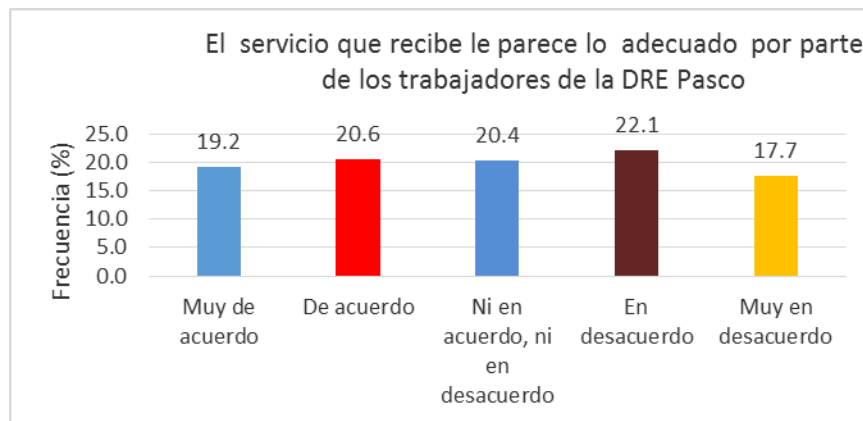
Un 27,7 % de la muestra encuestada opinan que están muy de acuerdo, un 24,8 % de acuerdo, ni en acuerdo ni en desacuerdo un 25,1 %; en desacuerdo un 9,4 % y muy en desacuerdo un 13,0 %.

16.- El servicio que recibe le parece lo adecuado por parte de los trabajadores de la DRE Pasco.

Cuadro 16.

El servicio que recibe le parece lo adecuado por parte de los trabajadores de la DRE Pasco	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Muy de acuerdo	45	13.3
De acuerdo	54	15.9
Ni en acuerdo, ni en desacuerdo	71	20.9
En desacuerdo	90	26.5
Muy en desacuerdo	79	23.3
Total	339	100.0

Grafico 16



Fuente: Resultado del cuestionario aplicado.

## INTERPRETACIÓN

Con la finalidad de conocer si el servicio que recibe le parece lo adecuado por parte de los trabajadores de la DRE Pasco.

Se aplicó la encuesta respectiva; y los resultados fueron los siguientes:

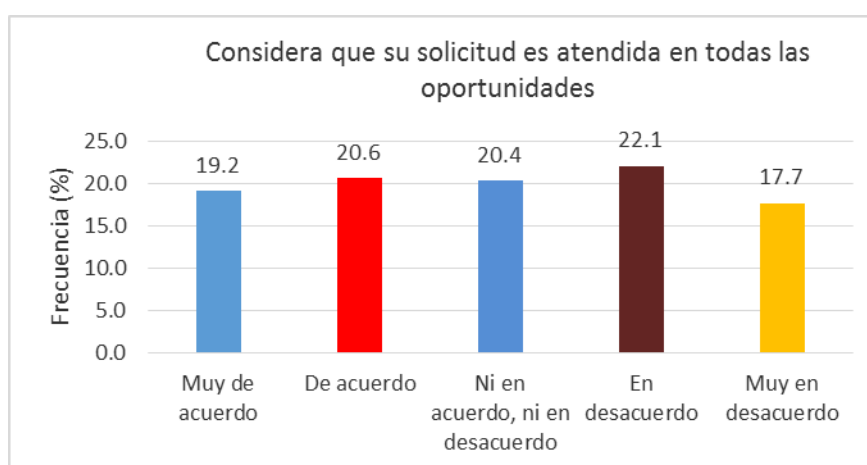
Un 13,3 % de la muestra encuestada opinan que están muy de acuerdo, un 15,9 % de acuerdo, ni en acuerdo ni en desacuerdo un 20,9 %; en desacuerdo un 26,5 % y muy en desacuerdo un 23,3 %.

17.- Considera que su solicitud es atendida en todas las oportunidades

Cuadro 17



Considera que su solicitud es atendida en todas las oportunidades	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Muy de acuerdo	50	14.7
De acuerdo	60	17.7
Ni en acuerdo, ni en desacuerdo	75	22.1
En desacuerdo	85	25.1
Muy en desacuerdo	69	20.4
Total	339	100.0



Fuente: Resultado del cuestionario aplicado.

## INTERPRETACIÓN

Con la finalidad de conocer si considera que su solicitud es atendida en todas las oportunidades.

Se aplicó la encuesta respectiva; y los resultados fueron los siguientes:

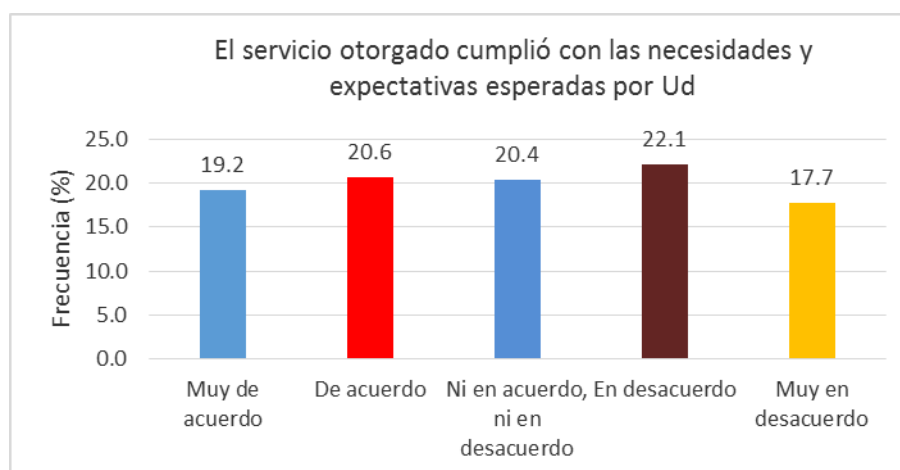
Un 14,7 % de la muestra encuestada opinan que están muy de acuerdo, un 17,7 % de acuerdo, ni en acuerdo ni en desacuerdo un 22,1 %; en desacuerdo un 25,1 % y muy en desacuerdo un 20,4 %

18.- El servicio otorgado cumplió con las necesidades y expectativas esperadas por Ud.

Cuadro 18

Servicio solicitado	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Muy de acuerdo	65	19.2
De acuerdo	70	20.6
Ni en acuerdo, ni en desacuerdo	69	20.4
En desacuerdo	75	22.1
Muy en desacuerdo	60	17.7
Total	339	100.0

Grafico 18



Fuente: Resultado del cuestionario aplicado.

#### INTERPRETACIÓN

Con la finalidad de conocer si considera el servicio otorgado cumplió con las necesidades y expectativas esperadas por Ud.

Se aplicó la encuesta respectiva; y los resultados fueron los siguientes:

Un 19,2 % de la muestra encuestada opinan que están muy de acuerdo, un 20,6 % de acuerdo, ni en acuerdo ni en desacuerdo un 20,4 %; en desacuerdo un 22,1 % y muy en desacuerdo un 17,7 %

#### 4.1.2 Resultado de fiabilidad

La evaluación de fiabilidad se realizó a través de alfa de Cronbach, que nos permite estimar la fiabilidad de un instrumento de medida a través de un conjunto de ítems. Para lo cual tendremos en cuenta los siguientes criterios:

- a) Coeficiente alfa > 9 es excelente
- b) Coeficiente alfa > 8 es bueno
- c) Coeficiente alfa > 7 es aceptable
- d) Coeficiente alfa > 6 es cuestionable
- e) Coeficiente alfa > 5 es pobre
- f) Coeficiente alfa < 5 es inaceptable

Para la validación de los instrumentos recurrimos al juicio de expertos en la materia, quienes emitieron su opinión respecto a la redacción y al contenido del cuestionario y dieron el visto bueno de que procede el instrumento de recolección.

#### **4.1.2.1 Resultado de fiabilidad con alfa de Cronbach (V1)**

A través de alfa de Cronbach, en la primera variable de calidad de servicio arrojó un resultado de 0,901 que significa según el autor (George y Mallery (2003, pág. 231) que el coeficiente de alfa la fiabilidad es excelente.

<b>Taba N° 19 Estadísticas de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos

80

	,901	12
--	------	----

Fuente: Spss 22, Elaboración propia

**Tabla N° 19 Resumen de procesamiento de datos de calidad de servicio**

		N	%
Casos	Válido	339	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	339	100,0

Fuente: Spss 22, Elaboración propia

### Interpretación

El total de encuestas desarrolladas y válidos son a un total de 339 usuarios

#### 4.1.1.2 Resultado de fiabilidad con alfa de Conbrach (V2)

A través de alfa de Cronbach, en la primera variable de calidad de servicio arrojó un resultado de 0,722 que significa según el autor George y Mallery (2003, p.231) que el coeficiente de alfa o la fiabilidad es aceptable.

**Tabla N° 20 Estadísticas de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,722	6

Fuente: Spss 22, elaboración propia

**Tabla N° 21 Resumen de procesamiento de casos**

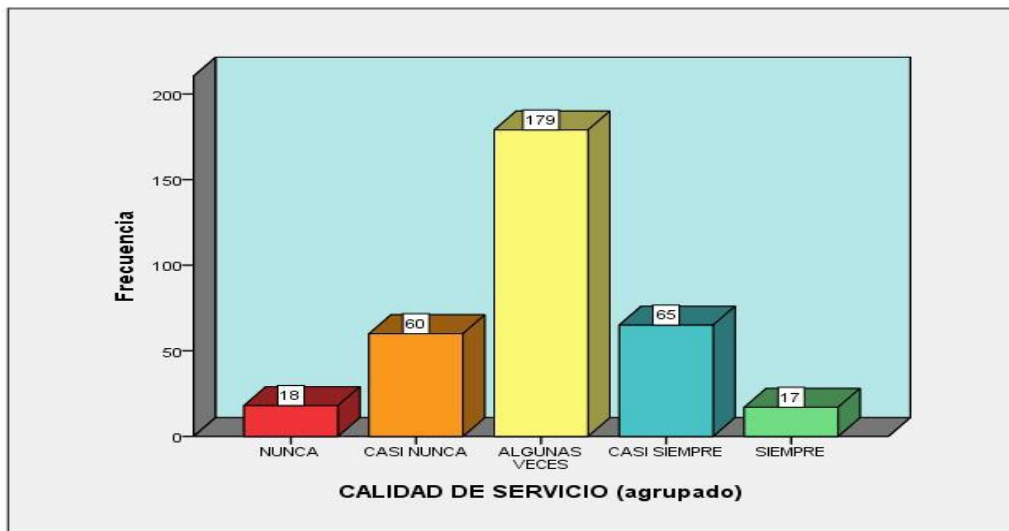
		N	%
Casos	Válido	339	100

Excluido <sup>a</sup>	0	,0
Total	339	100,0

Fuente: Spss 22, elaboración propia  
 El total de encuestas desarrolladas y válidos son un total de 339 usuarios.

#### 4.1.3 Resultados de objetivo e hipótesis general (Relación de calidad de servicio y satisfacción de los usuarios)

**Gráfico N° 19 Calidad De Servicio**

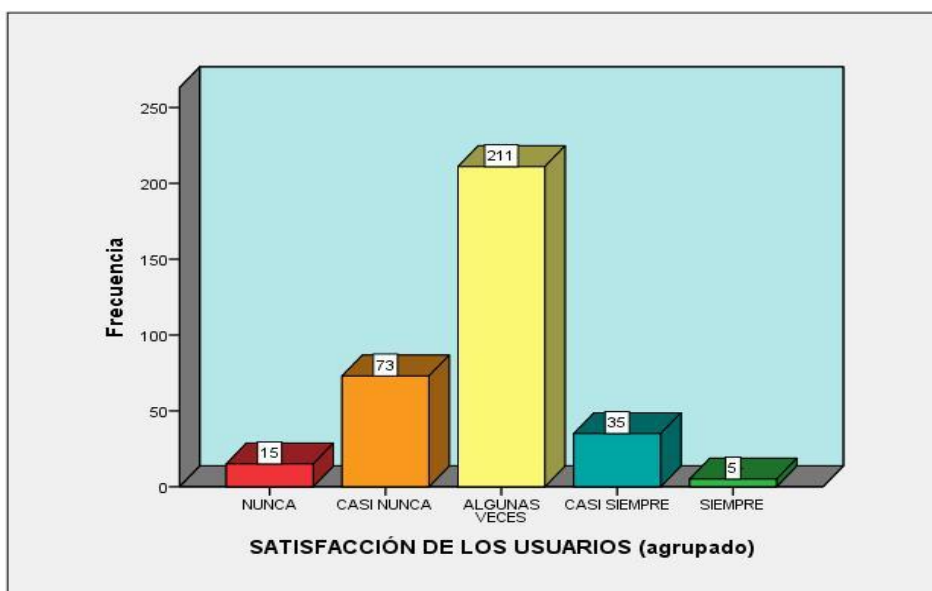


Fuente: Spss 22, elaboración propia

Respecto a la calidad de servicio se puede apreciar en el gráfico N° 1, que se clasifica en nunca, casi nunca, algunas veces, casi siempre y siempre, donde:

De un total de 339 encuestados (usuarios de la DRE Pasco), 179 encuestados manifiestan algunas veces la calidad de servicio es adecuado y 65 encuestados manifiestan que casi siempre la calidad de servicio es adecuada.

**Gráfico N° 20 Satisfacción De Usuarios**



Fuente: Spss 22, elaboración propia

Respecto a la satisfacción de usuarios se puede apreciar en el gráfico N° 2, que se clasifica en nunca, casi nunca, algunas veces, casi siempre y siempre donde:

De un total de 339 encuestados (usuarios de la DRE Pasco), 211 encuestados manifiestan algunas veces están satisfechos y 73 encuestados manifiestan que casi nunca están satisfechos con la calidad de servicio que ofrecen en la DRE Pasco.

**a) Correlaciones de calidad de servicio y satisfacción de los usuarios**

<b>Tabla N° 22 Correlaciones de calidad de servicio y satisfacción de los usuarios</b>				
			<b>CALIDAD DE SERVICIO (agrupado)</b>	<b>SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS (agrupado)</b>
Rho de Spearman	CALIDAD DE SERVICIO (agrupado)	Coefficiente de correlación	1,000	,591**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	339	339
	SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS (agrupado)	Coefficiente de correlación	,591**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	339	339

Fuente: Spss 22, elaboración propia

Según el coeficiente de Spearman arrojó un valor de 0.591, lo que indica que existe una correlación positiva moderada, entre calidad de servicio y satisfacción de los usuarios.

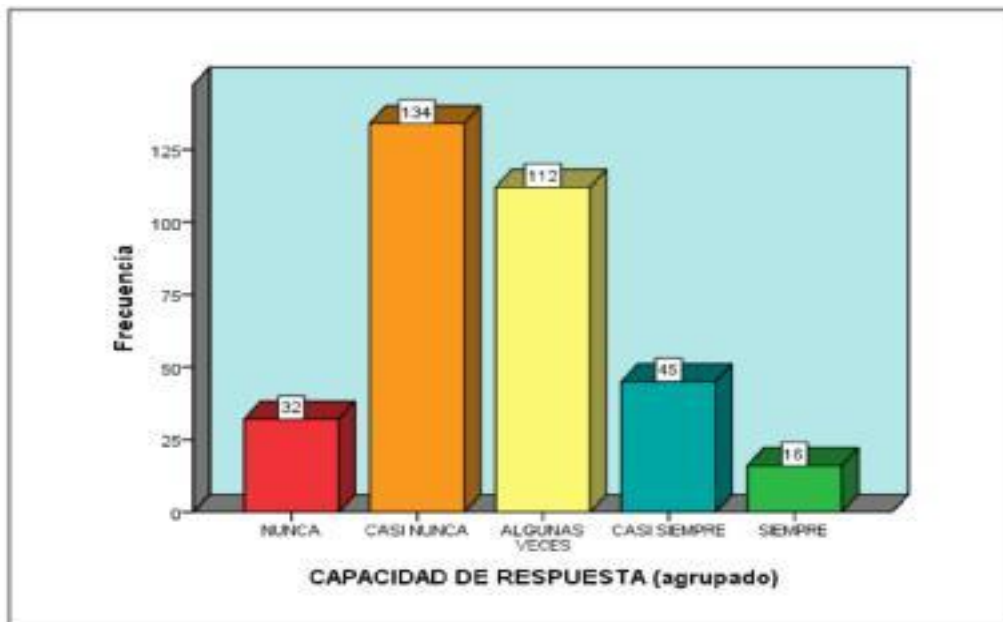
Por otro lado, se planteó la hipótesis general

H1: Existe relación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la Dirección regional de Educación Pasco, 2017

H0: No existe relación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la Dirección regional de Educación Pasco, 2017. Como se aprecia en la tabla N° 5, el valor “sig.” es de 0.000, que es menor a 0.05 el nivel de significancia, entonces se acepta la hipótesis alterna (H1), por lo tanto, se puede afirmar, que existe relación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la Dirección Regional de Educación Pasco, 2017.

#### 4.2.3. Resultados de objetivo e hipótesis específico (Relación de capacidad de respuesta y satisfacción de los usuarios)

Gráfico N° 21 Capacidad De Respuesta



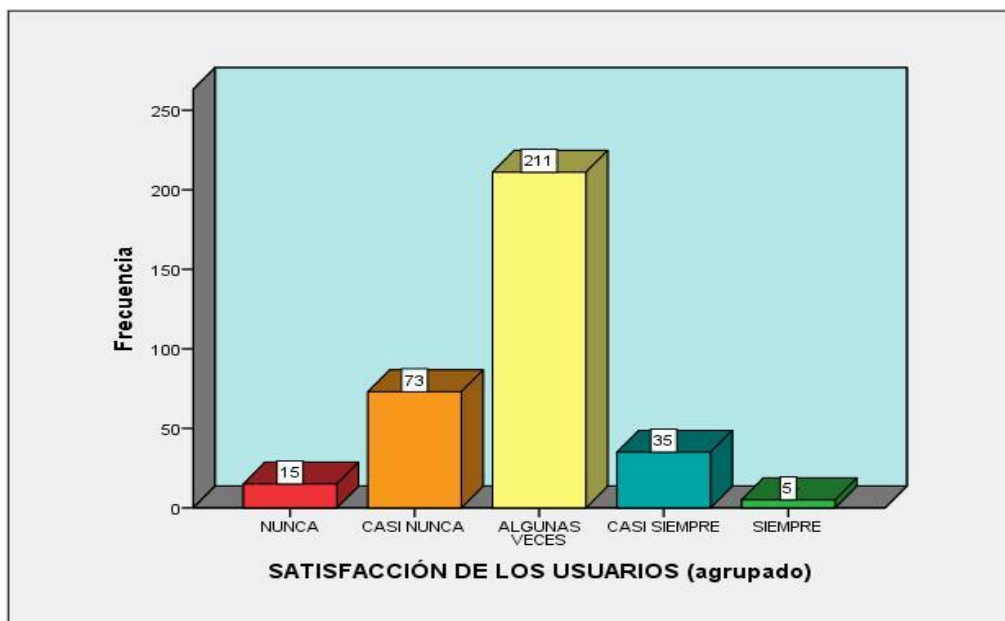
Fuente: Spss 22, elaboración propia



Respecto a la capacidad de respuesta se puede apreciar en el gráfico N° 3, que se clasifica en nunca, casi nunca, algunas veces, casi siempre y siempre donde:

De un total de 339 encuestados (usuarios de la DRE Pasco), 134 encuestados manifiestan casi nunca hay capacidad de respuesta de los trabajadores y 112 encuestados manifiestan que algunas veces hay capacidad de respuesta de los trabajadores.

**Gráfico N° 22 Satisfacción De Usuarios**



Fuente: Spss 22, elaboración propia

Respecto a la satisfacción de usuarios se puede apreciar en el gráfico N° 2, que se clasifica en nunca, casi nunca, algunas veces, casi siempre y siempre donde:

De un total de 339 encuestados (usuarios de la DRE Pasco), 211 encuestados manifiestan algunas veces están satisfechos y 73 encuestados

manifiestan que casi nunca están satisfechos con la calidad de servicio que ofrecen en la municipalidad.

**b) Correlación entre capacidad de respuesta y satisfacción de usuarios**

<b>Tabla N° 23 Correlaciones entre capacidad de respuesta y satisfacción de usuarios</b>				
			<b>CAPACIDAD DE RESPUESTA (agrupado)</b>	<b>SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS (agrupado)</b>
Rho de Spearman	CAPACIDAD DE RESPUESTA (agrupado)	Coeficiente de correlación	1,000	,497**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	339	339
	SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS (agrupado)	Coeficiente de correlación	,497**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	339	339

Fuente: Spss 22, elaboración propia

Según el coeficiente de Spearman arrojó un valor de 0.497, lo que indica que existe una correlación positiva moderada, entre capacidad de respuesta trabajadores y la satisfacción de los usuarios

Por otro lado, se planteó la hipótesis específica 1

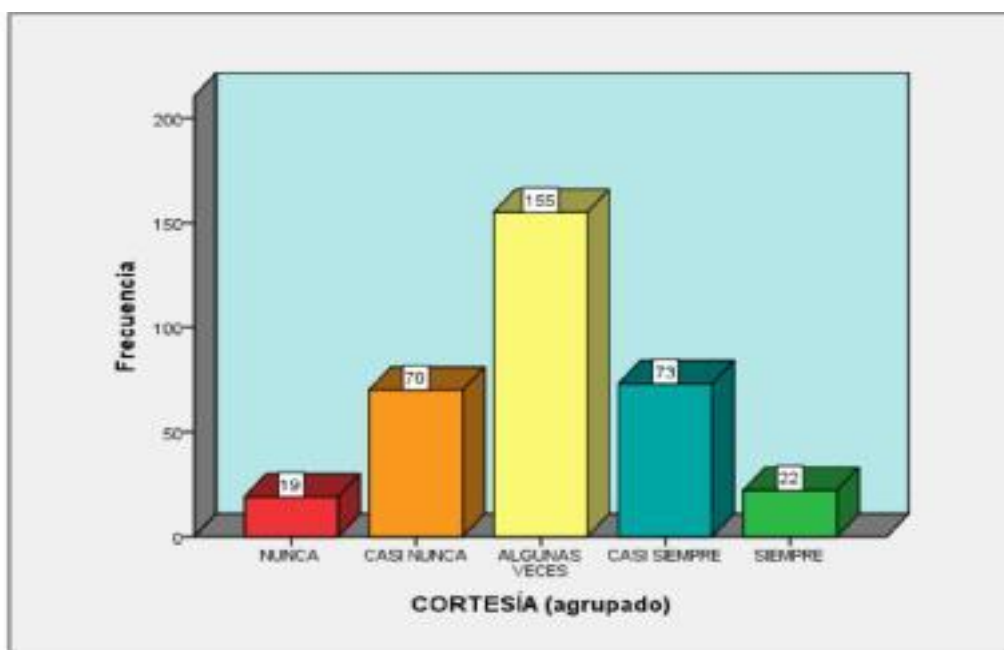
H1: Existe relación significativa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios de la Dirección Regional de Educación Pasco, 2017

H0: No existe relación significativa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios de la Dirección Regional de Educación Pasco, 2017

Como se aprecia en la tabla N° 23, el valor “sig.” es de 0.000, que es menor a 0.05 el nivel de significancia, entonces se acepta la hipótesis alterna (H1), por lo tanto, se puede afirmar, que existe relación significativa entre la capacidad de respuesta de los trabajadores y la satisfacción de los usuarios en la Dirección Regional de Educación Pasco, 2017.

#### 4.2.4. Resultados de objetivo e hipótesis específico (Relación cortesía y satisfacción de los usuarios)

Gráfico N° 23 Cortesía

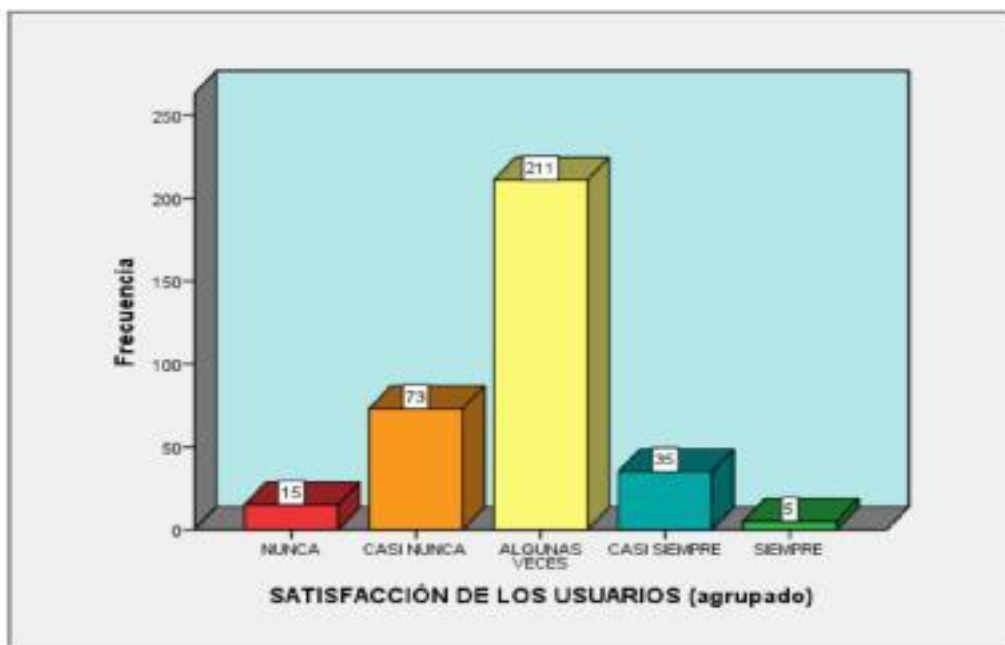


Fuente: Spss 22, elaboración propia

Respecto a la cortesía se puede apreciar en el gráfico N° 23, que se clasifica en nunca, casi nunca, algunas veces, casi siempre y siempre donde:

De un total de 339 encuestados (usuarios de la Dirección Regional de Educación Pasco), 155 encuestados manifiestan algunas veces son tratados cortés y amablemente y 73 encuestados manifiestan que casi siempre son tratados cortés y amablemente.

**Gráfico N° 24 Satisfacción De Usuarios**



Fuente: Spss 22, elaboración propia

Respecto a la satisfacción de usuarios se puede apreciar en el gráfico N° 2, que se clasifica en nunca, casi nunca, algunas veces, casi siempre y siempre donde:

De un total de 339 encuestados (usuarios de la Dirección Regional de Educación Pasco), 211 encuestados manifiestan algunas veces están satisfechos y 73 encuestados manifiestan que casi nunca están satisfechos con la calidad de servicio que ofrecen en la dirección regional de educación Pasco.

**c) Correlación de cortesía y satisfacción de los usuarios**

<b>Tabla N° 24 Correlación de cortesía y satisfacción de los usuarios</b>				
			<b>CORTESÍA (agrupado)</b>	<b>SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS (agrupado)</b>
<b>Rho de Spearman</b>	<b>CORTESÍA (agrupado)</b>	<b>Coeficiente de correlación</b>	1,000	,462**
		<b>Sig. (bilateral)</b>	.	,000
		<b>N</b>	339	339
	<b>SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS (agrupado)</b>	<b>Coeficiente de correlación</b>	,462**	1,000
		<b>Sig. (bilateral)</b>	,000	.
		<b>N</b>	339	339

Fuente: Spss 22, elaboración propia

Según el coeficiente de Spearman arrojó un valor de 0.462, lo que indica que existe una correlación positiva moderada, entre cortesía y la satisfacción de los usuarios

Por otro lado, se planteó la hipótesis específica segundo:

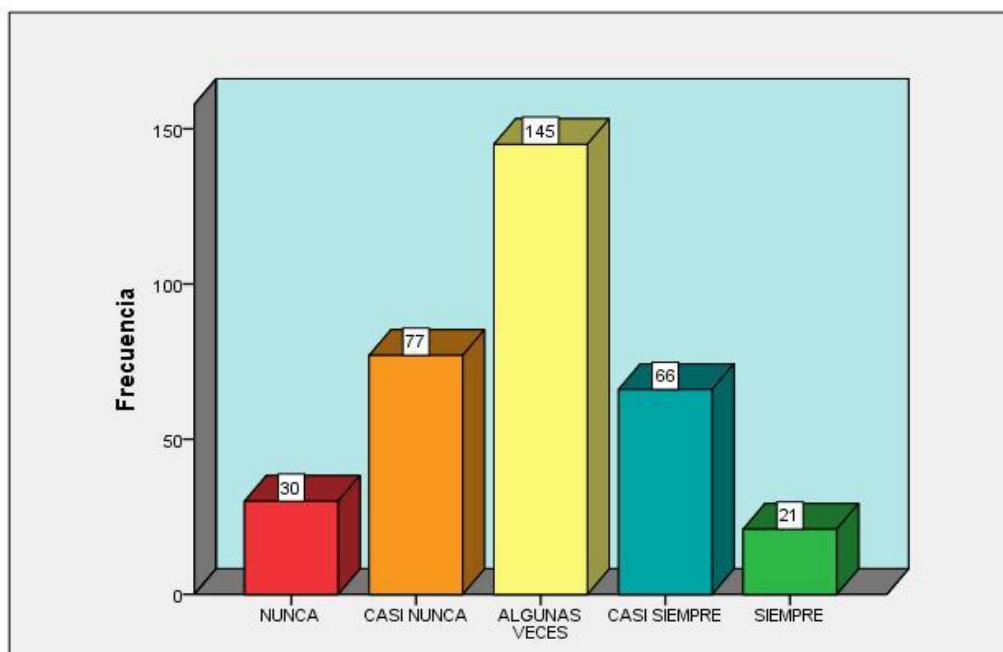
H1: Existe relación significativa entre la cortesía y la satisfacción de los usuarios de la Dirección Regional de Educación Pasco 2017

H0: No existe relación significativa entre la cortesía y la satisfacción de los usuarios de la Dirección Regional de Educación Pasco 2017

Como se aprecia en la tabla N° 24, el valor “sig.” es de 0.000, que es menor a 0.05 el nivel de significancia, entonces se acepta la hipótesis alterna (H1), por lo tanto, se puede afirmar, que existe relación significativa relación entre la cortesía y la satisfacción de los usuarios en la Dirección Regional de Educación Pasco 2017

#### 4.2.5. Resultados de objetivo e hipótesis específico (Relación competencias personales y satisfacción de los usuarios)

Gráfico N° 25 Competencias Personales

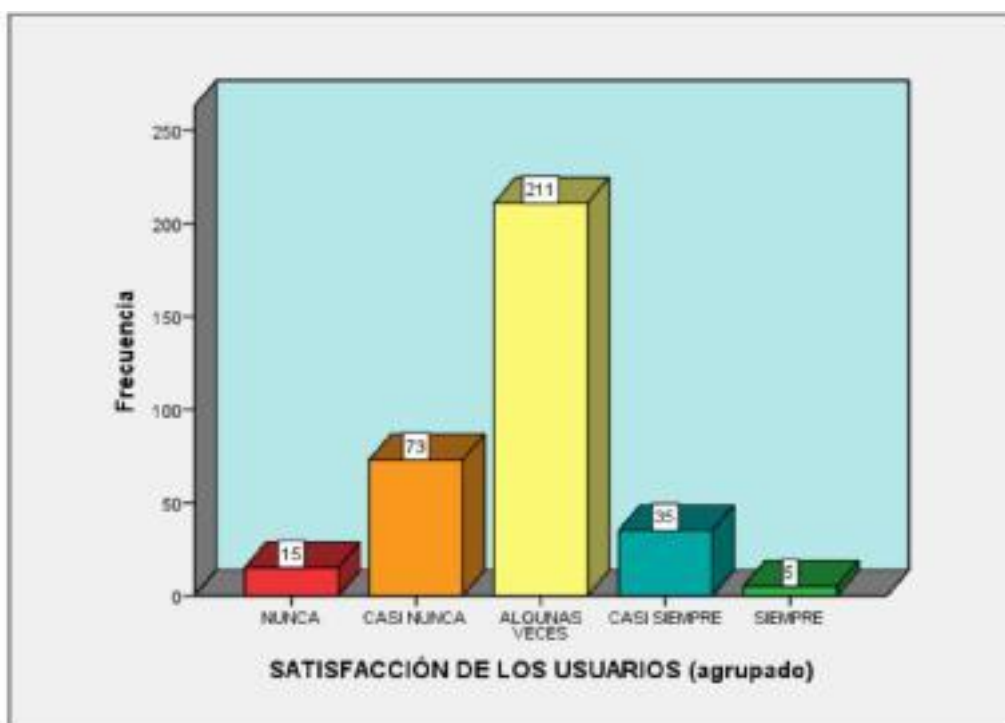


Fuente: Spss 22, elaboración propia

Respecto a las competencias personales se puede apreciar en el gráfico N° 25, que se clasifica en nunca, casi nunca, algunas veces, casi siempre y siempre donde:

De un total de 339 encuestados (usuarios de la Dirección Regional de Educación Pasco 2017), 145 encuestados manifiestan algunas veces las competencias personales de los trabajadores son las adecuadas y 77 encuestados manifiestan que casi nunca las competencias personales de los trabajadores son las adecuadas.

**Gráfico N° 26 Satisfacción De Usuarios**



Fuente: Spss 22, elaboración propia

Respecto a la satisfacción de usuarios se puede apreciar en el gráfico N° 26, que se clasifica en nunca, casi nunca, algunas veces, casi siempre y siempre donde:

De un total de 339 encuestados (usuarios de la Dirección Regional de Educación Pasco), 211 encuestados manifiestan algunas veces están satisfechos y 73 encuestados manifiestan que casi nunca están satisfechos con la calidad de servicio que ofrecen en la dirección regional.

**c) Correlación de competencias personales y satisfacción de los usuarios**

<b>Tabla N° 25 Correlación de competencias personales y satisfacción de los usuarios</b>				
			<b>COMPETENCIAS PERSONALES (agrupado)</b>	<b>SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS (agrupado)</b>
<b>Rho de Spearman</b>	<b>COMPETENCIAS PERSONALES (agrupado)</b>	<b>Coeficiente de correlación</b>	1,000	,566**
		<b>Sig. (bilateral)</b>	.	,000
		<b>N</b>	339	339
	<b>SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS</b>	<b>Coeficiente de correlación</b>	,566**	1,000
		<b>Sig.</b>	,000	.



	(agrupado)	(bilateral)		
		N	339	339

Fuente: Spss 22, elaboración propia

Según el coeficiente de Spearman arrojó un valor de 0.566, lo que indica que existe una correlación positiva moderada, entre las competencias personales y la satisfacción de los usuarios.

Por otro lado, se planteó la hipótesis específica tercero:

H1: Existe relación significativa entre las competencias personales y la satisfacción de los usuarios de la Dirección Regional de Educación Pasco 2017

H0: No existe relación significativa entre las competencias personales y la satisfacción de los usuarios de la Dirección Regional de Educación Pasco 2017

Como se aprecia en la tabla N° 25, el valor “sig.” es de 0.000, que es menor a 0.05 el nivel de significancia, entonces se acepta la hipótesis alterna (H1), por lo tanto, se puede afirmar, que existe relación significativa entre las competencias personales y la satisfacción de los usuarios en la Dirección Regional de Educación Pasco 2017

#### **4.2. Discusión**

Como se aprecia en la tabla N° 22, el valor “sig.” es de 0.000, que es menor a 0.05 el nivel de significancia, entonces se acepta la hipótesis alterna (H1), por lo tanto, se puede afirmar, que existe relación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la Dirección Regional de Educación Pasco 2017. Quiere decir,

cuando mejor se brinde la calidad de servicio, aumentará la satisfacción de los usuarios. En cuanto a la correlación de acuerdo al coeficiente de Spearman arrojó un valor de 0.591, lo que indica, que existe una correlación positiva moderada, entre calidad de servicio y satisfacción de los usuarios.

La razón de ser de las instituciones públicas es servir a los usuarios, como menciona en el Capítulo IV, Artículo N° 39 de la Constitución Política del Perú, porque sin los usuarios no existirían. Para ello se debe atender las necesidades prioritarias de los usuarios y para la cual, se debe establecer las funciones y los procesos de gestión que permitan responder más y mejor a esas necesidades con los recursos y capacidades disponibles.

Los trabajadores públicos deben servir a los intereses de los usuarios, procurar aumentar la eficiencia, para brindar una mejor atención a los ciudadanos y actuar con idoneidad, lealtad y respeto frente al usuario.

2. Como se aprecia en la tabla N° 23, el valor “sig.” es de 0.000, que es menor a 0.05 el nivel de significancia, entonces se acepta la hipótesis alterna (H1), por lo tanto, se puede afirmar, que existe relación significativa entre la capacidad de respuesta de los trabajadores y la satisfacción de los usuarios en la Dirección Regional de Educación Pasco 2017. Depende mucho de la respuesta a los requerimientos de

los usuarios para que la satisfacción sea lo deseado o mejor. En cuanto a la correlación de acuerdo al coeficiente de Spearman arrojó un valor de 0.497, lo que indica que existe una correlación positiva moderada, entre capacidad de respuesta trabajadores y la satisfacción de los usuarios.

La capacidad de respuesta de parte del trabajador tiene que ser de forma idónea, rápida, ágil, eficaz y oportuna, para ello la dirección regional debe contar con materiales suficientes para el buen desempeño del trabajador, por lo cual, Riveros

3. Como se aprecia en la tabla N° 24, el valor “sig.” es de 0.000, que es menor a 0.05 el nivel de significancia, entonces se acepta la hipótesis alterna (H1), por lo tanto, se puede afirmar, que existe relación significativa relación entre la cortesía y la satisfacción de los usuarios en la Dirección Regional de Educación Pasco 2017. En cuanto a la correlación de acuerdo al coeficiente de Spearman arrojó un valor de 0.462, lo que indica que existe una correlación positiva moderada, entre cortesía y la satisfacción de los usuarios.

Según (Sandoval, 2006) plantea 10 dimensiones entre la cual está considerado la cortesía que significa el trato amable, amistoso, respetuoso y solidario hacia a los clientes o usuarios. La cortesía genera confianza en el servicio brindado y a su vez contribuye a la mejor satisfacción de los usuarios.

Es importante tomar en cuenta este aspecto por todos los trabajadores que están en contacto con el cliente, ya que también favorece a la buena imagen de la institución ante la sociedad. Para lograr una convivencia armoniosa con los usuarios debe existir un buen trato, a pesar de las contradicciones de ideas entre las personas, se realiza un esfuerzo para lograr un ambiente de comprensión y sincero interés en el bien común; que es la satisfacción de los usuarios.

4. Como se aprecia en la tabla N° 25, el valor “sig.” es de 0.000, que es menor a 0.05 el nivel de significancia, entonces se acepta la hipótesis alterna (H1), por lo tanto, se puede afirmar, que existe relación significativa entre las competencias personales y la satisfacción de los usuarios Dirección Regional de Educación Pasco 2017, 2016. En cuanto a la correlación de acuerdo al coeficiente de Spearman arrojó un valor de 0.566, lo que indica que existe una correlación positiva moderada, entre las competencias personales y la satisfacción de los usuarios.

La competencia personal de los trabajadores, tiene que ver con la idoneidad, las destrezas y habilidades, actitud frente al usuario, liderazgo, adaptación de cambios y entre otras que son muy importantes para la satisfacción de los usuarios, como plantea (Sandoval, 2006), las competencias personales, es decir, habilidades y conocimientos de los trabajadores ayudan a ofrecer mayor calidad de servicio, además entre ellas también la accesibilidad, que refiere a la facilidad de contacto y acercamiento a los usuarios.

Las competencias personales de los trabajadores, como la experiencia del personal; las personalidades de los mismos pueden repercutir en la satisfacción de los usuarios de acuerdo a este trabajo de investigación, se tiene que tomar en cuenta este aspecto muy importante y primordial para lograr satisfacer mejor a los usuarios en todas sus expectativas.

Finalmente considero que esta investigación es un aporte que permitirá contribuir a futuras investigaciones y para que las instituciones públicas como la dirección regional de educación Pasco, quienes promuevan una adecuada calidad de servicio, a través de los diferentes procesos como la capacidad de respuesta, cortesía y competencias personales y así pueda repercutir mejor en la satisfacción de los usuarios de la Dirección Regional de Educación Pasco 2017

## CONCLUSIONES

1. Con relación al objetivo general: Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios, el valor “sig.” es de 0.000, que es menor a 0.05 el nivel de significancia, entonces se acepta la hipótesis alterna (H1), por lo tanto, se puede afirmar, que existe relación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios, y lo mismo, luego de someterse al coeficiente de Spearman nos permite observar una correlación 0.591, lo que significa que existe una correlación positiva moderada entre las variables de calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en la Dirección Regional de Educación Pasco, lo que indica, cuanto mayor sea la calidad de servicio ofrecida a los usuarios, será mejor las satisfacción de los mismos, por otro lado a una mala calidad de servicio ofrecida será menor la satisfacción de los usuarios.
2. Con relación al primer objetivo específico: Determinar la relación entre la capacidad de respuesta de los trabajadores y la satisfacción de los usuarios, el valor “sig.” es de 0.000, que es menor a 0.05 el nivel de significancia, entonces se acepta la hipótesis alterna (H1), por lo tanto, se puede afirmar, que existe relación significativa entre la capacidad de respuesta de los trabajadores y la satisfacción de los usuarios, del mismo modo, luego de someterse al coeficiente de Spearman arroja una correlación de 0.497, lo que significa que hay una correlación positiva moderada entre las variables capacidad de respuesta y satisfacción de los usuarios en la dirección Regional de Educación Pasco.
3. Con relación al segundo objetivo específico: Determinar la relación entre la cortesía y la satisfacción de los usuarios, el valor “sig.” es de 0.000, que es menor a 0.05 el nivel de significancia, entonces se acepta la hipótesis alterna (H1), por lo tanto, se puede afirmar, que

existe relación significativa relación entre la cortesía y la satisfacción de los usuarios, del mismo modo, luego de someterse al coeficiente de Spearman arroja una correlación de 0.462, lo que significa que hay una correlación positiva moderada entre las variables de cortesía y satisfacción de los usuarios en la Dirección Regional de Educación Pasco.

4. Con relación al tercer objetivo específico: Determinar la relación entre las competencias personales y la satisfacción de los usuarios, el valor "sig." es de 0.000, que es menor a 0.05 el nivel de significancia, entonces se acepta la hipótesis alterna (H1), por lo tanto, se puede afirmar, que existe relación significativa entre las competencias personales y la satisfacción de los usuarios del mismo modo , luego de someterse al coeficiente al Spearman arroja una correlación de 0.566, lo que significa que hay una correlación positiva moderada en la Dirección Regional de Educación Pasco.

## **SUGERENCIAS**

1. Realizar una convocatoria multisectorial anualmente en cada Institución Educativa del ámbito de su jurisdicción; donde se pueda escuchar las necesidades prioritarias de los usuarios y así priorizar las necesidades principales que aquejan a los usuarios, ya que en los resultados de la investigación reflejan que los trabajadores no están preparados y desconocen las necesidades prioritarias de la población; también se tiene que instalar un buzón de sugerencias donde los usuarios puedan dar a conocer y sugerir sus necesidades primordiales.
  
2. Se tiene que proveer de los materiales apropiados a los trabajadores de la Dirección Regional de Educación Pasco (compra de nuevos equipos); ya que se pudo observar que aún se está trabajando con máquinas antiguas, que no están funcionando correctamente la cual genera una demora y perjudica la rápida atención de las necesidades de los usuarios en un plazo adecuado y desempeñar correctamente en el puesto que se les asignó.
  
3. Realizar una instrucción y orientación psicológica anual a los trabajadores de la Dirección regional de Educación Pasco en temas de (trato cortés, amable, respetuoso, tolerante con la petición de los usuarios a pesar que no tengan la razón); ya que los usuarios se quejan de la mala atención que recibieron, además de ello se tiene que socializar la visión, misión, objetivos y políticas institucionales para que los trabajadores estén comprometidos a lograrlos y esto mejore la calidad de servicio a través del trato cortés a los usuarios.
  
4. Las personas que ocupan el cargo necesariamente tienen que contar con la experiencia suficiente (se tiene que seleccionar el personal), para el desempeño correcto en su área respectiva, por otro lado, la preparación psicológica de cada uno para que así se pueda solucionar



los conflictos posibles que pueda ocurrir con los usuarios al momento de la prestación del servicio. Porque se observó que hay personal que no cuenta con suficiente experiencia por que no se realiza una selección adecuada; ya que ocupan cargos de confianza.

## BIBLIOGRAFÍA

Álvarez, C. G. (2012). Realizó la investigación: Satisfacción de clientes y usuarios con el servicio ofrecido en redes de supermercados gubernamentales. . En Universidad Católica Andrés Bello. Venezuela.

Álvarez, M. D. ( 2004). Realizó la investigación: "Calidad en el Servicio de Atención al Cliente en una Empresa Química Industrial" . En la Universidad Veracruzana. México.

Aniorte, N. (20 de agosto de 2013). Servicios de Calidad. Recuperado el 28 de julio de 2016, de [http://www.aniorte-nic.net/apunt\\_gest\\_serv\\_sanit\\_4.htm](http://www.aniorte-nic.net/apunt_gest_serv_sanit_4.htm)

Aurora, G. T. (2005). Los estudios de necesidades y uso de información: fundamentos y perspectivas actuales. España: TREA S.L.

Berry, L, B. C. (1989). Calidad de Servicio: una ventaja estratégica para instituciones financieras. Madrid: Díaz de Santos S. A.

Betancourt. Y, M. (2010). "La evaluación de la calidad de servicio " en contribuciones a la economía. Recuperado el 22 de agosto de 2016, de <http://www.eumed.net/ce/2010a/>

C., A. P. (1995). Satisfacción. Recuperado el 01 de setiembre de 2016, de [http://www.unac.edu.pe/documentos/organización/vri/cdcitra/Informes\\_Finales\\_Investigación/Noviembre\\_2011/IF\\_HERNAN%20AVILA\\_FCA/CONTENIDO](http://www.unac.edu.pe/documentos/organización/vri/cdcitra/Informes_Finales_Investigación/Noviembre_2011/IF_HERNAN%20AVILA_FCA/CONTENIDO).

Carmen, L. M. (2009). Técnicas para perfeccionar la actitud en el servicio a clientes coordinación. México : María Carmen Lira Mejía.

Carrasco, S. (2009). Metodología de la Investigación Científica. Lima: San Marcos.

Curzel, M. R. (2008). Usuarios de la información, formación y desafíos. Buenos Aires: Alfagrama.

Evans, J., & W.Lindsay. (2000). "Administración y control de la calidad". Washington: Thomson Editores.

Huisa, G. G. (2003). Realizó la investigación: "Satisfacción del usuario externo sobre la calidad de atención de salud en el hospital de la base naval Callao. En la Universidad Mayor de San Marcos. Lima.

INEI. ( 2013). Censos Nacionales: XI de Población y VI de Vivienda.

ISO. (2008). Normas de ISO 9000.

Ivancev J, L. P. (1996). Gestión Calidad y Competitividad. España: cargraphics S.A.

Jhon, H. K. (2012). Marketing de servicios, conceptos, estrategias y casos. México: Cengage Learning.

Kotler, P. (2001). Dirección de Mercadotecnia. México : Pearson educación

Kurtz, L. (2012). Marketing Contemporáneo. México: Cengage Learning.

Llovera, j. (2007). Plan de calidad para la atención y el servicio al usuario de la Unidad de Patología Cervical del Hospital Universitario de coro Dr. Alfredo Van Grieken. Universidad católica Andrés de Bello. Facultad de Ciencias Administrativas.

Luján, D. J. (2011). Realizó la investigación: "Nivel de satisfacción según expectativas y percepciones de la calidad de servicio de salud en los usuarios externos de la unidad de cuidados intensivos del Instituto Nacional de Salud del Niño 2011. En la Universidad Inca Garcilazo de la vega. Lima- Peru.

M., M. R. (2008). Usuarios de la información, formación y desafíos. Buenos Aires: Alfagrama.

Mejía, M. C. (2009). Técnicas para perfeccionar la actitud en el servicio a clientes Coordinación. México: María Carmen Lira Mejía.

Monchón, P. P. (2013). Realizó la investigación: Nivel de calidad del cuidado enfermero desde la percepción del usuario, servicio de emergencia. Hospital III-Essalud Chiclayo-2013". En Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Chiclayo- Perú.

Naresh., M. (1997). Investigación de Mercados Un Enfoque Práctico. México: Prentice Hal.

Oliver, R. L. (2009). Satisfacción. Recuperado el 01 de setiembre de 2016, de [http://www.unac.edu.pe/documentos/organización/vri/cdcitra/Informes\\_Finales\\_Investigación/Noviembre\\_2011/IF\\_HERNAN%20AVILA\\_FCA/](http://www.unac.edu.pe/documentos/organización/vri/cdcitra/Informes_Finales_Investigación/Noviembre_2011/IF_HERNAN%20AVILA_FCA/)

Philip, K. (2001). Dirección de Mercadotecnia. México: Pearson Educación. 8va Edición.

Reyes .S, M. J. (2009). Recuperado el 30 de Julio de 2016, de La evaluación de la calidad de servicios a partir de la satisfacción de los clientes: <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/cu/2009/bac.htm>.

S, R., & Mayo. J y Loredo, N. (2009). Recuperado el 8 de Agosto de 2016, de La evaluación de la calidad de servicios a partir de la satisfacción de los clientes: <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/cu/2009/bac.htm>.

Sampieri, H. (2010). Metodología de la investigación. México: Mc Graw Hill.

Sánchez Carlessi, H. y. (2009). Metodología y Diseños en la Investigación Científica. Lima: Vision. 4ta edición.

Sandhusen, R. (2002). Mercadotecnia. México: Continental.

Sandoval., L. M. (2006). Nuevos Fundamentos de Mercadotecnia. Trillas.

Sanguesa, S. M. (2006). Teoría y Práctica de la Calidad. España: Paraninfo.

SILVA, F. y. (1979). Psicología y Ciencias de la Educación. Madrid: Santillana.

Sosa, P. D. (2006). Administración por Calidad. México: Limusa.

Stanton, E. y. (2000). Fundamentos de Marketing. México: McGraw Hil.

Zambrano, A. (2007). Planificación estratégica, presupuesto y control, 237.

# ANEXO



MATRIZ DEL INSTRUMENTO DE RECOJO DE DATOS (USUARIOS)

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	PESO	N° ITEMS	ÍTEMS
VARIABLE 1  CALIDAD DE SERVICIO	DIMENSIÓN 1  ▪ Capacidad de respuesta	▪ Consistencia del servicio  ▪ Seguridad	20%	4	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Se realizó el servicio solicitado en un plazo adecuado.</li> <li>2. Ha tenido la oportunidad de ver que el personal cuenta con recursos materiales suficientes para llevar a cabo su trabajo.</li> <li>3. El personal le informa adecuadamente de los servicios que ofrecen.</li> <li>4. Considera que el personal que lo atendió le inspira confianza y muestra buena disposición para atenderlo.</li> </ol>
	DIMENSIÓN 2  ▪ La cortesía	▪ Trato personal  ▪ Amabilidad	20%	4	<ol style="list-style-type: none"> <li>5. El personal que lo atendió se expresa en un lenguaje comprensible que Ud. Pueda entender.</li> <li>6. El personal que lo atendió muestra un trato respetuoso hacia usted.</li> <li>7. El personal que le atendió se muestra dispuesto a ayudarlo con su gestión que está realizando usted.</li> <li>8. El personal, muestra un trato cordial en la atención al usuario</li> </ol>
	DIMENSIÓN 3  ▪ Competencias personales	▪ Personalidad  ▪ Experiencia laboral	20%	4	<ol style="list-style-type: none"> <li>9. Los trabajadores se encuentran preparados para solucionar situaciones de conflictos que pueda surgir con los ciudadanos (por ejemplo si un ciudadano viene alterado o en forma prepotente a solicitar un servicio)</li> <li>10. El personal da una imagen de honestidad y confianza</li> <li>11. El personal que lo atendió muestra que está suficientemente preparado para desempeñarse en el cargo que ocupa actualmente.</li> <li>12. El personal que lo atendió muestra dominio en el puesto que se desempeña</li> </ol>
VARIABLE 2	DIMENSIÓN 1  ▪ Confianza en el servicio.	▪ Ausencia de necesidad.  ▪ Valoración del servicio	20%	4	<ol style="list-style-type: none"> <li>13. Se resuelve o se prioriza la necesidad solicitada por usted.</li> <li>14. Se han solucionado satisfactoriamente tus demandas en ocasiones pasadas</li> <li>15. La prestación del servicio en la Municipalidad es muy burocrática. (hay mucha demora)</li> </ol>

SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS					<b>16. El servicio que recibe le parece lo adecuado por parte de los trabajadores de la municipalidad.</b>
	DIMENSIÓN 2 ▪ Trato recibido	▪ Buen servicio ▪ Percepción	20%	2	<b>17. Considera que su solicitud es atendida en todas las oportunidades</b> <b>18. El servicio otorgado cumplió con las necesidades y expectativas esperadas por Ud.</b>