

**UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y TURISMO**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA PROFESIONAL DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**



**“CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN EL  
CENTRO DE MEJOR ATENCIÓN AL CIUDADANO, HUÁNUCO 2022”**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: GESTIÓN PÚBLICA**  
**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO (A) EN  
ADMINISTRACIÓN**

**TESISTAS:**

BOBADILLA TINEO, MARICARMEN  
GOMEZ VARA, EUDOL GUVEL  
SIMON BAILON, FRANK CHILAVERT

**ASESOR:**

DR. JESÚS AQUINO, JORGE LUIS

**HUÁNUCO – PERÚ**

**2023**

## **DEDICATORIA**

Dedico esta investigación a Dios a por permitirme llegar con salud hasta el final de mi carrera. A mi madre, Rayda Tineo, por ser mi inspiración y ejemplo de perseverancia para seguir mejorando como persona y profesional. A mi Padre, Washington Bobadilla, por su apoyo y amor incondicional a lo largo de mi formación.

### **Maricarmen Bobadilla Tineo**

Dedico este logro a todas las personas que han sido parte fundamental durante mi carrera universitaria. En especial, a mis padres por su amor incondicional, paciencia y constante apoyo a lo largo de mi formación. A mis colegas de tesis, Frank y Maricarmen, por el tiempo compartido y las enseñanzas que nos llevamos.

### **Eudol Guvel Gomez Vara**

A Dios y a mi familia, quienes me brindaron todo su amor y apoyo incondicional para alcanzar mis objetivos. También, dedico este logro a mí mismo, por haber demostrado que con disciplina, esfuerzo y determinación se pueden alcanzar las metas más desafiantes.

### **Frank Chilavert Simon Bailon**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecemos sinceramente a todas las personas que nos brindaron su apoyo durante el desarrollo de esta tesis. En primer lugar, a nuestro asesor académico por su invaluable orientación y constante motivación a lo largo de todo el proceso. También quisiéramos expresar gratitud a nuestros amigos y familiares por su incondicional respaldo, comprensión y ánimo.

Además, queremos reconocer la colaboración y contribución de los participantes de la investigación, cuyas experiencias y testimonios permitieron enriquecer los resultados del estudio.

Finalmente, agradecemos a nuestra alma mater por brindarnos la oportunidad de llevar a cabo esta investigación y por habernos formado como profesionales.

A todos ellos, muchas gracias por haber sido parte de este camino y por habernos ayudado a alcanzar este logro académico.

¡Gracias a todos!

## RESUMEN

El objetivo general es: determinar de qué manera la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del usuario en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Huánuco 2022. La misma que fue aplicada a una muestra de 108 personas. Utilizando la investigación descriptiva por la naturaleza del presente trabajo de investigación; se esquematizó con un diseño correlacional – transversal. Los resultados nos muestran que la satisfacción del usuario se relaciona en un 51.85% con la calidad de servicio; los elementos tangibles con la calidad funcional en un 38.89%; la fiabilidad se relaciona con calidad técnica percibida del usuario en un 50%; la capacidad de respuesta se relaciona con el valor del usuario percibido en un 46.30%; la seguridad se relaciona con la confianza del usuario en un 37.04% y por último la empatía se relaciona con las expectativas del usuario en un 50%.

Como conclusión general: Se logró determinar, cómo la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del usuario en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Huánuco 2022, tal como se demuestra en la Tabla 37 con un coeficiente de correlación de Rho-Spearman ( $R_s = 950$ ) expresándose esta correlación en un nivel alto y, por tanto, se rechaza la hipótesis nula. Esto significa que la calidad del servicio tuvo relación con la satisfacción del usuario en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Huánuco 2022.

**Palabras Claves:** Elementos Tangibles, Fiabilidad, Empatía, Calidad Funcional Percibida y Valor Percibido.

## ABSTRACT

The overall objective is: determine how the quality of service is related to user satisfaction in the Center for Better Citizen Services, Huánuco 2022. The same that was applied to a sample of 108 people. Using descriptive research by the nature of the present research work; It was schematized with a correlational – transversal design. The results show us that user satisfaction is related by 51.85% to the quality of service; tangible elements with functional quality by 38.89%; reliability is related to perceived technical quality of the user by 50%; responsiveness is related to perceived user value by 46.30%; Security is related to user trust in 37.04% and finally empathy is related to user expectations in 50%.

As a general conclusion: It was possible to determine, how the quality of the service is related to the satisfaction of the user in the Center of Better Attention to the Citizen, Huánuco 2022, as shown in Table 37 with a Rho-Spearman correlation coefficient ( $R_s = 950$ ) expressing this correlation at a high level and, therefore, the null hypothesis is rejected. This means that the quality of service was related to user satisfaction in the Center for Better Citizen Services, Huánuco 2022.

Keywords: Tangible Elements, Reliability, Empathy, Perceived Functional Quality and Perceived Value.

## ÍNDICE

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
RESUMEN.....	iv
ABSTRACT.....	v
ÍNDICE.....	vi
ÍNDICE DE TABLAS.....	ix
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xi
INTRODUCCIÓN.....	xiii
CAPÍTULO I. ASPECTOS BÁSICOS DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	16
1.1. Fundamentación del Problema de Investigación.....	16
1.2. Formulación de Problemas General y Específicos.....	20
1.3. Formulación de Objetivos General y Específicos.....	21
1.4. Justificación.....	21
1.5. Limitaciones.....	24
1.7. Variables.....	29
1.8. Definición Teórica y Operacionalización de Variables.....	29
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	35
2.1. Antecedentes de Investigación.....	35
2.2. Bases Teóricas.....	38

2.3.	Bases Conceptuales.....	58
2.4.	Definición de Términos.....	58
CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO.....		60
3.1.	Ámbito.....	60
3.2.	Población.....	60
3.3.	Muestra.....	62
3.4.	Nivel y Tipo de Estudio.....	63
3.5.	Diseño de Investigación.....	64
3.6.	Métodos, Técnicas e Instrumentos.....	66
3.7.	Validación y Confiabilidad de Instrumento.....	67
3.8.	Procedimiento.....	67
3.9.	Tabulación y Análisis de Datos.....	67
3.10.	Consideraciones Éticas.....	68
CAPÍTULO IV. RESULTADOS.....		70
CAPÍTULO V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....		113
CONCLUSIONES.....		116
SUGERENCIAS.....		119
ANEXOS.....		125
ANEXO 01. MATRIZ DE CONSISTENCIA.....		126
ANEXO 02. CONSENTIMIENTO INFORMADO.....		129

ANEXO 03. INSTRUMENTOS.....	130
ANEXO 04. VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS POR JUECES.....	133
NOTA BIOGRÁFICA.....	136
ACTA DE DEFENSA DE TESIS.....	139
AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN DE TESIS ELECTRÓNICA .....	140



**ÍNDICE DE TABLAS**

Tabla 1: Distribución Según Género .....	70
Tabla 2: Distribución Según Edad .....	71
Tabla 3: Distribución Según Ocupación.....	72
Tabla 4: Distribución Según Lugar de Residencia .....	73
Tabla 5: Distribución Según Estado Civil. ....	74
Tabla 6: Calidad de Servicio y Satisfacción del Usuario.....	75
Tabla 7: Nivel de Equipos de Última Generación.....	76
Tabla 9: Nivel de Herramientas para la Comunicación.....	78
Tabla 10: Resolución de un Problema .....	79
Tabla 11: Tiempo de Atención.....	80
Tabla 12: Responsabilidad de los Colaboradores.....	81
Tabla 13: Voluntad para Ayudar a los Usuarios y Proveer un Servicio .....	82
Tabla 14: Disposición de los Colaboradores.....	83
Tabla 15: Servicio Rápido.....	84
Tabla 16: Inexistencia de Peligros, Riesgos o Dudas.....	85
Tabla 17: Conocimiento y Cortesía.....	86
Tabla 18: Dominio de Habilidades para Inspirar Confianza .....	87
Tabla 19: Horarios Requeridos.....	88
Tabla 20: Comunicación.....	89
Tabla 21: Actitud y Trato.....	90

Tabla 22: Solución de Quejas .....	91
Tabla 23: Servicio Esperado.....	92
Tabla 24: Seguridad.....	93
Tabla 25: Mejoras en el Servicio Ofertado.....	94
Tabla 26: Calidad de Servicio por Llamadas Telefónicas.....	95
Tabla 27: Expectativas.....	96
Tabla 28: Confianza en el Servicio de Atención.....	97
Tabla 29: Cantidad en Trámites.....	98
Tabla 30: Calidad de Servicios Prestados.....	99
Tabla 31: Conocimiento.....	100
Tabla 32: Recomendación Sobre el Servicio.....	101
Tabla 33: Actividad Innovadora con Visión de Futuro .....	102
Tabla 34: Servicios que Ofrece para Satisfacer Necesidades .....	103
Tabla 35: Claridad en las Explicaciones e Información.....	104
Tabla 36: Conocimiento del Personal sobre el Servicio que Presta.....	105
Tabla 37: Contrastación de Hipótesis General .....	107
Tabla 38: Contrastación de Hipótesis Específica 1 .....	108
Tabla 39: Contrastación de Hipótesis Específica 2 .....	109
Tabla 40: Contrastación de Hipótesis Específica 3 .....	110
Tabla 41: Contrastación de Hipótesis Específica 4 .....	111
Tabla 42: Contrastación de Hipótesis Específica 5 .....	112

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Figura 1: Distribución según Género.....	70
Figura 2: Distribución Según Edad. ....	71
Figura 3: Distribución Según Ocupación.....	72
Figura 4: Distribución Según Lugar de Residencia. ....	73
Figura 5: Distribución Según Estado Civil. ....	74
Figura 6: Calidad de Servicio y Satisfacción del Usuario.....	75
Figura 7: Nivel de Equipos de Última Generación.....	76
Figura 8: Nivel de Apariencia en los Colaboradores .....	77
Figura 9: Nivel de Herramientas para la Comunicación.....	78
Figura 10: Resolución de un Problema.....	79
Figura 11: Tiempo de Atención.....	80
Figura 12: Responsabilidad de los Colaboradores .....	81
Figura 13: Voluntad para Ayudar a los Usuarios y Proveer un Servicio .....	82
Figura 14: Disposición de los Colaboradores.....	83
Figura 15: Servicio Rápido.....	84
Figura 16: Inexistencia de Peligros, Riesgos o Dudas .....	85
Figura 17: Conocimiento y Cortesía.....	86
Figura 18: Dominio de Habilidades para Inspirar Confianza.....	87
Figura 19: Horarios Requeridos .....	88
Figura 20: Comunicación.....	89

Figura 21: Actitud y Trato.....	90
Figura 22: Solución de Quejas .....	91
Figura 23: Servicio Esperado.....	92
Figura 24: Seguridad.....	93
Figura 25: Mejoras en el Servicio Ofertado.....	94
Figura 26: Calidad de Servicio por Llamadas Telefónicas .....	95
Figura 27: Expectativas .....	96
Figura 28: Confianza en el Servicio de Atención.....	97
Figura 29: Cantidad en Trámites .....	98
Figura 30: Calidad de Servicios Prestados.....	99
Figura 31: Conocimiento.....	100
Figura 32: Recomendación Sobre el Servicio .....	101
Figura 33: Actividad Innovadora con Visión de Futuro.....	102
Figura 34: Servicios que Ofrece para Satisfacer Necesidades.....	103
Figura 35: Claridad en las Explicaciones e Información.....	104
Figura 36: Conocimiento del Personal sobre el Servicio que Presta.....	105

## INTRODUCCIÓN

La calidad de servicio en las organizaciones se manifiesta por diferentes causas entre las cuales figuran: los elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, la seguridad y la empatía, la misma que involucra a todos los miembros y trabajadores de la institución. Muchas de estas causas desarrolladas de manera incorrecta o a medias traen consecuencias la insatisfacción del usuario dejando indicadores por debajo de lo esperado no llegando al cumplimiento de metas institucionales.

El Centro de Mejor Atención al Ciudadano es un área desconcentrada de la Presidencia de Consejo de Ministros creada para brindar atención de calidad a la población en general, donde las instituciones con mayor concurrencia a nivel nacional instalaron sus oficinas de atención en este centro, instituciones como SUNAT, RENIEC, Banco de la Nación, Dirección de la Producción, Dirección Regional de Transportes, Ministerio del Interior, SUNARP, Migraciones, etc; todo en un solo lugar.

Según Alcaide (2002), el análisis del diagrama de Blueprint o del recorrido del usuario permite detallar los procedimientos y micro procedimiento del servicio prestado, lo que facilita la identificación de fallas, observaciones y problemas en relación con las expectativas del usuario. A partir de esto, se pueden establecer planes de corrección para reducir o eliminar estos problemas. El "Blueprint" establece estándares en función de lo que es aceptable para los usuarios y determina un diseño que garantiza la calidad del servicio, con el objetivo de lograr la mayor satisfacción de los usuarios y su fidelización en el futuro. Además, La valoración de los usuarios respecto a la calidad de servicio al momento de comparar sus deseos y su espera con lo que actualmente perciben resulta que es la comparación considerable que debe tenerse en cuenta y es la que debe ser ofrecido

por la organización, es decir la percepción y sus expectativas respecto a los resultados realizados; Gil, (1994), citado por Barroso y Armario, (1999), p.189. “Las organizaciones se interesan por conocer la calidad de servicio que ofrecen, esto se debe a la relación del constructo que tiene la satisfacción con los usuarios y con su futura intención de comportamiento” Boulding, (1993), citado por Barroso y Armario (1999).

Ante esta problemática se proyecta el problema de la investigación: ¿Cómo se relaciona la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Huánuco 2022?

No obstante, la justificación se explica de la siguiente forma, el presente trabajo de investigación nos permitió conocer la importancia del servicio de atención y su relación con la satisfacción del usuario y esto repercutió en la gestión de dicho centro de atención área desconcentrada de la PCM. La calidad de servicio que se planteó en el presente trabajo de investigación, como alternativa a la solución de la percepción de los usuarios, nos permitió mayor productividad y reducir costos en personal. La calidad de servicio permitió que exista satisfacción del usuario y esto será el reflejo de una excelente gestión.

Con dichos resultados esperamos que la calidad de servicio mejore a partir de las sugerencias que determine la presente investigación, así como las actividades a tomar en cuenta por parte de los funcionarios y directivos de dicha entidad. Ese es el sentido de la presente investigación.

La presente investigación “Calidad de servicio y la satisfacción del usuario en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Huánuco 2022”, se desarrolló con el objetivo de

determinar la relación de la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Huánuco 2022.

Esta investigación contribuye a la mejora de la calidad de servicio en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano, permitiendo la eficiente atención y por ende un mejor desempeño de los trabajadores.

La investigación, está constituida por V Capítulos, los que a continuación mencionamos: En el Capítulo I: se delimitó el problema de la investigación aspectos como fundamentación del problema de investigación, formulación del problema generales y específicos, formulación de objetivos generales y específicos, Justificación, limitaciones, formulación de hipótesis generales y específicos, variables y definición teórica y operacionalización de variables. En el Capítulo II: se desarrolló el Marco Teórico, antecedentes de investigación y bases teóricas. En el Capítulo III: el ámbito, la población, la muestra, el nivel y tipo de estudio, el diseño de investigación, los métodos, técnicas e instrumentos, la validación y confiabilidad de los instrumentos, así como el procedimiento, la tabulación y análisis de datos y consideraciones éticas. En el Capítulo IV: resultados y en el Capítulo V: Discusión de resultados y referencias bibliográficas. Finalmente se acompañó de anexos, matriz de consistencia, consentimiento informado, instrumentos, formato de validación de los instrumentos por jueces y la nota biográfica del autor de la investigación, acta de defensa de la tesis y la autorización para publicación de tesis electrónica.

## **CAPÍTULO I. ASPECTOS BÁSICOS DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

### **1.1. Fundamentación del Problema de Investigación**

En la actualidad, la calidad de servicio en las instituciones públicas del país y de la Región Huánuco, se ven muy afectados. Según estudios realizados en diferentes investigaciones, en el Perú existen diagnósticos poco alentadores, debido a la escasa calidad brindada y percibida por los ciudadanos en los diferentes niveles de gobierno. A la fecha, en la mayoría de las instituciones no se han visto cambios efectivos ni mejoras en brindar una calidad de servicio al ciudadano, esto se debe a diferentes factores, los cuales serán tratados en la operacionalización de las variables de la presente investigación.

En ese contexto, la Presidencia del Consejo de Ministros, en el Marco del Proceso de modernización del Estado, a través de la oficina SGP – Secretaría de Gestión Pública, dirige y gestiona los Centros de Mejora de Atención al Ciudadano (Centro MAC), los cuales brindan distintos servicios y trámites en un solo lugar, y tienen como finalidad acercar de manera progresiva y estandarizada los servicios públicos a los(as) ciudadanos(as), bajo una misma identidad del Estado, siendo el único beneficiado el usuario, con un porcentaje alto de reducción de tiempo. Dentro de los servicios y tramites brindados por los centros MAC se tienen, por ejemplo, los siguientes: certificado de antecedentes penales, policiales, legalización de documentos expedidos en el extranjero, trámites de récord de conductor, emisión y gestión de pasaporte, etc. Sin embargo, existen gestiones y procedimientos que determinan la calificación de calidad de los servicios que brindan los Centros MAC. Es por ello que, nos hemos visto en la necesidad de



impulsar el presente trabajo de investigación con el fin de dar a conocer la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en el Centro de Mejor de Atención al Ciudadano de la ciudad de Huánuco - 2022.

En ese sentido, respecto a la variable Calidad de Servicio para el presente estudio, se evidenció muchas interrogantes por parte de los usuarios, quienes día a día reciben de estos servicios. Por ejemplo, uno de ellos, es que cuando el usuario requiere un trámite, el factor determinante para calificar el servicio es la rapidez en la atención, dado que en diferentes instituciones no se cumplen, es decir, muchos de estos son materializados con retrasos (con más tiempo de lo esperado por el usuario). Es por ello que, nos enfocaremos en los servicios solicitados por los ciudadanos (as) con la finalidad de conocer cuál es la apreciación que se tiene respecto a la calidad de servicio brindado por el Centro MAC.

Otro problema que se advirtió hace referencia a la planificación de las atenciones por categorías. Si bien es cierto, existen diversos servicios y trámites, pero muchos de los usuarios están desorientados al momento de ingresar a dicho Centro MAC, poniendo en riesgo de esta manera la calidad de servicio que se brinda. Esta y otras situaciones conllevan a conflictos entre el usuario y la calidad del servicio esperado de dicho Centro, debido a que ello incide directamente en el servicio prestado al usuario, generando retrasos en la atención e incluso insatisfacción.

Asimismo, se advirtió que en los módulos de atención del personal de Centro de Mejor Atención al Ciudadano se presentan debilidades respecto a la atención al usuario. Posiblemente, esto surge debido a la falta de capacitación del

personal encargado de brindar los servicios, de tal manera que la percepción de los usuarios respecto a la calidad se ve afectada de forma directa, lo cual podría tornarse en situaciones graves. El usuario, sin duda, espera que la calidad del servicio brindado por dicho Centro supere a las demás instituciones o que al menos demuestren una mejora.

Otro factor que se observó en la atención al usuario es la no realización de encuestas pos-atención, es decir después de haberse realizado el servicio. Por ello, para evitar errores durante la prestación del servicio es necesario contar con tecnología acorde al trámite solicitado a tiempo real, analizar el rendimiento de la cantidad de servicios realizados y medir la satisfacción de los usuarios. Así haciendo uso de soluciones digitales estratégicamente en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano, se llevaría un control riguroso de las atenciones, lo que permitiría obtener calidad en el servicio, consecutivamente lograr la satisfacción del usuario.

Respecto a la variable de estudio satisfacción del usuario, se observó que existe insatisfacción por parte de los usuarios que utilizan los diversos servicios que presta el Centro MAC, referido principalmente a la calidad de servicio, siendo así los factores de insatisfacción el tiempo de demora de servicio, el tiempo de respuesta a cada trámite solicitado y asegurar la calidad de servicio; es decir, el uso de los indicadores y/o parámetros que midan la satisfacción del usuario. Por esta razón, las entidades que brindan servicios de atención a los ciudadanos (as) deben estar vigilantes de manera permanente a la satisfacción del usuario, ya que la satisfacción es individual y subjetiva para cada usuario y se basa

en percepción personal. En ese sentido, la percepción del usuario podría resultar distinta a la realidad. Sin embargo, dicha percepción es la que se toma en cuenta al momento de realizar una transacción, consulta o trámite administrativo; por ello es muy importante la medición del grado de satisfacción del usuario, respecto al servicio recibido.

La satisfacción del usuario es el resultado de un conjunto de actividades que se involucran unos con otros, motivo por el cual se tuvo presente las expectativas pos-atención al servicio, experiencias reales o vividas del usuario a nivel global, de manera detallada, por cada actividad que realiza dentro del establecimiento; así la satisfacción del usuario se plasma en aspectos tangibles e intangibles, y para su descubrimiento no es necesario tener una cercanía improvisada sino un enfoque profesional. Por ello, el presente trabajo de investigación inició haciendo uso de las herramientas científicas, bibliográficas y el uso de diversas fuentes, tanto primarias como secundarias, para tener una mayor precisión respecto a las deficiencias y/o problemas que se pueden encontrar durante el desarrollo de trabajo de investigación. Asimismo, se citó a otros trabajos similares de índole interno y externo para tener como referencia en la investigación.

Después de esta breve descripción del problema formulamos el problema de investigación.

## 1.2. Formulación de Problemas General y Específicos

### *1.2.1. Problema General*

**PG.** ¿De qué manera la calidad de servicio se relaciona con la satisfacción del usuario en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Huánuco 2022?

### *1.2.2. Problemas Específicos.*

**PE<sub>1</sub>** ¿Cómo se relaciona los elementos tangibles con la calidad funcional percibida por los usuarios en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Huánuco 2022?

**PE<sub>2</sub>** ¿De qué forma la fiabilidad se relaciona con calidad técnica percibida del usuario en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Huánuco 2022?

**PE<sub>3</sub>** ¿De qué manera la capacidad de respuesta se relaciona con el valor percibido del usuario en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano Huánuco 2022?

**PE<sub>4</sub>** ¿De qué forma la seguridad se relaciona con la confianza del usuario en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Huánuco 2022?

**PE<sub>5</sub>** ¿De qué manera la empatía se relaciona con las expectativas del usuario en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Huánuco 2022?

### **1.3. Formulación de Objetivos General y Específicos**

#### ***1.3.1. Objetivo General.***

**OG.** Determinar de qué manera la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del usuario en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Huánuco 2022.

#### ***1.3.2. Objetivos Específicos.***

**OE1.** Establecer de qué manera se relaciona los elementos tangibles con la calidad funcional percibida por los usuarios en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Huánuco 2022.

**OE2.** Determinar de qué forma la fiabilidad se relaciona con calidad técnica percibida del usuario en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Huánuco 2022.

**OE3.** Establecer de qué manera la capacidad de respuesta se relaciona con el valor percibido del usuario en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Huánuco 2022.

**OE4.** Determinar de qué forma la seguridad se relaciona con la confianza del usuario en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Huánuco 2022.

**OE5.** Establecer de qué manera la empatía se relaciona con las expectativas del usuario en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Huánuco 2022.

### **1.4. Justificación**

El trabajo de investigación tiene como justificación lo siguiente:

#### ***1.4.1 Justificación Práctica***

En la presente justificación se pretende probar el grado de relación que existe entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Huánuco 2022, el cual permitió identificar el nivel de satisfacción del usuario, comenzando del servicio que reciben de los colaboradores de dicho centro para luego proponer sugerencias y por consiguiente la mejora del servicio por parte de los usuarios.

#### ***1.4.2 Justificación Social***

En el aspecto social con el presente proyecto de investigación identificó a los usuarios que establecen el nivel de calidad del servicio de atención, asimismo, el grado de satisfacción que conlleva dicho servicio, la misma que tienen como prioridad los usuarios.

#### ***1.4.3 Justificaciones Metodológicas***

En este aspecto metodológico se confirmó que la investigación científica es la más adecuada que dio como resultado la determinación del grado de relación entre calidad de servicio y la satisfacción del usuario en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano.

#### ***1.4.4 Justificación Económica***

En la justificación económica se hizo énfasis a la pretensión de demostrar la implicancia económica y la repercusión que tiene el servicio de calidad, la misma que repercutió tanto en los colaboradores del servicio

incrementando su confianza, como en los usuarios al sentir satisfacción con el servicio percibido.

#### ***1.4.5 Justificación Teórica***

En la actualidad, la calidad del servicio y la satisfacción del usuario se convirtieron en aspectos fundamentales para tener éxito en cualquier organización, especialmente en el sector público donde la atención al ciudadano es primordial. El Centro de Mejor Atención al Ciudadano (CMAC) en Huánuco, en su afán por brindar servicios eficientes y de calidad a los ciudadanos, se ha propuesto la mejora de la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en el año 2022.

Numerosos estudios han demostrado que la calidad del servicio tiene un impacto directo en la satisfacción del usuario. Cuando los ciudadanos reciben un servicio de alta calidad que cumple con sus expectativas, aumenta su nivel de satisfacción y, a su vez, mejora la percepción de la organización y la confianza en sus servicios.

Sin embargo, a pesar de la importancia de la calidad del servicio y la satisfacción del usuario, se realizó una investigación específica en el contexto del CMAC Huánuco para comprender mejor estos aspectos y determinar las áreas que requieren mejoras. Actualmente, existe una falta de estudios que aborden de manera exhaustiva la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en este centro de atención al ciudadano.

Por lo tanto, esta tesis propuso analizar la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en el CMAC Huánuco durante el año 2022. Se llevó cabo una investigación empírica que incluyó la recopilación de datos mediante encuestas y entrevistas a los ciudadanos que utilizaron los servicios del CMAC en el año indicado. Estos datos fueron analizados utilizando técnicas estadísticas adecuadas para identificar los factores clave que influyen en la calidad del servicio y la satisfacción del usuario.

Los resultados de esta investigación son relevantes tanto desde un punto de vista teórico como práctico. Desde una perspectiva teórica, se contribuyó al cuerpo existente de conocimiento al proporcionar evidencia empírica sobre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en un centro de atención al ciudadano en Huánuco. En resumen, esta investigación tuvo como objetivo llenar el vacío existente en la literatura académica y proporcionar una perspectiva concreta y basada en evidencia sobre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en el CMAC Huánuco en el año 2022. Los resultados de este estudio podrán ser utilizados por el CMAC para implementar acciones de mejora y fortalecer su compromiso con la calidad del servicio y la satisfacción del ciudadano.

### **1.5. Limitaciones**

Limitaciones geográficas: Esta investigación se centró en una ubicación geográfica específica, lo que podría limitar la aplicabilidad de los resultados a otras regiones o contextos.



Sesgo de selección: Existe la posibilidad de que los participantes autoseleccionados o aquellos que aceptaron participar en el estudio tengan características distintas a la población objetivo, lo que podría influir en los resultados.

Limitaciones de tiempo: El período de tiempo asignado para llevar a cabo esta investigación fue limitado. Como resultado, algunas variables importantes podrían no haber sido consideradas o exploradas en detalle.

Instrumentos de medición: Aunque se utilizó instrumentos validados y confiables, la medición de ciertas variables puede estar sujeta a cierta variabilidad o subjetividad.

Influencia de variables externas: Factores externos no controlados, como cambios en las políticas o condiciones económicas, influyeron en los resultados de esta investigación.

Limitaciones de acceso a datos: La disponibilidad limitada de datos relevantes o la falta de acceso a fuentes específicas de información restringieron la profundidad y amplitud de los análisis realizados.

Limitaciones de alcance: Esta tesis se centró en un aspecto específico del problema o fenómeno estudiado. Como resultado, no se abordaron todos los factores o variables que podrían influir en el tema en su totalidad.

Es importante mencionar estas limitaciones de manera transparente y honesta en la tesis, ya que demuestran una comprensión clara de las restricciones

del estudio y ofrecen oportunidades para futuras investigaciones y mejoras en la metodología.

## **1.6. Formulación de Hipótesis General y Específicos**

### ***1.5.1 Hipótesis General***

**H<sub>1</sub>**: La calidad del servicio se relaciona positivamente con la satisfacción del usuario en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Huánuco 2022.

**H<sub>0</sub>**: La calidad del servicio se relaciona negativamente con la satisfacción del usuario en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Huánuco 2022.

### ***1.6.2. Hipótesis Específicas***

**H<sub>11</sub>**: Los elementos tangibles se relacionan positivamente con la calidad funcional percibida por los usuarios en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Huánuco 2022.

**H<sub>01</sub>**: Los elementos tangibles se relacionan negativamente con la calidad funcional percibida por los usuarios en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Huánuco 2022.

**H<sub>12</sub>**: La fiabilidad se relaciona positivamente con calidad técnica percibida del usuario en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Huánuco 2022.

**H<sub>02</sub>**: La fiabilidad se relaciona negativamente con calidad técnica percibida del usuario en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Huánuco 2022.

**H<sub>13</sub>**: La capacidad de respuesta se relaciona positivamente con el valor del usuario percibido en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano Huánuco 2022.

**H<sub>03</sub>**: La capacidad de respuesta se relaciona negativamente con el valor del usuario percibido en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano Huánuco 2022.

**H<sub>14</sub>**: La seguridad se relaciona positivamente con la confianza del usuario en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Huánuco 2022.

**H<sub>04</sub>**: La seguridad se relaciona negativamente con la confianza del usuario en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Huánuco 2022.

**H<sub>15</sub>**: La empatía se relaciona positivamente con las expectativas del usuario en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Huánuco 2022.

**H<sub>05</sub>**: La empatía se relaciona negativamente con las expectativas del usuario en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Huánuco 2022.

<b>HIPOTESIS GENERAL</b>		
La calidad del servicio se relaciona positivamente con la satisfacción del usuario en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Huánuco 2022.	Calidad del servicio	Satisfacción del usuario

<b>HIPÓTESIS ESPECIFICOS</b>	<b>VARIABLE 1</b>	<b>VARIABLE 2</b>
Hi1: Los elementos tangibles se relacionan positivamente con la calidad funcional percibida por los usuarios en el Centro de Atención al Ciudadano, Huánuco 2022.	Elementos tangibles	Calidad funcional percibida
Hi2: La fiabilidad se relaciona positivamente con calidad técnica percibida del usuario en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Huánuco 2022.	Fiabilidad	Calidad técnica percibida
Hi3: La capacidad de respuesta se relaciona positivamente con el valor del usuario percibido en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano Huánuco 2022.	Capacidad de respuesta	Valor percibido
Hi4: La seguridad se relaciona positivamente con la confianza del usuario en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Huánuco 2022.	Seguridad	Confianza

<p>Hi5: La empatía se relaciona positivamente con las expectativas del usuario en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Huánuco 2022.</p>	<p>Empatía</p>	<p>Expectativas</p>
---	----------------	---------------------

**Elaboración:** Propia

## 1.7. Variables

### 1.7.1. Variable 1

Variable 1: Calidad de servicio

### 1.7.2. Variable 2

Variable 2: Satisfacción del usuario

## 1.8. Definición Teórica y Operacionalización de Variables

### 1.8.1. Variable 1: Calidad de servicio

Definición: La calidad del servicio se direcciona y cuantifica el grado de discrepancia entre lo que el usuario percibe y cuáles son sus expectativas, así en términos de las dimensiones de la calidad del servicio que afectarían el comportamiento futuro de los usuarios y/o consumidores. Parasuraman (1985).

Operacionalización: Dentro de este proceso se realizó el análisis de los resultados de la encuesta, realizado a los usuarios del Centro de Mejor Atención al usuario en la ciudad de Huánuco, con el único propósito de saber el estado de la calidad del servicio que brinda el dicho centro. El

cuestionario constará de 31 preguntas en la escala de Likert para identificar el estado de la calidad del servicio.

### ***1.8.2 Variable 2: Satisfacción del Usuario***

Definición: Por satisfacción se entiende la evaluación que realiza el usuario respecto a un servicio y que depende de cómo el servicio respondió a sus necesidades y expectativas. Si esto no se cumple se produce la insatisfacción. Para Kotler y Armstrong (2003), la satisfacción viene derivada tras una evaluación posterior a la compra de un producto y en función de las expectativas creadas con carácter previo a dicha compra; es así como definen la satisfacción del usuario como “el nivel del estado de ánimo positivo de una persona.”

Operacionalización: Se analizará los resultados de la encuesta, aplicado a los usuarios del Centro de Mejor Atención al Ciudadano en la ciudad de Huánuco, con el propósito de conocer el estado de la satisfacción del usuario. El cuestionario constará de 31 preguntas en la escala de Likert para identificar el estado de la satisfacción del usuario.

### 1.8.3 Operacionalización de Variables

<b>VARIABLE 1: Calidad del Servicio</b>			
<b>DEFINICIÓN CONCEPTUAL</b>	<b>DIMENSIÓN</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>TÉCNICAS E INSTRUMENTOS</b>
“La calidad de servicio esta denominada a la dirección y grado de discrepancia entre la percepción del usuario y sus expectativas, en otros términos, de dimensiones de la calidad de servicio que puede verse afectado el comportamiento futuro de los usuarios o	Elementos tangibles	Nivel de equipos de última generación. Nivel de apariencia de los colaboradores. Nivel herramientas para la comunicación.	<b>TÉCNICA:</b>  Encuesta
	Fiabilidad	Nivel de resolución de un problema. Nivel de tiempo de atención. Nivel de responsabilidad de los colaboradores.	
	Capacidad de respuesta	Nivel de buena voluntad para ayudar a los usuarios y proveer un servicio oportuno. Nivel de disposición de los colaboradores.	

consumidores” (Parasuraman et al., 1985).		Nivel para proporcionar un servicio rápido a los usuarios.	<b>INSTRUMENTO:</b> Cuestionario
	Seguridad	Nivel de inexistencia de peligros, riesgos o dudas. Nivel de conocimiento y cortesía de los colaboradores. Nivel de dominio de habilidades para inspirar confianza	
	Empatía	Nivel de atención en los horarios requeridos. Nivel de comunicación con los usuarios. Nivel de actitud y trato de los colaboradores con los usuarios.	

**Elaboración:** Propia



<b>VARIABLE 2: Satisfacción del Usuario</b>			
<b>DEFINICIÓN CONCEPTUAL</b>	<b>DIMENSIÓN</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>TÉCNICAS E INSTRUMENTOS</b>
<p>Por satisfacción se entiende la evaluación que realiza el usuario respecto a un “servicio y que depende de cómo el servicio respondió a sus necesidades y expectativas”. Para (Kotler y Armstrong, 2013), “la satisfacción viene derivada tras una evaluación posterior a la compra de un producto y en función de las expectativas creadas con carácter previo a dicha</p>	Calidad funcional percibida	<p>Nivel de solución de quejas.</p> <p>Nivel del servicio esperado</p> <p>Nivel de seguridad al realizar sus trámites y consultas.</p>	<p>TÉCNICA: encuesta</p> <p>INSTRUMENTO: Cuestionario</p>
	Calidad técnica percibida:	<p>Nivel de mejoras en el servicio ofrecido.</p> <p>Nivel de calidad de los servicios por llamadas telefónicas.</p> <p>Nivel de sus expectativas.</p>	
	Valor percibido	<p>Nivel de confianza en los servicios de atención.</p> <p>Nivel de cantidad de trámites del servicio.</p>	

<p>compra”; es así como definen la satisfacción del usuario como “el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas”.</p>		<p>Nivel de la calidad de servicios prestados.</p>	
	<p>Confianza</p>	<p>Nivel de conocimiento.</p> <p>Nivel de recomendación sobre el servicio.</p> <p>Nivel de actividad innovadora y con visión de futuro.</p>	
	<p>Expectativas</p>	<p>Nivel del servicio que se ofrece para satisfacer las necesidades del usuario.</p> <p>Nivel de claridad en las explicaciones e informaciones.</p> <p>Nivel de conocimientos del personal de esta actividad acerca del servicio que presta.</p>	

**Elaboración:** Propia

## CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

### 2.1. Antecedentes de Investigación

#### 2.1.1. *A Nivel Internacional*

El autor Droguett (2021), en su trabajo de investigación denominado: “Calidad y satisfacción en el servicio a clientes de la industria automotriz: análisis de principales factores que afectan la evaluación de los clientes”, concluyó que: en Chile para evaluar los componentes que determinan la calidad en el servicio público percibido por los ciudadanos y las consecuencias que este pueda tener respecto a la satisfacción y/o credibilidad después de emplear la metodología de la estadística correlacional, y posterior a la aplicación de un cuestionario en una muestra de los encuestados, teniendo como análisis el tipo exploratorio, de esta manera concluyó lo siguiente: Lo que determinan en una óptima percepción de la calidad se basa en que los colaboradores a través de sus conocimientos acerca del procedimiento de atención, amabilidad, evaluar y analizar siempre la situación real personalizada que tiene el ciudadano, esto puede variar de manera satisfactoria la percepción sobre calidad, asimismo, lo que percibe el ciudadano influye de manera sustancial su aprobación o desaprobación sobre la calidad del servicio. En tal sentido identificar sus determinantes factores condicionantes mejoraran los servicios brindados, mediante la capacitación acerca de estos factores importantes.

Entonces lo que se halló de acuerdo con la investigación realizada es la misma que confirma que cuando otorgamos calidad en el servicio, el cliente sentirá satisfacción, aparte de reconocer su entorno en el proceso de compra.

Asimismo, la autora Egas (2021), en su trabajo de investigación titulada: “Propuesta de gestión estratégica de atención al cliente para el posicionamiento de una empresa de servicio automotriz”. De la Universidad Pontificia Universidad Católica del Ecuador – Matriz, concluyó que: la propuesta de gestión estratégica de atención al cliente que se dedican a la venta de vehículos en el Ecuador está conformado aproximadamente por unas cincuenta mil unidades y esto ha ido en forma ascendente que varió de un 13% en el año 2018, donde se ha incorporado 32 mil vehículos más en el último año. Por otro lado, el Informe de la Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador (AEADE), afirmó que en el país existe por cada 13 habitantes un vehículo aproximadamente. Asimismo, la CNT la realizó evaluaciones en el cual detalló que la ciudad de las Esmeraldas no cuenta con servicios técnicos automotrices con tecnología de última generación. Entonces existe en la actualidad una empresa constituida legalmente que brinda los servicios especializados de mantenimiento automotriz de manera técnica y con la última tecnología de acuerdo con la necesidad de sus clientes.

### ***2.1.2 A Nivel Nacional***

A nivel nacional, Cabrera, Cormany y León (2021), en su trabajo investigación titulada: “Calidad en las empresas del sector reparaciones de vehículos automotrices en el Perú” concluyó que: Lo que actualmente las organizaciones tienen como reto es la producción de bienes y servicios con estándares altos de producción y por ende su productividad, identificando muchos factores importantes, a través de otras investigaciones realizadas internamente. De esta manera se identificó que mejorará el ambiente laboral, los equipos

tecnológicos, los recursos materiales e incluso el financiero, logrando de esta manera mejores resultados sin embargo no era posible alcanzar sus metas e iniciaron otras investigaciones relacionadas a la intervención de los factores humanos, logrando así proporcionalmente la producción y también la productividad, tendiendo como base los estudios del autor Maslow, Mc Gregor, Argyris en la década de los 40 del siglo XX, esto a fines de la 2da guerra mundial.

Brindar calidad significa satisfacer completamente la necesidad de los clientes, es decir producir bienes de calidad y dar servicio de calidad. Por último, los modelos de gestiones actuales son resultados por mejorar estrategias, técnicas y métodos, pero el objetivo principal se mantiene.

### **2.1.3 A Nivel Local**

A nivel local, Gómez (2021), en su trabajo investigación titulada: “Calidad de servicio de delivery y la satisfacción del cliente – Huánuco 2021”, concluyó que: el trabajo de investigación que se llevó a cabo determino la existencia de relación lineal alta fuerte directa y significativa entre las dos variables planteados inicialmente calidad de servicio de delivery con la satisfacción del cliente en Huánuco en el año 2021. Así mismo también manifiesta que a través de la investigación realizada se estableció la existencia de relación lineal alta, fuerte directa y significativa de los elementos tangibles con la calidad funcional percibida por los clientes en la ciudad de Huánuco en el año 2021.

En su tercera conclusión menciona “que habiéndose realizado la presente investigación se determinó la existencia relación lineal alta, fuerte directa y

significativa, entre la fiabilidad y calidad técnica percibida de los clientes en la ciudad de Huánuco 2021”

En su cuarta conclusión menciona “la existencia de la relación lineal alta, fuerte directa y significativa entre las variables capacidad de respuesta y el valor percibido del cliente en la ciudad de Huánuco 2021.”

## **2.2. Bases Teóricas**

### **Base Teórica 01: Calidad de Servicio**

#### ***2.2.1. Teorías de Calidad de Servicio***

Los autores Alet y Vilaginés (2000), definen a la calidad de servicio cómo: “La percepción que tiene un usuario respecto al desarrollo entre las expectativas y el desempeño de manera que se relacionan con un conjunto de elementos secundarios, cuantitativos y cualitativos de un servicio o producto principalmente”.

Asimismo, Grönos (1983), citado por Barroso y Armario (1999), indica que la calidad de servicio percibida es: “dependiente de la comparación del servicio esperado con el servicio percibido, y es por esta razón el resultado de un proceso de evaluación continuado”.

También, el autor Moreno (2016), nos menciona que: la calidad de servicio tiene el grado conforme a los atributos y cualidades del servicio En relación con las expectativas del usuario, interpretado también de manera que el usuario tiene como expectativa haz lo que va a pasar en una determinada situación deseada. en tal sentido esto es el resultado de una evaluación hecha por el mismo

usuario de tal forma que se realizó la comparación de la percepción de los usuarios en relación con el servicio y lo que éstos esperaban de ello, es decir cumplir las expectativas de satisfacción del usuario. Respecto a lo dicho existen metodologías utilizadas para la medición de la calidad con los servicios las cuales se basan en medir la diferencia del valor de la expectativa y el valor de la percepción del usuario (Berry, et al. 1989; (Kotler y Armstrong, 2013) p. 648.

Así también, los autores Parasuman, Zeithman y Berry (1993), indican lo siguiente:

La valoración de los usuarios respecto a la calidad de servicio al momento de comparar sus deseos y su espera con lo que actualmente perciben resulta que es la comparación considerable que debe tenerse en cuenta y es la que debe ser ofrecido por la organización, es decir la percepción y sus expectativas respecto a los resultados realizados; Gil, (1994), citado por Barroso y Armario, (1999), p.189. “Las organizaciones se interesan por conocer la calidad de servicio que ofrecen, esto se debe a la relación del constructo que tiene la satisfacción con los usuarios y con su futura intención de comportamiento” Boulding, (1993), citado por Barroso y Armario (1999).

“El constructor de calidad de servicio, es complicado dividido a las percepciones de los usuarios de manera que dependen de diferentes factores tales como el comportamiento de los colaboradores, su percepción, la motivación, satisfacción interna laboral y de toda emoción de manera positiva” Gracia, Cifre, y Grau, (2010). (Group y Organization Management N° 35. Pp. 276-298); Gracia

et al., (2010) y Salanova et al., 2012) aportan lo siguiente: “Gran parte de los responsables de la calidad son los colaboradores y sus atenciones”.

De esta manera, Alcaide, (2002), determinó: La calidad del servicio según el diagrama de Blueprint o el recorrido del usuario, consiste detalladamente el uso de los procedimientos y micro procedimientos dentro del servicio prestado, y de esta manera ser analizados estudiados. en esa forma se identifica algunas fallas, observaciones y diversos problemas respecto con las expectativas del usuario, para luego determinar planes de corrección, reducir las observaciones o eliminarlos con el “Blueprint” se establece diversos estándares en función a lo aceptable en el procedimiento por los usuarios, determinando un diseño donde se establece la calidad de servicio. Esto con el fin de buscar la mayor satisfacción de los usuarios y la fidelización futura del mismo.

Por otro lado, el autor Hirschman, (1996), identificó lo siguiente: Que los usuarios insatisfechos reaccionan de dos formas, a través de la queja o el abandono del establecimiento. La acción de abandono del usuario podría resultar una de las peores situaciones donde el usuario evaluó el servicio, si se da esta situación la empresa definitivamente perderá usuarios la misma que traerá como resultado niveles bajos de ventas y mínimas ganancias a la empresa. La probabilidad de que algunos usuarios manifiesten su mal momento a otros usuarios potenciales generara la pérdida de usuarios sin haber visitado la empresa por la percepción que ellos tuvieron y esto hará que la empresa tenga resultados nefastos.



“La normalidad respecto a los constructos de calidad y la satisfacción de los usuarios se consideran sinónimos” Liljander, (1994), estos son una forma de intercambio diferente a lo que el autor Liljander, (1994), refirió al mencionar el impacto de un mayor grado de complejidad del estudio de la calidad de servicios”.

### **Definición de Servicio**

Los servicios crecen de manera gradual, a lo largo del tiempo, tomando significativamente un desempeño importante en la economía mundial. Los escritores Kotler y Armstrong (2013), definen al término “servicio” de la siguiente manera: “Es una actividad que determina satisfacción o beneficio por el cual se realiza una venta y que es netamente intangible tampoco da resultado la propiedad de algo” (p.196).

Así también, Grönos (1994), citado por Mello, (2002) señala que un servicio es: actividad o actividades en diferentes etapas de manera intangible, no necesariamente durante la interacción entre un usuario y un colaborador que brinda el servicio o recursos físicos o bienes y/o sistemas del proveedor del servicio, la misma que se establece como solución a los problemas de los usuarios (p.16).

Servicio es el conjunto de procedimientos respecto a una determinada actividad directa e indirecta donde no se obtiene un producto tangible, es decir, es intangible en una parte dentro del proceso transaccional entre el usuario y el proveedor. Se puede entender al término servicio como un conjunto de acciones prestatarias de naturaleza cualitativa o cuantitativa que acompaña a su acción principal de servir Berry, Bennet y Brown (1989).

### **2.2.2. Particularidades de los Servicios**

Según el autor Kotler y Armstrong, (2013) los servicios tienen cuatro características:

**a) Intangibilidad**, debido a que los servicios no se pueden ver, tocar, degustar, escuchar ni oír antes de realizar una transacción o compra.

**b) Inseparabilidad**, esto debido a que dichos servicios se realizan, venden y se hacen uso al mismo tiempo, es por eso que no se puede separar de su proveedor, ya sean estas máquinas o personas. Por ejemplo, cuando una persona desea alojamiento en un hotel, el huésped debe trasladarse al hotel y hacer uso de este para poder efectuarse el servicio. Por esta razón es que el usuario como la empresa modifican y se ve afectado el resultado del servicio.

**c) Variabilidad**, esto debido a que la calidad y la forma en que se desarrolla un servicio dependerá mucho del lugar, momento, persona que lo realiza y de cómo nos anticipamos a sus necesidades. Por ejemplo, en un salón de belleza el colaborador podría otorgar un servicio más cordial y eficiente, mientras que otro podría dar un servicio de manera desagradable e ineficiente. Esta situación dada podría haberse manifestado por varios factores, cualidades del trabajador, clima laboral, infraestructura, fatiga, estar a gusto con el trabajo que desarrolla.

**d) Caducidad**, es cuando existe la incapacidad de almacenamiento para diferentes actividades posteriores. A esto no se puede asignar un

inventario, a esperas de que los usuarios aparezcan. Si no se realiza el uso adecuado en su tiempo disponible a la capacidad de dichos servicios se pierde. Ejemplo, el tiempo estimado en las que un trabajador carece de usuarios no se puede guardar o almacenar para utilizarlos en otro momento, simplemente se pierde y no se recupera (p.237).

### ***2.2.3. Niveles de Producto y de Servicio***

Asimismo, los autores Kotler y Armstrong (2013), mencionan que los productos y servicios tienen tres niveles, donde cada nivel agrega más valor para el usuario:

El primero, es un nivel básico de acuerdo con los autores representan beneficios primarios que ofrece un producto.

Esto responde a la pregunta ¿Qué está obteniendo en realidad el comprador? Ejemplo, el nivel el primer nivel básico de un vehículo es el transporte luego el estatus, etc.

El segundo, dicho nivel corresponde al producto real donde los beneficios se modifican en sí. Así mismo en este nivel se conoce las características como el diseño, marca, nivel de calidad, estilo, empaque, etiqueta y nombre.

El último nivel representa el producto aumentado donde se dan a conocer las características adicionales que se ofrecen con el producto. Por ejemplo, la forma de entregar, el tipo de financiamiento, la post venta, mantenimiento para el producto y la garantía.

#### 2.2.4. Dimensiones de la Variable 1

Según el autor Duque (2005), respecto al Modelo SERVQUAL y para Parasuraman, Zeithami, y Berry (1985), citado por Calvo, Pérez Guerrero, y Landa-Reto, (2019), indican lo siguiente:

Los autores antes mencionados elaboraron un instrumento que les permite medir la calidad de servicio percibida, el cual les permitía acercarse a la medición a través de la evaluación por separado respecto a las expectativas y percepciones de un usuario, apoyándose de esta manera en los comentarios realizados por los usuarios en el trabajo de investigación. Estos comentarios resumidos en 10 dimensiones aislado del tipo de servicio y/o usuario. A un inicio se identificaron determinadamente diez tipos de la calidad de servicio, así:

1. **Elementos tangibles:** apariencia de infraestructura, recurso humano, equipos y materiales.
2. **Fiabilidad:** esta dimensión tiene como habilidad desarrollar el servicio prometido de forma confiable y con mucho cuidado.
3. **Capacidad de respuesta:** es una predisposición que tienen los colaboradores para brindar ayuda a los usuarios de manera que se provea un servicio rápido.
4. **Profesionalidad:** es la dimensión donde se posee las destrezas necesarias y conocimiento del proceso de la realización del servicio.
5. **Cortesía:** es la atención, amabilidad y respeto de los colaboradores en contacto con los usuarios.

6. **Credibilidad:** hace referencia a lo verás a la honestidad en el servicio que se brinda.
7. **Seguridad:** se refiere a que no existe peligros, dudas o riesgos por parte de los usuarios.
8. **Accesibilidad:** es la manera sencilla de conectar información del servicio con el usuario.
9. **Comunicación:** en este proceso se informa a los usuarios a través de un lenguaje comprensible y entendible de las bondades de un producto o servicio de tal forma que también involucra de la manera de escucharlos.
10. **Comprensión del usuario:** involucra la realización de un esfuerzo donde el trabajador conoce a los usuarios e identifica sus necesidades. (p. 9, 10).

En ese sentido, de acuerdo lo señalado en el párrafo anterior, para la presente investigación se eligieron las siguientes cinco dimensiones que se profundizan a continuación:

1. **Elementos Tangibles:** representa a la infraestructura física, recursos humanos equipo y materiales para establecer comunicación con los miembros de la organización interna y externo.
2. **Confiabilidad:** es La capacidad que tienen los colaboradores para realizar el servicio ofrecido de forma exacta y con digna confianza.

3. **Capacidad de Respuesta:** es la predisposición que tiene un colaborador con los usuarios de forma que les proporcione un servicio expedito.
4. **Seguridad:** es el conocimiento para brindar cortesía por parte de los colaboradores, así como también el desarrollo de su capacidad para transmitir confianza.
5. **Empatía:** es el cuidado y la atención personalizada que la organización brinda a los usuarios.

#### ***2.2.5. Definición de Servicio***

El desarrollo de los servicios se ha realizado de manera gradual en el lapso de varios años, desarrollando significativamente un papel muy importante en la economía a escala internacional. el autor Armstrong (2013), definen al servicio de la siguiente manera: “actividad beneficio o satisfacción que se desarrolla en el proceso de venta y que es netamente intangible y no resulta la propiedad de algo” (p.196).

Para los autores Kotler y Armstrong (1998), pág.161. “El Proceso de desarrollo de un determinado servicio y/o producto involucra la inhabilitación de las bondades que se ofrecerá. Estas bondades se comunican y se promocionan a través de atributos que puede contar el producto tales como calidad, diseño y características”.

***2.2.5.1. Características de los Servicios:*** según los autores Kotler y Armstrong (2013) los servicios se caracterizan por cuatro:

**a) Intangibilidad**, de manera que los servicios no se pueden ver, tocar, degustar, escuchar ni oír antes de realizarse la compra.

**b) Inseparabilidad**, esto debido a que dichos servicios se realizan, venden y se hacen uso al mismo tiempo, es por eso que no se puede separar de su proveedor, ya sean estas máquinas o personas. Un ejemplo claro es cuando una persona desea alojamiento en un hotel, el huésped debe trasladarse al hotel y hacer uso de este para poder efectuarse el servicio. Por esta razón es que el usuario como la empresa modifican y se ve afectado el resultado del servicio.

**c) Variabilidad**, esto debido a que la calidad y la forma en que se desarrolla un servicio dependerá mucho del lugar, momento, persona que lo realiza y de cómo nos anticipamos a sus necesidades. por ejemplo, en un salón de belleza el colaborador podría otorgar un servicio más cordial y eficiente, mientras que otro podría dar un servicio de manera desagradable e ineficiente. Esta situación dada podría haberse manifestado por varios factores, cualidades del trabajador, clima laboral, infraestructura, fatiga, estar a gusto con el trabajo que desarrolla.

**d) Caducidad**, es cuando existe la incapacidad de almacenamiento para diferentes actividades posteriores. A esto no se puede asignar un inventario, a esperas de que los usuarios aparezcan. Si no se realiza el uso adecuado en su tiempo disponible a la capacidad de dichos servicios se pierde. Ejemplo, el tiempo estimado en las que un trabajador carece de

usuarios no se puede guardar o almacenar para utilizarlos en otro momento, simplemente se pierde y no se recupera (p.237).

## **Base Teórica 2: Satisfacción del Usuario**

### ***2.2.6. Teorías de Satisfacción del Usuario.***

Por satisfacción se conoce al proceso de valoración que se aplica en relación con el usuario con el servicio, de tal manera que se desarrolla para conocer sus debilidades y condiciones. Si esto no surte efecto se obtiene la insatisfacción. Para (Pizam y Ellis, 1999), la satisfacción del cliente es el principal criterio a la hora de determinar la calidad de un producto o servicio, y es clave para la continuidad de la empresa ya que influye en la decisión del cliente de repetir la experiencia y su efecto multiplicador de las percepciones que se tienen y comunican de “boca en boca”. Según Kotler y Armstrong (2013), la calidad está relacionada con el valor y la satisfacción del cliente. De esta manera se define la satisfacción de un usuario cómo “nivel de estado anímico de un individuo que procesa un resultado de hacer una comparación entre el rendimiento percibido de un servicio respecto a sus expectativas”. Algunos autores demuestran similitudes definiciones sustentadas en una variada discusión, sin embargo, lo más aceptable es que un usuario estará satisfecho si son comprobadas sus expectativas.

Para los autores Reyes et. al (2009), la definición es la siguiente: “Satisfacción viene a ser la respuesta saciada del usuario. Es decir, es una determinación respecto de la diferenciación del producto o servicio en sí mismo, las que proporcionarán un nivel de placer en recompensa con relación al consumo” (p.17).



En ese sentido, es indiscutible estar pendiente de las necesidades existentes y futuras de los usuarios, a través de un trato coherente, consistente y firmes para adaptarse a sus necesidades, Alet (2000).

Para el autor Oliver (1981), citado por Barroso y Armario, (1999), asegura que: “La satisfacción o insatisfacción de un usuario proviene a través de una experiencia que fue adquirida dentro de un proceso de compra, dando como resultado la disconformidad, sea esta positiva o negativa, entre las expectativas percibidas por un usuario y los sentimientos expresados de su experiencia (p.198). Asimismo, respecto a lo anterior, Barroso y Armario, (1999), señalan que: El usuario antes de realizar una determinada compra establecerá medios sobre lo que va a adquirir, para luego analizar con el valor admitido.

Esta determinación con la comparación generará satisfacción, en el momento que el servicio logre las expectativas o insatisfacción, si el resultado percibido no alcanza expectativas sobre él. entonces quedará demostrado la relación de manera directa entre la satisfacción y la lealtad, en otras palabras, a mayor satisfacción, mayor lealtad.

### ***2.2.7. Beneficios de Lograr la Satisfacción del Usuario.***

La American Marketing Association León, (2009) establece varios factores que logra la satisfacción, la que a continuación se detalla:

- Cien usuarios que lograron experimentar la satisfacción a traerán 25 nuevos usuarios.

- Si existe una queja realizada, existe 20 usuarios más con la misma opinión, pero que no lo hacen saber mucho menos lo manifiestan.
- La cantidad realizada para fidelizar un usuario es equivalente a cinco veces a la de lograr un tener un usuario satisfecho por un buen tiempo después que se haya logrado. León (2009).
- Un usuario satisfecho realiza comentarios a tres personas de su buena experiencia a otros potenciales usuarios, pero que un usuario insatisfecho lo hará con nueve potenciales usuarios. (p.6).

De esta manera León (2009), recuperado en Calvo, Pérez Guerrero, y Landa- Reto, (2019), indica lo siguiente: respecto de los servicios, cuando los usuarios están satisfechos comunican a otras personas sus experiencias. De acuerdo con la investigación estas pueden llegar a la cantidad de tres personas y están a pagar adicionales por obtener satisfacción adicional, por lo contrario, un usuario insatisfecho transmite insatisfacción hasta once personas a más. en otras palabras, del 1% de usuarios no satisfechos se generan hasta un 12% en pérdida de usuarios. Así mismo se tiene que considerar que los usuarios ubicados en la fila de satisfechos son mucho más leales a las marcas que los no satisfechos, logrando así la repetición de compras de los productos ya consumidos y experimentar con otros productos de la empresa.

De esta manera se logró niveles de ingresos y mayores rentabilidades. Por otro lado, el autor menciona que dichos usuarios que ya son leales mantienen su fidelidad a la marca por un periodo de tiempo más largo y no están dispuestos a modificarlo por otros productos, o cambiarlos por otros proveedores tradicionales

con ofertas menores. Así mismo cabe indicar a mayor lealtad hacia un determinado producto de la empresa, menores serán sus costos de operación en el departamento de ventas. Razón por la cual la empresa ya no invertirá mucho tiempo y dinero para solucionar problemas de compras de sus productos al usuario. Los usuarios satisfechos son una especie de vendedores voluntarios, ya que estos transmiten las experiencias vividas positivas con las personas más cercanas a ellos como amigos, compañeros de trabajo, familia, etc. De esta manera la empresa logra disminuir costos del proceso de marca. también se concluye que los usuarios son activos importantes de la organización.

Así también el autor León (2009), refiere lo siguiente: “El activo cuyo valor se calcula como valor presente del proceso de ventas promedios por periodos de tiempo respecto a diferentes usuarios que ellos indujeron hacia la empresa” (p.8).

Los autores Lele y Seth citado de León (2009) establecieron que existen 4 factores principales y primordiales para lograr la satisfacción de los usuarios, las cuales vienen a ser lo siguiente:

- Variables en relación con el producto.
- Variables las actividades de ventas.
- Variables con relación a los servicios pos-venta.
- Variables con relación a la vinculación de la cultura de la organización.

### ***2.2.8. El Servicio como Elemento Clave***

En la actualidad vivimos en una sociedad, donde las personas y organizaciones prestan servicios. La organización en su conjunto integra proporciones de tangibilidad y de intangibilidad, ejemplo, un restaurante ofrece alimentos que vendría a ser lo tangible y el servicio de atención que vendría a ser lo intangible.

### ***2.2.9. Medición de la Satisfacción de los Usuarios***

De esta forma también los autores Hoffman y Bateson, (2012) mencionan lo siguiente:

Las dos formas de medir satisfacción del usuario son a través de una forma directa e indirecta: las mediciones indirectas no del proceso de obtención de satisfacción del usuario incluyen un exhausto seguimiento y monitoreo del bagaje registrado de las ventas, ganancias y hasta quejas de los usuarios. Las organizaciones que dependen directamente de las mediciones indirectas adoptan pasivamente métodos que determinarán las percepciones de los usuarios, así como su cumplimiento y superación de sus expectativas. (p.293). Medir la satisfacción de manera directa es obtener información de satisfacción de los usuarios a través de encuestas. Sin embargo, dicho de otras palabras, las encuestas no deben estar estandarizadas entre las organizaciones. Ejemplo, el uso de las escalas que se utilizan en recabar datos varían entre escalas de 5 a 100 puntos, la interrogante que se elabora a los entrevistados variará entre preguntas generales y específicas, así también los métodos varían para la obtención de datos, tales como entrevistas de manera personal o cuestionarios que arrojan respuestas del propio entrevistado

(p.294). Para esto se realizará mediciones de satisfacción con los métodos que a continuación se detalla:

**2.2.9.1. El Método de la Escala de 100 Puntos:** los autores Calvo, Pérez y Landa (2019), establecen lo siguiente:

En este método los autores establecen que las empresas pidan a los usuarios la calificación de su servicio con una escala hasta 100 puntos, sin embargo, esta metodología incurre en problemas con respecto a determinar la calificación. ¿Cuál es el significado para el usuario con dicho número?, ¿De qué manera se podría calificar y mejorar esta forma de modo tal que se desconoce la razón? es así como este método está limitado a ofrecer solo un número, y no aporta sugerencias para la mejora de satisfacción del usuario.

**2.2.9.1.1. El Método de “Muy Insatisfecho/Muy Satisfecho”:** este método muy insatisfecho/muy satisfecho, los expertos establecen que es una mejora del método “Escala de 100 puntos”.

Está determinado a través de encuestas haciendo uso de la escala de Likert de cinco puntos, la misma que inicié desde el terminé insatisfecho a muy satisfecho. Debido a que este método tiene más información y es más relevante a la calificación de la satisfacción, carece potencialmente para diagnosticar específicamente el área deficiente de una empresa. En ese sentido ya que su valor está restringido de forma cuantitativa, imposibilita tener información cualitativa. Calvo-Pérez Guerrero y Landa Reto, (2019).

**2.2.9.1.2. El Método Combinado:** los autores Hoffman y Bateson (2012), describen este método de la siguiente manera: “La combinación de este método utiliza calificaciones cuantitativas que dieron como resultado de un método llamado muy insatisfecho/muy satisfecho, la misma que agrega análisis cualitativo de las opiniones vertida de los encuestados las mismas que indicaron estar muy satisfecho (p.295).

En referencia a lo anterior los autores Calvo, Pérez Guerrero, y Landa- Reto, (2019), mencionan: Este método ofrece dos informes muy importantes: calificación cuantitativa. Calificación tiene su importancia en las organizaciones donde les permite comparar con otras encuestas futuras de satisfacción y también su desempeño con otras organizaciones respecto a la competencia. Asimismo, las sugerencias obtenidas de los datos cualitativos permitirán realizar un diagnóstico en las diferentes áreas específicas donde se ha de mejorar. Por último, se observa que el método combinado es el método más eficiente para medir satisfacción del usuario según el estudio, esto debido a que dicho método posee información cualitativa y cuantitativa, la misma que permite no solo tener la información de cuán satisfecho se encuentra un usuario, sino qué tan bien permitirá identificar áreas con deficiencias e ideas de cómo mejorar dichos aspectos.

Los autores Gupta y Zeithaml (2006), recuperado por Calvo-Pérez Guerrero y Landa Reto (2019) mencionan lo siguiente:

Los autores dimensión establecieron la existencia de dos posibilidades para medir la satisfacción del usuario: la métrica del usuario observable o de comportamiento y la métrica del usuario no observable o de percepción.

De esta manera la métrica del usuario observable está relacionado al comportamiento del usuario respecto a la compra o el consumo del producto o servicio. Por otro lado, desde la perspectiva del usuario las decisiones que toma el usuario para realizar la compra del producto o servicio están basados en cuándo, cuánto, dónde, entre otros aspectos importantes. Desde otra perspectiva empresarial, dichas decisiones están basadas en la adquisición de usuarios, retención, etc. Asimismo, la métrica del usuario no observable tendrá en cuenta principalmente la percepción del usuario, la actitud y/o intenciones del usuario. En ese sentido al asumir la satisfacción en este método de la métrica no observable, las organizaciones diagnostican atributos claves que pueden procesar una estrategia específica operacional o de marketing. Además, dichas mediciones se ubicarán en una escala de medición que contribuye a las organizaciones a la realización de seguimientos a lo largo del tiempo.

**2.2.9.1.2. Otros Métodos:** Por otro lado, el autor Prats, (2010), determina la existencia de varios métodos para medir la satisfacción del usuario, la misma que a continuación detallamos:

- 1. Estudios de Mercado:** el autor, según los estudios de mercado realizados son muy comunes al momento de introducir un producto

al mercado, esto por qué antes de su realización se debe estudiar si existe demanda suficiente la misma que determinará si el negocio es rentable. Dicho estudio se realiza también para obtener información de satisfacción del usuario ante un determinado producto, su interés y el precio que está dispuesto a pagar.

- 2. Encuesta de Satisfacción del Usuario:** el investigador de acuerdo con este método utiliza para la medición de satisfacción del usuario y asimismo también se pueda encontrar información importante en este proceso, también se analizará los resultados para mejorar la satisfacción del usuario. Las organizaciones que optan por el uso de este método de medición de la satisfacción temporalmente envían encuestas a los usuarios los mismos que responden en un porcentaje del 5%, sin embargo, también se puede obtener información importante con ello. Para una mayor utilidad las encuestas de este método deberán seguir estas siguientes normas:
  - a. Segmentar usuarios, para tener en cuenta el tamaño de la organización. No se debe realizar encuestas sí de manera unificada, sí no que se deben realizar a través de estudios de manera separado y de a poco.
  - b. Se debe realizar una segmentación por áreas, esto a efectos de evitar cuestionarios sin obtener respuestas y que el encuestador no esté dispuesto a ir por toda la organización, Entonces se debe localizar una persona específicamente en cada área.



- c. Dichas encuestas se deben empezar por preguntas genéricas para luego profundizar en los temas que mayor controversia generan.
- d. Realizar encuestas a través de llamadas telefónicas, el usuario de esta manera estará más cómodo al momento de contestarle a una persona que escrito a través de un papel.

En ese sentido, si las preguntas van a ser valoradas con puntuaciones, utilice un rango corto, como en una escala de cinco puntos:

1. Deficiente
2. Regular
3. Aceptable
4. Bueno
5. Excelente.

#### **2.2.7. Dimensión de la Variable 2**

**1. Calidad funcional percibida:** se refiere a la forma en que se otorga o presta el servicio.

**2. Calidad técnica percibida:** está basada en las diferentes características inherentes del servicio prestado.

**3. Valor del servicio:** es la relación calidad - precio o calidad - tasas y tarifas que los usuarios experimentan después del servicio realizado.

**4. Confianza:** variable por el cual el rendimiento del índice de satisfacción mide en función del nivel alcanzado, la percepción del usuario, capacidad de la empresa de prestar un excelente servicio en el futuro, objetivo por el cual es retener a sus usuarios y determinar el grado en que sus usuarios opinaran positivamente del servicio realizado; es decir, la predisposición de recomendar el servicio con otras personas.

5. *Expectativas*: es el nivel de referencia esperado por el consumidor del servicio o producto a adquirir, antes de proceder con la compra.

(<http://www.redalyc.org>, s.f.).

## 2.3. Bases Conceptuales

### 2.3.1. *Calidad del Servicio*

“La calidad de servicio se denomina así por el proceso de dirección y la percepción del usuario respecto a sus expectativas esperadas el cual dará como resultado la discrepancia entre la calidad o no del mismo, en otros términos, las dimensiones de calidad de servicio pueden afectar la decisión de los consumidores a futuro”. Parasuraman et al. (1985).

### 2.3.2. *Satisfacción del Usuario*

Los autores Kotler y Armstrong, (2013), mencionan que: “es el grado o nivel del estado anímico de una persona que realiza la acción de comparar el rendimiento percibido de un servicio o producto con relación a sus expectativas”.

## 2.4. Definición de Términos

### 2.4.1. *Calidad*

Consiste en lograr la maximización en la satisfacción en un usuario de tal forma que se establezca dicho proceso eficiente y eficazmente. SERVICIO, (2014), (p.47).

#### ***2.4.2. Satisfacción del Usuario***

Etapas donde predomina posicionarse en la mente del usuario y por ese mismo hecho en el mercado objetivo. El objetivo primordial es conseguir “satisfacer a todos los usuarios”, esto debe estar fuera de los límites establecidos y no tener barreras, arduo trabajo del departamento de mercadotecnia que debe tener objetivo lograrlo para luego realizar en todas las demás áreas. Zeithaml (2006).

## CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO

### 3.1. **Ámbito**

En desarrollo del presente trabajo de investigación se realizó en los ambientes interno y externo del Centro de Mejor Atención al Ciudadano, ubicado en el interior del Centro Comercial Real Plaza en Jr. Independencia N° 601, Distrito, Provincia y Región de Huánuco.

### 3.2. **Población**

#### *3.2.1. Descripción de la población*

Población. El autor Sampieri (2010), refiere que “la población en general es el conjunto de las actividades que interactúa de manera determinada y específicas dentro de ello, p.174., en ese sentido, los integrantes de la población de este trabajo de investigación están conformada por los 108 entre las cuales 54 son usuarios y 54 trabajadores del Centro de Mejor Atención al Usuario de la ciudad de Huánuco.

Respecto al autor Chávez, (2007) el estudio de una población significa: “el universo del trabajo de investigación, que pretende generalizar los resultados. Está conformado por diferentes características o tipos que le permiten distinguir unos sujetos de otros (p. 162).

Por su parte el autor Arias (2006) considera que la población es: agrupación finito o infinito de ciertos elementos que tienen características similares para los cuales serán ampliadas las conclusiones del trabajo de investigación. De esta

manera quedó delimitada por los objetivos y el problema materia de estudio (p. 162).

En este presente trabajo de investigación, la población estuvo conformada por los usuarios que hicieron uso del servicio en el año 2022, donde las edades que oscilan son de entre 18 a 75 años, así como los colaboradores y funcionarios.

<b>Relación de Trabajadores del MAC - Huánuco</b>		
<b>N°</b>	<b>Personal por cada servicio</b>	<b>Cantidad</b>
<b>1</b>	Funcionarios	3
<b>2</b>	Banco de la Nación	3
<b>3</b>	GORE Huánuco – Dirección Regional de la Producción	2
<b>4</b>	GORE Huánuco – Dirección Regional de Trabajo y Promoción del Empleo	2
<b>5</b>	GORE Huánuco – Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones	2
<b>6</b>	ESSALUD	2
<b>7</b>	Instituto Nacional Penitenciario – INPE	2
<b>8</b>	Ministerio del Interior – MININTER	2
<b>9</b>	Municipalidad Provincial de Huánuco	2
<b>10</b>	Oficina de Normalización Previsional – ONP	2
<b>11</b>	Poder Judicial	2
<b>12</b>	Registro Nacional de Identificación y Estado Civil – RENIEC	3
<b>13</b>	Servicio Integral de Salud	2
<b>14</b>	Superintendencia Nacional de Registros Públicos – SUNARP	2
<b>15</b>	Superintendencia Nacional de Administración Tributaria – SUNAT	2
<b>16</b>	Superintendencia Nacional de Migraciones	2
<b>17</b>	Electrocentro S. A	2

<b>18</b>	Administrador	1
<b>19</b>	Coordinador Regional	1
<b>20</b>	Recepcionista	2
<b>21</b>	Orientador	2
<b>22</b>	Asistente administrativo	3
<b>23</b>	Secretaria	2
<b>24</b>	Vigilancia	3
<b>25</b>	Limpieza	3
<b>26</b>	Usuarios	54
	Total	108

*Nota.* Relación de trabajadores establecidos en el CAP de la entidad MAC – Huánuco.

### **3.3. Muestra**

La muestra, según el autor Sampieri (2010), es lo siguiente: “en esencia la muestra viene a ser un subgrupo que conforma la población”. p.175., de esta manera la muestra en el presente trabajo de investigación será intencionada por conveniencia de los investigadores que en total fueron 108.

Según el autor Chávez (2007), define de la siguiente manera “La población en el trabajo de investigación está representada por una parte de ella, el cual permite extrapolar sobre ésta, los resultados de la investigación. se realiza dicho procedimiento dado a que no es posible estudiar en su totalidad a la población. El autor Arias (2006), define a la muestra como: “parte del conjunto que representa a la población y finito que también se extrae de la población accesible”. Entonces, de acuerdo con el autor en mención la muestra representativa vendría a ser: “aquel conjunto que por sus características y tamaño nos permite interferir o generalizar

resultados diferentes de la población teniendo un margen de error identificado”. (p.83). En tal sentido, en el presente trabajo de investigación la muestra de estudio tiene como objetivo ochenta usuarios, las mismas que serán identificadas de manera intencional por conveniencia de la investigación, de la cual se obtendrá información que se utilizará en el trabajo de investigación.

### **3.3.1. Muestreo**

Respecto a Tamayo (2010), define el muestreo de la siguiente manera: “viene a ser un instrumento con gran valor dentro de la investigación donde el investigador obtendrá la decisión de seleccionar lo más representativo por el que obtendrá datos que luego van a permitir extraer información acerca de la población materia de investigación (p. 181). Los autores Palella y Martins, (2006), identifican lo siguiente: “muestreo es el proceso dónde está obligado el investigador para analizar y dar a conocer aquellos mecanismos que utilizará para obtener dicha muestra”. Entonces el muestreo que se realizó fue intencional por conveniencia y de manera sistemática.

## **3.4. Nivel y Tipo de Estudio**

### **3.4.1 Nivel de Estudio**

Para el presente trabajo de investigación se utilizó el nivel descriptivo – correlacional, dado a que se determinó la relación respecto al grado que existe entre la calidad de los servicios y la satisfacción del usuario. Asimismo, según Hugo (1998), menciona que “fundamentalmente los estudios descriptivos analizan un fenómeno o una situación que esté en una circunstancia temporal - espacial

determinada”. Ahora bien, según Hernández Fernández y Baptista (2006), “los trabajos de investigación que contienen carácter co-relacional es porque tienen como propósito dar a conocer la relación que existe entre las dos variables la misma que fue medible con calificaciones cualitativas”. para el presente trabajo de investigación se midió con el grado de relación que existe entre la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios.

#### ***3.4.2 Tipo de Estudio.***

El tipo de investigación para el presente trabajo fue: Básica. Según Zorrilla (1993), la tesis se circunscribe en el tipo básico, de tal manera que, la presente investigación, pretendió describir el grado de relación que existe entre dos variables.

### **3.5. Diseño de Investigación**

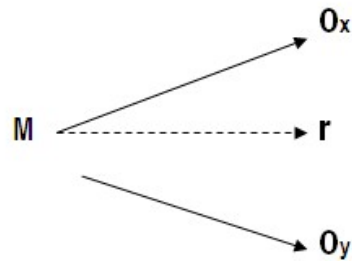
Para la presente investigación se desarrolló el diseño no experimental. Tal como lo señala (Dzul Escamilla): “es el proceso dónde se desarrolla sin manipular deliberadamente variables. Dicha afirmación está basada principalmente en la observación de fenómenos de la forma natural dentro de un contexto para luego analizarlos”. Asimismo, será transeccional, el cual se refiere a lo siguiente: “los diseños de investigación transeccional o transversal recolectan datos en un solo momento en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia o interrelación en un momento dado” (Hernández 2010, p.154). Para este tipo de diseño se juntó los datos en un determinado momento, y en un tiempo



único. Además, en este diseño se observó el grado y las relaciones de las variables materia de estudio, para después analizarlos y explicarlos.

La presente investigación corresponde al tipo no experimental, donde los autores Palella y Martins (2006), la definen como: “es la que se realiza sin manipular ninguna variable de manera deliberada. En el presente trabajo de investigación el investigador no reemplaza intencionalmente las variables independientes. De manera tal el investigador observa los hechos tal y como se presentan en un contexto real y tiempo definido para después analizarlos”. Es así que en este diseño no se establece un escenario rígido, sino se observa lo que acontece o existe. De la misma forma se utilizará un diseño de investigación transversal donde los autores Hernández et. Al, 2003, mencionan lo siguiente: “en el diseño de los trabajos de investigación transaccional o transversal se recolecta datos en un determinado momento o tiempo único. El propósito es la descripción de variables, analizar su incidencia e interrelación en un determinado momento.” (p.207) .

### 3.5.1. Esquema



Dónde:

M: Muestra.

Ox1: variable 1: Calidad de Servicio.

r: relación entre variables.

Oy2: variable 2: Satisfacción del usuario.

## 3.6. Métodos, Técnicas e Instrumentos

### 3.6.1 Técnicas

En esta técnica se recolectó los datos por medio de una encuesta dirigido a los elementos del espacio muestral mediante on drive.

### 3.6.2 Instrumentos

El instrumento que se aplicó fue el cuestionario.

Es así como el autor Chávez (2007), hacen referencia a los instrumentos de investigación como: “los medios que utiliza el investigador para medir el comportamiento o atributo de las variables. Alguno de ellos cabe mencionar:

entrevistas, cuestionarios, escalas de calificación, etc”. (p.173). tal es así que el encuestado marcó con una (x) la alternativa que cree conveniente viendo los ítems detallados en el cuestionario a través del on drive.

### **3.7. Validación y Confiabilidad de Instrumento**

El autor Chávez (2007), en el presente trabajo de investigación se dio a conocer la confiabilidad y validez con el juicio de expertos la misma que lo define como: “la validez es la eficacia con que un instrumento mide lo que se pretende y la confiabilidad es el grado por la que se obtienen resultados similares en distintas aplicaciones. la validez de una escala también está relacionada con su confiabilidad (p.193).

### **3.8. Procedimiento**

El procedimiento para la recolección de datos, se utilizó el cuestionario diseñado por los investigadores, con el objetivo de medir la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios, la misma que está compuesta de cuarenta y seis (31) ítems. Asimismo, estos ítems están divididos en las alternativas de respuesta de la escala de Likert, donde las alternativas vienen a ser: definitivamente si, probablemente sí, no estoy seguro, probablemente no y definitivamente no. Los resultados obtenidos respecto a los datos de trabajo en campo se procesarán en cuadros estadísticos.

### **3.9. Tabulación y Análisis de Datos**

El procedimiento para el análisis de datos fue desarrollado en tablas y gráficos estadísticos, utilizando herramientas como el Excel y el IBM SPSS

Estadísticas 25, para luego interpretarlos y analizarlos conforme a la fenomenología respectiva.

Asimismo, se diseñó una base de datos, se sistematizó lista de variables y datos para luego registrar y organizar la respuesta de los usuarios.

La tabulación se realizó en tablas de frecuencia para cada variable de acuerdo con lo establecido en los objetivos de investigación.

Asimismo, se diseñó en tablas y gráficos estadísticos para representar las frecuencias logradas en cada tabla de acuerdo con los objetivos del trabajo de investigación.

También, se utilizó el análisis estadístico multivariado: con tablas cruzadas para establecer la relación entre variables y dimensiones.

Asimismo, se aplicó la prueba de normalidad Shapiro Wilk para las variables y dimensiones analizadas que presenten una significancia menor a 0.05, deduciendo que tienen una distribución no normal. También se empleó la prueba no Paramétrica de Rho Spearman en la contrastación de las hipótesis.

### **3.10. Consideraciones Éticas**

Noreña, Alcaraz, and Rojas (2014) afirmó que toda investigación debe tener una base ética. En la presente investigación se tuvieron en cuenta los siguientes aspectos éticos, especialmente en lo que se refiere a la seguridad de las personas y empresas involucradas en la recolección de información. Por lo tanto, se establecieron los siguientes criterios:

- a) Se respetó la información organizacional proporcionada y se utilizó únicamente con fines académicos;
- b) Se mantuvo el respeto y la confidencialidad de la información personal proporcionada por los encuestados;
- c) Se informó plenamente a los encuestados sobre el objetivo de la investigación y se les dio la libertad de colaborar o no;
- d) Se trató con respeto las opiniones de los encuestados; y
- e) En caso de ser solicitado, se proporcionará información clara y comprensible de los resultados a los sujetos de investigación.

## CAPÍTULO IV. RESULTADOS

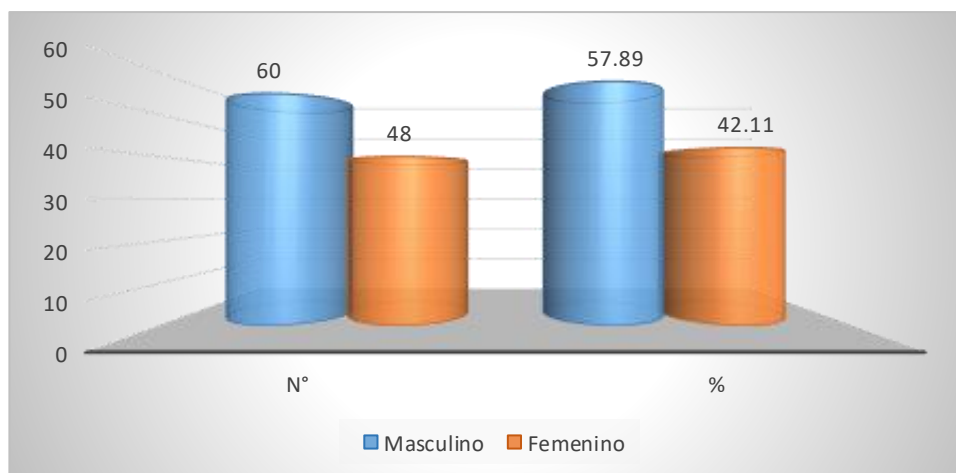
### 4.1. Análisis Descriptivo

*Tabla 1: Distribución Según Género*

Genero	N°	%
Masculino	60	57.89
Femenino	48	42.11
TOTAL	108	100.00

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

*Figura 1: Distribución según Género*



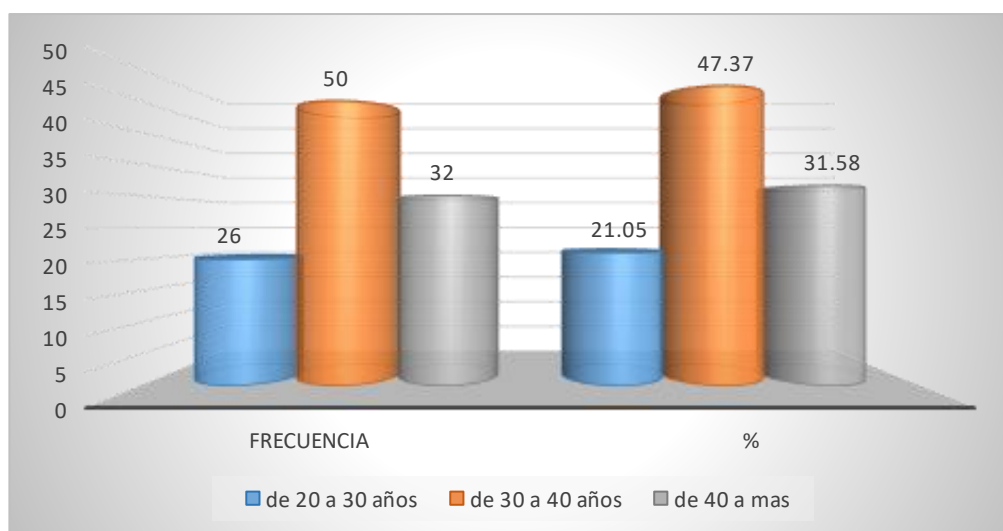
*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

**Interpretación:** De la encuesta realizada a 108 personas del Centro de Mejor Atención al Ciudadano, según género corresponde en mayor porcentaje al género masculino ya que representa el 57.89%, frente a un 42.11% que representa al género femenino.

**Tabla 2: Distribución Según Edad**

Grupos de edad	N°	%
de 20 a 30 años	26	21.05
de 30 a 40 años	50	47.37
de 40 a mas	32	31.58
<b>TOTAL</b>	<b>108</b>	<b>100.00</b>

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

**Figura 2: Distribución Según Edad.**

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

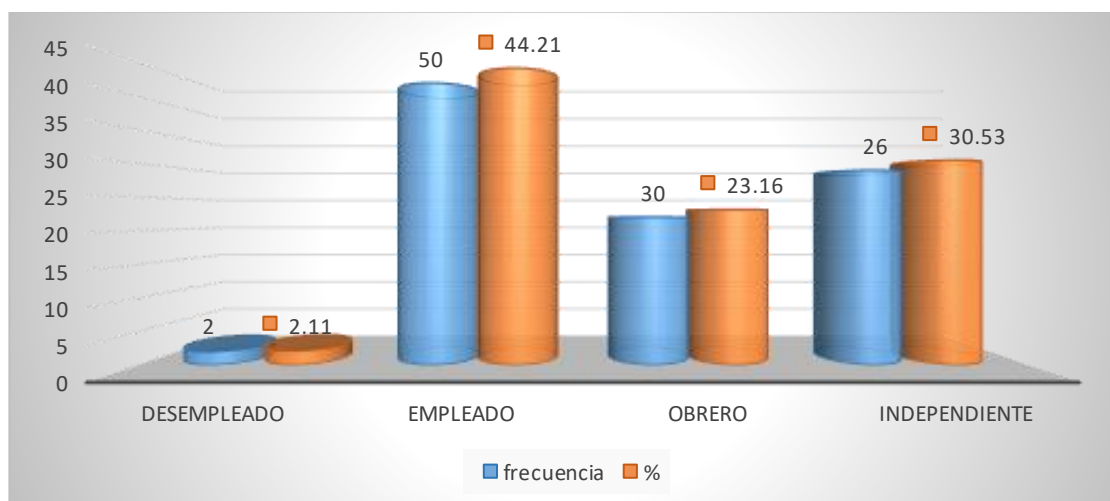
### **Interpretación:**

De la encuesta realizada a 108 personas del Centro de Mejor Atención al Ciudadano, el mayor porcentaje que es 47.37% tiene entre 30 a 40 años, el 31.58% tiene de entre los 40 años a más y el 21.05% tiene entre 20 a 30 años.

**Tabla 3: Distribución Según Ocupación.**

Ocupación	frecuencia	%
Desempleado	2	2.11
Empleado	50	44.21
Obrero	30	23.16
Independiente	26	30.53
<b>TOTAL</b>	<b>108</b>	<b>100.00</b>

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

**Figura 3: Distribución Según Ocupación.**

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

### **Interpretación:**

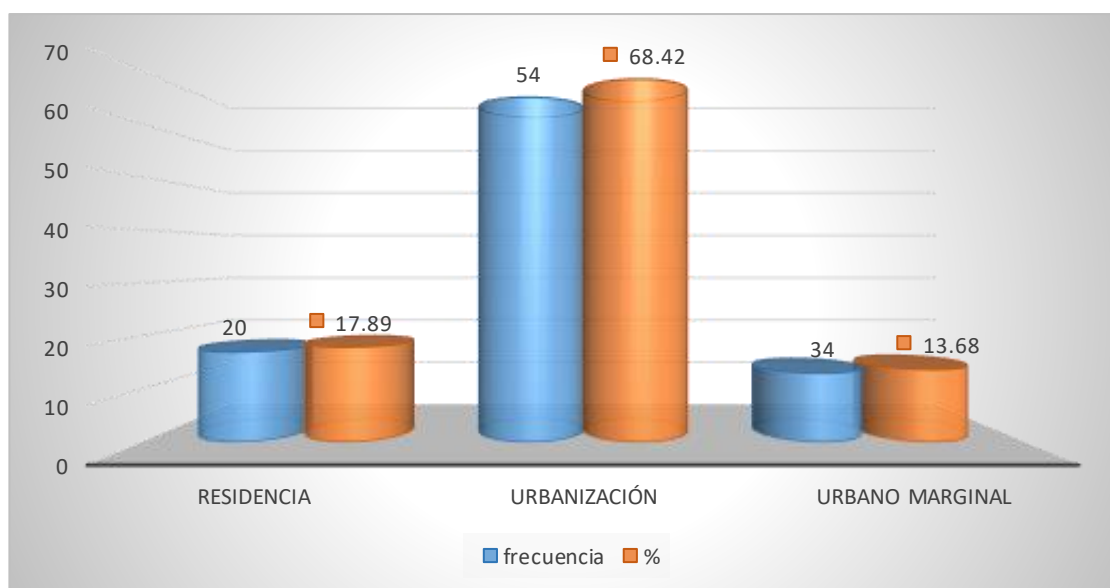
De la encuesta realizada a realizada a 108 personas del Centro de Mejor Atención al Ciudadano, el mayor porcentaje que es 44.21% es empleado, el 30.53% es trabajador independiente, el 23.16% es obrero y el 2.11% está desempleado.



**Tabla 4: Distribución Según Lugar de Residencia.**

Lugar de residencia	frecuencia	%
Rural	20	17.89
Urbanización	54	68.42
Urbano Marginal	34	13.68
<b>TOTAL</b>	<b>108</b>	<b>100.00</b>

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

**Figura 4: Distribución Según Lugar de Residencia.**

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

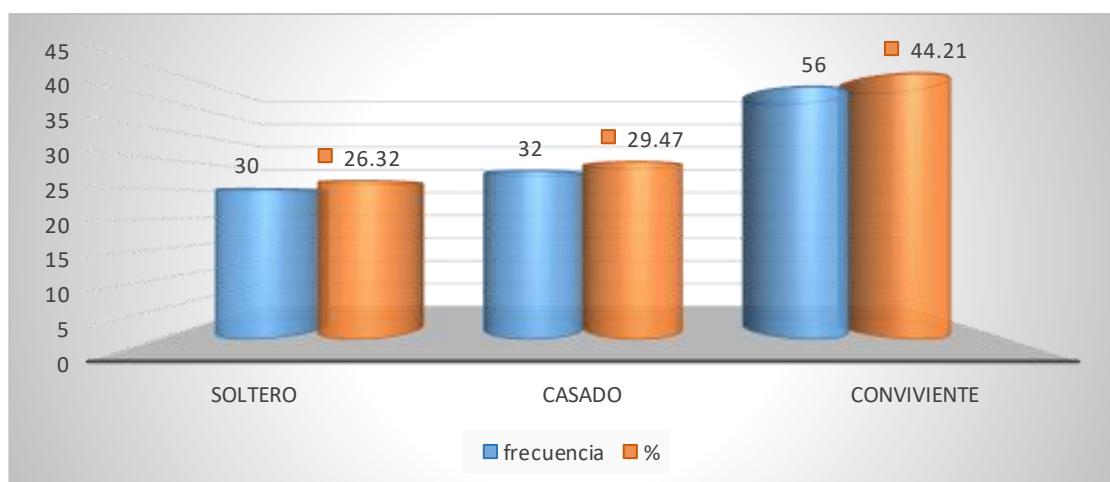
### **Interpretación:**

De la encuesta realizada a realizada a 108 personas del Centro de Mejor Atención al Ciudadano, el mayor porcentaje que es 68.42% vive en zona urbanizada, el 17.89% en zonas rurales y el 13.68% en urbano marginal.

**Tabla 5: Distribución Según Estado Civil.**

Estado civil	frecuencia	%
Soltero	30	26.32
Casado	32	29.47
Conviviente	56	44.21
<b>TOTAL</b>	<b>108</b>	<b>100.00</b>

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

**Figura 5: Distribución Según Estado Civil.**

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

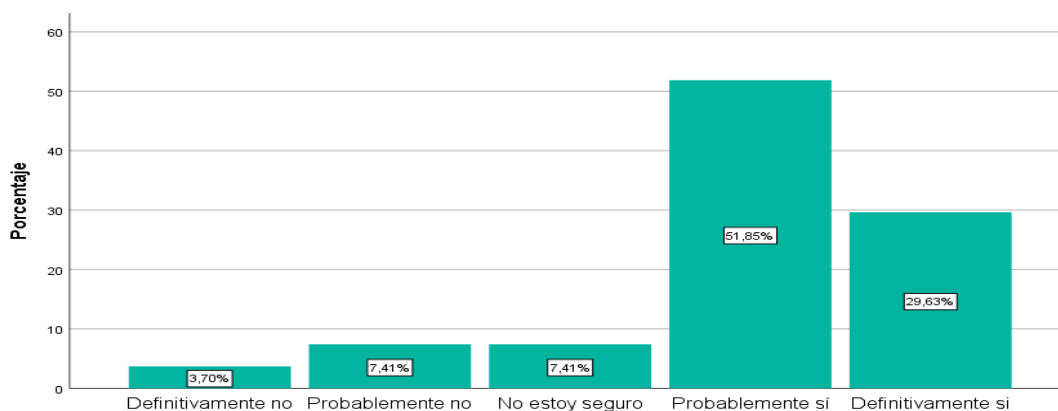
### **Interpretación:**

De la encuesta realizada a realizada a 108 personas del Centro de Mejor Atención al Ciudadano, el mayor porcentaje que es 44.21% es conviviente, el 29.47% son casados y el 26.32% son solteros.

**Tabla 6: Calidad de Servicio y Satisfacción del Usuario**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Definitivamente no	4	3,7	3,7	3,7
	Probablemente no	8	7,4	7,4	11,1
	No estoy seguro	8	7,4	7,4	18,5
	Probablemente sí	56	51,9	51,9	70,4
	Definitivamente si	32	29,6	29,6	100,0
Total		108	100,0	100,0	

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

**Figura 6: Calidad de Servicio y Satisfacción del Usuario**

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

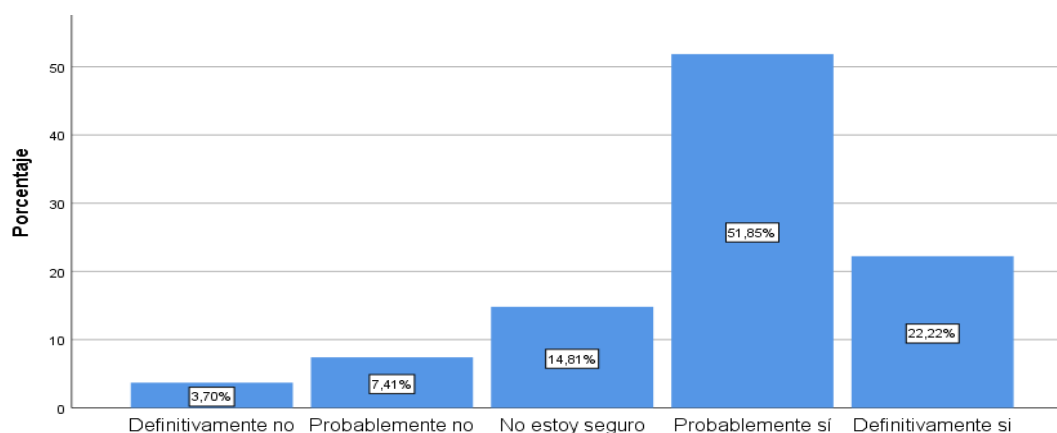
### **Interpretación:**

Según la encuesta aplicada, se observa en la tabla 06 y figura 6, respecto a que, si la calidad en el servicio se relaciona con la satisfacción del usuario, se tiene, que el 51.85% mencionan que probablemente sí; el 29.63% señalan que definitivamente sí; el 7.41% no está seguro; mientras que el 7.41% responden que probablemente no y el 3.70% definitivamente no.

**Tabla 7: Nivel de Equipos de Última Generación**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Definitivamente no	4	3,7	3,7
	Probablemente no	8	7,4	11,1
	No estoy seguro	16	14,8	25,9
	Probablemente sí	56	51,9	77,8
	Definitivamente si	24	22,2	100,0
	Total	108	100,0	100,0

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

**Figura 7: Nivel de Equipos de Última Generación**

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

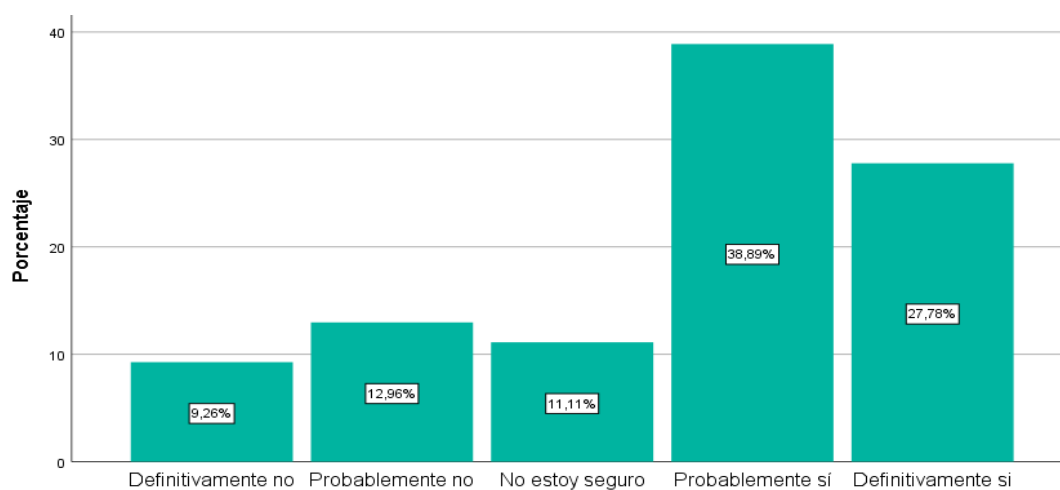
### **Interpretación:**

Según la encuesta aplicada, se observa en la tabla 7 y figura 7, respecto al nivel de los equipos de última generación, se tiene, que el 51,85% mencionan que probablemente sí; el 22,22% señalan que definitivamente sí; el 14,81% no está seguro; mientras que el 7,41% responden que probablemente no y el 3,70% definitivamente no.

**Tabla 8:** Nivel de Apariencia en los Colaboradores

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	
				Porcentaje válido acumulado	
Válido	Definitivamente no	10	9,3	9,3	9,3
	Probablemente no	14	13,0	13,0	22,2
	No estoy seguro	12	11,1	11,1	33,3
	Probablemente sí	42	38,9	38,9	72,2
	Definitivamente si	30	27,8	27,8	100,0
Total		108	100,0	100,0	

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

**Figura 8:** Nivel de Apariencia en los Colaboradores

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

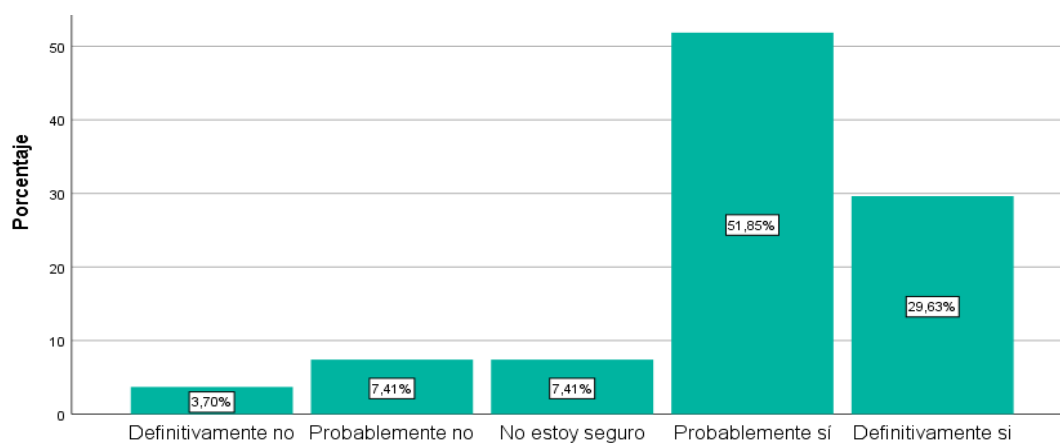
### Interpretación:

Según la encuesta aplicada, se observa en la tabla 8 y figura 8, respecto a que, si los colaboradores prestan buena apariencia, se tiene, que el 38.89% mencionan que probablemente sí; el 27.78% señalan que definitivamente sí; el 11.11% no está seguro; mientras que el 12.96% responden que probablemente no y el 9.26% definitivamente no.

**Tabla 9: Nivel de Herramientas para la Comunicación**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Definitivamente no	4	3,7	3,7	3,7
	Probablemente no	8	7,4	7,4	11,1
	No estoy seguro	8	7,4	7,4	18,5
	Probablemente sí	56	51,9	51,9	70,4
	Definitivamente si	32	29,6	29,6	100,0
Total		108	100,0	100,0	

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

**Figura 9: Nivel de Herramientas para la Comunicación**

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

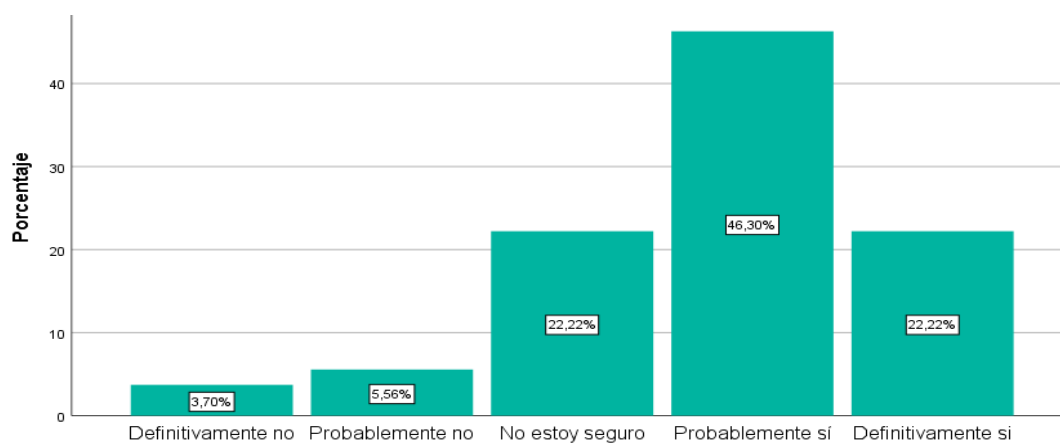
### **Interpretación:**

Según la encuesta aplicada, se observa en la tabla 09 y figura 9, respecto a que, si las herramientas son visualmente atractivas, se tiene, que el 51.85% mencionan que probablemente sí; el 29.63% señalan que definitivamente sí; el 7.41% no está seguro; mientras que el 7.41% responden que probablemente no y el 3.70% definitivamente no.

**Tabla 10: Resolución de un Problema**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Definitivamente no	4	3,7	3,7	3,7
	Probablemente no	6	5,6	5,6	9,3
	No estoy seguro	24	22,2	22,2	31,5
	Probablemente sí	50	46,3	46,3	77,8
	Definitivamente si	24	22,2	22,2	100,0
Total		108	100,0	100,0	

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

**Figura 10: Resolución de un Problema**

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

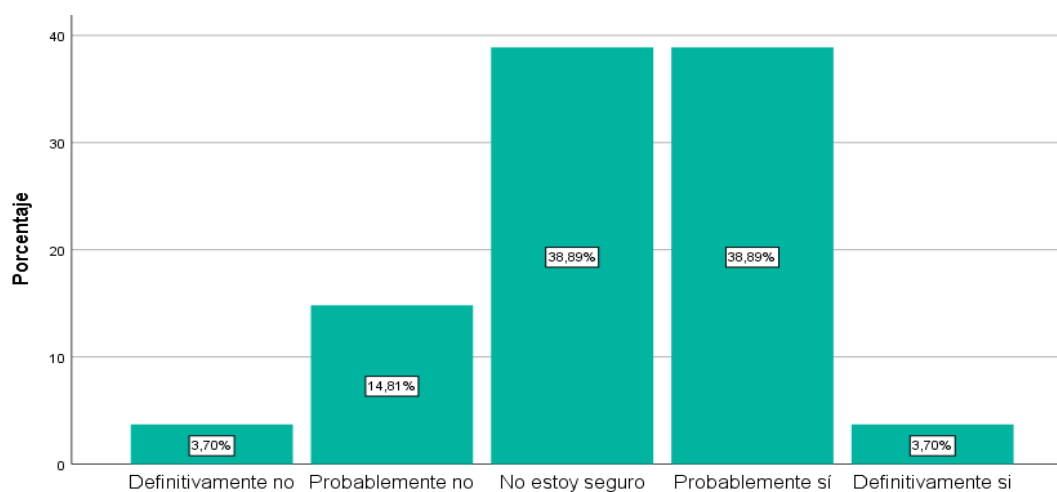
### **Interpretación:**

Según la encuesta aplicada, se observa en la tabla 10 y figura 10, respecto a que, si los trabajadores resuelven problemas de trámites, se tiene, que el 46.30% mencionan que probablemente sí; el 22.22% señalan que definitivamente sí; el 22.22% no está seguro; mientras que el 5.56% responden que probablemente no y el 3.70% definitivamente no.

**Tabla 11: Tiempo de Atención**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
válido	\ Definitivamente no	4	3,7	3,7	3,7
	Probablemente no	16	14,8	14,8	18,5
	No estoy seguro	42	38,9	38,9	57,4
	Probablemente sí	42	38,9	38,9	96,3
	Definitivamente si	4	3,7	3,7	100,0
Total		108	100,0	100,0	

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

**Figura 11: Tiempo de Atención**

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

### **Interpretación:**

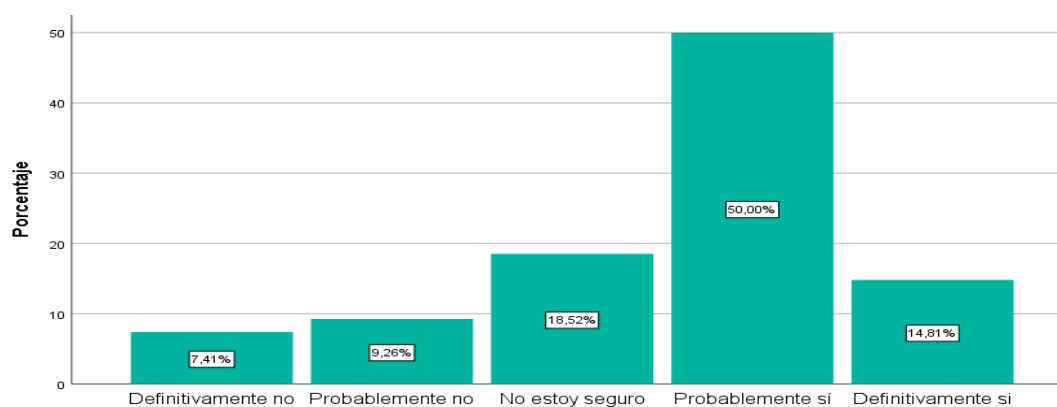
Según la encuesta aplicada, se observa en la tabla 11 y figura 11, respecto a que, si el cumplen el servicio en un tiempo adecuado, se tiene, que el 38.89% mencionan que probablemente sí; el 3.70% señalan que definitivamente sí; el 38.89% no está seguro; mientras que el 14.81% responden que probablemente no y el 3.70% definitivamente no.



**Tabla 12: Responsabilidad de los Colaboradores**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
válido	\ Definitivamente no	8	7,4	7,4	7,4
	Probablemente no	10	9,3	9,3	16,7
	No estoy seguro	20	18,5	18,5	35,2
	Probablemente sí	54	50,0	50,0	85,2
	Definitivamente si	16	14,8	14,8	100,0
Total		108	100,0	100,0	

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

**Figura 12: Responsabilidad de los Colaboradores**

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

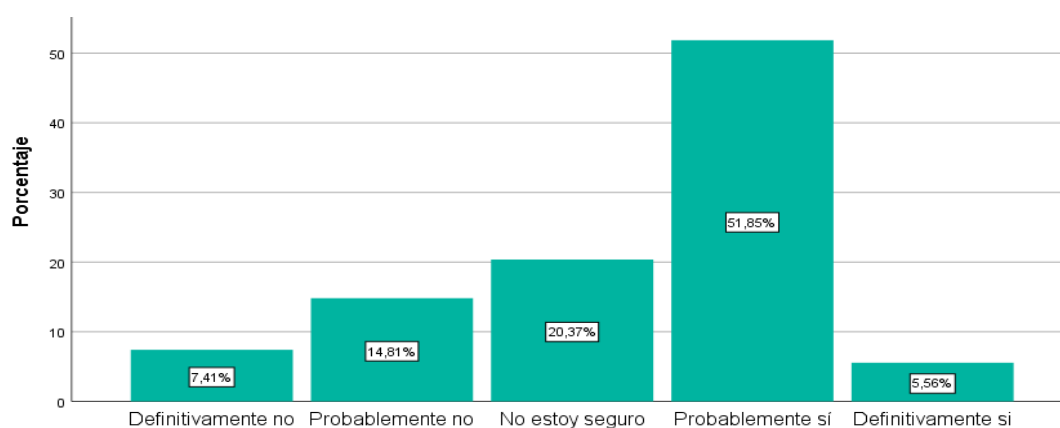
### **Interpretación:**

Según la encuesta aplicada, se observa en la tabla 12 y figura 12, respecto a si el colaborador es responsable en el cumplimiento de servicio, se tiene, que el 50.00% mencionan que probablemente sí; el 14.81% señalan que definitivamente sí; el 18.52% no está seguro; mientras que el 9.26% responden que probablemente no y el 7.41% definitivamente no.

**Tabla 13: Voluntad para Ayudar a los Usuarios y Proveer un Servicio Oportuno**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	
				Porcentaje válido	acumulado
Válido	Definitivamente no	8	7,4	7,4	7,4
	Probablemente no	16	14,8	14,8	22,2
	No estoy seguro	22	20,4	20,4	42,6
	Probablemente sí	56	51,9	51,9	94,4
	Definitivamente si	6	5,6	5,6	100,0
Total		108	100,0	100,0	

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

**Figura 13: Voluntad para Ayudar a los Usuarios y Proveer un Servicio Oportuno**

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

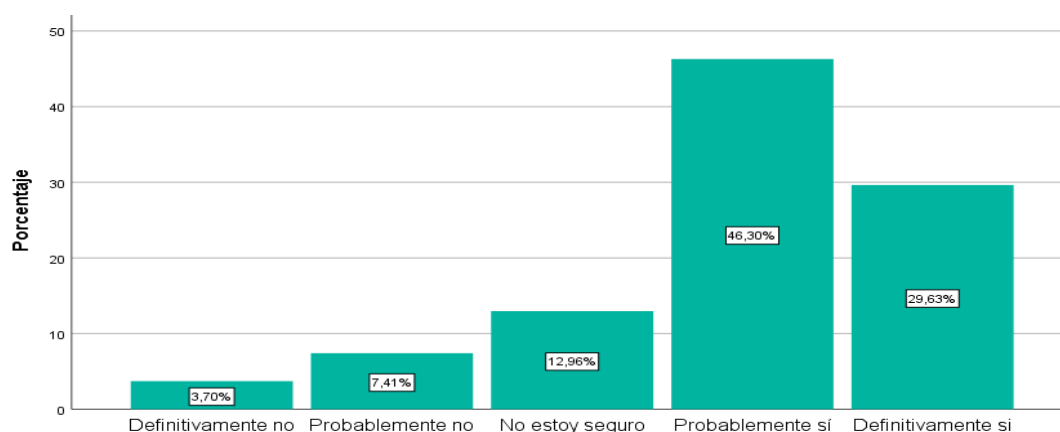
### **Interpretación:**

Según la encuesta aplicada, se observa en la tabla 13 y figura 13, respecto a la buena voluntad y proveer un servicio oportuno, se tiene, que el 51.85% mencionan que probablemente sí; el 5.56% señalan que definitivamente sí; el 20.37% no está seguro; mientras que el 14.81% responden que probablemente no y el 7.41% definitivamente no.

**Tabla 14: Disposición de los Colaboradores**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Definitivamente no	4	3,7	3,7	3,7
	Probablemente no	8	7,4	7,4	11,1
	No estoy seguro	14	13,0	13,0	24,1
	Probablemente sí	50	46,3	46,3	70,4
	Definitivamente si	32	29,6	29,6	100,0
Total		54	100,0	100,0	

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

**Figura 14: Disposición de los Colaboradores**

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

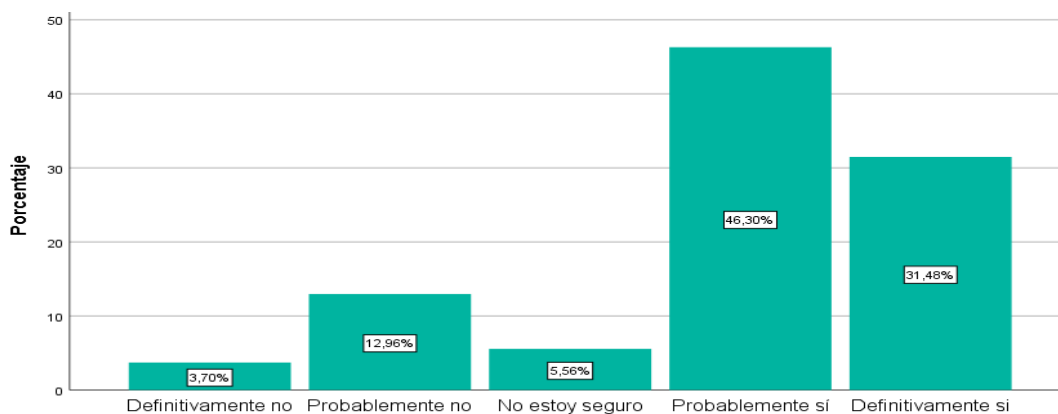
### **Interpretación:**

Según la encuesta aplicada, se observa en la tabla 14 y figura 14, respecto a que, si los colaboradores tienen buena voluntad para ayudar a los usuarios, se tiene, que el 46.30% mencionan que probablemente sí; el 39.63% señalan que definitivamente sí; el 12.96% no está seguro; mientras que el 7.41% responden que probablemente no y el 3.70% definitivamente no.

**Tabla 15: Servicio Rápido**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Definitivamente no	4	3,7	3,7	3,7
	Probablemente no	14	13,0	13,0	16,7
	No estoy seguro	6	5,6	5,6	22,2
	Probablemente sí	50	46,3	46,3	68,5
	Definitivamente si	34	31,5	31,5	100,0
Total		108	100,0	100,0	

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

**Figura 15: Servicio Rápido**

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

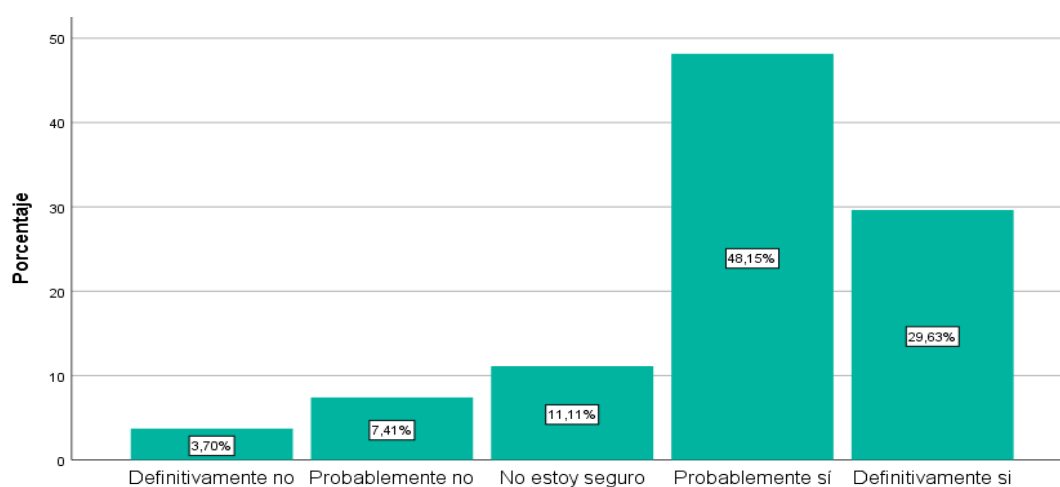
### **Interpretación:**

Según la encuesta aplicada, se observa en la tabla 15 y figura 15, respecto a que, si presta un servicio rápido al usuario, se tiene, que el 46.30% mencionan que probablemente sí; el 31.48% señalan que definitivamente sí; el 5.56% no está seguro; mientras que el 12.96% responden que probablemente no y el 3.70% definitivamente no.

**Tabla 16: Inexistencia de Peligros, Riesgos o Dudas**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	
				Porcentaje válido	acumulado
Válido	Definitivamente no	4	3,7	3,7	3,7
	Probablemente no	8	7,4	7,4	11,1
	No estoy seguro	12	11,1	11,1	22,2
	Probablemente sí	52	48,1	48,1	70,4
	Definitivamente si	32	29,6	29,6	100,0
Total		108	100,0	100,0	

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

**Figura 16: Inexistencia de Peligros, Riesgos o Dudas**

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

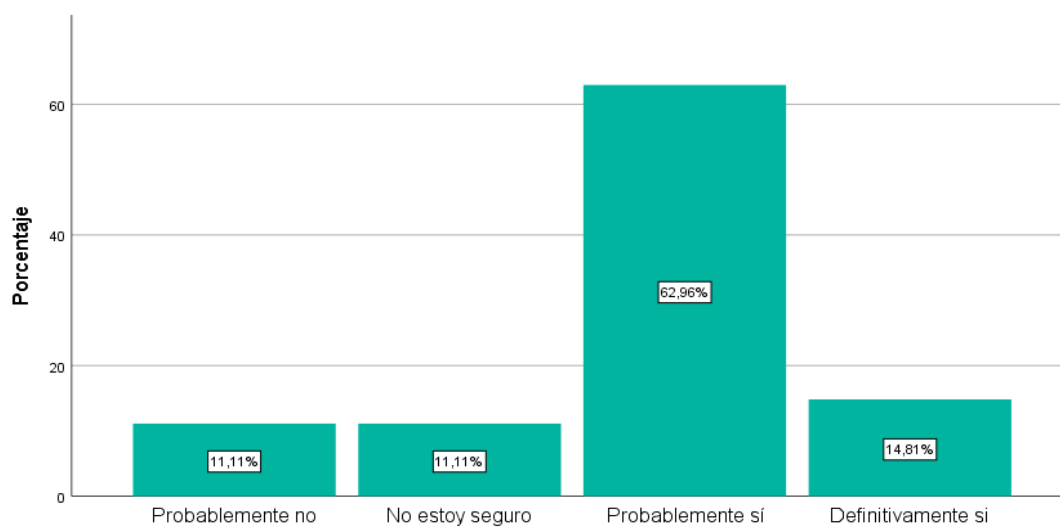
### **Interpretación:**

Según la encuesta aplicada, se observa en la tabla 16 y figura 16, respecto a la inexistencia de peligros, riesgos o dudas, se tiene, que el 48,51% mencionan que probablemente sí; el 29.63% señalan que definitivamente sí; el 11.11% no está seguro; mientras que el 7.41% responden que probablemente no y el 3.70% definitivamente no.

**Tabla 17: Conocimiento y Cortesía**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	
				Porcentaje válido acumulado	
Válido	Probablemente no	12	11,1	11,1	11,1
	No estoy seguro	12	11,1	11,1	22,2
	Probablemente sí	68	63,0	63,0	85,2
	Definitivamente sí	16	14,8	14,8	100,0
Total		108	100,0	100,0	

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

**Figura 17: Conocimiento y Cortesía**

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

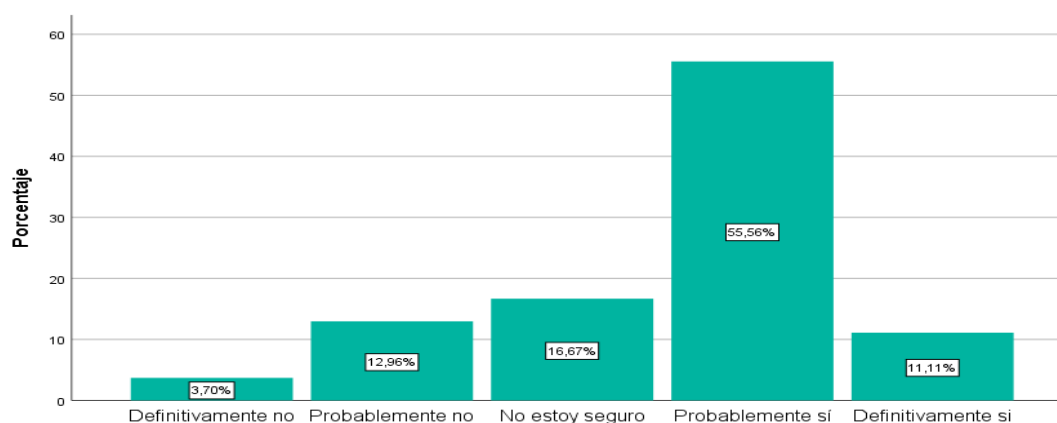
### **Interpretación:**

Según la encuesta aplicada, se observa en la tabla 17 y figura 17, respecto a que, si el personal tiene el conocimiento y la cortesía para brindar servicio, se tiene, que el 62.96% mencionan que probablemente sí; el 14.81% señalan que definitivamente sí; el 11.11% no está seguro; mientras que el 7.41% responden que probablemente no y el 11.11% definitivamente no.

**Tabla 18: Dominio de Habilidades para Inspirar Confianza**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Definitivamente no	4	3,7	3,7	3,7
	Probablemente no	14	13,0	13,0	16,7
	No estoy seguro	18	16,7	16,7	33,3
	Probablemente sí	60	55,6	55,6	88,9
	Definitivamente si	12	11,1	11,1	100,0
Total		108	100,0	100,0	

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

**Figura 18: Dominio de Habilidades para Inspirar Confianza**

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

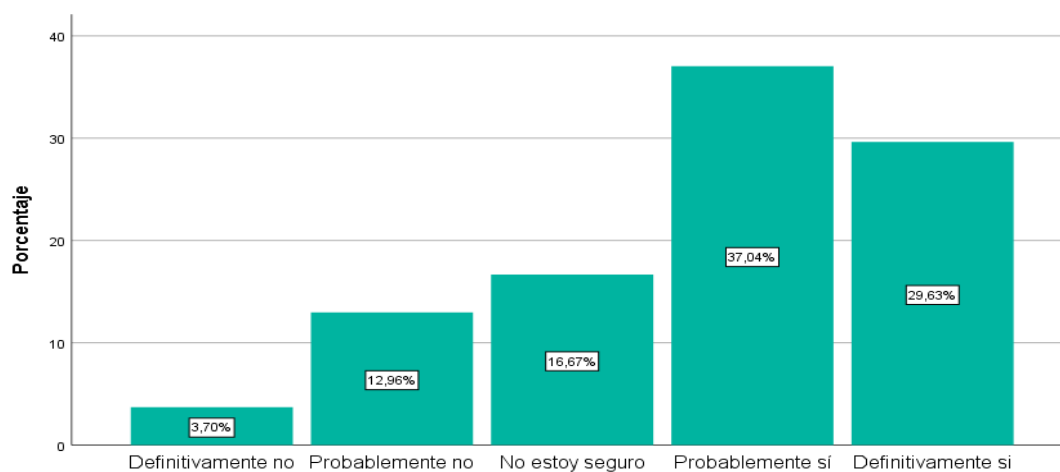
### **Interpretación:**

Según la encuesta aplicada, se observa en la tabla 18 y figura 18, respecto a que, si el trabajador tiene dominio de habilidades e inspira confianza. se tiene. que el 55.56% mencionan que probablemente sí; el 11.11% señalan que definitivamente sí; el 16.67% no está seguro; mientras que el 12.96% responden que probablemente no y el 3.70% definitivamente no.

**Tabla 19: Horarios Requeridos**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Definitivamente no	4	3,7	3,7	3,7
	Probablemente no	14	13,0	13,0	16,7
	No estoy seguro	18	16,7	16,7	33,3
	Probablemente sí	40	37,0	37,0	70,4
	Definitivamente si	32	29,6	29,6	100,0
Total		108	100,0	100,0	

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

**Figura 19: Horarios Requeridos**

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

### **Interpretación:**

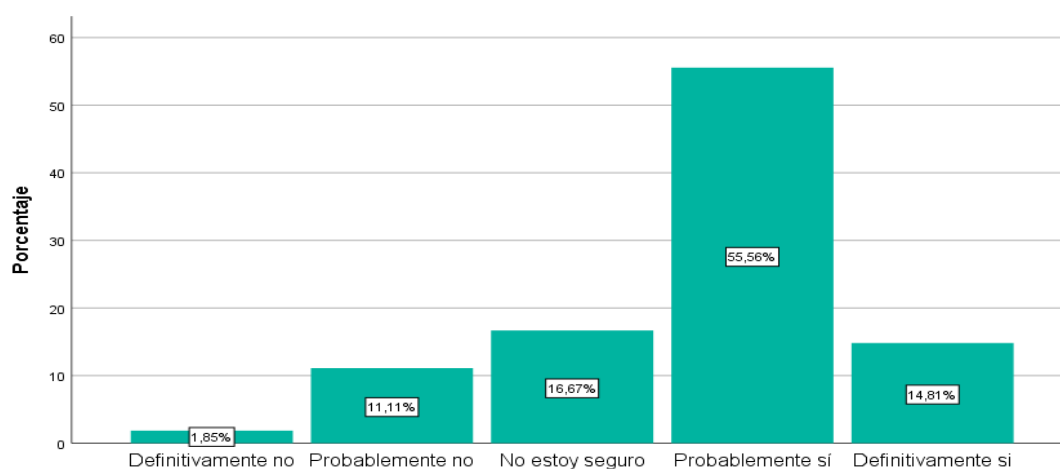
Según la encuesta aplicada, se observa en la tabla 19 y figura 19, respecto a los horarios adecuados establecidos, se tiene, que el 37.04% mencionan que probablemente sí; el 29.63% señalan que definitivamente sí; el 16.67% no está seguro; mientras que el 12.96% responden que probablemente no y el 3.70% definitivamente no.



**Tabla 20: Comunicación**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Definitivamente no	2	1,9	1,9	1,9
	Probablemente no	12	11,1	11,1	13,0
	No estoy seguro	18	16,7	16,7	29,6
	Probablemente sí	60	55,6	55,6	85,2
	Definitivamente si	16	14,8	14,8	100,0
Total		108	100,0	100,0	

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

**Figura 20: Comunicación**

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

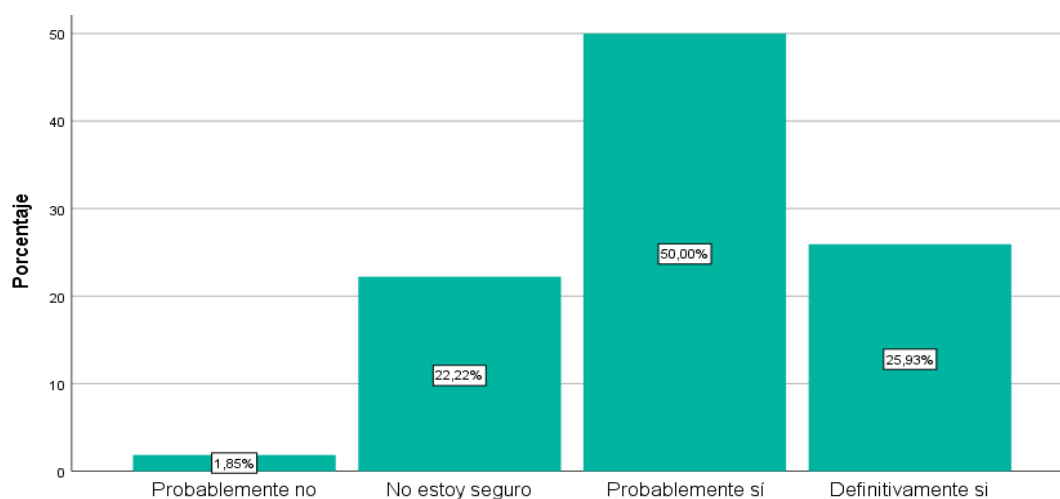
### **Interpretación:**

Según la encuesta aplicada, se observa en la tabla 20 y figura 20, respecto a la comunicación que hay entre el usuario y el trabajador, se tiene, que el 55.56% mencionan que probablemente sí; el 14.81% señalan que definitivamente sí; el 16.67% no está seguro; mientras que el 11.11% responden que probablemente no y el 1.85% definitivamente no.

**Tabla 21: Actitud y Trato**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Probablemente no	2	1,9	1,9	1,9
	No estoy seguro	24	22,2	22,2	24,1
	Probablemente sí	54	50,0	50,0	74,1
	Definitivamente si	28	25,9	25,9	100,0
Total		108	100,0	100,0	0

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

**Figura 21: Actitud y Trato**

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

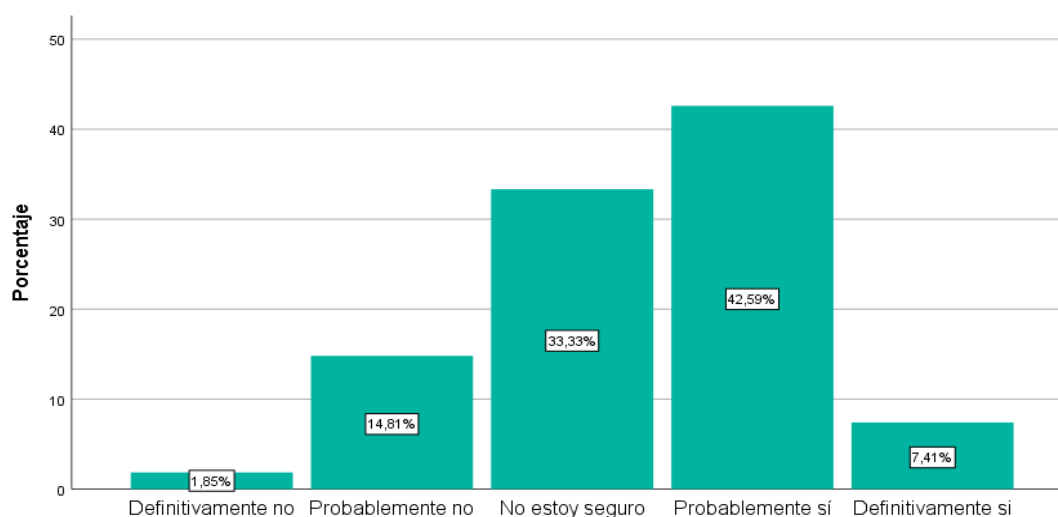
### **Interpretación:**

Según la encuesta aplicada, se observa en la tabla 21 y figura 21, respecto a la actitud y al trato que reciben los usuarios, se tiene, que el 50.00% mencionan que probablemente sí; el 25.93% señalan que definitivamente sí; el 22.22% no está seguro y el 1.85% respondió probablemente no.

**Tabla 22: Solución de Quejas**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Definitivamente no	2	1,9	1,9	1,9
	Probablemente no	16	14,8	14,8	16,7
	No estoy seguro	36	33,3	33,3	50,0
	Probablemente sí	46	42,6	42,6	92,6
	Definitivamente si	8	7,4	7,4	100,0
Total		108	100,0	100,0	

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

**Figura 22: Solución de Quejas**

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

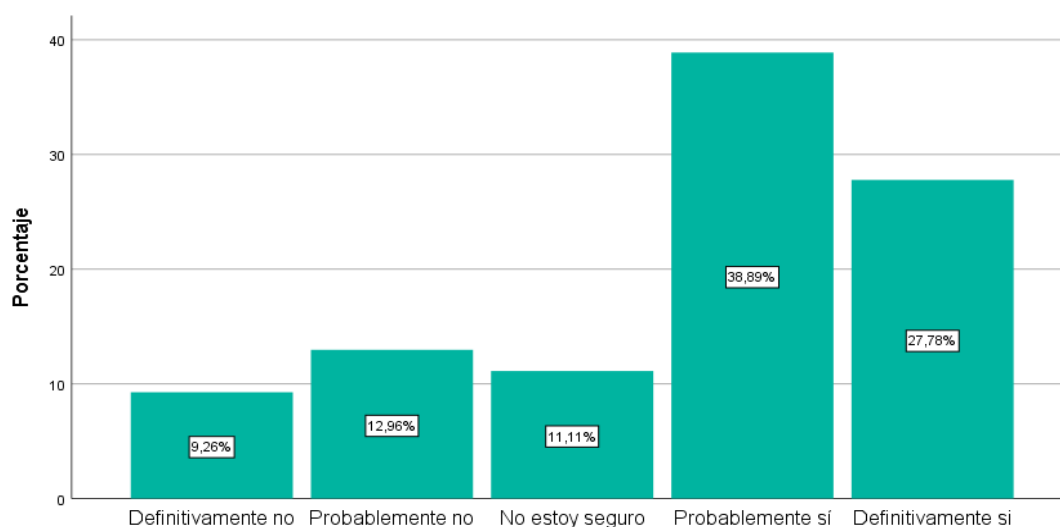
### **Interpretación:**

Según la encuesta aplicada, se observa en la tabla 22 y figura 22, respecto a la solución de las quejas, se tiene, que el 42.59% mencionan que probablemente sí; el 7.41% señalan que definitivamente sí; el 33.33% no está seguro; mientras que el 14.81% responden que probablemente no y el 1.85% definitivamente no.

**Tabla 23: Servicio Esperado**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Definitivamente no	10	9,3	9,3	9,3
	Probablemente no	14	13,0	13,0	22,2
	No estoy seguro	12	11,1	11,1	33,3
	Probablemente sí	42	38,9	38,9	72,2
	Definitivamente si	30	27,8	27,8	100,0
Total		108	100,0	100,0	

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

**Figura 23: Servicio Esperado**

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

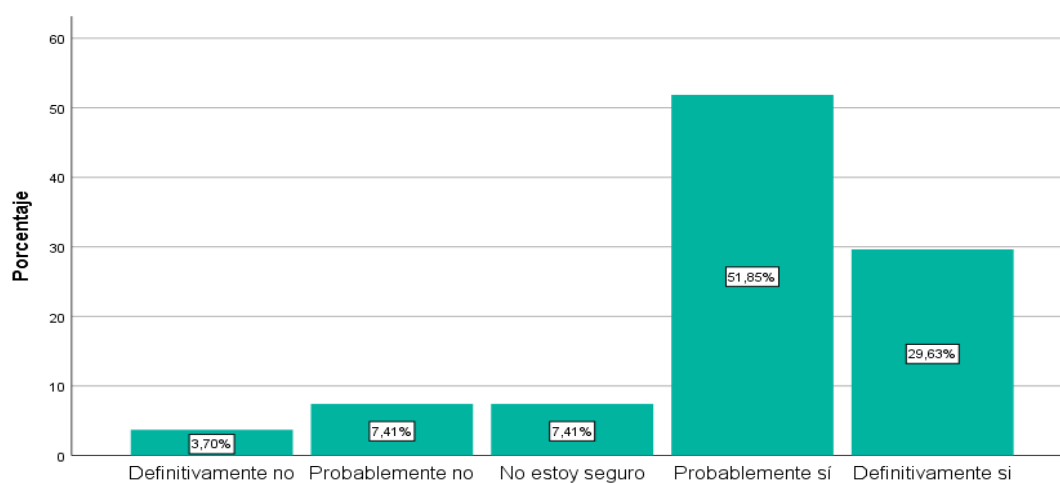
### **Interpretación:**

Según la encuesta aplicada, se observa en la tabla 23 y figura 23, respecto a si recibió el servicio que esperó, se tiene, que el 38.89% mencionan que probablemente sí; el 27.78% señalan que definitivamente sí; el 11.11% no está seguro; mientras que el 12.96% responden que probablemente no y el 9.26% definitivamente no.

**Tabla 24: Seguridad**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Definitivamente no	4	3,7	3,7	3,7
	Probablemente no	8	7,4	7,4	11,1
	No estoy seguro	8	7,4	7,4	18,5
	Probablemente sí	56	51,9	51,9	70,4
	Definitivamente si	32	29,6	29,6	100,0
Total		108	100,0	100,0	

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

**Figura 24: Seguridad**

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

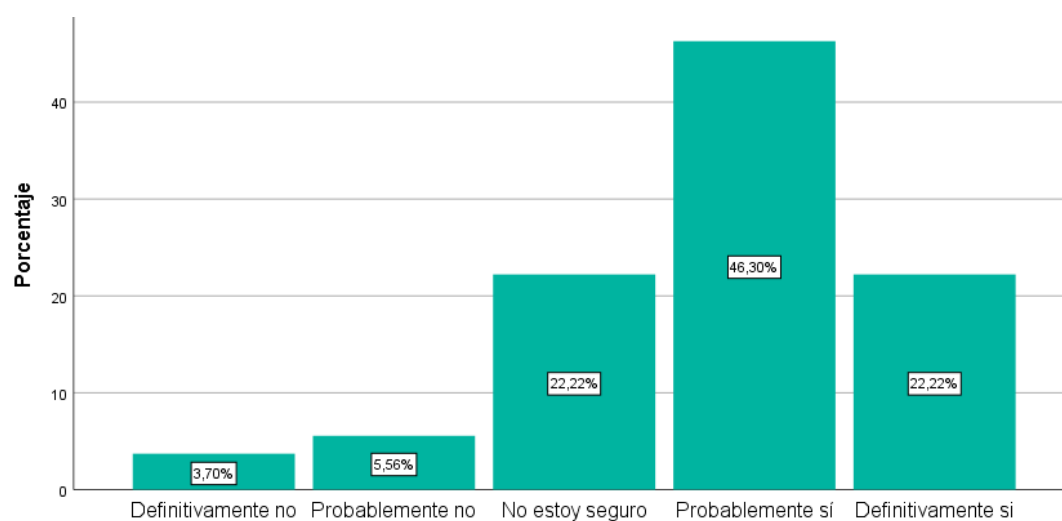
### **Interpretación:**

Según la encuesta aplicada, se observa en la tabla 24 y figura 24, respecto a la seguridad al momento de realizar sus trámites o consultas, se tiene. que el 51.85% mencionan que probablemente sí; el 29.63% señalan que definitivamente sí; el 7.41% no está seguro; mientras que el 7.41% responden que probablemente no y el 3.70% definitivamente no.

**Tabla 25: Mejoras en el Servicio Ofertado**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Definitivamente no	4	3,7	3,7	3,7
	Probablemente no	6	5,6	5,6	9,3
	No estoy seguro	24	22,2	22,2	31,5
	Probablemente sí	50	46,3	46,3	77,8
	Definitivamente si	24	22,2	22,2	100,0
Total		108	100,0	100,0	

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

**Figura 25: Mejoras en el Servicio Ofertado**

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

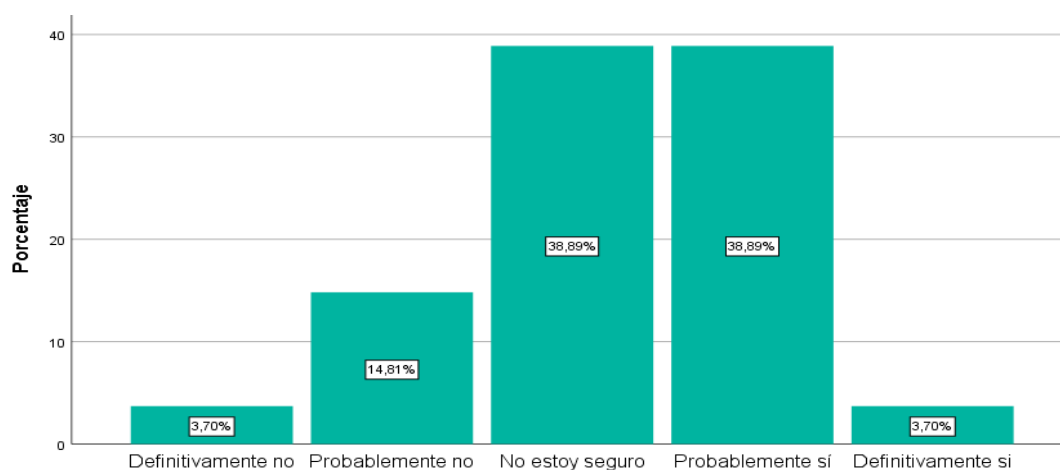
### **Interpretación:**

Según la encuesta aplicada, se observa en la tabla 25 y figura 25, respecto a que, si existe mejoras en el servicio ofertado, se tiene, que el 46.30% mencionan que probablemente sí; el 22.22% señalan que definitivamente sí; el 22.22% no está seguro; mientras que el 5.56% responden que probablemente no y el 3.70% definitivamente no.

**Tabla 26: Calidad de Servicio por Llamadas Telefónicas**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Definitivamente no	4	3,7	3,7	3,7
	Probablemente no	16	14,8	14,8	18,5
	No estoy seguro	42	38,9	38,9	57,4
	Probablemente sí	42	38,9	38,9	96,3
	Definitivamente si	4	3,7	3,7	100,0
Total		108	100,0	100,0	

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

**Figura 26: Calidad de Servicio por Llamadas Telefónicas**

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

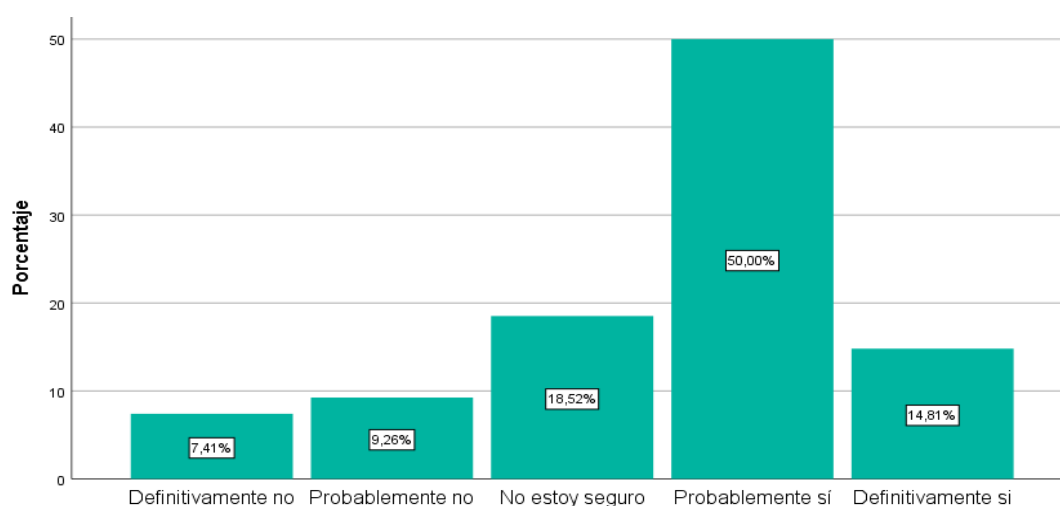
### **Interpretación:**

Según la encuesta aplicada, se observa en la tabla 26 y figura 26, respecto a si existe calidad en las llamadas telefónicas, se tiene, que el 38.89% mencionan que probablemente sí; el 3.70% señalan que definitivamente sí; el 38.89% no está seguro; mientras que el 14.81% responden que probablemente no y el 3.70% definitivamente no.

**Tabla 27: Expectativas**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Definitivamente no	8	7,4	7,4	7,4
	Probablemente no	10	9,3	9,3	16,7
	No estoy seguro	20	18,5	18,5	35,2
	Probablemente sí	54	50,0	50,0	85,2
	Definitivamente si	16	14,8	14,8	100,0
Total		108	100,0	100,0	

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

**Figura 27: Expectativas**

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

### **Interpretación:**

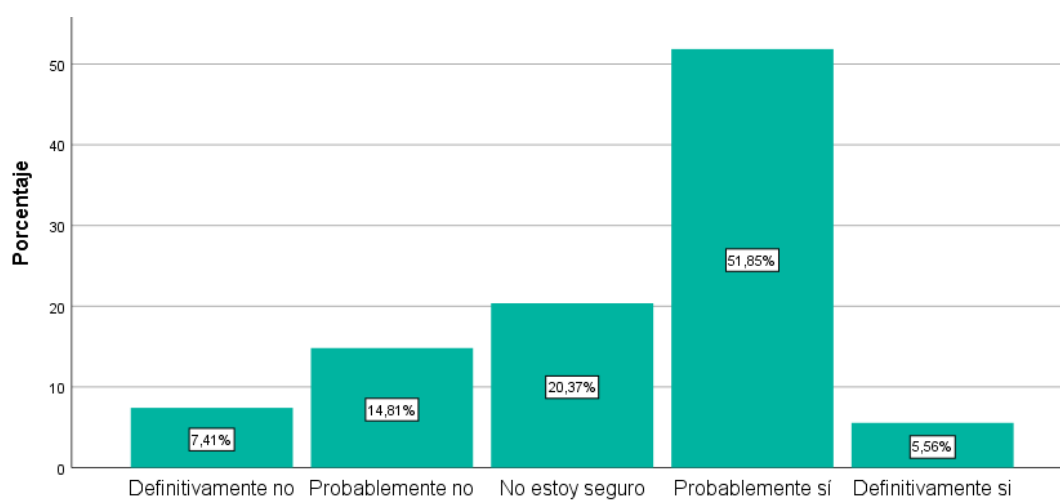
Según la encuesta aplicada, se observa en la tabla 27 y figura 27, respecto a las expectativas del usuario, se tiene, que el 50.00% mencionan que probablemente sí; el 14.81% señalan que definitivamente sí; el 18.52% no está seguro; mientras que el 9.26% responden que probablemente no y el 7.41% definitivamente no.



**Tabla 28: Confianza en el Servicio de Atención**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Definitivamente no	8	7,4	7,4	7,4
	Probablemente no	16	14,8	14,8	22,2
	No estoy seguro	22	20,4	20,4	42,6
	Probablemente sí	56	51,9	51,9	94,4
	Definitivamente si	6	5,6	5,6	100,0
Total		108	100,0	100,0	

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

**Figura 28: Confianza en el Servicio de Atención**

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

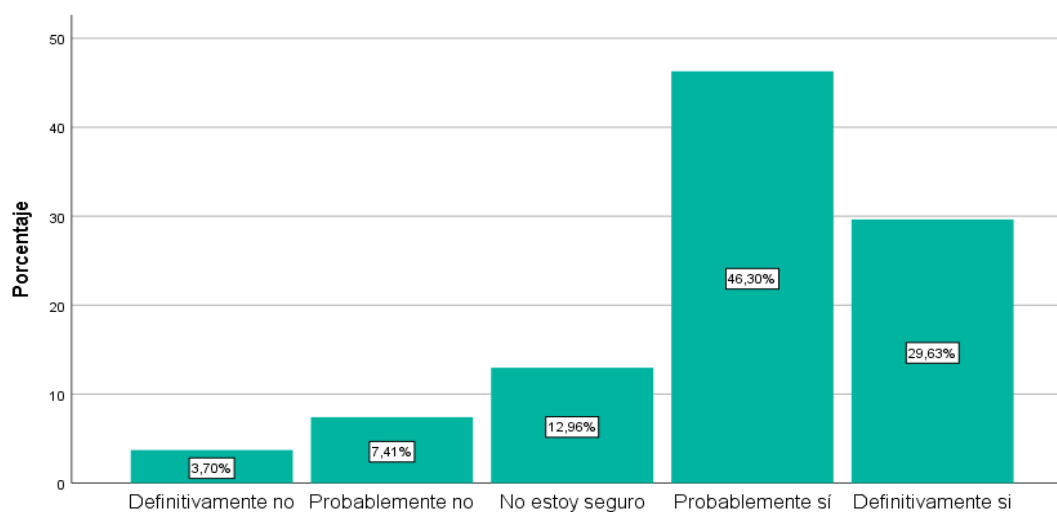
### **Interpretación:**

Según la encuesta aplicada, se observa en la tabla 28 y figura 28, respecto a la confianza en los servicios de atención, se tiene, que el 51.85% mencionan que probablemente sí; el 5.56% señalan que definitivamente sí; el 20.37% no está seguro; mientras que el 14.81% responden que probablemente no y el 7.41% definitivamente no.

**Tabla 29: Cantidad en Trámites**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Definitivamente no	4	3,7	3,7	3,7
	Probablemente no	8	7,4	7,4	11,1
	No estoy seguro	14	13,0	13,0	24,1
	Probablemente sí	50	46,3	46,3	70,4
	Definitivamente si	32	29,6	29,6	100,0
	<b>Total</b>	<b>54</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

**Figura 29: Cantidad en Trámites**

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

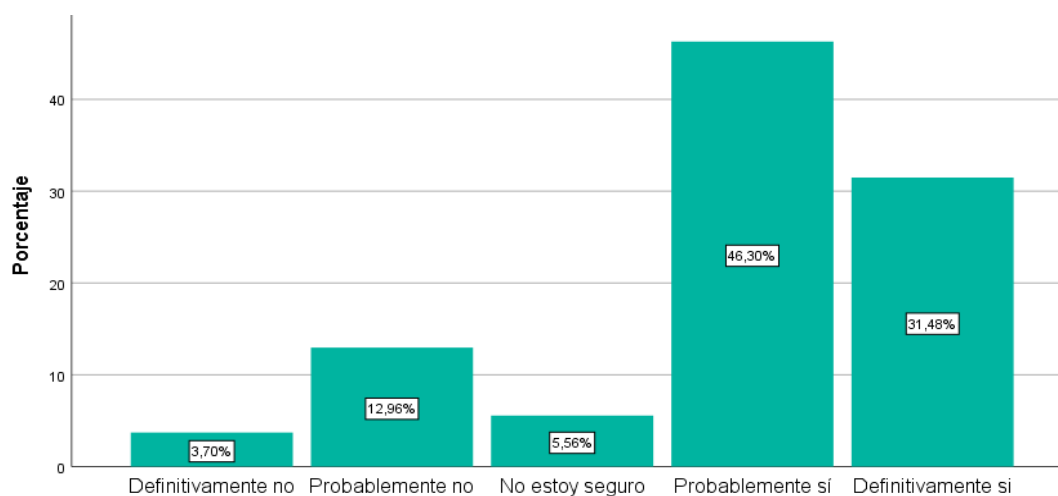
### **Interpretación:**

Según la encuesta aplicada, se observa en la tabla 29 y figura29, respecto a cómo considera la cantidad en los trámites adecuados, se tiene, que el 46.30% mencionan que probablemente sí; el 39.63% señalan que definitivamente sí; el 12.96% no está seguro; mientras que el 7.41% responden que probablemente no y el 3.70% definitivamente no.

**Tabla 30: Calidad de Servicios Prestados**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Definitivamente no	4	3,7	3,7	3,7
	Probablemente no	14	13,0	13,0	16,7
	No estoy seguro	6	5,6	5,6	22,2
	Probablemente sí	50	46,3	46,3	68,5
	Definitivamente si	34	31,5	31,5	100,0
Total		108	100,0	100,0	

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

**Figura 30: Calidad de Servicios Prestados**

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

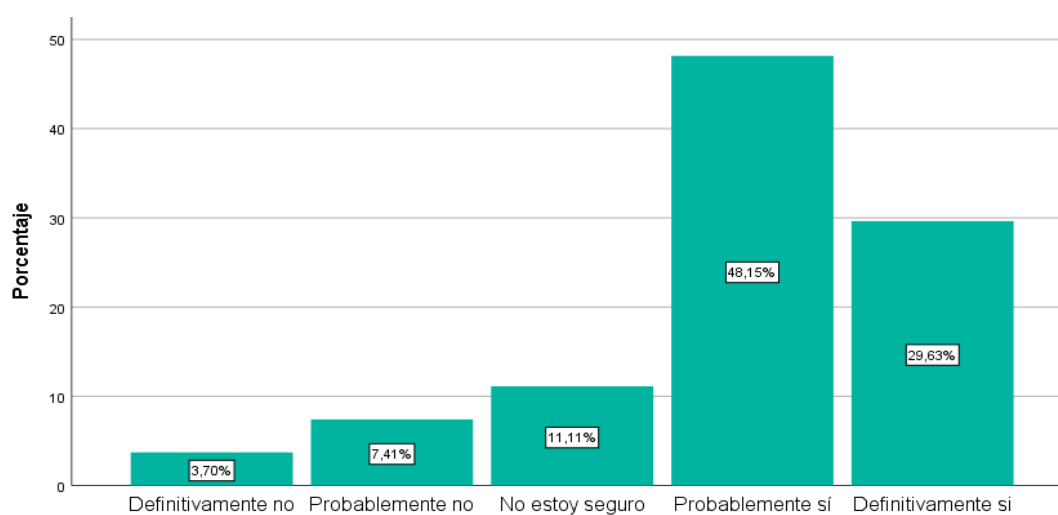
### **Interpretación:**

Según la encuesta aplicada, se observa en la tabla 30 y figura 30, respecto a la calidad de servicios prestados, se tiene, que el 46.30% mencionan que probablemente sí; el 31.48% señalan que definitivamente sí; el 5.56% no está seguro; mientras que el 12.96% responden que probablemente no y el 3.70% definitivamente no.

**Tabla 31: Conocimiento**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Definitivamente no	4	3,7	3,7	3,7
	Probablemente no	8	7,4	7,4	11,1
	No estoy seguro	12	11,1	11,1	22,2
	Probablemente sí	52	48,1	48,1	70,4
	Definitivamente si	32	29,6	29,6	100,0
Total		108	100,0	100,0	

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

**Figura 31: Conocimiento**

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

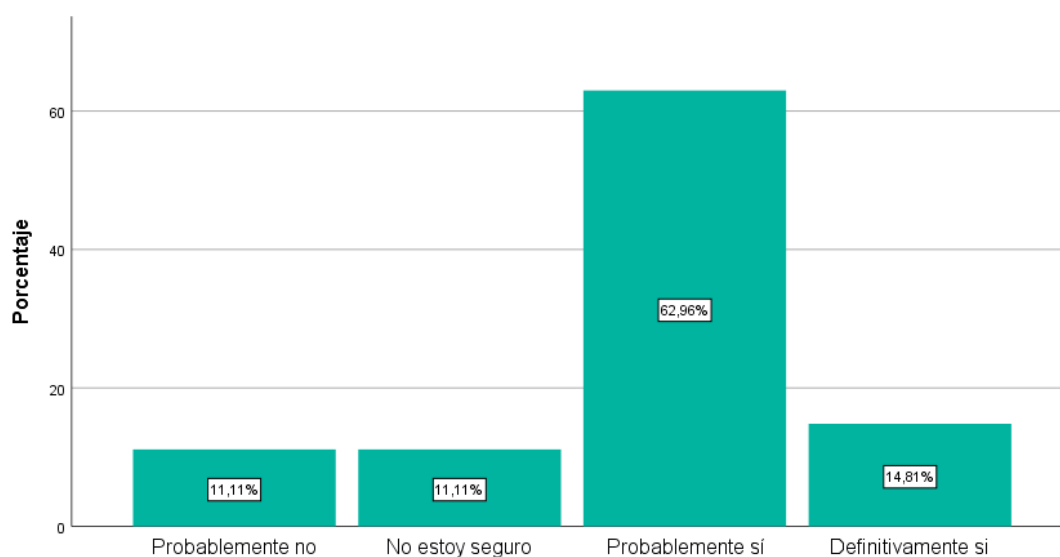
### **Interpretación:**

Según la encuesta aplicada, se observa en la tabla 31 y figura 31, respecto al nivel de conocimiento de los funcionarios, se tiene, que el 48,51% mencionan que probablemente sí; el 29.63% señalan que definitivamente sí; el 11.11% no está seguro; mientras que el 7.41% responden que probablemente no y el 3.70% definitivamente no.

**Tabla 32: Recomendación Sobre el Servicio**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Probablemente no	12	11,1	11,1	11,1
	No estoy seguro	12	11,1	11,1	22,2
	Probablemente sí	68	63,0	63,0	85,2
	Definitivamente si	16	14,8	14,8	100,0
	Total	108	100,0	100,0	

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

**Figura 32: Recomendación Sobre el Servicio**

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

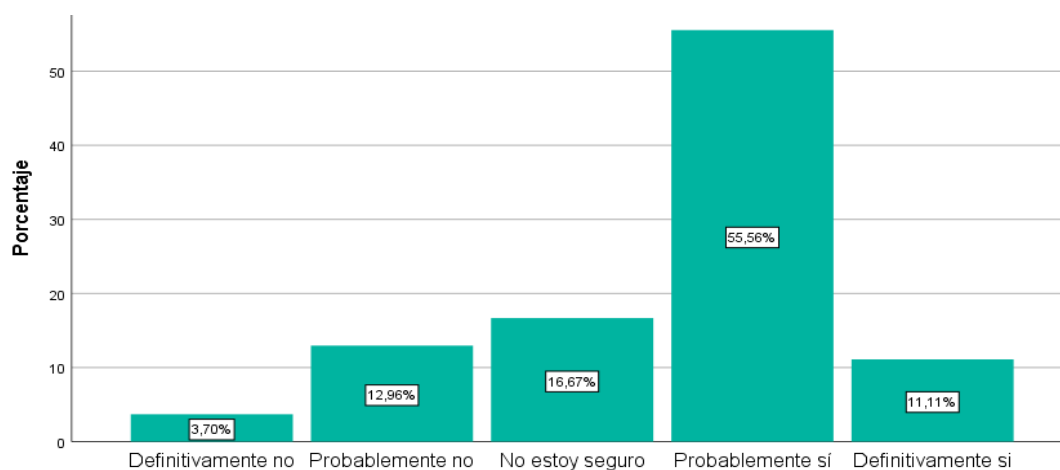
### **Interpretación:**

Según la encuesta aplicada, se observa en la tabla 32 y figura 32, respecto a la recomendación sobre el servicio brindado, se tiene, que el 62.96% mencionan que probablemente sí; el 14.81% señalan que definitivamente sí; el 11.11% no está seguro; mientras que el 7.41% responden que probablemente no y el 11.11% definitivamente no.

**Tabla 33: Actividad Innovadora con Visión de Futuro**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Definitivamente no	4	3,7	3,7	3,7
	Probablemente no	14	13,0	13,0	16,7
	No estoy seguro	18	16,7	16,7	33,3
	Probablemente sí	60	55,6	55,6	88,9
	Definitivamente si	12	11,1	11,1	100,0
Total		108	100,0	100,0	

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

**Figura 33: Actividad Innovadora con Visión de Futuro**

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

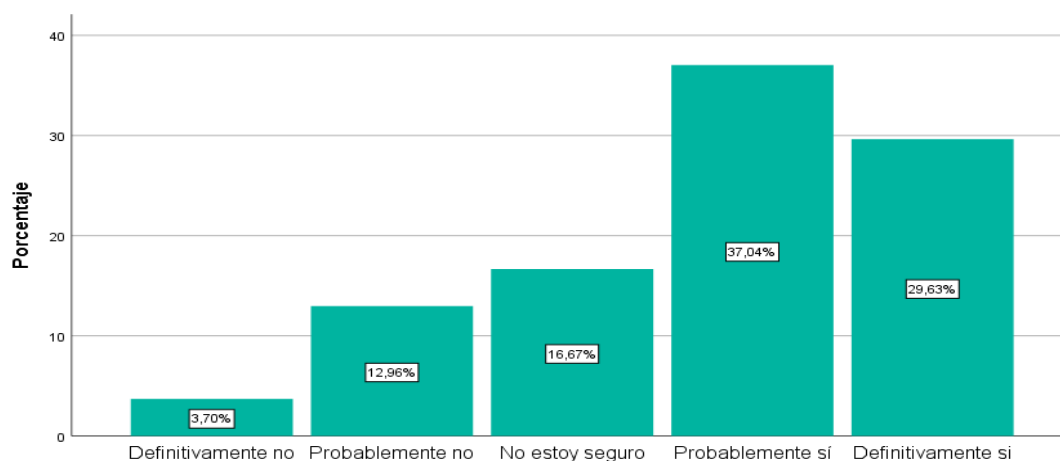
### **Interpretación:**

Según la encuesta aplicada, se observa en la tabla 33 y figura 33, respecto a las actividades innovadoras y con visión de futuro. se tiene. que el 55.56% mencionan que probablemente sí; el 11.11% señalan que definitivamente sí; el 16.67% no está seguro; mientras que el 12.96% responden que probablemente no y el 3.70% definitivamente no.

**Tabla 34: Servicios que Ofrece para Satisfacer Necesidades**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Definitivamente no	4	3,7	3,7	3,7
	Probablemente no	14	13,0	13,0	16,7
	No estoy seguro	18	16,7	16,7	33,3
	Probablemente sí	40	37,0	37,0	70,4
	Definitivamente si	32	29,6	29,6	100,0
Total		108	100,0	100,0	0

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

**Figura 34: Servicios que Ofrece para Satisfacer Necesidades**

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

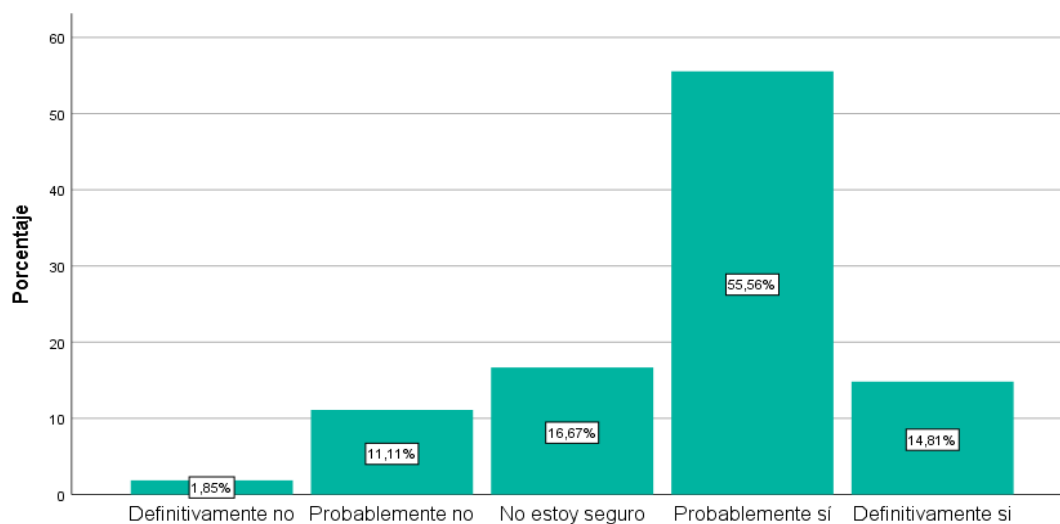
### **Interpretación:**

Según la encuesta aplicada, se observa en la tabla 34 y figura 34, respecto a los servicios que ofrece para satisfacer necesidades, se tiene, que el 37.04% mencionan que probablemente sí; el 29.63% señalan que definitivamente sí; el 16.67% no está seguro; mientras que el 12.96% responden que probablemente no y el 3.70% definitivamente no.

**Tabla 35: Claridad en las Explicaciones e Información**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Definitivamente no	2	1,9	1,9	1,9
	Probablemente no	12	11,1	11,1	13,0
	No estoy seguro	18	16,7	16,7	29,6
	Probablemente sí	60	55,6	55,6	85,2
	Definitivamente si	16	14,8	14,8	100,0
Total		108	100,0	100,0	

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

**Figura 35: Claridad en las Explicaciones e Información**

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

### **Interpretación:**

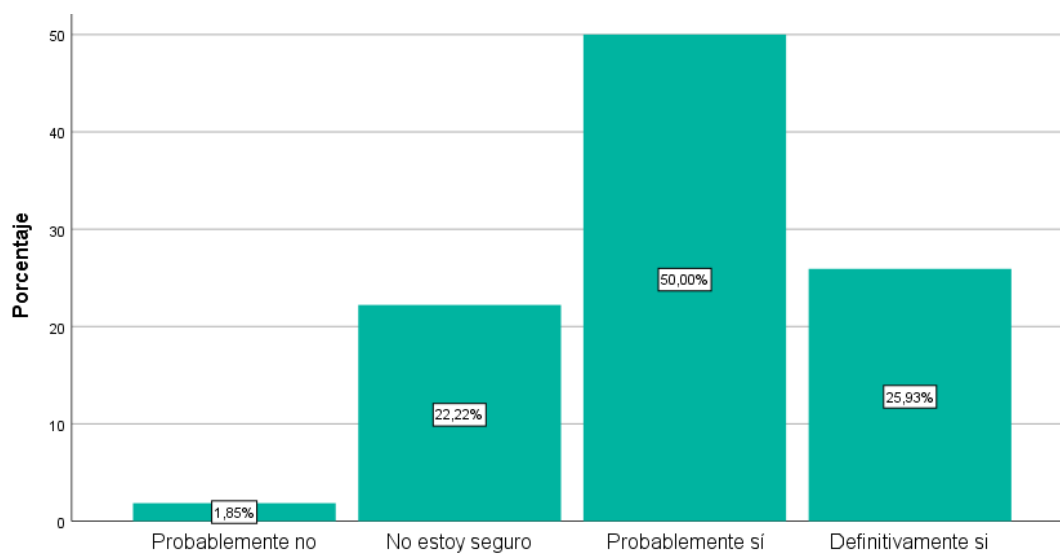
Según la encuesta aplicada, se observa en la tabla 35 y figura 35, respecto a la claridad en las explicaciones e información, se tiene, que el 55.56% mencionan que probablemente sí; el 14.81% señalan que definitivamente sí; el 16.67% no está seguro; mientras que el 11.11% responden que probablemente no y el 1.85% definitivamente no.



**Tabla 36: Conocimiento del Personal sobre el Servicio que Presta**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Probablemente no	2	1,9	1,9	1,9
	No estoy seguro	24	22,2	22,2	24,1
	Probablemente sí	54	50,0	50,0	74,1
	Definitivamente sí	28	25,9	25,9	100,0
Total		108	100,0	100,0	

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

**Figura 36: Conocimiento del Personal sobre el Servicio que Presta**

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios, trabajadores y funcionarios.

### **Interpretación:**

Según la encuesta aplicada, se observa en la tabla 36 y figura 36, respecto al conocimiento del personal acerca del servicio que presta, se tiene, que el 50.00% mencionan que probablemente sí; el 25.93% señalan que definitivamente sí; el 22.22% no está seguro y el 1.85% respondió probablemente no.

#### **4.1. Análisis inferencial y/o contrastación de hipótesis**

De acuerdo con Montes (2021), el coeficiente de correlación de rangos de Spearman es una medida que evalúa la asociación lineal entre los rangos u orden de cada grupo de sujetos, comparando dichos rangos. Esta medida resulta especialmente útil cuando el número de pares de sujetos que se desea relacionar es pequeño, es decir, menor a 30. En cuanto a la interpretación de los resultados obtenidos mediante esta prueba, el coeficiente de correlación de rangos puede variar entre -1.0 y +1.0, y su significado se describe de la siguiente manera: valores cercanos a +1.0 indican una fuerte asociación positiva entre las clasificaciones, lo que sugiere que a medida que aumenta un rango, también lo hace el otro; valores cercanos a -1.0 indican una fuerte asociación negativa, lo que sugiere que a medida que aumenta un rango, el otro disminuye; y finalmente, un valor de 0.0 indica que no existe relación alguna entre las clasificaciones.

Para la contrastación de hipótesis se empleó la prueba no Paramétrica de Rho Spearman en la contratación dando como resultado los siguiente:

#### **Hipótesis General**

**Hi:** La calidad del servicio se relaciona positivamente con la satisfacción del usuario en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Huánuco 2022.

**Tabla 37: Contrastación de Hipótesis General**

			Calidad de servicio	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Calidad de servicio	Coeficiente de correlación	1,000	,950**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	108	108
	Satisfacción del usuario	Coeficiente de correlación	,950**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	108	108

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

Como el p valor (sig. = 0,000) es menor que 0,05 entonces se cuenta con suficiente evidencia estadística para rechazar la hipótesis nula y se concluye que: el servicio de atención se relaciona con la satisfacción del usuario en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Huánuco 2022. De acuerdo con la presente tabla, el coeficiente de correlación de Spearman se obtuvo un valor de  $r = 0,950^*$ . Entonces el grado de correlación es directamente proporcional positiva intensa y significativamente entre variables según los estándares integrados por la correlación de Spearman.

### Hipótesis Específicas

Hi1: Los elementos tangibles se relacionan positivamente con la calidad funcional percibida por los usuarios en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Huánuco 2022.

**Tabla 38: Contrastación de Hipótesis Específica 1**

		Los elementos tangibles		Calidad funcional percibida
Rho de Spearman	Los elementos tangibles	Coefficiente de correlación	1,000	,943**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	108	108
	Calidad funcional percibida	Coefficiente de correlación	,943**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	108	108

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

Como el p valor (sig. = 0,000) es menor que 0,05 entonces se cuenta con suficiente evidencia estadística para rechazar la hipótesis nula y se concluye que: los elementos tangibles se relacionan positivamente con la calidad funcional percibida por los usuarios en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Huánuco 2022. De acuerdo con la presente tabla, el coeficiente de correlación de Spearman se obtuvo un valor de  $r=0,943^*$ . Entonces el grado de correlación es directamente proporcional positiva intensa y significativamente entre variables según los estándares integrados por la correlación de Spearman.

Hi2: La fiabilidad se relaciona positivamente con calidad técnica percibida del usuario en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Huánuco 2022.

**Tabla 39: Contrastación de Hipótesis Específica 2**

		La fiabilidad		Calidad técnica percibida
Rho de Spearman	La fiabilidad	Coefficiente de correlación	1,000	,805**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	108	108
	Calidad técnica percibida	Coefficiente de correlación	,805**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	108	108

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

Como el p valor (sig. = 0,000) es menor que 0,05 entonces se cuenta con suficiente evidencia estadística para rechazar la hipótesis nula y se concluye que: la fiabilidad se relaciona positivamente con calidad técnica percibida del usuario en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Huánuco 2022. De acuerdo con la presente tabla, el coeficiente de correlación de Spearman se obtuvo un valor de  $r = 0,805^*$ . Entonces el grado de correlación es directamente proporcional positiva intensa y significativamente entre variables según los estándares integrados por la correlación de Spearman.

Hi3: La capacidad de respuesta se relaciona positivamente con el valor del usuario percibido en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano Huánuco 2022.

**Tabla 40: Contrastación de Hipótesis Específica 3**

			Capacidad de respuesta	Valor del usuario percibido
Rho de Spearman	Capacidad de respuesta	Coefficiente de correlación	1,000	,784**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	108	108
	Valor del usuario percibido	Coefficiente de correlación	,784**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	108	108

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

Como el p valor (sig. = 0,000) es menor que 0,05 entonces se cuenta con suficiente evidencia estadística para rechazar la hipótesis nula y se concluye que: la capacidad de respuesta se relaciona positivamente con el valor del usuario percibido en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano Huánuco 2022. De acuerdo con la presente tabla, el coeficiente de correlación de Spearman se obtuvo un valor de  $r=0,784^*$ . Entonces el grado de correlación es directamente proporcional positiva intensa y significativamente entre variables según los estándares integrados por la correlación de Spearman.

Hi4: La seguridad se relaciona positivamente con la confianza del usuario en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Huánuco 2022.

**Tabla 41: Contrastación de Hipótesis Específica 4**

			La seguridad	Confianza del usuario
Rho de Spearman	La seguridad	Coefficiente de correlación	1,000	,885**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	108	108
	Confianza del usuario	Coefficiente de correlación	,885**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	108	108

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

Como el p valor (sig. = 0,000) es menor que 0,05 entonces se cuenta con suficiente evidencia estadística para rechazar la hipótesis nula y se concluye que: la seguridad se relaciona positivamente con la confianza del usuario en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Huánuco 2022. De acuerdo con la presente tabla, el coeficiente de correlación de Spearman se obtuvo un valor de  $r = 0,885^*$ . Entonces el grado de correlación es directamente proporcional positiva intensa y significativamente entre variables según los estándares integrados por la correlación de Spearman.

Hi2: La empatía se relaciona positivamente con las expectativas del usuario en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Huánuco 2022.

**Tabla 42: Contrastación de Hipótesis Específica 5**

			La empatía	Expectativas del usuario
Rho de Spearman	La empatía	Coefficiente de correlación	1,000	,805**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	108	108
	Expectativas del usuario	Coefficiente de correlación	,805**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	108	108

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

Como el p valor (sig. = 0,000) es menor que 0,05 entonces se cuenta con suficiente evidencia estadística para rechazar la hipótesis nula y se concluye que: La empatía se relaciona positivamente con las expectativas del usuario en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Huánuco 2022. De acuerdo con la presente tabla, el coeficiente de correlación de Spearman se obtuvo un valor de  $r = 0,805^*$ . Entonces el grado de correlación es directamente proporcional positiva intensa y significativamente entre variables según los estándares integrados por la correlación de Spearman.



## CAPÍTULO V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

En su estudio titulado "La relación entre la gestión de calidad del servicio y la satisfacción laboral de los profesionales de la salud en el Hospital Teodoro Maldonado Carbo de Guayaquil, Ecuador en 2021", el autor Arana (2021) empleó un enfoque cuantitativo y un diseño descriptivo no experimental para investigar la asociación entre la gestión de calidad y la satisfacción laboral de 100 profesionales de la salud que trabajan en el Área de Quirófano de Traumatología. Para ello, se aplicaron dos cuestionarios: uno sobre gestión de calidad, compuesto por 71 preguntas, y otro sobre satisfacción laboral, que constaba de 34 preguntas con una escala de Likert, ambos validados por expertos y evaluados para su fiabilidad. Los resultados demostraron una correlación moderadamente positiva significativa de 0,443 entre la gestión de calidad y la satisfacción laboral de los profesionales de la salud. Además, se observó que el nivel de gestión de calidad era mayoritariamente medio, con un 93%, y bajo, con un 7%, mientras que el nivel de satisfacción laboral era mayoritariamente medio, con un 91%, y bajo, con un 9%. En resumen, se concluyó que existe una relación moderada y significativa entre la gestión de calidad y la satisfacción laboral.

De esta manera con los antecedentes visto en el párrafo anterior y de acuerdo con su análisis que demuestra y grafica en sus resultados de manera directa y específicamente en las tablas N° 7, 8 y 9; media el cual se puede percibir la importancia de los elementos tangibles, asimismo, estos deben conocer la fiabilidad, capacidad de respuesta y la empatía.

La autora del estudio "Propuesta de gestión estratégica de atención al cliente para el posicionamiento de una empresa de servicio automotriz" (Egas, 2021) se propuso como

meta alcanzar la satisfacción total de los clientes al proporcionar el mejor servicio técnico, utilizando tecnología de punta en herramientas de precisión y técnicos altamente capacitados. Para lograr este objetivo, se utilizó una combinación de enfoques cualitativos exploratorios y cuantitativos descriptivos, con un diseño aplicado en la fase descriptiva. Los resultados del estudio mostraron que aproximadamente 50.000 vehículos se venden en Ecuador, lo que representa un aumento del 13% en el último año, lo que significa una oportunidad de mercado para las empresas de servicios técnicos automotrices. El informe de la Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador (AEADE) indicó que en el país hay aproximadamente un vehículo por cada 13 habitantes, y la evaluación realizada por la CNT reveló que en la ciudad de Esmeraldas no hay servicios técnicos automotrices con tecnología de última generación. Esto indica una gran demanda en Ecuador de servicios técnicos para vehículos, pero una falta de lugares que ofrezcan este servicio. Por lo tanto, si se establece una empresa que satisfaga esta necesidad, es probable que haya una gran demanda.

El análisis que se realiza a través de este trabajo de investigación queda demostrado en los resultados de las tablas N° 10, 11 y 12 respecto a la fiabilidad de los trabajadores, a través de la resolución de problemas, tiempo de atención y responsabilidad.

El objetivo principal del autor Gómez (2021) en su investigación titulada "Calidad de servicio de delivery y satisfacción del cliente en Huánuco en 2021" fue establecer la conexión entre la calidad del servicio de delivery y la satisfacción del cliente en Huánuco. El tipo de investigación utilizado fue básico y el diseño del proyecto no experimental. Los resultados del estudio mostraron una fuerte y significativa relación lineal directa entre la calidad del servicio de delivery y la satisfacción del cliente en Huánuco en 2021.

Asimismo, se encontró una relación lineal directa fuerte y significativa entre los elementos tangibles y la calidad funcional percibida por los clientes en la misma ciudad y año.

El análisis que podemos obtener de esta investigación al apreciar los resultados de las tablas 13, 14, 15, 16, 17 y 18; denotan que los aspectos a tener en cuenta sobre capacidad de respuesta y seguridad y dentro de ello, voluntad para trabajar, brindar servicio oportuno, disposición de los colaboradores y brindar servicio en un tiempo rápido. Asimismo, en las tablas 21, 25, 28, 31, y 34; denotan que los aspectos de satisfacción del usuario están relacionadas a la calidad funcional percibida, valor percibido, confianza y expectativa.

## CONCLUSIONES

Podemos concluir los siguientes aspectos generales y claves de los resultados alcanzados: Se logró determinar, de qué manera la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del usuario en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Huánuco 2022, tal como se demuestra en la Tabla 37 con un coeficiente de correlación de Rho-Spearman ( $R_s = 950$ ) expresándose esta correlación en un nivel alto y por tanto se rechaza la hipótesis nula. Esto significa que la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del usuario en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Huánuco.

Se logró conocer de qué manera se relacionan los elementos tangibles con la calidad funcional percibida por los usuarios en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Huánuco 2022. Tal y como se demuestra en la Tabla 38 con un coeficiente de correlación de Rho Spearman ( $R_s = 943$ ) siendo esta una correlación de nivel alto y por tanto se rechaza la hipótesis nula. Es decir, los elementos tangibles se relacionan con la calidad funcional percibida por los usuarios en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Huánuco 2022.

Se logró determinar de qué forma la fiabilidad se relaciona con calidad técnica percibida del usuario en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Huánuco 2022. Tal y como se demuestra en la Tabla 39 con un coeficiente de correlación de Rho Spearman ( $R_s = 805$ ) siendo esta una correlación alta y por tanto se rechaza la hipótesis nula. Entonces mientras se evidencien que la fiabilidad se relaciona con calidad técnica percibida del usuario en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Huánuco 2022, habrá relevancia respecto a la calidad de atención.

Se logró establecer de qué manera la capacidad de respuesta se relaciona con el valor del usuario percibido en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano Huánuco 2022. Tal y como se demuestra en la Tabla 40 con un coeficiente de correlación de Rho Spearman ( $R_s=,784$ ) siendo esta una correlación alta y por tanto se rechaza la hipótesis nula. Entonces mientras se evidencien que la capacidad de respuesta se relaciona con el valor del usuario percibido en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano Huánuco 2022, habrá una diferencia respecto al servicio de calidad.

Asimismo, también se determinó de qué forma la seguridad se relaciona con la confianza del usuario en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Huánuco 2022. Tal y como se demuestra en la Tabla 41 con un coeficiente de correlación de Rho Spearman ( $R_s=,885$ ) siendo esta una correlación muy alta y por tanto se rechaza la hipótesis nula. Entonces mientras se evidencien que la seguridad se relaciona con la confianza del usuario en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Huánuco 2022, habrá una diferencia respecto al servicio de calidad.

Y por último también se determinó de qué manera la empatía se relaciona con las expectativas del usuario en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Huánuco 2022. Tal y como se demuestra en la Tabla 42 con un coeficiente de correlación de Rho Spearman ( $R_s=,805$ ) siendo esta una correlación muy alta y por tanto se rechaza la hipótesis nula. Entonces mientras se evidencien que la empatía se relaciona con las expectativas del usuario en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Huánuco 2022, habrá una percepción distinta del ciudadano respecto al servicio de calidad.

Podemos afirmar entonces que la calidad de servicio es indispensable para los trabajadores y usuarios puedan percibir la satisfacción en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano Huánuco.

## **SUGERENCIAS**

Se recomienda muy respetuosamente al Director del Centro de Mejor Atención al Ciudadano Huánuco tomar las acciones correspondientes respecto a la calidad de servicio de los trabajadores y funcionarios, toda vez que la percepción de los usuarios determinan satisfacción o insatisfacción, lo que provoca que esto afecta el tener una gestión eficiente en el desarrollo de las actividades en general.

Asimismo, quiero sugerir que la atención en los trabajadores, toda vez que la calidad de servicio afecta la satisfacción, lo que provoca una disminución en la concurrencia en el uso de las actividades administrativas necesarias para el cumplimiento de los objetivos.

Se recomienda al Administrador Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Huánuco que tome las acciones correspondientes para que los trabajadores asuman la fiabilidad como una forma de cumplimiento de sus funciones en todas áreas correspondientes teniendo en cuenta la percepción de satisfacción del usuario. De esta manera, enfatizamos al personal cumpla con responsabilidad el desarrollo eficiente de sus labores; asimismo, proponemos evaluación trimestral para el desarrollo de nuevas competencias y su cumplimiento.

Se propone a los colaboradores Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Huánuco desempeño mejorar la capacidad de respuesta para que los usuarios tengan puedan tener una percepción de satisfacción respecto al servicio de atención. Esto permitirá analizar el servicio correcto que estoy empleando en la atención y tomar mejores decisiones.

Se sugiere al personal en general tener en cuenta la empatía y la seguridad, y que esto pueda evaluarse cada cierto tiempo y reforzar con actividades en beneficio de los usuarios con el único fin de promover la entrega de mejores resultados institucionales.



## REFERENCIAS

- Aldefer, C. (s.f.). teorías de motivación. Obtenido de teorías de motivación:  
<https://teoriasmotivacionales.wordpress.com/teorias-modernas-de-motivacion/teoria-de-jerarquia-de-alderfer/>
- Álvarez, M. (2006). adatum. Obtenido de adatum:  
<http://repositorio.unajma.edu.pe/bitstream/handle/123456789/230/20-2015-EPAEQuispe%20VargasClima%20organizacional%20y%20desempe%C3%B1o%20laboral%20en%20la%20MD%20de%20Pacucha.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Álvarez, M. (2006). EUNEND.NET. Obtenido de EUNEND.NET:  
[http://www.eumed.net/librosgratis/2012a/1158/definicion\\_clima\\_organizacion.html](http://www.eumed.net/librosgratis/2012a/1158/definicion_clima_organizacion.html)
- Bain. (2003). *La productividad*. Colombia: McGraw-Hill.
- Alles, M. (2008) *Desempeño por competencias evaluación de 360°*. Buenos aires.
- Alvarado, O. (1998). *Gestión Educativa. Enfoques y Procesos*. Lima-Perú. Editorial Fondo de Desarrollo Editorial.
- Arandaformacion. (2020). *¿Qué es la Gestión Administrativa?* Recuperado de:  
<https://arandaformacion.com/blog/gestion-administrativa-curso/>.
- Arias Gonzales, J. L. (2020). *Proyecto de tesis guía para la elaboración*. (J. L. Gonzales, Ed.) Arequipa, Perú: Primera edición digital.

- Arias Gonzales, J. L. (2020). *Proyecto de tesis guía para su elaboración* (primera ed.). (J. L. Gonzales, Ed.) Arequipa.
- Arteta, A. Soldevilla, W. y Serruto A (2016). *Propuesta de mejora del abastecimiento de víveres en Unidades de Frontera de Selva del Ejército*, Universidad del Pacífico
- Bravo, S. (2002). une.edu. Obtenido de une.edu: [www.une.edu.pe/Sesion04-Metodologia\\_de\\_la\\_investigacion.pdf](http://www.une.edu.pe/Sesion04-Metodologia_de_la_investigacion.pdf)
- Brunet. (1987). EUMED.NET. Obtenido de EUMED.NET:  
[http://www.eumed.net/libros-gratis/2012a/1158/definicion\\_clima\\_organizacional.html](http://www.eumed.net/libros-gratis/2012a/1158/definicion_clima_organizacional.html)
- Brunet. (1989). clima organizacional. Obtenido de clima organizacional:  
<https://www.buenastareas.com/materias/concepto-de-clima-organizacional-segun-brunet/0>
- Bedoya, O. (2013) *La nueva gestión de personas y su evaluación de desempeño*.
- Canales, F. Alvarado, E. y Pineda, E. (2011) *Metodología de la investigación*. México.
- Chiavenato. (1992). Eumed.net. Obtenido de Eumed.net:  
[http://www.eumed.net/libros-gratis/2012a/1158/definicion\\_clima\\_organizacional.html](http://www.eumed.net/libros-gratis/2012a/1158/definicion_clima_organizacional.html)
- Connor O. (1986). *La gerencia humanizada*, Editorial Norma.
- Días, C. (2012). *Administración*. Perú: Editorial San Marcos empresas competitivas Perú.

Fidias A. (2012), *El Proyecto de Investigación Introducción a la metodología científica*.

Financiera, E. (2018). *Bienes y Servicios*. Recuperado de:  
<https://www.encyclopediainanciera.com/definicion-bienes-y-servicios.html>.

Hernández, Fernández y Baptista (2014), *Metodología de la Investigación*, 6ta Edición

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Fundamentos de metodología de la investigación*.

Hinostroza, J. E. (2017). *Gestión administrativa y el desempeño en la División de Abastecimiento de la Dirección de Logística de la Policía Nacional del Perú. Tesis de Maestría. Universidad Cesar Vallejo, Lima - Perú*.

Huertas, D. (2019), *El proceso de adquisición y los actos de administración en el área de abastecimiento de las UGELS de la Dirección Regional de Educación Huánuco – 2018*. Tesis para optar el Grado Académico de Maestro en Ciencias Administrativas en la Universidad de Huánuco.

Koontz, H., Weihrich, H., & Cannice, M. (2012). *Administración – Una Perspectiva global y Empresarial*. México: Limusa S.A de C.V Grupo Noriega Editores.

Linares, B. (2020). *Proceso de requerimiento y su relación con la efectividad de los productos entregados por los locadores de servicios en la Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones San Martín 2017*. TESIS, 1-53.

Lujan (2018), *Gestión Administrativa y Satisfacción Laboral de los Trabajadores de la Sede Administrativa Oficina Regional Oriente Pucallpa – INPE 2018*. Universidad de Huánuco, Huánuco.

Ortega, J. (2019), *La capacitación continua del servidor civil para contribuir en la modernización de la gestión en la Municipalidad Provincial de Ambo – 2019*.

Tesis para optar el Grado de Maestro en Gerencia Publica en la Universidad Nacional Hermilio Valdizan. Región Policial Huánuco. (2019). *Manual de Organización y Funciones*.

Reglamento del D.L. N° 1439 aprobado por el *Decreto Supremo N° 217-2019-EF*

Rodríguez, Dávila y Romero (1992). *Gerencia privada, educación en crisis*. Universidad de los Ángeles.

Salazar, G y Hernández, M. (2019). *Gestión Administrativa y las Contrataciones del Estado de la División Administrativa en la Escuela Nacional de Formación Profesional Policial de la Policía Nacional del Perú, Chorrillos – 2019*.

**ANEXOS**

### ANEXO 01. MATRIZ DE CONSISTENCIA

#### TÍTULO: CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN EL CENTRO DE MEJOR ATENCIÓN AL CIUDADANO, HUÁNUCO 2022

PROBLEMA PRINCIPAL	OBJETIVO PRINCIPAL	HIPÓTESIS PRINCIPAL	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	TIPO DE DISEÑO
¿De qué manera la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del usuario en Huánuco2021?	Determinar de qué manera la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del usuario en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Huánuco 2022.	<p>H1: La calidad del servicio se relaciona positivamente con la satisfacción del usuario en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Huánuco 2022.</p> <p>Ho: La calidad del servicio se relaciona negativamente con la satisfacción del usuario en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Huánuco 2022.</p>	<b>VARIABLE 1</b> <b>Calidad de servicio</b>	<p><b>Elementos tangibles</b></p> <p>✓ Nivel equipos de última generación. ✓ Nivel de apariencia de los colaboradores ✓ Nivel herramientas para la comunicación.</p> <p><b>Fiabilidad</b></p> <p>✓ Nivel de resolución de un problema ✓ Nivel de tiempo de atención. ✓ Nivel de Responsabilidad de los colaboradores</p> <p><b>Capacidad de respuesta</b></p> <p>✓ Nivel de buena voluntad para ayudar a los usuarios y proveer un servicio oportuno ✓ Nivel de disposición de los colaboradores ✓ Nivel para proporcionar un servicio rápido a los usuarios.</p> <p><b>Seguridad</b></p> <p>✓ Nivel de Inexistencia de peligros, riesgos o dudas. ✓ Nivel de conocimiento y cortesía de los colaboradores. ✓ Nivel de dominio de habilidades para inspirar confianza</p> <p><b>Empatía</b></p> <p>✓ Nivel de atención en los horarios requeridos. ✓ Nivel de comunicación con los usuarios. ✓ Nivel de actitud y trato de los colaboradores con los usuarios.</p>	<p>✓ Nivel equipos de última generación. ✓ Nivel de apariencia de los colaboradores ✓ Nivel herramientas para la comunicación.</p> <p>✓ Nivel de resolución de un problema ✓ Nivel de tiempo de atención. ✓ Nivel de Responsabilidad de los colaboradores</p> <p>✓ Nivel de buena voluntad para ayudar a los usuarios y proveer un servicio oportuno ✓ Nivel de disposición de los colaboradores ✓ Nivel para proporcionar un servicio rápido a los usuarios.</p> <p>✓ Nivel de Inexistencia de peligros, riesgos o dudas. ✓ Nivel de conocimiento y cortesía de los colaboradores. ✓ Nivel de dominio de habilidades para inspirar confianza</p> <p>✓ Nivel de atención en los horarios requeridos. ✓ Nivel de comunicación con los usuarios. ✓ Nivel de actitud y trato de los colaboradores con los usuarios.</p>	<p><b>Tipo: Teórica</b></p> <p><b>Nivel: descriptivo correlacional</b></p> <p><b>Diseño: no experimental - transversal</b></p>

PROBLEMA ESPECÍFICO	OBJETIVOS ESPECÍFICO	HIPÓTESIS ESPECÍFICO	VARIABLE 1	DIMENSIONES	INDICADORES	Técnica: Encuesta
PE1 ¿Cómo se relaciona los elementos tangibles con la calidad funcional percibida por los usuarios en el Centro de Atención al Ciudadano, Huánuco 2022?	OE1 Establecer de qué manera se relaciona los elementos tangibles con la calidad funcional percibida por los usuarios en el Centro de Atención al Ciudadano, Huánuco 2022.	Hi1: Los elementos tangibles se relacionan positivamente con la calidad funcional percibida por los usuarios en el Centro de Atención al Ciudadano, Huánuco 2022.  Ho1: Los elementos tangibles se relacionan negativamente con la calidad funcional percibida por los usuarios en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Huánuco 2022.	<b>VARIABLE 2:  SATISFACCIÓN DEL USUARIO</b>	<b>Calidad Funcional percibida</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Nivel de solución de quejas.</li> <li>✓ Nivel del servicio esperado</li> <li>✓ Nivel de seguridad al realizar sus trámites y consultas.</li> </ul>	<b>Instrumento: Cuestionario</b>
PE2 ¿De qué forma la fiabilidad se relaciona con calidad técnica percibida del usuario en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Huánuco 2022?	OE2 Determinar de qué forma la fiabilidad se relaciona con calidad técnica percibida del usuario en el Centro de Atención al Ciudadano, Huánuco 2022.	Hi2: La fiabilidad se relaciona positivamente con calidad técnica percibida del usuario en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Huánuco 2022.  Ho2: La fiabilidad se relaciona negativamente con calidad técnica percibida del usuario en el Centro de Atención al Ciudadano, Huánuco 2022.		<b>Calidad Técnica percibida</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Nivel de mejoras en el servicio ofrecido.</li> <li>✓ Nivel de calidad de los servicios por llamadas telefónicas.</li> <li>✓ Nivel de sus expectativas.</li> </ul>	
PE3 ¿De qué manera la capacidad de respuesta se relaciona con el valor del usuario percibido en el Centro de Mejor	OE3 Establecer de qué manera la capacidad de respuesta se relaciona con el valor del usuario percibido en el Centro de Mejor	Hi3: La capacidad de respuesta se relaciona positivamente con el valor del usuario percibido en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano Huánuco 2022.  Ho3: La capacidad de respuesta se relaciona negativamente con el valor del		<b>Valor percibido</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Nivel de confianza en los servicios de atención.</li> <li>✓ Nivel de cantidad de trámites del servicio.</li> <li>✓ Nivel de la calidad de servicios prestados.</li> </ul>	

Atención al Ciudadano Huánuco 2022?	Atención al Ciudadano Huánuco 2022.	usuario percibido en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano Huánuco 2022.			
PE4 ¿De qué forma la Seguridad se relaciona con la confianza del usuario en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Huánuco 2022?	OE4 Determinar de qué forma la Seguridad se relaciona con la confianza del usuario en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Huánuco 2022.	Hi4: La Seguridad se relaciona positivamente con la confianza del usuario en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Huánuco 2022.  Ho4: La Seguridad se relaciona negativamente con la confianza del usuario en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Huánuco 2022.		<b>Confianza</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Nivel de conocimiento.</li> <li>✓ Nivel de recomendación sobre el servicio.</li> <li>✓ Nivel de actividad innovadora y con visión de futuro.</li> </ul>
PE5 ¿De qué manera la empatía se relaciona con las expectativas del usuario en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Huánuco 2022?	OE5 Establecer de qué manera la empatía se relaciona con las expectativas del usuario en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Huánuco 2022.	Hi5: La empatía se relaciona positivamente con las expectativas del usuario en el Centro de mejor Atención al Ciudadano, Huánuco 2022.  Ho5: La empatía se relaciona negativamente con las expectativas del usuario en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Huánuco 2022.		<b>Expectativa</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Nivel del servicio que se ofrece para satisfacer las necesidades del usuario.</li> <li>✓ Nivel de claridad en las explicaciones e informaciones.</li> <li>✓ Nivel de conocimientos del personal de esta actividad acerca del servicio que presta.</li> </ul>



## ANEXO 02. CONSENTIMIENTO INFORMADO

Hemos sido invitado(a) para participar en una investigación sobre “CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN EL CENTRO DE MEJOR ATENCIÓN AL CIUDADANO, HUÁNUCO 2022”.

Soy consciente de que no habrá ningún beneficio económico. Se me ha proporcionado el nombre de un investigador que puede ser contactado fácilmente usando el número que se me dio.

He leído la información proporcionada, o me ha sido leída. He tenido la oportunidad de preguntar dudas sobre ello y se me ha respondido satisfactoriamente.

Consiento voluntariamente mi deseo de participar en este estudio y entiendo que tengo el derecho de retirarme del estudio en cualquier momento sin que eso me afecte de ninguna manera.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando este haya concluido. Para esto, puedo contactarme con el investigador al teléfono que me ha proporcionado. Paso a dar mi consentimiento mediante mi nombre completo y firma que da fe de mi participación.

Nombre del participante: \_\_\_\_\_

Firma del participante: \_\_\_\_\_

Fecha (día/mes/año): \_\_\_\_\_

Nombre del que hizo el consentimiento: \_\_\_\_\_

Firma del que hizo el consentimiento: \_\_\_\_\_



## ANEXO 03. INSTRUMENTOS

### UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN HUÁNUCO – PERÚ ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

#### CUESTIONARIO CALIDAD EN EL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO

Señor trabajador/funcionario:

Se está desarrollando un trabajo de investigación titulado: “CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN EL CENTRO DE MEJOR ATENCIÓN AL CIUDADANO, HUÁNUCO 2022”, en tal sentido encontrándose la investigación en la etapa del trabajo campo para el acopio de datos, recurro a su persona para que tenga la amabilidad de responder las preguntas que aparecen a continuación, manifestándole que los datos que nos proporciona serán completamente anónimos y de absoluta reserva. **INSTRUCCIONES:**

A continuación, se hace las preguntas, de las cuales Ud. responderá una de ellas marcando con un (X) en el recuadro correspondiente la respuesta que crea conveniente, de acuerdo con el cuadro siguiente:

RESPUESTAS	VALORACIÓN
Definitivamente sí	5
Probablemente sí	4
No estoy seguro	3
Probablemente no	2
Definitivamente no	1

Desde ya le expreso mi sincero agradecimiento por su generosa colaboración que contribuirá para concretizar la presente investigación.

N°	ITEMS	ESCALA				
		1	2	3	4	5
1	¿Considera Ud. que calidad del servicio se relaciona la satisfacción del usuario en el centro de mejor atención al ciudadano?					
<b>Dimensión N°1: Calidad de Servicio</b>						
<b>ELEMENTOS TANGIBLES</b>						
2	¿Para Ud. el nivel equipos con los que trabajan son de última generación, así como los medios de transporte y comunicación?					
3	¿Considera Ud. correcto el nivel de apariencia que presentan los colaboradores cuando prestan el servicio?					
4	¿Considera Ud. que el nivel de los elementos materiales relacionados con el servicio es visualmente atractivo?					
<b>FIABILIDAD</b>						

5	¿Para usted cuál es el nivel de resolución del problema de trámites y si los colaboradores demuestran un sincero interés en solucionarlo?					
6	¿Considera adecuado el tiempo de atención para solucionar sus consultas?					
7	¿El colaborador denota responsabilidad en sus actividades al momento de brindar atención?					
<b>CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>						
8	¿Cuál es el nivel de buena voluntad para ayudar a los usuarios y proveer un servicio oportuno?					
9	¿Cómo considera el nivel de disposición de los colaboradores?					
10	¿Cómo calificas el nivel para proporcionar un servicio rápido a los usuarios?					
<b>SEGURIDAD</b>						
11	¿Cómo calificas el nivel de Inexistencia de peligros, riesgos o dudas?					
12	¿Cómo calificas el nivel de conocimiento y cortesía de los colaboradores?					
13	¿Cómo calificas el nivel de dominio de habilidades para inspirar confianza?					
<b>EMPATÍA</b>						
14	¿Cómo consideras el nivel de atención en los horarios requeridos?					
15	¿Cómo consideras el nivel de comunicación con los usuarios?					
16	¿Cómo consideras el nivel de actitud y trato de los colaboradores con los usuarios?					
<b>V.D. DIMENSIÓN N° 02 SATISFACCIÓN DEL USUARIO</b>						
<b>CALIDAD FUNCIONAL PERCIBIDA</b>						
17	¿Los colaboradores que prestan servicio de atención han solucionado satisfactoriamente las quejas de los usuarios?					
18	¿Los colaboradores del Centro de Mejor Atención al Ciudadano brindan el servicio que usted espera?					
19	¿Se siente seguro al realiza sus trámites y consultas?					

	<b>CALIDAD TÉCNICA PERCIBIDA</b>					
<b>20</b>	¿Cómo consideras el nivel de mejoras en el servicio ofrecido por los colaboradores?					
<b>21</b>	¿Cómo consideras el nivel de la calidad de los servicios por llamadas telefónicas?					
<b>22</b>	¿Cómo consideras el nivel de sus expectativas son satisfechas con los servicios prestados por los colaboradores?					
	<b>VALOR DEL SERVICIO PERCIBIDO</b>					
<b>23</b>	¿De qué manera calificas el nivel de confianza en los servicios de atención?					
<b>24</b>	¿Cómo consideras el nivel de cantidad de trámites de los servicios?					
<b>25</b>	¿Cómo consideras el nivel de la calidad de los servicios prestados por los colaboradores?					
	<b>CONFIANZA</b>					
<b>26</b>	¿Cuál es el nivel de conocimiento de los colaboradores al solicitar el servicio; sabe que no tendrá problemas o inconvenientes con los servicios recibidos?					
<b>27</b>	¿Cuál es el nivel de recomendación sobre el servicio del centro a otras personas?					
<b>28</b>	¿Esta actividad es innovadora y con visión de futuro?					
	<b>EXPECTATIVA</b>					
<b>29</b>	¿Cuál es el nivel del servicio que se ofrece para satisfacer las necesidades del usuario?					
<b>30</b>	¿Cuáles es el Nivel de claridad en las explicaciones e informaciones que da el personal de esta actividad?					
<b>31</b>	¿Cuáles es el nivel de conocimientos del personal de esta actividad acerca del servicio que presta?					

Desde ya le expreso mi sincero agradecimiento por su generosa colaboración que contribuirá para concretizar la presente investigación.



**ANEXO 04. VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS POR JUECES**  
**UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZAN HUÁNUCO – PERÚ**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**



Hoja de instrucción para validación

<b>CATEGORÍA</b>	<b>CALIFICACIÓN</b>	<b>INDICADOR</b>
<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir, debe ser incluido	1. No cumple el criterio.	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo nivel.	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide este.
	3. Moderado nivel.	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel.	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que están midiendo.	1. No cumple el criterio.	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión
	2. Bajo nivel.	El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión.
	3. Moderado nivel.	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo.
	4. Alto nivel.	El ítem tiene relación lógica con la dimensión.
<b>SUFICIENCIA</b> Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de esta.	1. No cumple el criterio.	Los ítems no son suficientes para medir la dimensión.
	2. Bajo nivel.	Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden con la dimensión total.
	3. Moderado nivel.	Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente.
	4. Alto nivel.	Los ítems son suficientes.
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir, sus sintácticas y semánticas son adecuadas.	1. No cumple el criterio.	El ítem no es claro.
	2. Bajo nivel.	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras que utilizan de acuerdo con su significado o por la ordenación de los mismos.
	3. Moderado nivel.	Se requiere una modificación muy específica de algunos términos de ítem.
	4. Alto nivel.	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.



**UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILO VALDIZAN HUÁNUCO – PERU**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**



**Validación de los Instrumentos por Jueces**

**Trabajo de investigación titulado: “CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN EL CENTRO DE MEJOR ATENCIÓN AL CIUDADANO, HUÁNUCO 2022”**

**Nombre del Experto:**

**Especialidad:**

“Calificar con 1, 2, 3 ó 4 cada ítem respecto a los criterios de relevancia, coherencia, suficiencia y claridad”

DIMENSIONES	PREGUNTAS	VALORACIÓN			
		Relevanci	Coherenci	Suficienci	Clarida
	¿Considera Ud. que calidad del servicio se relaciona la satisfacción del usuario en el centro de mejor atención al ciudadano?				
Elementos Tangibles	¿Para Ud. el nivel equipos con los que trabajan son de última generación, así como los medios de transporte y comunicación?				
	¿Considera Ud. correcto el nivel de apariencia que presentan los colaboradores cuando prestan el servicio?				
	¿Considera Ud. que el nivel de los elementos materiales relacionados con el servicio es visualmente atractivo?				
Fiabilidad	¿Para usted cuáles el nivel de resolución del problema de trámites y si los colaboradores demuestran un sincero interés en solucionarlo?				
	¿Considera adecuado el tiempo de atención para solucionar sus consultas?				
	¿El colaborador denota responsabilidad en sus actividades al momento de				
Capacidad de Respuesta	¿Cuáles el nivel de buena voluntad para ayudar a los usuarios y proveer				
	¿Cómo considera el nivel de disposición de los colaboradores?				
	¿Cómo calificas el nivel para proporcionar un servicio rápido a los				
Seguridad	¿Cómo calificas el nivel de Inexistencia de peligros, riesgos o dudas?				
	¿Cómo calificas el nivel de conocimiento y cortesía de los colaboradores?				
	¿Cómo calificas el nivel de dominio de habilidades para inspirar confianza?				
Empatía	¿Cómo consideras el nivel de atención en los horarios requeridos?				
	¿Cómo consideras el nivel de comunicación con los usuarios?				
	¿Cómo consideras el nivel de actitud y trato de los colaboradores con los				
	¿Los colaboradores que prestan servicio de atención han solucionado satisfactoriamente las quejas de los usuarios?				

Calidad Funcional Percibida	¿Los colaboradores del Centro de Mejor Atención al Ciudadano brindan el servicio que usted espera?				
	¿Se siente seguro al realizar sus trámites y consultas?				
Calidad Técnica Percibida	¿De qué manera calificas el nivel de confianza en los servicios de				
	¿Cómo consideras el nivel de cantidad de trámites de los servicios?				
	¿Cómo consideras el nivel de la calidad de los servicios prestados por los colaboradores?				
Valor Percibido	¿Cuál es el nivel de conocimiento de los colaboradores al solicitar el servicio; sabe que no tendrá problemas o inconvenientes con los servicios				
	¿Cuáles es el nivel de recomendación sobre el servicio del centro a otras personas?				
	¿Esta actividad es innovadora y con visión de futuro?				
Confianza	¿Cuáles es el nivel del servicio que se ofrece para satisfacer las necesidades del usuario?				
	¿Cuáles es el Nivel de claridad en las explicaciones e informaciones que da el personal de esta actividad?				
	¿Cuáles es el nivel de conocimientos del personal de esta actividad acerca del servicio que presta?				

¿Hay alguna dimensión o ítem que no fue evaluada? SI ( ) NO ( ) En caso de Sí, ¿Qué dimensión o ítem falta? \_\_\_\_\_

**DECISIÓN DEL EXPERTO:** El instrumento debe ser aplicado: SI ( ) NO ( )

\_\_\_\_\_

**D.N.I. N°:**

## NOTA BIOGRÁFICA

Bobadilla Tineo, Maricarmen

Bachiller en Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, nació el 11 de mayo del año 2000 en el Distrito Pucayacu, Provincia De Leoncio Prado, Departamento de Huánuco. Mis estudios de nivel primaria y secundaria los realice en el Colegio Nacional Leoncio Prado del Distrito de Umari, Provincia de Pachitea, departamento de Huánuco, donde vivió su niñez y adolescencia, junto a sus padres y hermano.

En el año 2017 ingresó a la Escuela Profesional de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, egresando en diciembre del año 2021, poco después obtuvo el grado de bachiller. Durante sus estudios resaltó por ser una estudiante responsable, participativa y comprometida. además, llegó a ser representante estudiantil en el consejo de facultad, durante su último año de estudios.

Durante el año 2022, laboró en la Municipalidad Distrital de Umari, en la oficina de Secretaria General y Gerencia Municipal como asistente administrativo. A inicios del año 2023 asumí el cargo de responsable del área de patrimonio de la red de salud Pachitea, donde administra y controla el patrimonio de bienes de los distintos establecimientos de salud de la provincia de Pachitea.



## NOTA BIOGRÁFICA

Gómez Vara, Eudol Guvel

Eudol Gómez Vara, nacido el 26 de noviembre de 1997 en el distrito de Chavinillo, provincia de Yarowilca y región de Huánuco. Sus padres Eudomilio Gómez Antonio y Yolanda Vara Vilca ambos naturales de Yarowilca. Casado con Paula Suarez Reyes en abril de 2022.

Cursó la escuela primaria Andrés Avelino Cáceres, la secundaria en el colegio Esteban Pavletich Trujillo de Yarowilca y a los 12 años transferido al colegio Fe y Alegría 37 de Lima. Desde los 18 años curso en la facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán Medrano de Huánuco, habiendo egresado el 2021, paralelamente al estudio siempre ocupándose en distintos trabajos, siendo el más importante en Promart Homecenter, ocupando distintos cargos que permitieron gran aprendizaje y desarrollo profesional.

En el 2022 paralelamente al trabajo de Homecenter se dedicó como colaborador de la empresa Claro, también ese año logra optar el grado de Bachiller en Administración.

Ya actualmente en el 2023 mantiene firme el proyecto de emprendimiento propio junto a su esposa y con miras al crecimiento en Promart Homecenter, siempre con el espíritu luchador para lograr las metas puestas.

## **NOTA BIOGRÁFICA**

Simón Bailón, Frank Chilavert

Nacido en el distrito de Molino, provincia de Pachitea y departamento de Huánuco, el 14 de marzo de 1999, Frank Chilavert Simón Bailón es un profesional egresado de la carrera de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, actualmente cuenta con el grado de Bachiller de la carrera en mención.

Gran parte de niñez lo pasó junto con sus padres y hermanos. Estudió la primaria y secundaria en el colegio Nacional de Huarichaca para luego seguir con sus estudios superiores en la UNHEVAL, al mismo tiempo que trabajaba para poder sustentar algunos de sus gastos.

Después de haber egresado de la universidad trabajó en Promart como Gestor de Servicio de Atención al Cliente cumpliendo sus funciones encomendadas por su jefe inmediato.

Actualmente se encuentra trabajando en el Gobierno Regional de Huánuco como Técnico Administrativo en la oficina de Secretaria General desempeñando sus funciones con eficiencia y eficacia cumpliendo con los objetivos y metas de la institución y en favor de la población de la región Huánuco.



**RESOLUCIÓN DE DECANO N° 0317-A-2023- UNHEVAL/FCAT-D.**

Cayhuayna, 21 de julio de 2023

Visto los documentos que se acompañan en tres (03) archivos mas el borrador de tesis;

**CONSIDERANDO:**

Que con Resolución de Decano N°0319- 2022- UNHEVAL/FCAT-D, de fecha 14.JUL.2022, se designó al docente **Dr. JORGE LUIS JESÚS AQUINO** como Docente Asesor de Tesis Colectiva de los exestudiantes **MARICARMEN BOBADILLA TINEO, EUDOL GUVEL GÓMEZ VARA Y FRANK CHILAVERT SIMÓN BAILON** de la Escuela Profesional de Ciencias Administrativas; de la Facultad de Ciencias Administrativas y Turismo;

Que, con RESOLUCIÓN DE DECANO 0014-2023-UNHEVA L/FCA-T., de fecha 16.ENE.2023, se designó a los miembros del Jurado Adhoc para la revisión y dictamen del Proyecto de Tesis Colectiva "**CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN EL CENTRO DE MEJOR ATENCIÓN AL CIUDADANO, HUÁNUCO 2022**" presentado por los exestudiantes **MARICARMEN BOBADILLA TINEO, EUDOL GUVEL GÓMEZ VARA Y FRANK CHILAVERT SIMÓN BAILON** de la Escuela Profesional de Ciencias Administrativas; de la Facultad de Ciencias Administrativas y Turismo; conformados por los docentes, Dr. Juan García Céspedes, Metodólogo; Dr. Jorge Romero Vela, Especialista 1; Dr. Juvenal Auberto Oliveros Dávila, Especialista 2 y Dr. Roger Céspedes Revelo, Accesitario;

Que, con RESOLUCIÓN DE DECANO 0219-2023-UNHEVA L/FCAT., de fecha 17MAY023, se aprobó el Proyecto de Tesis Colectiva "**CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN EL CENTRO DE MEJOR ATENCIÓN AL CIUDADANO, HUÁNUCO 2022**" presentado por los exestudiantes **MARICARMEN BOBADILLA TINEO, EUDOL GUVEL GÓMEZ VARA Y FRANK CHILAVERT SIMÓN BAILON** de la Escuela Profesional de Ciencias Administrativas; de la Facultad de Ciencias Administrativas y Turismo;

Que, con INFORME N°015-2023-GRADOS Y TITULOS CPCA-FCAT-C de fecha 20.JUL.2023 emitido por el Dr. Juan García Céspedes, PRESIDENTE e INFORME S/N-2023-UNHEVAL/FCAT-JRV de fecha 10.JUL.2023 emitido por el Dr. Jorge Romero Vela, SECRETARIO y el INFORME S/N-2023-UNHEVAL/FCAT-JAODDr. Juvenal Auberto Oliveros Dávila, VOCAL en sus condiciones de miembros titulares del jurado de tesis, habiendo revisado el borrador de tesis, han dictaminado acerca de la suficiencia del trabajo del Borrador de Tesis Colectiva "**CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN EL CENTRO DE MEJOR ATENCIÓN AL CIUDADANO, HUÁNUCO 2022**" presentado por los exestudiantes **MARICARMEN BOBADILLA TINEO, EUDOL GUVEL GÓMEZ VARA Y FRANK CHILAVERT SIMÓN BAILON** de la Escuela Profesional de Ciencias Administrativas; de la Facultad de Ciencias Administrativas y Turismo;

Que, con solicitud dirigido a la Decana de la Facultad de Ciencias Administrativas y Turismo, Dra. Mérida Sara Rivero Lazo por presentado por los exestudiantes **MARICARMEN BOBADILLA TINEO, EUDOL GUVEL GÓMEZ VARA Y FRANK CHILAVERT SIMÓN BAILON** de la Escuela Profesional de Ciencias Administrativas; de la Facultad de Ciencias Administrativas y Turismo solicita se fije hora, lugar y fecha para la sustentación en acto público de la Tesis Colectiva "**CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN EL CENTRO DE MEJOR ATENCIÓN AL CIUDADANO, HUÁNUCO 2022**"; toda vez que los jurados han informado acerca de la suficiencia del trabajo de tesis; por lo que proponen que el acto público de sustentación sea **el día MARTES 25.JUL.2023 A LAS 10.00 HORAS; EN EL AULA N°406 DEL PABELLON IV DE LA UNHEVAL;**

Que, el Reglamento General de Grados y Títulos de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, aprobado con Resolución Consejo Universitario N°0734-2022 -UNHEVAL, de fecha 07.MAR.2022, Artículo 28° que señala: "El Decano emitirá la resolución fijando el lugar, fecha y hora para la sustentación del Trabajo de Investigación. Asimismo, el Artículo 29° señala: "Los miembros del Jurado Evaluador pueden formular observaciones durante el acto de la sustentación del Trabajo de Investigación, que no impliquen cambios de la estructura del informe, debiendo el egresado levantar dichas observaciones; de no existir observaciones, firmarán el Acta por cuadruplicado y por cada integrante";



Estando a las atribuciones conferidas a la Decana por la nueva Ley Universitaria N° 30220, por el Estatuto de la UNHEVAL, aprobado con Resolución de Asamblea Universitaria N° 003-20 21- UNHEVAL de fecha 25.ENE.2021; por el Reglamento General de la UNHEVAL, aprobado con Resolución de Consejo Universitario N° 2547-2018- UNHEVAL, de fecha 10.JUL.2018; por la Resolución del Comité Electoral Universitario N° 077-2020- UNHEVAL- CEU, de fecha 11 de diciembre de 2020, que proclama y acredita a la Dra. Mérida Sara Rivero Lazo como Decana titular de la Facultad de Ciencias Administrativas y Turismo a partir del 14 de diciembre de 2020;

**SE RESUELVE:**

- 1° **FIJAR** hora, lugar y fecha, para el acto de sustentación presencial en el AULA N° 406 DEL PABELLON IV DE LA UNHEVAL., de la Tesis Colectiva "CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN EL CENTRO DE MEJOR ATENCIÓN AL CIUDADANO, HUÁNUCO 2022" presentado por los exestudiantes MARICARMEN BOBADILLA TINEO, EUDOL GUVEL GÓMEZ VARA Y FRANK CHILAVERT SIMÓN BAILON de la Escuela Profesional de Ciencias Administrativas; de la Facultad de Ciencias Administrativas y Turismo para el día **MARTES 25.JUL.2023 A LAS 10.00 HORAS**; por lo expuesto en los considerandos de la presente Resolución.
- 2° **RECOMENDAR** a los siguientes miembros del jurado calificador el cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la UNHEVAL y de acuerdo con la solicitud precedente, el Jurado Calificador queda conformado de la siguiente manera:

<b>Dr. JUAN GARCIA CÉSPEDES</b>	<b>PRESIDENTE</b>
<b>Dr. JORGE ROMERO VELA</b>	<b>SECRETARIO</b>
<b>Dr. JUVENAL AUBERTO OLIVEROS DÁVILA</b>	<b>VOCAL</b>
<b>Dr. ROGER CÉSPEDES REVELO</b>	<b>ACCESITARIO</b>
- 3° **DAR A CONOCER** la presente Resolución a quienes correspondan y a los interesados.

Regístrese, comuníquese, archívese



*Mérida Sara Rivero Lazo*

**Dra. Mérida Sara Rivero Lazo**  
**DECANA FCAT.**



**ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS  
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO (A) EN ADMINISTRACIÓN**

En la ciudad universitaria de Cayhuayna, a los veinticinco días del mes de julio del año 2023, siendo las diez horas en mérito a la Resolución de N° 0317-A-2023-UNHEVAL/FCAT., de fecha 21 de julio de 2023, con el cual se programó fijar hora, lugar y fecha, para el acto de sustentación de tesis colectiva, se reunieron en la sala de Grados de la Facultad de Ciencias Administrativas y Turismo, los miembros integrantes del Jurado Examinador de Tesis Colectiva "**CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN EL CENTRO DE MEJOR ATENCIÓN AL CIUDADANO, HUÁNUCO 2022**" presentado por los bachilleres **MARICARMEN BOBADILLA TINEO, EUDOL GUVEL GÓMEZ VARA Y FRANK CHILAVERT SIMÓN BAILON** de la Escuela Profesional de Ciencias Administrativas; de la Facultad de Ciencias Administrativas y Turismo, siendo Asesor de Tesis al docente **Dr. JORGE LUIS JESÚS AQUINO** designado con RESOLUCIÓN DE DECANO N°0319-2022-UNHEVAL/FCAT-D-UNHEVAL/FCAT-D, de fecha 14.JUL.2022. Procediendo a dar inicio al Acto de Sustentación de tesis para optar el Título Profesional de Licenciado (a) en Administración; siendo los Miembros del Jurado de tesis, los siguientes Profesores, designados con RESOLUCIÓN DE DECANO N°0278-2023-UNHEVAL/FCAT. del 03.JUN.2023, quedando conformado los Miembros del Jurado de la siguiente manera:

<b>Dr. JUAN GARCÍA CÉSPEDES</b>	<b>PRESIDENTE</b>
<b>Dr. JORGE ROMERO VELA</b>	<b>SECRETARIO</b>
<b>Dr. JUVENAL AUBERTO OLIVEROS DÁVILA</b>	<b>VOCAL</b>
<b>Dr. ROGER CÉSPEDES REVELO</b>	<b>ACCESITARIO</b>

Finalizado el Acto de Sustentación de Tesis, se procedió a deliberar y verificar la calificación, habiendo obtenido la nota y resultados siguientes:

TESISTA	Presidente	Secretario	Vocal	PROMEDIO FINAL	PROMEDIO EN LETRAS
<b>MARICARMEN BOBADILLA TINEO</b>	14	15	16	15	QUINCE
<b>EUDOL GUVEL GÓMEZ VARA</b>	14	15	16	15	QUINCE
<b>FRANK CHILAVERT SIMÓN BAILON</b>	14	15	16	15	QUINCE

Se da por concluido el Acto de Sustentación de Tesis a horas 11:40, en fe de lo cual firmamos.

  
Dr. Juan García Céspedes  
**PRESIDENTE**

  
Dr. Jorge Romero Vela  
**SECRETARIO**

  
Dr. Juvenal Auberto Oliveros Dávila  
**VOCAL**



# UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN

Licenciado con Resolución de consejo Directivo N° 099-2019-SUNEDU/CD  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y TURISMO  
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA PROFESIONAL DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

## CONSTANCIA DE APTO DE SIMILITUD N°025-2023-FCAT-UNHEVAL-DUI

De acuerdo con el Reglamento General de Grados y Títulos modificado de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán de Huánuco, aprobado con Resolución de Consejo Universitario N° 03412-2022 UNHEVAL de fecha 24 de octubre de 2022 y en atención a la 4ta. Disposición Complementaria, donde estipula que los trabajos de investigación y tesis de pregrado deberán de tener una similitud máxima del 35%.

El Director de la Unidad de Investigación de la FCAT-UNHEVAL, **hace CONSTAR** que después de aplicado el Software Turnitin, se evidencia una similitud del **25%** con ID de trabajo - oid:27980:238817193 encontrándose bajo los parámetros reglamentarios, en consecuencia se considera **APTO**, adjuntando el reporte de similitud.

**Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado(a) en Administración.**

**“CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO  
EN EL CENTRO DE MEJOR ATENCIÓN AL CIUDADANO,  
HUÁNUCO 2022”**

### Tesistas

Bach. Bobadilla Tineo, Maricarmen  
Bach. Gómez Vara, Eudol Guvel  
Bach. Simon Bailon, Frank Chilavert

### Asesor

Dr. Jesús Aquino, Jorge Luis

Se expide la presente constancia para fines pertinentes.

Huánuco, 07 de junio de 2023.



Dr. Reiter Lozano Dávila  
Director de la Unidad de Investigación  
FACULTAD DE CIENCIAS  
ADMINISTRATIVAS Y  
TURISMO - UNHEVAL

## NOMBRE DEL TRABAJO

“CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN EL CENTRO DE MEJOR ATENCIÓN AL CIUDADANO, HUÁNUCO 2022”

## AUTOR

Bobadilla Tineo, Maricarmen; Gómez Var a, Eudol Guvel; Simon Bailon, Frank Chila vert

## RECUENTO DE PALABRAS

**24624 Words**

## RECUENTO DE CARACTERES

**128859 Characters**

## RECUENTO DE PÁGINAS

**124 Pages**

## TAMAÑO DEL ARCHIVO

**1.5MB**

## FECHA DE ENTREGA

**Jun 7, 2023 9:53 AM GMT-5**

## FECHA DEL INFORME

**Jun 7, 2023 9:54 AM GMT-5**

### ● 25% de similitud general


El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos

- 24% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 7% Base de datos de trabajos entregados
- 2% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

### ● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Bloques de texto excluidos manualmente
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 15 palabras)



  
Dr. Reiter Lozano Dávila  
Director de la Unidad de Investigación  
FCAT – UNHEVAL

## AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DIGITAL Y DECLARACIÓN JURADA DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR UN GRADO ACADÉMICO O TÍTULO PROFESIONAL

### 1. Autorización de Publicación: (Marque con una "X")

<b>Pregrado</b>	x	<b>Segunda Especialidad</b>		<b>Posgrado:</b>	Maestría		Doctorado	
-----------------	---	-----------------------------	--	------------------	----------	--	-----------	--

Pregrado (tal y como está registrado en **SUNEDU**)

<b>Facultad</b>	Ciencias Administrativas y Turismo
<b>Escuela Profesional</b>	Ciencias Administrativas
<b>Carrera Profesional</b>	Ciencias Administrativas
<b>Grado que otorga</b>	
<b>Título que otorga</b>	Licenciado (a) en Administración

Segunda especialidad (tal y como está registrado en **SUNEDU**)

<b>Facultad</b>	
<b>Nombre del programa</b>	
<b>Título que Otorga</b>	

Posgrado (tal y como está registrado en **SUNEDU**)

<b>Nombre del Programa de estudio</b>	
<b>Grado que otorga</b>	

### 2. Datos del Autor(es): (Ingrese todos los datos requeridos completos)

<b>Apellidos y Nombres:</b>	BOBADILLA TINEO, Maricarmen							
<b>Tipo de Documento:</b>	DNI	X	Pasaporte		C.E.		<b>Nro. de Celular:</b>	925549213
<b>Nro. de Documento:</b>	72389586					<b>Correo Electrónico:</b>	bobadillamaricarmen@gmail.com	

<b>Apellidos y Nombres:</b>	GOMEZ VARA, Eudol Guvel							
<b>Tipo de Documento:</b>	DNI	X	Pasaporte		C.E.		<b>Nro. de Celular:</b>	990417609
<b>Nro. de Documento:</b>	72625741					<b>Correo Electrónico:</b>	gomez17adm@gmail.com	

<b>Apellidos y Nombres:</b>	SIMON BAILON, Frank Chilavert							
<b>Tipo de Documento:</b>	DNI	X	Pasaporte		C.E.		<b>Nro. de Celular:</b>	982423786
<b>Nro. de Documento:</b>	73307706					<b>Correo Electrónico:</b>	chilavertbailon@gmail.com	

### 3. Datos del Asesor: (Ingrese todos los datos requeridos completos según DNI, no es necesario indicar el Grado Académico del Asesor)

<b>¿El Trabajo de Investigación cuenta con un Asesor?:</b> (marque con una "X" en el recuadro del costado, según corresponda)	SI	x	NO			
<b>Apellidos y Nombres:</b>	JESÚS AQUINO, Jorge Luis			<b>ORCID ID:</b>	<a href="https://orcid.org/0000-0003-3621-4652">https://orcid.org/0000-0003-3621-4652</a>	
<b>Tipo de Documento:</b>	DNI	x	Pasaporte		<b>Nro. de documento:</b>	43333660

### 4. Datos del Jurado calificador: (Ingrese solamente los Apellidos y Nombres completos según DNI, no es necesario indicar el Grado Académico del Jurado)

<b>Presidente:</b>	Dr. GARCÍA CÉSPEDES, Juan
<b>Secretario:</b>	Dr. ROMERO VELA, Jorge
<b>Vocal:</b>	Dr. OLIVEROS DÁVILA, Juvenal Auberto
<b>Vocal:</b>	
<b>Vocal:</b>	
<b>Accesitario</b>	Dr. CÉSPEDES REVELO, Roger



**5. Declaración Jurada:** (Ingrese todos los **datos** requeridos **completos**)

<b>a) Soy Autor (a) (es) del Trabajo de Investigación Titulado:</b> (Ingrese el título tal y como está registrado en el <b>Acta de Sustentación</b> )	
CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN EL CENTRO DE MEJOR ATENCIÓN AL CIUDADANO, HUÁNUCO 2022.	
<b>b) El Trabajo de Investigación fue sustentado para optar el Grado Académico ó Título Profesional de:</b> (tal y como está registrado en <b>SUNEDU</b> )	
<b>Licenciado (a) en Administración</b>	
<b>c) El Trabajo de investigación no contiene plagio</b> (ninguna frase completa o párrafo del documento corresponde a otro autor sin haber sido citado previamente), ni total ni parcial, para lo cual se han respetado las normas internacionales de citas y referencias.	
<b>d) El trabajo de investigación presentado no atenta contra derechos de terceros.</b>	
<b>e) El trabajo de investigación no ha sido publicado, ni presentado anteriormente para obtener algún Grado Académico o Título profesional.</b>	
<b>f) Los datos presentados en los resultados</b> (tablas, gráficos, textos) no han sido falsificados, ni presentados sin citar la fuente.	
<b>g) Los archivos digitales que entrego contienen la versión final del documento sustentado y aprobado por el jurado.</b>	
<b>h) Por lo expuesto, mediante la presente asumo frente a la Universidad Nacional Hermilio Valdizan</b> (en adelante LA UNIVERSIDAD), cualquier responsabilidad que pudiera derivarse por la autoría, originalidad y veracidad del contenido del Trabajo de Investigación, así como por los derechos de la obra y/o invención presentada. En consecuencia, me hago responsable frente a LA UNIVERSIDAD y frente a terceros de cualquier daño que pudiera ocasionar a LA UNIVERSIDAD o a terceros, por el incumplimiento de lo declarado o que pudiera encontrar causas en la tesis presentada, asumiendo todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse de ello. Asimismo, por la presente me comprometo a asumir además todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse para LA UNIVERSIDAD en favor de terceros con motivo de acciones, reclamaciones o conflictos derivados del incumplimiento de lo declarado o las que encontraren causa en el contenido del trabajo de investigación. De identificarse fraude, piratería, plagio, falsificación o que el trabajo haya sido publicado anteriormente; asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad Nacional Hermilio Valdizan.	

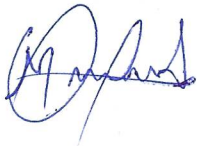

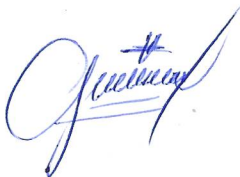



**6. Datos del Documento Digital a Publicar:** (Ingrese todos los **datos** requeridos **completos**)

<b>Ingrese solo el año en el que sustentó su Trabajo de Investigación:</b> (Verifique la Información en el <b>Acta de Sustentación</b> )			2023				
<b>Modalidad de obtención del Grado Académico o Título Profesional:</b> (Marque con X según Ley Universitaria con la que inició sus estudios)	<b>Tesis</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Tesis Formato Artículo</b>	<input type="checkbox"/>	<b>Tesis Formato Patente de Invención</b>	<input type="checkbox"/>	
	<b>Trabajo de Investigación</b>	<input type="checkbox"/>	<b>Trabajo de Suficiencia Profesional</b>	<input type="checkbox"/>	<b>Tesis Formato Libro, revisado por Pares Externos</b>	<input type="checkbox"/>	
	<b>Trabajo Académico</b>	<input type="checkbox"/>	<b>Otros (especifique modalidad)</b>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
<b>Palabras Clave:</b> (solo se requieren 3 palabras)	Calidad del Servicio	Satisfacción del Usuario	Centro de Mejor Atención al Ciudadano				
<b>Tipo de Acceso:</b> (Marque con X según corresponda)	<b>Acceso Abierto</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Condición Cerrada (*)</b>	<input type="checkbox"/>			
	<b>Con Periodo de Embargo (*)</b>	<input type="checkbox"/>	<b>Fecha de Fin de Embargo:</b>				
<b>¿El Trabajo de Investigación, fue realizado en el marco de una Agencia Patrocinadora?</b> (ya sea por financiamientos de proyectos, esquema financiero, beca, subvención u otras; marcar con una "X" en el recuadro del costado según corresponda):					<input type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	<input checked="" type="checkbox"/> X
<b>Información de la Agencia Patrocinadora:</b>							

El trabajo de investigación en digital y físico tienen los mismos registros del presente documento como son: Denominación del programa Académico, Denominación del Grado Académico o Título profesional, Nombres y Apellidos del autor, Asesor y Jurado calificador tal y como figura en el Documento de Identidad, Título completo del Trabajo de Investigación y Modalidad de Obtención del Grado Académico o Título Profesional según la Ley Universitaria con la que se inició los estudios.

**7. Autorización de Publicación Digital:**

A través de la presente. Autorizo de manera gratuita a la Universidad Nacional Hermilio Valdizán a publicar la versión electrónica de este Trabajo de Investigación en su Biblioteca Virtual, Portal Web, Repositorio Institucional y Base de Datos académica, por plazo indefinido, consintiendo que con dicha autorización cualquier tercero podrá acceder a dichas páginas de manera gratuita pudiendo revisarla, imprimirla o grabarla siempre y cuando se respete la autoría y sea citada correctamente. Se autoriza cambiar el contenido de forma, más no de fondo, para propósitos de estandarización de formatos, como también establecer los metadatos correspondientes.

 <b>Firma:</b>		
<b>Apellidos y Nombres:</b>	BOBADILLA TINEO, Maricarmen	<b>Huella Digital</b>
<b>DNI:</b>	72389586	
 <b>Firma:</b>		
<b>Apellidos y Nombres:</b>	GÓMEZ VARA, Eudol Guvel	<b>Huella Digital</b>
<b>DNI:</b>	72625741	
 <b>Firma:</b>		
<b>Apellidos y Nombres:</b>	SIMON BAILON, Frank Chilavert	<b>Huella Digital</b>
<b>DNI:</b>	73307706	
<b>Fecha: 21/08/2023</b>		

**Nota:**

- ✓ No modificar los textos preestablecidos, conservar la estructura del documento.
- ✓ Marque con una X en el recuadro que corresponde.
- ✓ Llenar este formato de forma digital, con tipo de letra **calibri**, **tamaño de fuente 09**, manteniendo la alineación del texto que observa en el modelo, sin errores gramaticales (*recuerde las mayúsculas también se tildan si corresponde*).
- ✓ La información que escriba en este formato debe coincidir con la información registrada en los demás archivos y/o formatos que presente, tales como: DNI, Acta de Sustentación, Trabajo de Investigación (PDF) y Declaración Jurada.
- ✓ Cada uno de los datos requeridos en este formato, es de carácter obligatorio según corresponda.