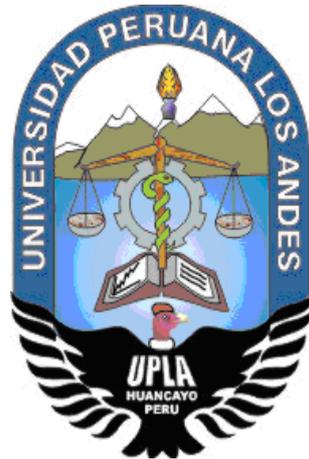


**UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES**  
**ESCUELA DE POSGRADO**  
**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN**



**TESIS**

**CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO  
EN LA OFICINA DE ACTAS, REGISTROS Y CERTIFICADOS  
DE LA FCCSS UPLA 2019**

**Para optar** : El grado académico de Maestro en Administración,  
Mención: gestión empresarial

**Autor** : Cesar Cristtian, Ríos Ochoa

**Asesor** : Mg. Abdón Casiano, Maita Franco

**Línea de investigación  
institucional** : Ciencias empresariales y gestión de los recursos

**Fecha de inicio/  
término** : Enero 2019 / Enero 2021

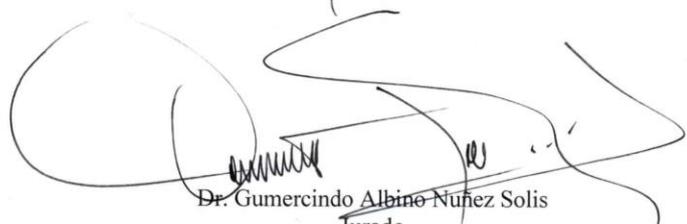
**HUANCAYO – PERÚ**

**2021**

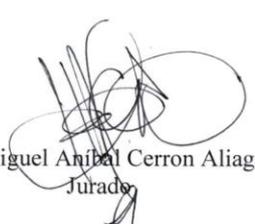
**JURADOS DE SUSTENTACIÓN DE TESIS**



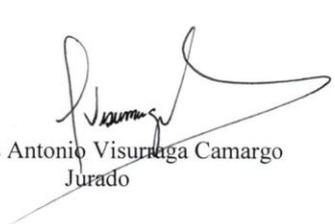
Dr. Aguedo Alvino Bejar Mormontoy  
Presidente



Dr. Gumercindo Albino Nuñez Solís  
Jurado



Mg. Miguel Anibal Cerron Aliaga  
Jurado



Mg. Luis Antonio Visuraga Camargo  
Jurado



Dr. Uldarico Inocencio Aguado Riveros  
Secretario Académico

---

**ASESOR: MG. ABDÓN CASIANO, MAITA FRANCO**

**DEDICATORIA:**

Recuerda que nadie recoge su cosecha sin sembrar muchas semillas y abonar muchas tierras.

El presente trabajo de investigación es una semilla más para mi familia.

A Dios y mis padres por darme la vida y permitir llegar a este momento muy importante.

A todas las personas que siempre creyeron en mí y apoyaron mis proyectos.

Cesar

## **AGRADECIMIENTO**

A mi alma mater por forjar mi formación profesional.

A la Escuela de Posgrado, por sus magistrales lecciones en los diferentes programas.

A los docentes de la Unidad de posgrado de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables.

A mi asesor Mg. Abdón Casiano, Maita Franco, por su constante apoyo y acertada dirección para culminar este trabajo.

El autor

## CONTENIDO

Caratula	i
Hoja de conformidad de jurados	ii
Página de asesor	iii
Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Contenido	vi
Resumen	xii
Abstract	xiii
Introducción	xiv

## CAPÍTULO I

### 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la realidad problemática	15
1.2 Delimitación del problema	16
1.3 Formulación del problema	17
Problema general	17
Problemas específicos	17
1.4 Justificación	17
1.5 Objetivos	18
Objetivo general	18
Objetivos específicos	18

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes	19
Nivel Nacional	19

Nivel Internacional	20
2.2 Bases teóricas	21
2.3 Marco Conceptual	26
<b>CAPÍTULO III</b>	
<b>3. HIPÓTESIS</b>	
3.1 Hipótesis general	28
3.2 Hipótesis específicos	28
3.3 Variables	28
Operacionalización de variables	30
<b>CAPÍTULO IV</b>	
<b>4. METODOLOGÍA</b>	
4.1 Método de investigación	32
4.2 Tipo de investigación	32
4.3 Nivel de investigación	33
4.4 Diseño de investigación	33
4.5 Población y muestra	34
4.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	35
4.7 Técnicas de procesamientos y análisis de datos	36
4.8 Aspectos éticos de la investigación	37
4.9 Elaboración de procesamiento de datos	37
4.10 Confiabilidad de las dos variables	37
<b>CAPÍTULO V</b>	
<b>5. RESULTADOS</b>	
5.1 Descripción de resultados	39
5.2 Constratación de hipótesis	49

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	61
CONCLUSIONES	64
RECOMENDACIONES	65
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	66
ANEXOS	
✓ Matriz de consistencia	69
✓ Matriz de operacionalización de variables	71
✓ Matriz de operacionalización de instrumento	72
✓ Instrumento de investigación y constancia de su aplicación	75
✓ Confiabilidad y validez del instrumento	77
✓ Consentimiento informado	80
✓ Fotos de la aplicación del instrumento	81

### **CONTENIDO DE TABLAS**

Tabla N° 1	: Resumen del procesamiento de los casos	37
Tabla N° 2	: Estadísticos de la fiabilidad	37
Tabla N° 3	: Valorización de la confiabilidad	38

### **CONTENIDO DE FIGURAS**

Figura N° 1	: Muestra de estudio mediante Software	34
-------------	--	----

### **CONTENIDO DE CUADROS**

Cuadro N° 1	: Resultados de la dimensión Infraestructura	39
Cuadro N° 2	: Resultados de la dimensión Comunicación	40
Cuadro N° 3	: Resultados de la dimensión Confiabilidad	42
Cuadro N° 4	: Resultados de la variable Calidad de servicio	43
Cuadro N° 5	: Resultados de la dimensión rendimiento percibido	45
Cuadro N° 6	: Resultados de la dimensión Expectativas	46
Cuadro N° 7	: Resultados de la variable 2	47
Cuadro N° 8	: Resultados de la variable 1	50
Cuadro N° 9	: Pruebas de Chi cuadrado	50
Cuadro N° 10	: Correlación entre variables	51
Cuadro N° 11	: Tabla de contingencia	53
Cuadro N° 12	: Prueba de Chi cuadrado	53
Cuadro N° 13	: Correlación entre dimensión y variable	54
Cuadro N° 14	: Tabla de contingencia	56
Cuadro N° 15	: Prueba de Chi cuadrado	56
Cuadro N° 16	: Correlación entre dimensión y variable	57
Cuadro N° 17	: Tabla de contingencias	59

Cuadro N° 18	: Prueba de Chi cuadrado	59
Cuadro N° 19	: Correlación entre dimensión y variable	60

### **CONTENIDO DE GRÁFICOS**

Gráfico N° 1	: Dimensión infraestructura	40
Gráfico N° 2	: Dimensión comunicación	41
Gráfico N° 3	: Dimensión confiabilidad	42
Gráfico N° 4	: Variable calidad de servicio	44
Gráfico N° 5	: Dimensión rendimiento percibido	45
Gráfico N° 6	: Dimensión expectativas	47
Gráfico N° 7	: Variable 2	48
Gráfico N° 8	: Esquema de la prueba Chi cuadrado ( $x^2$ )	50
Gráfico N° 9	: Esquema de la prueba Chi cuadrado ( $x^2$ )	53
Gráfico N° 10	: Esquema de la prueba Chi cuadrado ( $x^2$ )	56
Gráfico N° 11	: Esquema de la prueba Chi cuadrado ( $x^2$ )	59

## RESUMEN

La presente tesis titulada: Calidad de servicio y satisfacción del usuario en la oficina de actas, registros y certificados de la FCCSS UPLA 2019, tiene como finalidad solucionar problemas referentes al servicio al usuario en la oficina de actas, registros y certificados de la Facultad de Ciencias de la Salud en la Universidad Peruana Los Andes, ubicado en el campus de la urbanización Chorrillos, lo que permita que los usuarios, ya sean alumnos de pregrado y posgrado, ex alumnos y padres de familia, puedan sentirse satisfechos al recibir un servicio de calidad, puedan percibir un adecuado rendimiento o eficiencia y así superar sus expectativas, lo que se traduciría en una total confianza a esta entidad privada. Así mismo, la presente tesis, tiene como objetivo general determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y satisfacción del usuario en la oficina de actas, registros y certificados de la Facultad de Ciencias de la Salud en la Universidad Peruana Los Andes en Huancayo año 2019. En la investigación se aplicó el tipo de investigación básica, nivel de investigación correlacional y método descriptivo. Se esgrimió dos variables, cuya muestra estuvo conformado por 66 estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Salud, a quienes se aplicó el instrumento de la encuesta. Tras el trabajo de campo descriptivo y correlacional, se demostró que existen relaciones significativas entre las variables con sus respectivas dimensiones.

### **Palabras clave:**

Calidad, satisfacción, cordialidad, amabilidad y eficacia.

## ABSTRACT

This thesis entitled: Quality of service and user satisfaction in the office of minutes, records and certificates of the FCCSS UPLA 2019, aims to solve problems related to user service in the office of minutes, records and certificates of the Faculty of Health Sciences at the Universidad Peruana Los Andes, located on the campus of the Chorrillos urbanization, which allows users, whether they are undergraduate and graduate students, alumni and parents, to feel satisfied when receiving a service of quality, they can perceive adequate performance or efficiency and thus exceed their expectations, which would translate into total confidence in this private entity. Likewise, this thesis has the general objective of determining the relationship that exists between the quality of service and user satisfaction in the office of minutes, records and certificates of the Faculty of Health Sciences at the Universidad Peruana Los Andes in Huancayo year 2019. The type of basic research, correlational research level and descriptive method were applied in the research. Two variables were used, whose sample consisted of 66 students from the Faculty of Health Sciences, to whom the survey instrument was applied. After descriptive and correlational field work, it was shown that there are significant relationships between the variables with their respective dimensions.

### **Keywords:**

Quality, satisfaction, cordiality, kindness and efficiency.

## INTRODUCCIÓN

La presente tesis titulada: Calidad de servicio y satisfacción del usuario en la oficina de actas, registros y certificados de la FCCSS UPLA 2019, trata de estudiar el comportamiento actitudinal de las dos variables a través de las dimensiones: Infraestructura, comunicación, confiabilidad, instalaciones, equipos y suministros, cordialidad, comunicación efectiva, eficiencia, rendimiento percibido, expectativas, resultados, percepciones, estado de ánimo, experiencias previas, opiniones externas y promesas externas.

La formulación del problema es el siguiente: ¿Qué relación existe entre la Calidad de servicio y la Satisfacción del usuario en la oficina de actas, registros y certificados de la FCCSS UPLA 2019?, interrogante que nos conlleva a realizar este proyecto de investigación.

El informe de investigación, está conformado en cinco capítulos:

CAPÍTULO I: Planteamiento del problema, que contiene la descripción de la realidad problemática así como la delimitación, la formulación, la justificación, los objetivos de la investigación.

CAPÍTULO II: Marco Teórico, contiene la compilación de antecedentes, bases teóricas y marco conceptual.

CAPÍTULO III: Hipótesis, muestra la hipótesis general, hipótesis específicas y variables.

CAPÍTULO IV: Metodología que contiene: método, tipo, nivel, diseño de investigación, asimismo la población y muestra, técnicas e instrumentos de recolección de datos, técnicas de procesamiento y análisis de datos, aspectos éticos de la investigación, elaboración de procesamiento de datos y confiabilidad de instrumentos de las variables.

CAPÍTULO V: Resultados, aquí se presenta la descripción del resultado y la contrastación de la hipótesis

Y al término de esta labor científica, puedo afirmar que la Universidad Peruana Los Andes con un enfoque estratégico desde el seno de la organización tendrá una perspectiva de liderazgo y competitividad, lo que redundará en su continuo crecimiento institucional y económico de manera sostenible en el tiempo.

## CAPÍTULO I

### PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

#### 1.1. Descripción de la Realidad Problemática

La calidad de servicio se desprende de una visión muy amplia, que involucra la percepción de lo tangible e intangible de parte del cliente que experimenta un servicio o adquiere un producto. En tanto que la satisfacción del cliente abarca también, un concepto no solo basado en aspecto económico, sino en la experiencia que este tiene involucrando su grado de satisfacción.

Las universidades en el territorio peruano, se encuentran en constante crecimiento y desarrollo debido al creciente y constante número de alumnos que estas tienen, por lo tanto, deben brindar mejores servicios, en educación, infraestructura, administración, investigación, entre otros.

La Universidad Peruana Los Andes, se encuentra actualmente licenciada mediante la Resolución del Consejo N° 025-2020-SUNEDU-CD del 13 de febrero 2020 y próximamente logrará la acreditación. Para ello la universidad debe tener una mejora continua en el aspecto educativo, administrativo, investigación y otros, que lo harán diferente de otras universidades.

Todo esto, enfocado a la mejora de los servicios en atención de los usuarios:

1. Infraestructura, con ambientes pequeños, paredes y techos deteriorados, accesibilidad inadecuada, (ambientes diseñados para aulas).
2. Comunicación, inapropiada y falta de comunicación de los tramites a los estudiantes, egresados y usuarios (no hay fluidez en la comunicación).
3. Confiabilidad, los estudiantes egresados y usuarios se sienten insatisfechos por la demora en la atención de sus trámites, generando un ambiente de desconfianza, (no cumplen las fechas establecidas).

En ese sentido, la oficina de actas, registros y certificados de la Facultad de Ciencias de la Salud de la Universidad Peruana Los Andes, brinda el servicio de trámite, gestión y entrega de documentos para los alumnos de pregrado y posgrado, ex alumnos y padres de familia de esta facultad, sin embargo existe aspectos que no cumplen los estándares de calidad, direccionada a la eficiencia y mejora de los aspectos administrativos.

Por ello, se observa que los estudiantes, egresados de pre y pos grado (usuarios de la facultad) se encuentran descontentos con varios aspectos del servicio. No todos están de acuerdo, muchos muestran su descontento, notándose fácil por deducción percibir la incomodidad.

La **infraestructura**, es por lo tanto, sumamente necesario que cuente con una oficina debidamente implementada en donde los usuarios puedan sentirse cómodos para tramitar y posteriormente recibir sus documentos solicitados, la **comunicación** debe ser cordial y efectiva para evitar molestias y errores que podrían cometerse, y generar **confiabilidad** en los usuarios al gestionar y entregar los documentos solicitados en los plazos establecidos. Por lo que el problema que se pretende investigar se enfoca en la relación que existe entre calidad del servicio y satisfacción del usuario en la oficina de actas, registros y certificados de la Facultad de Ciencias de la Salud de la Universidad Peruana Los Andes 2019.

## **1.2. Delimitación del Problema**

Con el objeto de situar la investigación a los objetivos que persigue, a continuación, se define el tiempo, espacio y la identificación de los principales conceptos que va a comprender:

### **1.2.1. Delimitación Espacial**

Se delimita las instalaciones de la Facultad de Ciencias de la Salud de la Universidad Peruana Los Andes.

### **1.2.2. Delimitación Temporal**

El trabajo de investigación se llevó a cabo en el año 2019.

### **1.2.3. Delimitación Conceptual**

Esta investigación abarca dos conceptos fundamentales de estudio en el área de la Administración, como son las variables, así como la definición de conceptos básicos de sus dimensiones establecidas.

## **1.3. Formulación del Problema**

### **1.3.1. Problema General**

¿Qué relación existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en la oficina de actas, registros y certificados de la FCCSS UPLA, 2019?

### **1.3.2. Problemas Específicos**

¿Qué relación existe entre la infraestructura y la satisfacción del usuario en la oficina de actas, registros y certificados de la FCCSS UPLA, 2019?

¿Qué relación existe entre la comunicación y la satisfacción del usuario en la oficina de actas, registros y certificados de la FCCSS UPLA, 2019?

¿Qué relación existe entre la confiabilidad y la satisfacción del usuario en la oficina de actas, registros y certificados de la FCCSS UPLA, 2019?

## **1.4. Justificación**

### **1.4.1. Teórica**

Nos enfocamos en el desarrollo teórico y en la ampliación de las variables, que se desenvuelven de forma moderada, y que pueden detallar, desplegar y afirmar teorías ya destacadas y desarrolladas por diversos autores, conocedores del tema. Asimismo, se podrá percibir y entender la interacción entre las variables planteadas.

#### **1.4.2. Metodológica**

Se justifica el presente trabajo en el propósito de determinar mejores instrumentos de medición y revisión estadística de estos, así de igual forma establecer si el nivel y diseño de investigación planteados son los correctos.

#### **1.4.3. Social**

Socialmente la investigación se enfoca en el beneficio a los trabajadores internos de la oficina de actas, registros y certificados de la Facultad de Ciencias de la Salud de la Universidad Peruana Los Andes que laboran en dicha oficina, así como los usuarios que acuden diariamente a solicitar y tramitar documentos propios.

### **1.5. Objetivos**

#### **1.5.1. Objetivo General**

Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en la oficina de actas, registros y certificados de la FCCSS UPLA, 2019.

#### **1.5.2. Objetivos Específicos**

Determinar la relación que existe entre la Infraestructura y la Satisfacción del usuario en la oficina de actas, registros y certificados de la FCCSS UPLA, 2019.

Determinar la relación que existe entre la Comunicación y la Satisfacción del usuario en la oficina de actas, registros y certificados de la FCCSS UPLA, 2019.

Determinar la relación que existe entre la Confiabilidad y la Satisfacción del usuario en la oficina de actas, registros y certificados de la FCCSS UPLA, 2019.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1 Antecedentes

##### A Nivel Nacional

Soriano de Silva L., Milsa C. y Siancas Ascoy, C. L. (2016) en su tesis titulada: *Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente en una Entidad Bancaria de Trujillo*. Donde llega a la siguiente conclusión general: “Se logró medir la relación entre la satisfacción del cliente y la calidad del servicio bancario, concluyendo que se denota a nivel positivo (...). Esto implica que, la percepción de calidad de servicio, corresponde a una mayor satisfacción del cliente.” (p. 85).

Ñahuirima Tica Y. M. (2015) en su tesis titulada: *Calidad de servicio y satisfacción del cliente de las pollerías del distrito de Andahuaylas, Región Apurímac*. Donde el objetivo general de la investigación es: demostrar el nivel de significancia entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en las pollerías del distrito de Andahuaylas.” (p. 32).

La conclusión es “(...) existe suficiente evidencia estadística para aceptar la hipótesis que sostiene la relación, indicando una correlación positiva alta. Asimismo, se evidencia un nivel de confianza 99% que existe relación significativa entre las variables calidad de servicio y satisfacción del cliente de las pollerías del distrito de Andahuaylas, provincia de Andahuaylas, región Apurímac, 2015.” (p. 115).

Paulo Millones Zagal P. (2016), en su tesis titulada: *Medición y control del nivel de satisfacción de los clientes en un supermercado*, donde se llegan a las siguientes conclusiones basándose en que:

“el entorno de hiper competitividad hace que las empresas formulen estrategias más agresivas para la captación y fidelización de clientes. La globalización supone un criterio

que impulsa estas acciones, intensificando así la presión por ofrecer un servicio de alta calidad para permanecer en el mercado, ya que el mantener un control sobre los clientes se ha hecho muy difícil; por lo que el coeficiente de correlación demuestra la existencia de una relación significativa”

### **A Nivel Internacional**

Imbroda Ortiz, J. (2014) en su tesis titulada: *Análisis de la fidelización y la satisfacción del usuario de centros deportivos*. Donde el objetivo fue: “comprobar el grado de satisfacción de los usuarios de los centros deportivos de gestión exclusivamente municipal en la ciudad de Málaga” (p. 25), donde se llegó a la siguiente conclusión:

“Se valoró que la sensación de calidad que tienen los 10 usuarios y a través de la aplicación del instrumento CECASDEP utilizado en la encuesta de satisfacción de los usuarios, refiere que, para el proceso sistemático y continuo de la evaluación de productos, servicios y procedimientos de trabajo, el incremento de la práctica deportiva es significativamente superior a años precedentes.” (p. 135).

Reyes Hernández, S. P. (2017) en su tesis titulada: *Calidad del servicio para aumentar la satisfacción del cliente de la Asociación Share sede Huehuetenango*. Donde el objetivo fue el de: “verificar si la calidad del servicio aumenta la satisfacción del cliente en asociación SHARE” (p. 34)... Los resultados del estudio fueron:

“(...) la asociación carece de una política de capacitación al personal, para la mejora de la calidad del servicio, ya que la información que ofrece a los clientes es incompleta, también tiene demoras en la gestión administrativa, y refleja poca prontitud al momento de atender al cliente y no existe un protocolo de servicio.”

Chang Figueroa, J. J. (2014), en su tesis titulada: *Atención al cliente en los servicios de la Municipalidad de Malacatán San Marcos, Guatemala*. Donde indica que: “la modernización de las instituciones, es tan solo uno de los resultados que actualmente se

ha dado por el fenómeno de la globalización, en el cual se considera que es básico y fundamental el enfoque a la satisfacción del cliente” (p. 63).

- “(...) en la Municipalidad de Malacatán, San Marcos, la atención al cliente carece de una línea estratégica para la ejecución de las funciones de los trabajadores; además de contar con una adecuada infraestructura, que genere una imagen institucional que persiga en su conjunto.” (p. 123).
- “Afirmando como la mayoría de usuarios, califica la atención que actualmente se le brinda en la Municipalidad de Malacatán, San Marcos es entre regular y buena; pero el análisis de los aspectos tangibles e intangibles que la conforman, denotan una percepción deficiente.” (p. 124).

Francisco Javier, D. J. (2012), en su tesis titulada: *Calidad y satisfacción en el servicio a clientes de la Industria Automotriz: análisis de principales factores que afectan la evaluación de los clientes*. Donde se buscó identificar en el servicio de la industria automotriz las principales causas de insatisfacción.

Llegando a la siguiente conclusión: “la evaluación que los clientes hacen sobre el desempeño de las actividades realizadas en los servicios de las distintas marcas ofrecen, tienen factores comunes. Las principales causas de insatisfacción que denotan los clientes son compartidas por las marcas.”

## **2.2 Bases Teóricas**

### **2.2.1 Calidad de Servicio**

#### **a) ¿Quién es el Cliente?**

En la actualidad, las empresas que ofrecen productos y servicios se centran en la experiencia que se ofrece al cliente, que involucra las características, necesidades, emociones, expectativas y deseos, enfocadas en la mayor

obtención de información de este para mejorar los servicios y productos ofrecidos.

Pero, es necesario hacer una diferencia dentro del concepto de cliente; donde existen dos tipos, el consumidor y el usuario, donde el primero es el que compra el producto o servicios y el usuario el que emplea o usa; pero en la actualidad, esta diferenciación carece de valor.

Para la AMA (American Marketing Association), el cliente es el potencial objetivo que tiene que preocuparse la organización.

#### **b) ¿Qué es el Servicio al Cliente?**

El servicio al cliente corresponde al servicio brindado al cliente para la absolución de dudas, quejas, reclamos y sugerencias, que se resume en el contacto de la empresa al cliente; pero es necesario diferenciar el producto por el que se realiza la transacción y el servicio que rodea a este.

Es, también, la acción que se efectúa en beneficio del cliente o usuario, mostrando interés y brindando una atención personalizada.

Brindar servicios implica mostrar interés por los anhelos y necesidad de los clientes o usuarios de nuestra organización, con el fin de satisfacer los mismos. El servicio es no material, no es físico, no se puede colocar en bolsos, mochilas, sino que se encuentra en nuestro interior y tiene resultados positivos en el cliente o usuario, así como satisfacción laboral a quien lo brinda.

Una organización tiene como objetivo primero el de generar utilidades, a la vez que satisface las necesidades de sus clientes, por lo tanto, debería de existir un equilibrio entre:

- Calidad del producto
- Calidad del servicio al cliente

- Costos

**c) Características**

El servicio es el resultado de la culminación de un proceso, y por lo tanto tiene ciertas características:

- No se almacena
- No es reproducible
- No tiene propietario
- No se divide
- Es temporal
- Lo genera el cliente

**d) Dimensiones**

**1. Infraestructura:** Un aspecto básico para la atención del cliente es tener un ambiente adecuado y condicionada para brindar el servicio a éste:

- Acceso adecuado a oficinas.
- Zonas de atención
- Información y costos de los servicios a brindar
- Personal disponible
- Equipos y materiales disponibles
- Información sobre los horarios de atención

**2. Comunicación:** Como la forma de expresar información de forma adecuada, a través de canales específicos, con características propias.

Cuando la organización promueve un canal de comunicación directa y efectiva, esta demuestra ser una fortaleza que mejora la identidad organizacional.

**3. Confiabilidad:** Es la percepción positiva del servicio obtenido por parte del cliente, el cual medirá como se realizó dicho servicio; seguridad que el cliente tiene al recibir el servicio en el lugar y tiempo y tendrá los siguientes indicadores:

- La experiencia del usuario frente al servicio.
- Adecuada atención.
- Solución de problemas por parte del personal
- Eficiencia de la atención (tiempo y lugar)
- Cortesía y amabilidad
- Canal de comunicación adecuado
- Interés por parte del personal para atenderlo

**e) Factores que Influyen la Satisfacción del Cliente o Usuario**

- Eficiencia: Brindar la información necesaria y oportuna al cliente o usuario.
- Confianza: Conferir autoridad al personal al que se le está haciendo la consulta.
- Servicio: Asistencia en consultas, sugerencias, tomar acciones anticipadas.
- Interés por el cliente: Aprecio por la necesidad del cliente.

### **2.2.2 Satisfacción del Cliente**

En la actualidad, el concepto de satisfacción al cliente abarca no solo en las mejoras de ciertas características del producto o servicio. Es por esto que el objetivo de mantener fidelizado al cliente, traspasa las barreras funcionales, como lo puede ser la producción.

Es entonces vital, que, en el aspecto del marketing, se debe de repasar y reformular las estrategias de satisfacción, basadas en las expectativas del cliente, donde la experiencia va a la par de la transacción que se podría realizar.

**a) Definición de Satisfacción al Cliente**

El grado de aceptación que tiene el cliente con respecto al rendimiento y experiencia que se da por un bien o un servicio, se define como satisfacción.

**b) Dimensiones**

**1. El Rendimiento Percibido:** Corresponde a la forma en cómo se dio el producto o servicio, basado en el resultado dado, que puede ser obtenido a través de información que el cliente da y que se caracteriza por:

- El cliente lo determina desde su punto de vista
- En base a los resultados esperados u obtenidos
- Es subjetivo más que objetivo
- Es susceptible en opiniones y el boca a boca
- Es emocional y se influye con el pensamiento

**2. Las Expectativas:** Corresponde a la aspiración del cliente en la obtención de algo relacionado al servicio o producto y que se producen en situaciones como:

- Comunicación sobre las características que se ofrecen
- Vivencias de otros compradores.
- Concepto de clientes, usuarios, etc.
- Ofrecimiento de los competidores.

**c) Beneficios de Lograr la Satisfacción del Cliente**

El fruto que se da en relación a la supuesta satisfacción de un cliente se basa en la experiencia que este tuvo, lo cual impacta de forma notoria en su

elección y toma de decisiones, así como también en el marketing de difusión entre estos y otros clientes potenciales, por lo que los beneficios pueden clasificarse por:

- Lealtad.
- Difusión.
- Participación en el mercado.

### **2.3 Marco Conceptual**

#### **1. Servicio de calidad:**

Es el grado en el que la atención satisface las necesidades o requerimientos que tiene el usuario.

#### **2. Satisfacción del Usuario:**

Es un indicador que nos proporciona anticipadamente información sobre el comportamiento del consumidor sobre una organización, su preferencia y su lealtad.

#### **3. Servicio al Cliente:**

Corresponde al contacto entre empresa y cliente que pretende absolver dudas, reclamos, quejas o sugerencias.

#### **4. Comunicación:**

Proceso de transmisión de información, entre un emisor y receptor que codifica e interpreta un mensaje el cual debe ser claro y preciso.

#### **5. Confiabilidad:**

Es la percepción positiva del servicio obtenido por parte del cliente, el cual medirá como se realizó dicho servicio; es la seguridad que el cliente tiene al recibir el servicio en el lugar y tiempo.

**6. Expectativas:**

Las expectativas son las esperanzas, ilusiones y anhelos que los clientes aspiran al obtener algo.

**7. Infraestructura:**

Es el ambiente adecuado y condicionado para brindar el servicio al cliente.

**8. Rendimiento percibido:**

El resultado que espera el cliente al haber obtenido un producto o servicio.

## CAPÍTULO III

### HIPÓTESIS

#### 3.1 Hipótesis General

Existe relación directa y significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en la oficina de actas, registros y certificados de la FCCSS UPLA, 2019.

#### 3.2 Hipótesis Específicas

Existe relación directa y significativa entre la infraestructura y la satisfacción del usuario en la oficina de actas, registros y certificados de la FCCSS UPLA, 2019.

Existe relación directa y significativa entre la comunicación y la satisfacción del usuario en la oficina de actas, registros y certificados de la FCCSS UPLA, 2019.

Existe relación directa y significativa entre la confiabilidad y la satisfacción del usuario en la oficina de actas, registros y certificados de la FCCSS UPLA, 2019.

#### 3.3 Variables

##### Variable 1: Calidad de Servicio

###### Definición Conceptual:

Ruiz, (2011, p. 53) “es el grado en el que el servicio satisface las necesidades o requerimientos del consumidor, y en lo posible excederlos, lo que implica hacer las cosas necesarias bien y a la primera, con actitud positiva y espíritu de servicio, relacionado con las características del servicio (infraestructura, comunicación, etc.).”

###### Definición Operacional:

La calidad de servicio constituye las condiciones en las cuales el servicio se brinda y es percibido como de calidad.

**Dimensiones:**

D<sub>1</sub>: Infraestructura

D<sub>2</sub>: Comunicación

D<sub>3</sub>: Confiabilidad

**Variable 2: Satisfacción del Cliente****Definición Conceptual:**

Según Oliver (2007, p. 56-60)'' la diferencia entre las expectativas del usuario y la percepción del rendimiento de los servicios que ha recibido, es el concepto de satisfacción del usuario''

**Definición Operacional:**

La satisfacción del cliente se refiere a la percepción de este respecto a que tan satisfecho se siente al haber adquirido o empleado un servicio concreto.

**Dimensiones:**

D<sub>1</sub>: Rendimiento percibido

D<sub>2</sub>: Expectativas

## Operacionalización de Variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA
Variable independiente: <b>Calidad de servicio</b>	Según Ruiz (2011, p. 53) “es el grado en el que el servicio satisface las necesidades o requerimientos del consumidor, y en lo posible excederlos, lo que implica hacer las cosas necesarias bien y a la primera, con actitud positiva y espíritu de servicio, relacionado con las características del servicio (infraestructura, comunicación, credibilidad).”	La calidad de servicio constituye las condiciones en las cuales el servicio se brinda y es percibido como de calidad.	Infraestructura	Instalaciones Equipos y suministros	Escala Ordinal de Likert:  1: Totalmente en desacuerdo  2: En desacuerdo  3: Indiferente  4: De acuerdo  5: Totalmente de acuerdo
			Comunicación	Cordialidad Comunicación afectiva	
			Confiabilidad	Eficiencia Seguridad	
Variable dependiente:	Según Oliver (2007, p. 56-60) “el concepto de satisfacción del usuario	La satisfacción del cliente se refiere a la percepción de	Rendimiento percibido	Resultados Percepciones	

<b>Satisfacción del cliente</b>	se basa en la diferencia entre las expectativas del usuario y la percepción del rendimiento de los servicios que ha recibido.”	este respecto a que tan satisfecho se siente al haber adquirido o empleado un servicio concreto.		Estado anímico	
			Expectativas	Experiencias previas Opiniones externas Promesas externas	

## CAPÍTULO IV

### METODOLOGÍA

#### 4.1 Método de Investigación

General, que fue la recopilación de hechos que siguen un método ordenado y a base de procedimientos de análisis y contrastación, basada en la teoría de Vara (2012) “Para ser llamado científico, un método de investigación debe basarse en la formulación del problema y la respuesta mediante hipótesis que luego serán contrastadas” (p. 201).

En tanto se determinó como método específico, el hipotético deductivo, que en palabras de Hinojosa (2017) “el método hipotético - deductivo permite la observación de la hipótesis de investigación para consecuentemente poder establecer la afectación de la fenomenología estudiada.” (p. 79)

Por lo que, para la presente investigación, bajo el método hipotético-deductivo, se partirá de la premisa del método deductivo (se llega a la conclusión de la problemática y formulación de hipótesis de estudio) e inductivo (explicación específico).

#### 4.2 Tipo de la Investigación

Aplicada, el cual corresponde a la aplicación de un conocimiento para la medición de las consecuencias que deriven de la acción. Este tipo de investigación, busca la información que puede aplicarse en ciertos contextos para el desarrollo de un conocimiento general.

Al respecto, Hinojosa (2017) manifiesta sobre el tipo de investigación aplicada que “corresponde al análisis netamente teórico de una variable de investigación, que se remonta al desarrollo netamente aplicado de este.” (p. 95).

En consecuencia, esta investigación corresponde al tipo aplicado por el manejo de información; cuantitativo por cuanto se utilizarán instrumentos de medición aplicados en la ejecución y aplicación del estudio, e identificar las características cuantificables para

poder estudiar el fenómeno descrito; además de ser no experimental y transversal por su aplicación en el tiempo.

### **4.3 Nivel de Investigación**

La presente investigación es correlacional, porque mide la correlación que existe entre las dos variables; asimismo, permitirá conocer cómo se comporta una variable conociendo el comportamiento de la otra variable.

Según Hinojosa (2017), “el nivel correlacional corresponde a la identificación de las propiedades y características de un fenómeno que se someta a análisis, que permite la medición o evaluación de estas, en base a sus dimensiones o componentes y se determine la relación entre estas a través de pruebas estadísticas basadas en sus características.” (p. 115-117)

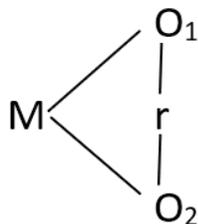
Por lo que la presente investigación, se basará en la descripción del fenómeno relacionada a la calidad de servicio y su relación con la satisfacción de los usuarios como la consecuencia la interacción de estas, desde la perspectiva fenomenológica de establecer el nivel y describirlo en base a las condiciones halladas.

### **4.4 Diseño de la Investigación**

La presente investigación, corresponde al diseño descriptivo correlacional, por cuanto, se pretende determinar el grado de relación que tienen las variables estudiadas.

Según Hinojosa (2017), “el nivel descriptivo correlacional corresponde a la identificación de las propiedades y características de un fenómeno que se someta a análisis, que permite la medición o evaluación de estas, en base a sus dimensiones o componentes y se determine la relación entre estas a través de pruebas estadísticas basadas en sus características.” (p. 116)

Para el presente estudio se empleará el diseño de investigación que corresponde al siguiente esquema:



M= muestra

O1= observación de la primera variable

O2= observación de la segunda variable

R= correlación

#### 4.5 Población y Muestra

La población corresponde al conjunto general de los sujetos a estudiarse. Los sujetos a investigar dentro de la población serán los usuarios (estudiantes) de la Facultad de Ciencias de la Salud de la UPLA que realizan trámites en esta oficina, los cuales corresponden a un aproximado de 300 usuarios mensuales.

La muestra se considerará a través del muestreo probabilístico finito siendo:

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

n= Tamaño de la muestra

Z= Es la variable estándar para un Nivel de Confianza del 50%, cuyo valor es de 1,96.

p= Proporción de la población que posee las características y se asume p= 50 % =0.5

q= 1- q=0.5

$e = 5\% = 0,05$  (Margen de error que se está dispuesto a aceptar).

$N =$  Tamaño de la población.

Aplicando:

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 300}{0.05^2(300 - 1) + 1.96^2(0.5 * 0.5)}$$

$$= 66$$

Siendo la muestra total de estudio el de 66 sujetos de estudio, que serán elegidos al azar para la aplicación del instrumento de investigación.

**Teniendo los Sigüientes Criterios de Inclusión y Exclusión:**

- Los sujetos de estudio tendrán las características de estudiantes (presenciales o semipresenciales) que realizan trámites relacionados a aspectos académicos.
- También se consideran usuarios a personas no relacionadas a la institución pero que también realizan trámites en nombre de estudiantes.

Al respecto, Palacios (2016, p. 186) denota que la muestra es una parte de la población debidamente elegida, con el propósito de obtener resultados válidos, se somete a una observación científica.

#### **4.6. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos**

##### **4.6.1. Técnicas de Recolección de Datos**

Se aplicó la encuesta, que según Palacios (2016) “corresponde a la recaudación de información basada en un diseño específico y flexible, que se adapta a las características de los sujetos, contexto y entorno a estudiar.” (p. 130)

##### **4.6.2. Instrumentos de Recolección de Datos**

Se consideró el cuestionario, que, según Palacios (2016) “La elaboración de este instrumento se trata de la formulación de un conjunto de preguntas

escritas, ordenadas de forma adecuada en una cédula, las cuales mantienen relación con las dimensiones, indicadores y la hipótesis propuesta.” (p. 196).

En esta encuesta se usa la escala de medición ordinal, que según Kassin, Fein y Markus (2013), “es una predisposición aprendida para responder coherentemente de una manera favorable o desfavorable ante un objeto, ser vivo, actividad, concepto, persona o símbolo.” (p. 56).

En la encuesta se aplicó la escala Likert, con respectivas valorizaciones

#### **4.7 Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos**

El procedimiento para recolectar datos primarios de investigación será el siguiente:

- Elaboración del instrumento de investigación.
- Revisión de la confiabilidad y calidad del instrumento a través de la aplicación de una prueba piloto.
- Levantamiento de posibles observaciones.
- Aplicación del instrumento de investigación en la muestra seleccionada.
- Recolección de información a partir de una base de datos.

Además, se utilizarán:

##### **En la Estadística Descriptiva:**

Las tablas de frecuencias y gráficos, obtenidos por el análisis estadístico, denotan la dispersión de los datos.

##### **En la Estadística Inferencial**

Se empleó el coeficiente de correlación rho de Spearman, el cual medirá a través de una escala el grado de correlación de las variables estudiadas.

El análisis de los factores que comprueban esta correlación se expresan estadísticamente.

#### 4.8 Aspectos Éticos de la Investigación

- La investigación está justificada en las condiciones formuladas con anterioridad.
- La investigación está científicamente validada.
- El levantamiento de información no corresponde a ningún criterio de sesgo.

#### 4.9 Elaboración de Procesamiento de Datos

Con los datos obtenidos se procesaron y analizó a través de la aplicación del software SPSS Statistics V25.

#### 4.10. Confiabilidad de las dos variables

**Tabla N° 1**

**Resumen del Procedimiento de los Casos**

	N	%
Casos Validos	66	100,0
Excluidos <sup>a</sup>	0	,0
Total	66	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento

**Tabla N° 2**

**Estadísticos de Fiabilidad**

Alfa de Cronbach	No de elementos
,969	7

En la Tabla N° 2, se observa que la prueba de fiabilidad o confiabilidad **Alfa de Cronbach** es igual a 0,969, lo cual indica según la tabla de valoración de confiabilidad de Herrera (1998), que hay una excelente confiabilidad, ya que este resultado se encuentra entre el intervalo 0,72 a 0,99; por lo tanto queda demostrado que el instrumento para medir las dos variables con sus respectivas dimensiones es

**excelentemente confiable.** En la tabla N° 3, se presenta la tabla de valoración de confiabilidad.

La confiabilidad y la validez de un instrumento se refieren al “grado en qué, un instrumento produce resultados consistentes y coherentes” así como “grado en que un instrumento en verdad mide la variable que se busca medir”.

**Tabla N° 3**  
**Valorización de la Confiabilidad**

0,53 a menos	Confiabilidad nula
0,54 a 0, 59	Confiabilidad baja
0,60 a 0,65	Confiable
0,66 a 0,71	Muy confiable
0,72 a 0,99	Excelente confiabilidad
1,00	Confiabilidad perfecta

Fuente: Vara (2007).

#### Validez de Juicio de Expertos

Apellidos y nombres	Grado académico	Opinión
Dr. Juan Manuel Sánchez Soto	Doctor en Administración	Nivel alto
Dr. Abdón Casiano, Maita Franco	Doctor en Administración	Nivel alto
Dr. Miguel Eleazar, Romaní Hervas	Doctor en Educación	Nivel alto

Fuente: Elaboración propia.

## CAPÍTULO V

### RESULTADOS

#### 5.1 Descripción de Resultados

En este apartado se realizaron los análisis descriptivos de las variables: Calidad del Servicio y Satisfacción del Usuario en la Oficina de Actas, Registros y Certificados UPLA, 2019.

##### 5.1.1. Análisis Descriptivo de la Variable Calidad del Servicio y sus Dimensiones:

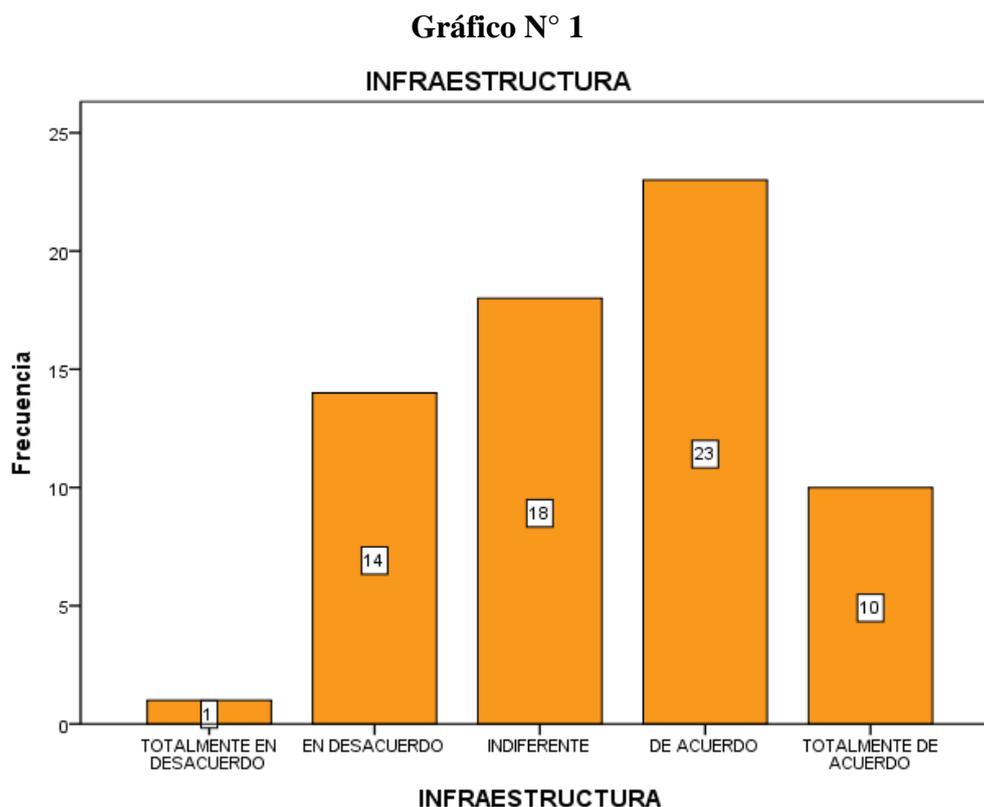
##### 5.1.1.1 Resultados Obtenidos Sobre las Dimensiones de la Variable Calidad de Servicio: Infraestructura, Comunicación y Confiabilidad.

**Cuadro N° 1**  
**INFRAESTRUCTURA**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos TOTALMENTE EN DESACUERDO	1	1,5	1,5	1,5
EN DESACUERDO	14	21,2	21,2	22,7
INDIFERENTE	18	27,3	27,3	50,0
DE ACUERDO	23	34,8	34,8	84,8
TOTALMENTE DE ACUERDO	10	15,2	15,2	100,0
<b>Total</b>	<b>66</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Fuente: Elaboración propia.

Observamos en el cuadro 1, que hay un mayor porcentaje con un 34,8% de los encuestados que están **de acuerdo** con la infraestructura, la misma que comprende instalaciones, equipos y suministros en la Oficina de Actas, Registros y Certificados de la FCCSS UPLA, seguido de los **indiferentes** con un 27,3 %; mientras que hay un menor porcentaje con el 1,5 % que están **totalmente en desacuerdo** respecto a la infraestructura de FCCSS UPLA, 2019.



Se observa en el gráfico 1 que hay una mayor prevalencia de la categoría **de acuerdo** con frecuencia absoluta igual a 23 sobre las categorías: **indiferente** con 18 de frecuencia, **en desacuerdo** con frecuencia igual a 14, **totalmente de acuerdo** con 10 de frecuencia y **totalmente en desacuerdo** con frecuencia 1, respecto a la dimensión infraestructura en la Oficina de Actas, Registros y Certificados de la FCCSS UPLA, 2019.

**Cuadro N° 2**  
**COMUNICACIÓN**

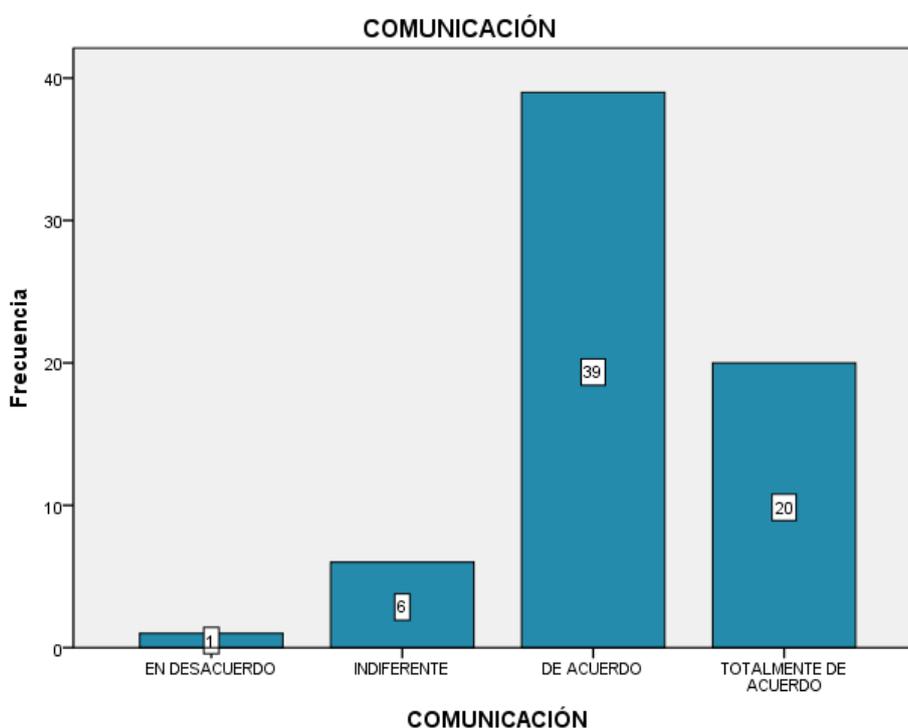
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos EN DESACUERDO	1	1,5	1,5	1,5
U INDIFERENTE	6	9,1	9,1	10,6
DE ACUERDO	39	59,1	59,1	69,7
TOTALMENTE DE ACUERDO	20	30,3	30,3	100,0
<b>Total</b>	<b>66</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

F

Fuente: Elaboración propia.

Se observa que hay un porcentaje alto de 59,1%, en el cuadro 2 de los encuestados en la Oficina de Actas, Registros y Certificados de la FCCSS UPLA, 2019 que están **de acuerdo** con la comunicación cordial y afectiva entre el personal y los usuarios en dicha oficina, seguido de los que afirman que están **totalmente de acuerdo** con la comunicación que existe en mencionada oficina con un 30,3%; mientras que un porcentaje bajo de 1,5% que están **en desacuerdo** con la comunicación en esta Oficina de Actas, Registros y Certificados de la FCCSS UPLA.

**Gráfico N° 2**



En el Gráfico N° 2, se observa que hay una mayor prevalencia de la categoría **de acuerdo** con frecuencia absoluta igual a 39 sobre las categorías: totalmente de acuerdo con 20 de frecuencia, indiferente con 6 de frecuencia, y en desacuerdo con frecuencia igual a 1, respecto a la dimensión comunicación en la Oficina de Actas, Registros y Certificados de la FCCSS UPLA, 2019.

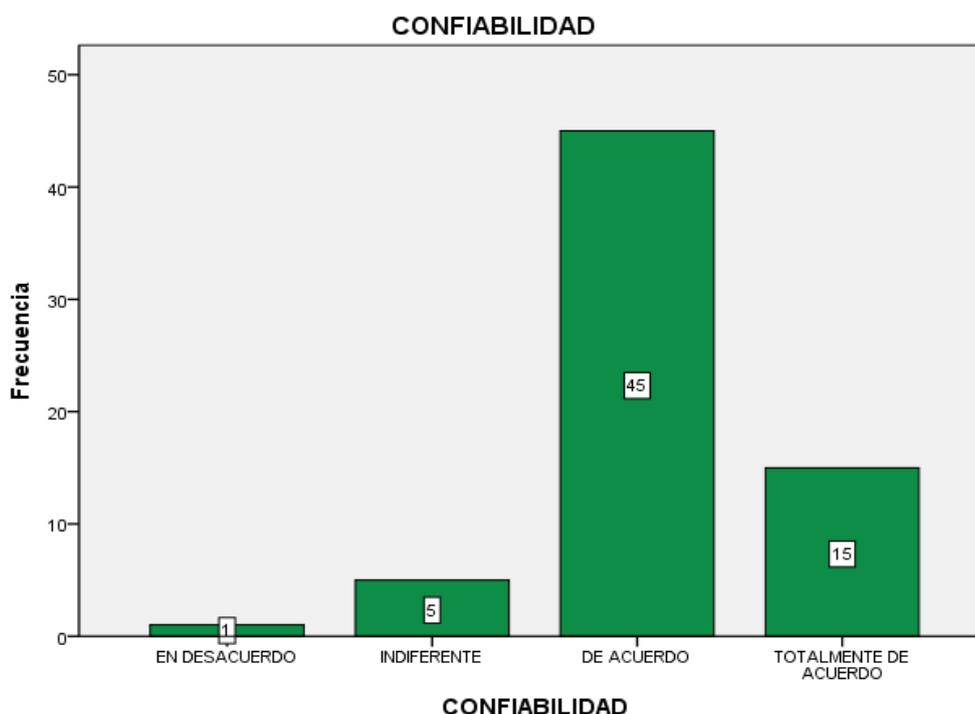
**Cuadro N° 3**  
**CONFIABILIDAD**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos EN DESACUERDO	1	1,5	1,5	1,5
INDIFERENTE	5	7,6	7,6	9,1
DE ACUERDO	45	68,2	68,2	77,3
TOTALMENTE DE ACUERDO	15	22,7	22,7	100,0
<b>Total</b>	<b>66</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Fuente: Elaboración propia con los resultados de la encuesta.

Un alto porcentaje de 68,2% de los encuestados en la Oficina de Actas, Registros y Certificados de la FCCSS UPLA, 2019 se observa en el cuadro 3, que están **de acuerdo** con la eficiencia y seguridad del servicio que ofrece el personal en dicha oficina lo cual corresponde a la dimensión confiabilidad, seguido de los que están **totalmente de acuerdo** con la mencionada dimensión con el 22,7%; mientras que un porcentaje bajo de 1,5% están **en desacuerdo** con la confiabilidad en esta oficina.

**Gráfico N° 3**



En el gráfico N° 3, hay una mayor prevalencia de la categoría **de acuerdo** con frecuencia absoluta igual a 45 sobre las categorías: **totalmente de acuerdo** con 15 de frecuencia, **indiferente** con 5 de frecuencia, y **en desacuerdo** con frecuencia igual a 1, respecto a la dimensión confiabilidad en la Oficina de Actas, Registros y Certificados de la FCCSS UPLA, 2019.

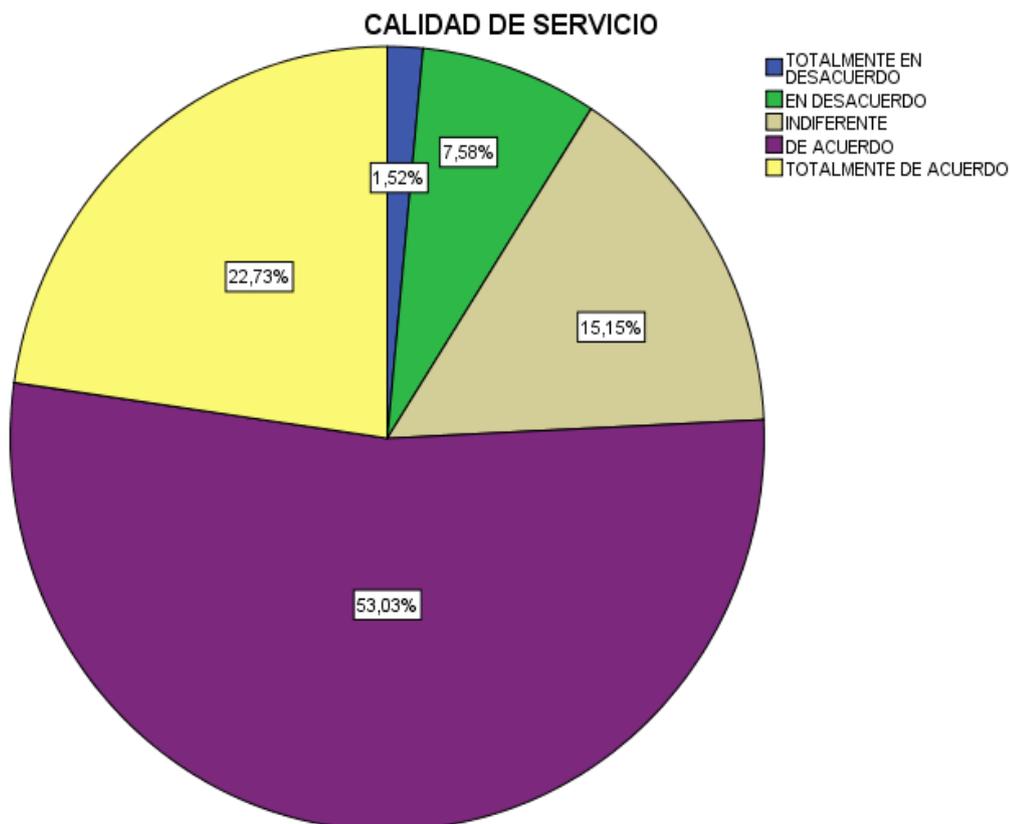
**Cuadro N° 4**  
**CALIDAD DE SERVICIO**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos TOTALMENTE EN DESACUERDO	1	1,5	1,5	1,5
EN DESACUERDO	5	7,6	7,6	9,1
INDIFERENTE	10	15,2	15,2	24,2
DE ACUERDO	35	53,0	53,0	77,3
TOTALMENTE DE ACUERDO	15	22,7	22,7	100,0
<b>Total</b>	<b>66</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Fuente: Elaboración propia.

En el Cuadro N° 4, se observa que hay un alto porcentaje de 53,0% de los encuestados que están **de acuerdo** con la calidad de servicio que ofrece la Oficina de Actas, Registros y Certificados de la FCCSS UPLA, 2019, seguido de los que están **totalmente de acuerdo** con un 22,7%; mientras que un porcentaje bajo de 1,5% están **en desacuerdo** con la calidad de servicio que ofrece dicha oficina.

Gráfico N° 4



En el gráfico N° 4, observamos a la variable calidad de servicio, que hay una mayor prevalencia de la categoría **de acuerdo** con un 53,03% sobre las categorías: **totalmente de acuerdo** con un 22,73%, **indiferente** con el 15,15%, **en desacuerdo** con 7,58% y **totalmente en desacuerdo** con 1,52% en la Oficina de Actas, Registros y Certificados de la FCCSS UPLA, 2019.

#### 5.1.2. Análisis Descriptivo de la Variable Satisfacción del Usuario y sus Dimensiones

##### 5.1.2.1. Resultados Obtenidos Sobre las Dimensiones de la Variable Satisfacción del Usuario: Rendimiento Percibido y Expectativas.

F

Cuadro N° 5

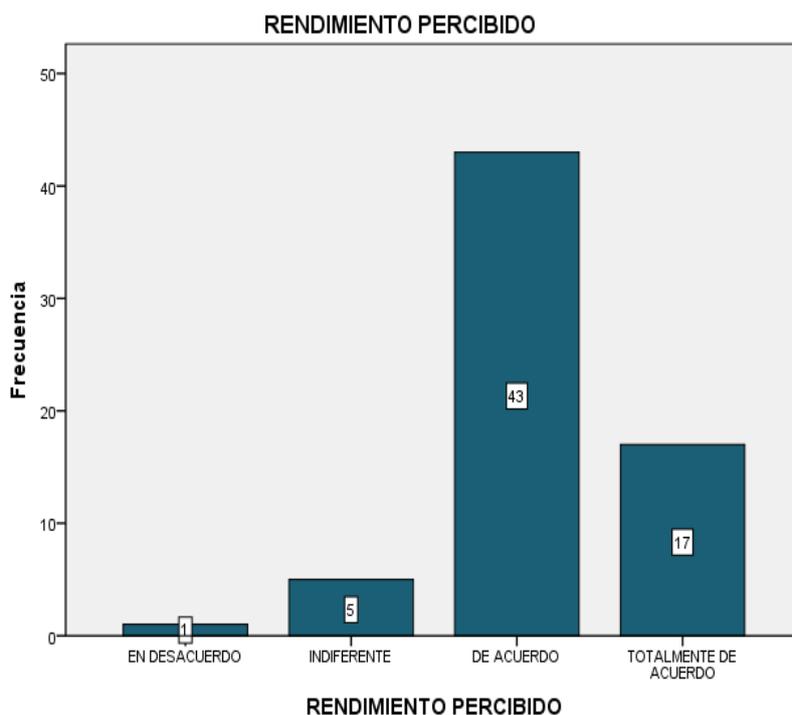
**RENDIMIENTO PERCIBIDO**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos EN DESACUERDO	1	1,5	1,5	1,5
INDIFERENTE	5	7,6	7,6	9,1
DE ACUERDO	43	65,2	65,2	74,2
TOTALMENTE DE ACUERDO	17	25,8	25,8	100,0
<b>Total</b>	<b>66</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Fuente: Elaboración propia.

Observamos un alto porcentaje de 65,2% de los encuestados en la Oficina de Actas, Registro y Certificados de la FCCSS UPLA, 2019, en el cuadro 5, que están **de acuerdo** con los resultados positivos al culminar su trámite, la percepción de una adecuada atención por parte del personal y la gentileza de parte del usuario al solicitar un servicio, lo cual corresponde a la dimensión rendimiento percibido, seguido de los que están **totalmente de acuerdo** con el 25,8%; mientras que un porcentaje bajo de 1,5% están **en desacuerdo** con el rendimiento percibido en la mencionada oficina.

Gráfico N° 5



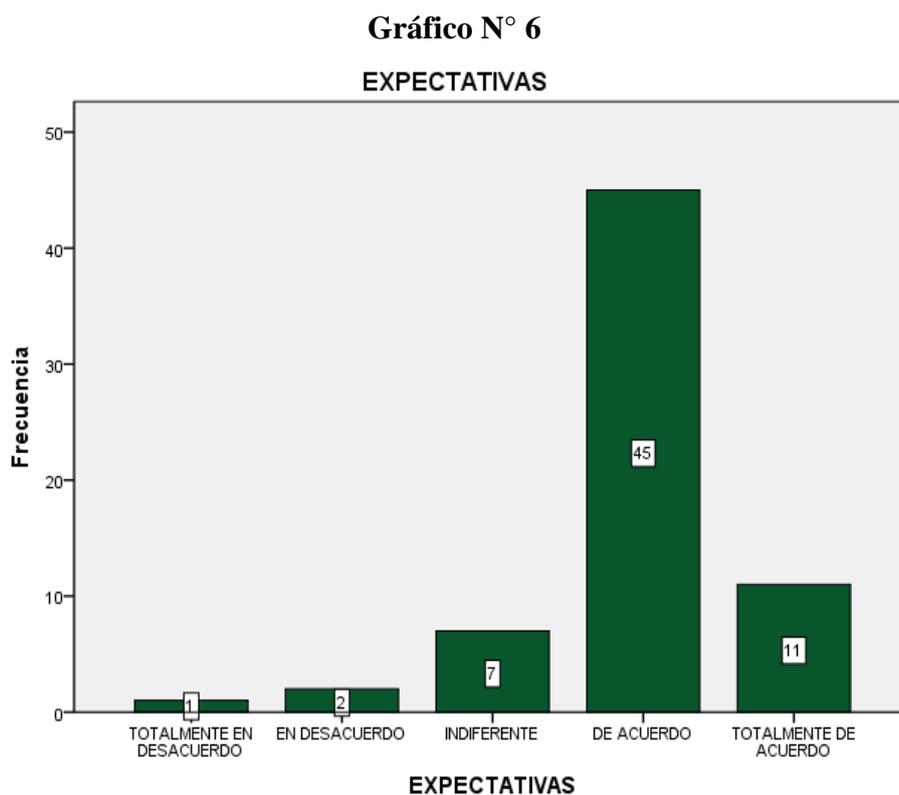
En el gráfico N° 5, se observa que hay una mayor prevalencia de la categoría **de acuerdo** con frecuencia absoluta igual a 43 sobre las categorías: **totalmente de acuerdo** con frecuencia de 17, **indiferente** de frecuencia 5 y **en desacuerdo** con frecuencia 1 respecto a la dimensión rendimiento percibido en la Oficina de Actas, Registros y Certificados de la FCCSS UPLA, 2019.

**Cuadro N° 6**  
**EXPECTATIVAS**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos TOTALMENTE EN DESACUERDO	1	1,5	1,5	1,5
EN DESACUERDO	2	3,0	3,0	4,5
INDIFERENTE	7	10,6	10,6	15,2
DE ACUERDO	45	68,2	68,2	83,3
TOTALMENTE DE ACUERDO	11	16,7	16,7	100,0
<b>Total</b>	<b>66</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Fuente: Elaboración propia.

En el Cuadro N° 6, se observa que hay un alto porcentaje de 68,2% de los encuestados en la Oficina de Actas, Registro y Certificados de la FCCSS UPLA, 2019 que están **de acuerdo** con las experiencias previas, las opiniones externas y las promesas externas, lo cual corresponde a la dimensión expectativas, seguido de los que están **totalmente de acuerdo** con el 16,7%; mientras que un porcentaje bajo de 1,5% están **en desacuerdo** con las expectativas generadas como parte de satisfacción del usuario.



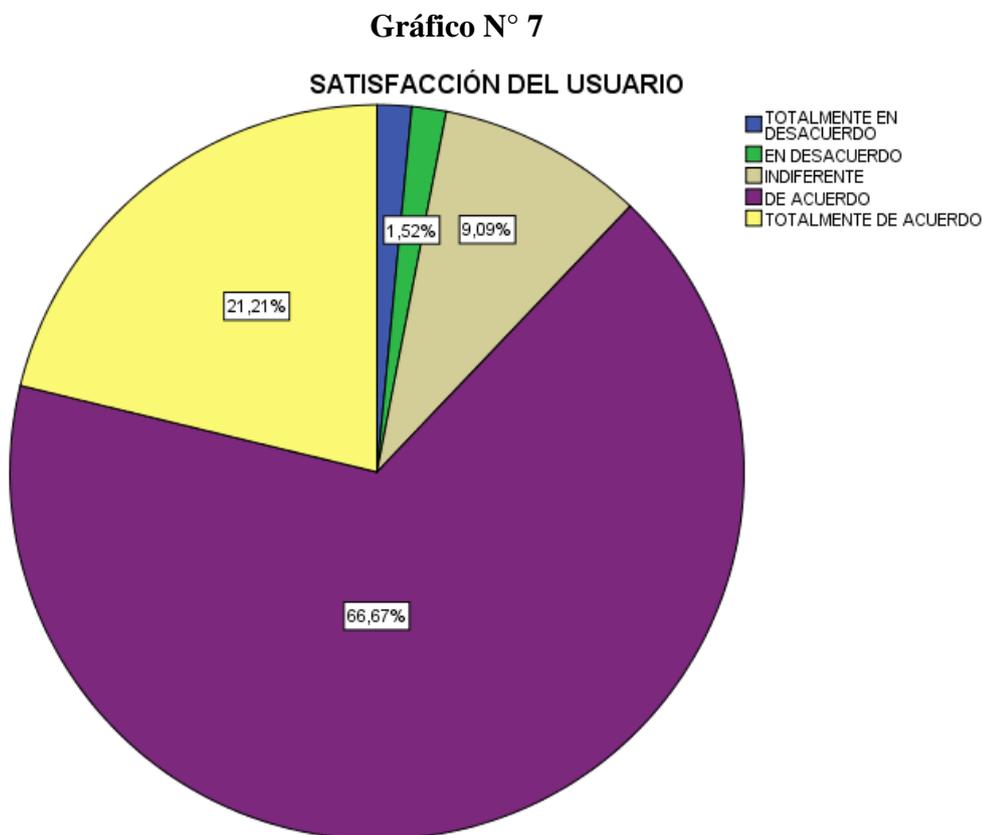
En el gráfico N° 6, se observa que hay una mayor prevalencia de la categoría **de acuerdo** con frecuencia absoluta igual a 45 sobre las categorías: **totalmente de acuerdo** con frecuencia 11, **indiferente** con frecuencia 7, **en desacuerdo** con frecuencia igual a 2 y **totalmente en desacuerdo** con frecuencia 1 respecto a la dimensión expectativas en la Oficina de Actas, Registros y Certificados de la FCCSS UPLA, 2019.

**Cuadro N° 7**  
**SATISFACCIÓN DEL USUARIO**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos TOTALMENTE EN DESACUERDO	1	1,5	1,5	1,5
EN DESACUERDO	1	1,5	1,5	3,0
INDIFERENTE	6	9,1	9,1	12,1
DE ACUERDO	44	66,7	66,7	78,8
TOTALMENTE DE ACUERDO	14	21,2	21,2	100,0
<b>Total</b>	<b>66</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Fuente: Elaboración propia con los resultados de la encuesta.

En el Cuadro N° 7, se observa que hay un alto porcentaje de 66,7% de los encuestados en la Oficina de Actas, Registro y Certificados de la FCCSS UPLA, 2019 que están satisfechos y **de acuerdo** con los resultados positivos al culminar su trámite, que la atención del personal ha superado las expectativas, las experiencias han sido satisfactorias y que la calidad de atención en esta oficina es muy buena, lo cual indica la plena **satisfacción del usuario**, seguido de los que están **totalmente de acuerdo** con el 21,2%; mientras que un porcentaje bajo de 1,5% están **en desacuerdo** y **totalmente en desacuerdo** con las expectativas generadas y experiencias como parte de satisfacción del usuario.



En el gráfico N° 7, se observa que hay una mayor prevalencia de la categoría **de acuerdo** con un 66,67% sobre las categorías: **totalmente de acuerdo** con un 21,21%, indiferente con el 9,09%, **en desacuerdo** y **totalmente en desacuerdo** con 1,52%

respecto a la variable Satisfacción del Usuario en la Oficina de Actas, Registros y Certificados de la FCCSS UPLA, 2019.

## 5.2. Contrastación de Hipótesis

### 5.2.1. Contrastación de la Hipótesis General

Existe relación directa y significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en la oficina de actas, registros y certificados de la FCCSS UPLA, 2019.

#### Formulación de $H_0$ y $H_1$

**$H_0$ :** No existe relación directa y significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en la oficina de actas, registros y certificados de la FCCSS UPLA, 2019.

**$H_1$ :** Existe relación directa y significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en la oficina de actas, registros y certificados de la FCCSS UPLA, 2019.

#### Cálculo de la Prueba Chi-Cuadrado ( $X^2$ )

$$X^2 = \frac{\sum (oi - ei)^2}{ei}$$

#### Grados de libertad (g.l)

$$g.l = (C-1) (F-1)$$

$$g.l = (5-1) (5-1)$$

$$g.l = 16; \alpha = 5\% = 0,05$$

$$X^2_{0,95;16} = 26,30 \text{ (Valor crítico)}$$

**Cuadro N° 8**  
**Tabla de Contingencia**

**CALIDAD DE SERVICIO\*SATISFACCIÓN DEL USUARIO**

Recuento		SATISFACCIÓN DEL USUARIO					Total
		TOTALMENTE EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	INDIFERENTE	DE ACUERDO	TOTALMENTE DE ACUERDO	
<b>CALIDAD EN SERVICIO</b>	TOTALMENTE DE DESACUERDO EN	1	0	0	0	0	1
	DESACUERDO EN	0	1	4	0	0	5
	INDIFERENTE	0	0	2	8	0	10
	DE ACUERDO	0	0	0	35	0	35
	TOTALMENTE DE ACUERDO	0	0	0	1	14	15
<b>Total</b>		<b>1</b>	<b>1</b>	<b>6</b>	<b>44</b>	<b>14</b>	<b>66</b>

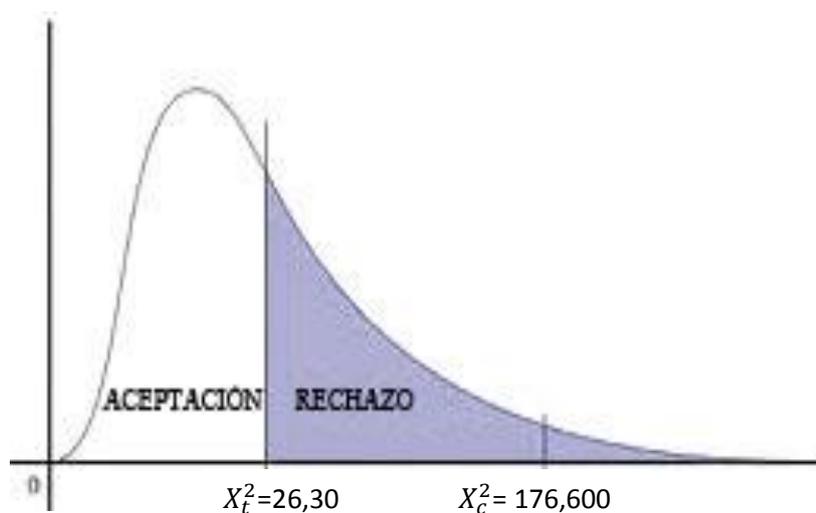
**Cuadro N° 9**  
**Pruebas de chi-Cuadrado**

	Valor	Gl	Sig. Asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	176,600 <sup>a</sup>	16	,000
Razón de verosimilitudes	102,271	16	,000
Asociación lineal por lineal	52,068	1	,000
N de casos válidos	66		

a.21 casillas (84,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,02.

**Gráfico N° 8**

**Esquema de la prueba Chi-Cuadrado ( $X^2$ )**



En el gráfico N°8, que corresponde a la prueba Chi-cuadrado se observa que  $X_c^2 = 176,600 > X_t^2 = 26,30$ ; por lo que el estadístico  $X_c^2$  recae en la zona de rechazo,

permitiéndonos rechazar la  $H_0$  y aceptar la  $H_1$ ; es decir, existe una relación directa y significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en la oficina de actas, registros y certificados de la FCCSS UPLA, 2019. También la significancia asintótica o p valor es igual a 0,000, lo que indica que es menor a 0,05 ( $0.000 < 0,05$ ), permitiéndonos rechazar  $H_0$  y Aceptar  $H_1$ .

### Cálculo del Coeficiente de Correlación Rho de Spearman

**Cuadro N° 10**  
**Correlacionales**

				CALIDAD DE SERVICIO	SATISFACCIÓN DEL USUARIO
Rho de Spearman	CALIDAD DE SERVICIO	DE	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	1,000	,889** ,000
			N	66	66
	SATISFACCIÓN DEL USUARIO		Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,889** ,000	1,000
			N	66	66

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

El cuadro N° 10, muestra el coeficiente de correlación Rho de Spearman, donde  $r_s = 0,889$  lo cual resulta que existe correlación positiva fuerte según la tabla de valoración r de Pearson, entre las dos variables, y es estadísticamente significativa ( $p = 0,000 < 0.05$ ); es decir, el sigma bilateral o significancia asintótica de 0,000 es menor a 0,05; por lo que se rechaza la  $H_0$  y se acepta la  $H_1$ , llegando a la conclusión que existe una relación directa entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en la oficina de actas, registros y certificados de la FCCSS UPLA, 2019; por tanto, A mayor calidad de servicio, mayor satisfacción del usuario.

### 5.2.2. Contratación de Hipótesis Específicas:

#### a) Contratación de la Hipótesis Específica HE<sub>1</sub>

Existe relación directa y significativa entre la infraestructura y la satisfacción del usuario en la oficina de actas, registros y certificados de la FCCSS UPLA, 2019.

#### Formulación de Ho y H<sub>1</sub>

Ho: No existe relación directa y significativa entre la infraestructura y la satisfacción del usuario en la oficina de actas, registros y certificados de la FCCSS UPLA, 2019.

H<sub>1</sub>: Existe relación directa y significativa entre la infraestructura y la satisfacción del usuario en la oficina de actas, registros y certificados de la FCCSS UPLA, 2019.

#### Cálculo de la Prueba Chi-Cuadrado (X<sup>2</sup>)

$$X^2 = \frac{\sum (oi - ei)^2}{ei}$$

#### Grados de libertad (g.l)

$$g.l = (C-1) (F-1)$$

$$g.l = (5-1) (5-1)$$

$$g.l = 16; \alpha = 5\% = 0,05$$

$$X^2_{0,95;16} = 26,30 \text{ (Valor crítico)}$$

**Cuadro N° 11**  
**Tabla de Contingencia**  
**INFRAESTRUCTURA\*SATISFACCIÓN DEL USUARIO**

Recuento	SATISFACCIÓN DEL USUARIO					Total
	TOTALMENTE EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	INDIFERENTE	DE ACUERDO	TOTALMENTE DE ACUERDO	
INFRAESTRUCTURA TOTALMENTE EN DESACUERDO	1	0	0	0	0	1
EN DESACUERDO	0	1	6	7	0	14
INDIFERENTE	0	0	0	18	0	18
DE ACUERDO	0	0	0	19	4	23
TOTALMENTE DE ACUERDO	0	0	0	0	10	10
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>6</b>	<b>44</b>	<b>14</b>	<b>66</b>

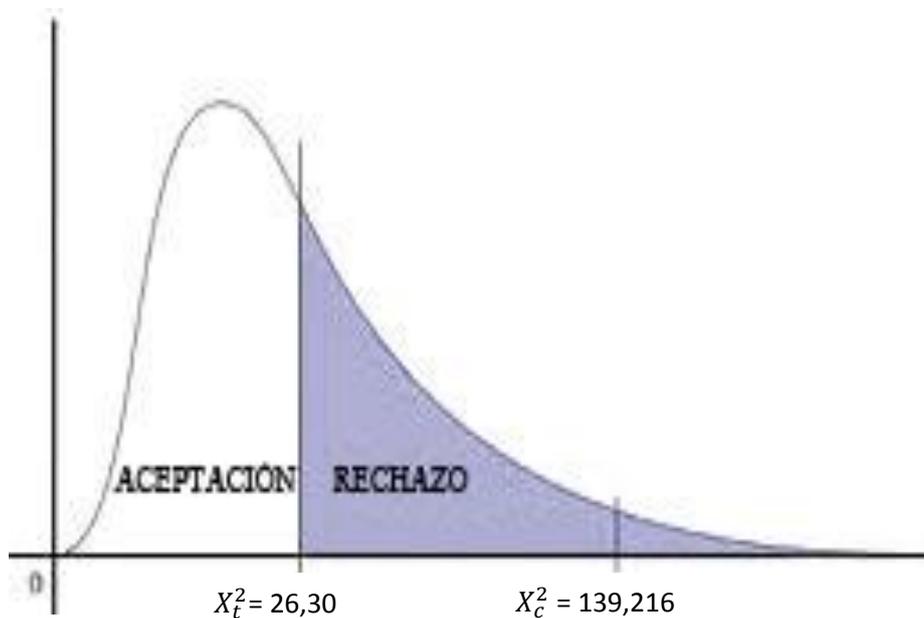
**Cuadro N° 12**  
**Pruebas de chi-Cuadrado**

	Valor	Gl	Sig. Asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	139,216 <sup>a</sup>	16	,000
Razón de verosimilitudes	78,228	16	,000
Asociación lineal por lineal	38,233	1	,000
N de casos válidos	66		

a.21 casillas (84,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,02.

**Gráfico N° 9**

**Esquema de la prueba Chi-cuadrado ( $X^2$ )**



En el gráfico N° 9, que corresponde a la prueba Chi-cuadrado se observa que  $X_c^2 = 139,216 > X_t^2 = 26,30$ ; por lo que el estadístico  $X_c^2$  recae en la zona de rechazo, permitiéndonos rechazar la  $H_0$  y aceptar la  $H_1$ , es decir existe una relación directa y significativa entre la infraestructura y la satisfacción del usuario en la oficina de actas, registros y certificados de la FCCSS UPLA, 2019. También la significancia asintótica o p valor es igual a 0,000, lo que indica que es menor a 0,05 ( $0.000 < 0,05$ ), permitiéndonos rechazar  $H_0$  y Aceptar  $H_1$ .

### Cálculo del Coeficiente de Correlación Rho de Spearman

**Cuadro N° 13**  
**Correlacionales**

		INFRAESTRUCTURA	SATISFACCIÓN DEL USUARIO
Rho de Spearman	Coeficiente de correlación		,776**
	Sig. (bilateral)	-	,000
	N	66	66
	Coeficiente de correlación	,766**	1,000
SATISFACCIÓN DEL USUARIO	Sig. (bilateral)	,000	
	N	66	66

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

El cuadro N° 13, muestra el coeficiente de correlación Rho de Spearman, donde  $r_s = 0,776$  lo cual resulta que existe correlación positiva fuerte según la tabla de valoración r de Pearson, entre las dos variables, y es estadísticamente significativa ( $p = 0,000 < 0.05$ ); es decir, el sigma bilateral o significancia asintótica de 0,000 es menor a 0,05; por lo que se rechaza la  $H_0$  y se acepta la  $H_1$ , llegando a la conclusión que existe una relación directa entre la infraestructura y la satisfacción del usuario en la oficina de actas, registros y certificados de la FCCSS UPLA, 2019; por tanto, “A mayor infraestructura, mayor satisfacción del usuario”.

## b) Contratación de la Hipótesis Específica HE<sub>2</sub>

Existe relación directa y significativa entre la comunicación y la satisfacción del usuario en la oficina de actas, registros y certificados de la FCCSS UPLA, 2019.

### Formulación de H<sub>0</sub> y H<sub>1</sub>

**H<sub>0</sub>:** No existe relación directa y significativa entre la comunicación y la satisfacción del usuario en la oficina de actas, registros y certificados de la FCCSS UPLA, 2019.

**H<sub>1</sub>:** Existe relación directa y significativa entre la comunicación y la satisfacción del usuario en la oficina de actas, registros y certificados de la FCCSS UPLA, 2019.

### Cálculo de la Prueba Chi-Cuadrado (X<sup>2</sup>)

$$X^2 = \frac{\sum(o_i - e_i)^2}{e_i}$$

### Grados de libertad (g.l)

$$g.l = (C-1) (F-1)$$

$$g.l = (5-1) (4-1)$$

$$g.l = 12; \alpha = 5\% = 0,05$$

$$X^2_{0,95;12} = 21,03 \text{ (Valor crítico)}$$

## Cuadro N° 14

## Tabla de Contingencia

## COMUNICACIÓN\*SATISFACCIÓN DEL USUARIO

Recuento	SATISFACCIÓN DEL USUARIO					Total
	TOTALMENTE EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	INDIFERENTE	DE ACUERDO	TOTALMENTE DE ACUERDO	
COMUNICACIÓN EN DESACUERDO	1	0	0	0	0	1
INDIFERENTE	0	1	5	0	0	6
DE ACUERDO	0	0	1	38	0	39
TOTALMENTE DE ACUERDO	0	0	0	6	14	20
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>6</b>	<b>44</b>	<b>14</b>	<b>66</b>

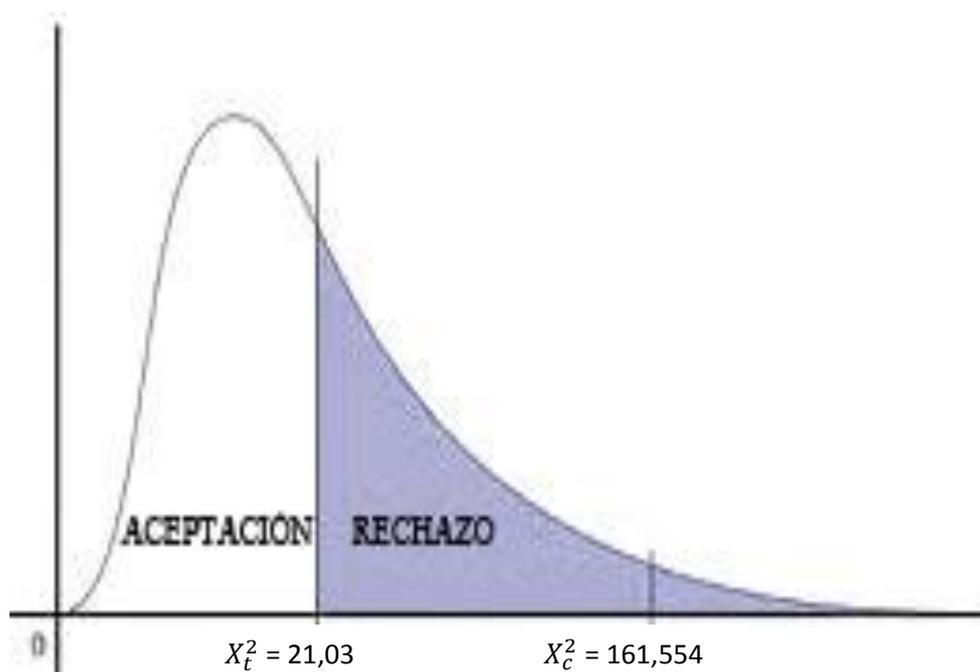
## Cuadro N° 15

## Pruebas de chi-Cuadrado

	Valor	gl	Sig. Asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	161,554 <sup>a</sup>	12	,000
Razón de verosimilitudes	85,488	12	,000
Asociación lineal por lineal	49,759	1	,000
N de casos válidos	66		

a. 17 casillas (85,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,02.

## Gráfico N° 10

Esquema de la Prueba Chi-Cuadrado ( $X^2$ )

En el gráfico N° 10, que corresponde a la prueba Chi-cuadrado se observa que  $X_c^2 = 161,554 > X_t^2 = 21,03$ ; por lo que el estadístico  $X_c^2$  recae en la zona de rechazo, permitiéndonos rechazar la  $H_0$  y aceptar la  $H_1$ ; es decir, existe relación directa y significativa entre la comunicación y la satisfacción del usuario en la oficina de actas, registros y certificados de la FCCSS UPLA, 2019. También la significancia asintótica o p valor es igual a 0,000, lo que indica que es menor a 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), permitiéndonos rechazar  $H_0$  y Aceptar  $H_1$ .

### Cálculo del Coeficiente de Correlación Rho de Spearman

**Cuadro N° 16**

**Correlacionales**

		COMUNICACIÓN	SATISFACCIÓN DEL USUARIO
Rho de Spearman	COMUNICACIÓN	1,000	,854**
	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	-	,000
	N	66	66
SATISFACCIÓN DEL USUARIO	SATISFACCIÓN DEL USUARIO	,854**	1,000
	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,000	-
	N	66	66

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

El cuadro N° 16, muestra el coeficiente de correlación Rho de Spearman, donde  $r_s = 0,854$  lo cual resulta que existe correlación positiva fuerte según la tabla de valoración r de Pearson, entre las dos variables, y es estadísticamente significativa ( $p = 0,000 < 0,05$ ); es decir, el sigma bilateral o significancia asintótica de 0,000 es menor a 0,05; por lo que se rechaza la  $H_0$  y se acepta la  $H_1$ , llegando a la conclusión que existe una relación directa entre la comunicación y la satisfacción del usuario en la oficina de actas, registros y certificados de la FCCSS UPLA, 2019; por tanto, A mayor comunicación, mayor satisfacción del usuario.

**c) Contratación de la Hipótesis Específica HE<sub>3</sub>.**

Existe relación directa y significativa entre la confiabilidad y la satisfacción del usuario en la oficina de actas, registros y certificados de la FCCSS UPLA, 2019.

**Formulación de H<sub>0</sub> y H<sub>1</sub>**

H<sub>0</sub>: No existe relación directa y significativa entre la confiabilidad y la satisfacción del usuario en la oficina de actas, registros y certificados de la FCCSS UPLA, 2019.

H<sub>1</sub>: Existe relación directa y significativa entre la confiabilidad y la satisfacción del usuario en la oficina de actas, registros y certificados de la FCCSS UPLA, 2019.

**Cálculo de la Prueba Chi-Cuadrado (X<sup>2</sup>)**

$$X^2 = \frac{\sum(o_i - e_i)^2}{e_i}$$

**Grados de libertad (g.l)**

$$g.l = (C-1) (F-1)$$

$$g.l = (5-1) (4-1)$$

$$g.l = 12; \alpha = 5\% = 0,05$$

$$X^2_{0,95;12} = 21,03 \text{ (Valor crítico)}$$

## Cuadro N° 17

## Tabla de Contingencia

## CONFIABILIDAD\*SATISFACCIÓN DEL USUARIO

Recuento

	SATISFACCIÓN DEL USUARIO					Total
	TOTALMENTE EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	INDIFERENTE	DE ACUERDO	TOTALMENTE DE ACUERDO	
COMUNICACIÓN EN DESACUERDO	1	0	0	0	0	1
INDIFERENTE	0	1	4	0	0	5
DE ACUERDO	0	0	2	43	0	45
TOTALMENTE DE ACUERDO	0	0	0	1	14	15
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>6</b>	<b>44</b>	<b>14</b>	<b>66</b>

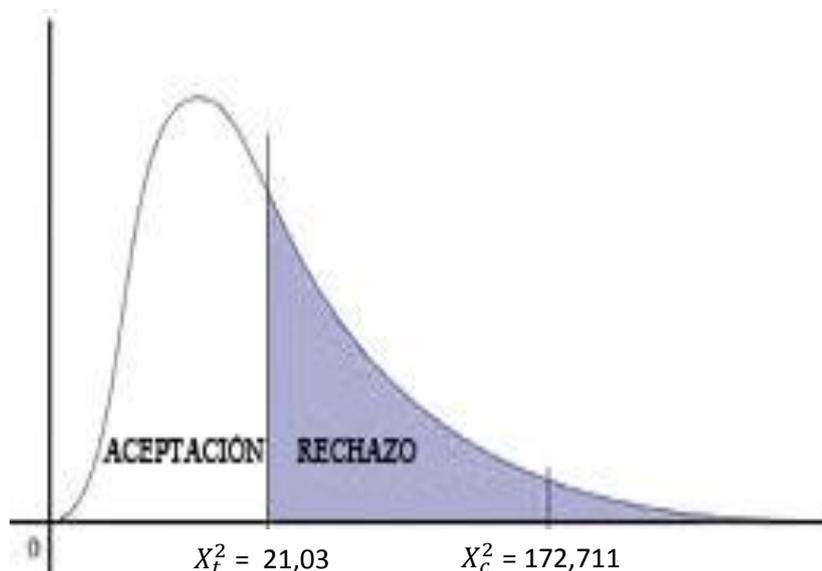
## Cuadro N° 18

## Pruebas de chi-Cuadrado

	Valor	gl	Sig. Asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	172,711 <sup>a</sup>	12	,000
Razón de verosimilitudes	95,915	12	,000
Asociación lineal por lineal	56,443	1	,000
N de casos válidos	66		

a. 17 casillas (85,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,02.

## Gráfico N° 11

Esquema de la Prueba Chi-Cuadrado ( $X^2$ )

En el gráfico N° 11, que corresponde a la prueba Chi-cuadrado se observa que  $X_c^2 = 172,711 > X_t^2 = 21,03$ ; por lo que el estadístico  $X_c^2$  recae en la zona de rechazo, permitiéndonos rechazar la  $H_0$  y aceptar la  $H_1$ ; es decir, existe relación directa y significativa entre la confiabilidad y la satisfacción del usuario en la oficina de la FCCSS UPLA, 2019. También la significancia asintótica o p valor es igual a 0,000, lo que indica que es menor a 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), permitiéndonos rechazar  $H_0$  y Aceptar  $H_1$ .

### Cálculo del coeficiente de correlación Rho de Spearman

**Cuadro N° 19**  
**Correlacionales**

		CONFIABILIDAD	SATISFACCIÓN DEL USUARIO
Rho de Spearman	CONFIABILIDAD	1,000	,938**
	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	-	,000
	N	66	66
	SATISFACCIÓN DEL USUARIO	,938**	1,000
	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,000	-
	N	66	66

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

El cuadro N°19 muestra el coeficiente de correlación Rho de Spearman, donde que muestra que existe correlación positiva fuerte según la tabla de valoración r de Pearson, entre las dos variables, y es estadísticamente significativa ( $p = 0,000 < 0,05$ ); es decir, el sigma bilateral o significancia asintótica de 0,000 es menor a 0,05; por lo que se rechaza la  $H_0$  y se acepta la  $H_1$ , llegando a la conclusión que existe una relación directa entre la confiabilidad y la satisfacción del usuario en la oficina de actas, registros y certificados de la FCCSS UPLA, 2019; por tanto, “A mayor confiabilidad, mayor satisfacción del usuario”.

## ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

### Discusión de Resultados:

Luego del análisis se puede demostrar la hipótesis enunciada: Existe relación directa y significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en la oficina de actas, registros y certificados de la FCCSS UPLA, 2019.

Se llegó a un rho Spearman 0.889 y al analizar las hipótesis específicas se determinó el rho Spearman es mayor a 0.50, lo que podemos interpretar que para una mayor satisfacción del usuario, debe existir mayor calidad del servicio.

En esta investigación encontramos un alto porcentaje de los encuestados 53,0% que están de acuerdo con la calidad de servicio que ofrece la Oficina de Actas, Registros y Certificados de la FCCSS UPLA, 2019, seguido de los que están totalmente de acuerdo con un 22,7%; mientras están en desacuerdo un 1,5%.

Asimismo, referente a satisfacción del usuario se observó que hay un alto porcentaje de 66,7% de los encuestados en la Oficina de Actas, Registro y Certificados de la FCCSS UPLA, 2019 que están satisfechos y de acuerdo con los resultados positivos al culminar su trámite, que la atención del personal ha superado las expectativas, las experiencias han sido satisfactorias y que la calidad de atención en esta oficina es muy buena, lo cual indica la plena satisfacción del usuario, seguido de los que están totalmente de acuerdo con el 21,2%; mientras que un porcentaje bajo de 1,5% están en desacuerdo con las expectativas generadas y experiencias como parte de satisfacción del usuario.

Los resultados obtenidos se aproximan a Soriano de Silva, Milsa y Siancas Ascoy (2016) llega a la conclusión que se logró medir las dos variables, concluyendo que se denota a nivel positivo. Esto implica que, la mayor satisfacción del cliente, corresponde a una percepción de calidad de servicio.

La infraestructura tiene una correlación positiva moderada de 0.776 sobre la satisfacción, lo que determina que está implementada y lo cual aumenta la satisfacción, por tanto a mayor infraestructura mayor satisfacción del usuario.

Asimismo, se observa que hay un mayor porcentaje con un 34,8% de los encuestados que están de acuerdo con la infraestructura, la misma que comprende instalaciones, equipos y suministros en la Oficina de Actas, Registros y Certificados de la FCCSS UPLA, seguido de los indiferentes con un 27,3 %; mientras que hay un menor porcentaje con el 1,5 % que están totalmente en desacuerdo respecto a la infraestructura de FCCSS UPLA, 2019.

Para, Paulo, Zagal (2016) llegan a las conclusiones que, el entorno de hiper competitividad hace que las empresas formulen estrategias más agresivas para la captación y fidelización de clientes. La globalización supone un criterio que impulsa estas acciones, para sobresalir en el mercado se da mayor énfasis en ofrecer un servicio de alta calidad; lo difícil es mantener un control sobre el cliente; por lo que el coeficiente de correlación demuestra la existencia de una relación significativa.

La comunicación tiene una correlación positiva moderada de 0.854, lo cual permite interpretar que existirá una mayor satisfacción, si existe mayor comunicación con los clientes, a una mayor comunicación habrá una mayor satisfacción del usuario. Lo cual indica que cumple con la atención.

Se observó que hay un porcentaje alto de 59,1% de los encuestados en la Oficina de Actas, Registros y Certificados de la FCCSS UPLA, 2019 que están de acuerdo con la comunicación cordial y afectiva entre el personal y los usuarios en dicha oficina, seguido de los que afirman que están totalmente de acuerdo con la comunicación que existe en mencionada oficina con un 30,3%; mientras que un porcentaje bajo de 1,5% que están en desacuerdo con la comunicación en esta Oficina de Actas, Registros y Certificados de la FCCSS UPLA.

Para ello, Chang, J. (2014) indica que “la modernización de las instituciones, es tan solo uno de los resultados que actualmente se ha dado por el fenómeno de la globalización, en el cual se considera que es básico y fundamental el enfoque a la satisfacción del cliente”.

La mayoría de usuarios considera una atención entre regular y buena, pero la conformación de los aspectos tangibles e intangibles, denotan una percepción deficiente.

La confiabilidad y satisfacción del usuario se está aumentando, tiene una correlación positiva moderada de 0.938 con respecto a la satisfacción del usuario, por lo tanto a mayor confiabilidad mayor satisfacción del usuario.

Se observa que hay un alto porcentaje de 68,2% de los encuestados en la Oficina de Actas, Registros y Certificados de la FCCSS UPLA, 2019 que están de acuerdo con la eficiencia y seguridad del servicio que ofrece el personal en dicha oficina lo cual corresponde a la dimensión confiabilidad, seguido de los que están totalmente de acuerdo con la mencionada dimensión con el 22,7%; mientras que un porcentaje bajo de 1,5% están en desacuerdo con la confiabilidad en esta oficina.

A ello colabora, Ñahuirima, (2015) si existe un nivel de confianza del 99% podemos afirmar que existe relación significativa, entre la satisfacción del cliente y la calidad del servicio. Lo cual permite afirmar que llegaríamos a lo óptimo.

## CONCLUSIONES

1. A mayor calidad de servicio mayor satisfacción del usuario, lo cual nos permite determinar que existe una relación directa y significativa, entre la calidad de servicio y satisfacción del usuario en esta oficina.
2. Existe relación entre la infraestructura y la satisfacción del usuario en la oficina de actas, registros y certificados de la Facultad de Ciencias de la Salud de la Universidad Peruana Los Andes 2019; por lo tanto a mejor infraestructura mayor satisfacción del usuario.
3. A mayor comunicación, mayor satisfacción del usuario, entonces existe una relación directa y significativa entre la comunicación y la satisfacción del usuario en la oficina de actas, registros y certificados de la Facultad de Ciencias de la Salud de la Universidad Peruana Los Andes 2019.
4. Existe relación directa y significativa entre la confiabilidad y la satisfacción del usuario en la oficina de actas, registros y certificados; por lo tanto a mayor confiabilidad es mayor la satisfacción del usuario.

## RECOMENDACIONES

1. En las próximas investigaciones referentes a las dos variables, no solo en empresas privadas, sino en el ámbito público, ya que es importante conocer también la percepción de las personas que acuden a los establecimientos del estado por una atención de calidad. Estos estudios incentivarán a que las instituciones puedan mejorar las prestaciones de sus servicios logrando que el usuario se sienta satisfecho.
2. En cuanto a la infraestructura acondicionar o mejorar los ambientes más adecuados para el colaborador de la oficina de actas, registros y certificados y el usuario que solicita servicio de atención.
3. Referente a la comunicación cumplir las fechas establecidas, en lo posible antes de la fecha señalada y evitar reclamos de los usuarios. Los directivos de la facultad ya deben aplicar el sistema digital más no el uso de papeles.
4. En lo que respecta a la confiabilidad, continuar con las mismas estrategias de atención para una satisfacción positiva de los usuarios y la comunidad. No perder la confiabilidad y garantizar la fidelidad del usuario.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Barón-López, F. y Téllez, F. (2004). *Apuntes de Bioestadística*. Universidad de Málaga. 52-57.
- Caballero, A. (2009). *Innovaciones en las Guías Metodológicas para los Planes y Tesis de Maestría y Doctorado*. Lima: Instituto Metodológico Alen Caro E.I.R.L.
- Chang, J. (2014). *Atención al cliente en los servicios de la Municipalidad de Malacatán*, San Marcos, tesis para optar el grado de Maestro en Administración, Universidad Rafael Landívar, Guatemala.
- Chiavenato, I. (2014). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. México Editorial McGraw Hill.
- Crisólogo, A. (2005). *Conceptos, Métodos y Modelos de la Investigación Científica*. Lima: Ediciones Abedul.
- Díaz, A. (2010). *Apuntes Metodológicos para la Investigación Científica*. Huancayo: Universidad Peruana Los Andes.
- Díaz, A. (2010). *Construcción de Instrumentos de Investigación y Medición Estadística*. Huancayo: Universidad Peruana Los Andes.
- Droguett, J. (2012). *Calidad y Satisfacción en el Servicio a Clientes de la Industria Automotriz: Análisis de Principales Factores que Afectan la Evaluación de los Clientes*. Tesis para optar el grado de Magister, mención: Administración, Universidad de Chile.
- Escuder, R. (2000). *La Evaluación de la Eficacia Organizacional como Indicador del Grado de Ajuste Organizativo*. Valencia. Revista.
- Gajardo, R. (2008). *Logística – Base de la Gestión de Negocios*. Lima: GS1 Perú.
- Ganga, F. (2014). *El Concepto de Eficiencia Organizativa: Una Aproximación a lo Universitario*. Chile. Revista.

- Hernández, Fernández y Baptista (2014). *Metodología de la Investigación*. México D.F.: Editorial McGraw Hill.
- Hernández, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. México D.F.: Editorial McGraw Hill.
- Imbroda, J. (2014) *Análisis de la fidelización y la satisfacción del usuario de centros deportivos*. Tesis doctoral de la Universidad de Málaga, España.
- Instituto de Investigación Científica Universidad de Lima (2008). *Guía para el Desarrollo de Proyectos de Investigación*. Lima: Fondo Editorial.
- Millones, P. (2016). *Medición y control del nivel de satisfacción de los clientes en un supermercado*. Tesis para optar el grado de Maestro en Administración, Universidad de Piura.
- Ñahuirima, Y. (2015) *Calidad de servicio y satisfacción del cliente de las pollerías del distrito de Andahuaylas, provincia de Andahuaylas, Región Apurímac*. Tesis para optar el grado de Magister en Administración, Universidad Nacional José María Arguedas
- Pino, R. (2006). *Metodología de la Investigación*. Lima: Editorial San Marcos.
- Reyes, S. (2017) *Calidad del servicio para aumentar la satisfacción del cliente de la Asociación Share sede Huehuetenango*. Tesis doctoral, Universidad Rafael Landívar, Guatemala
- Tecla, J. (1974). *Teoría, Métodos y Técnicas en la Investigación Social*. México D.F.: Ediciones de Cultura Popular.
- Torres, C. (1998). *El Proyecto de Investigación Científica*. Lima: G. Herrera Editores.
- Verdugo, M. (2015). *Manual de la Escala de Eficacia y Eficiencia Organizacional*. Salamanca: Instituto Universitario de Integración en la Comunidad.

## **ANEXOS**

## ANEXO N° 01: MATRIZ DE CONSISTENCIA

**Título: Calidad de servicio y satisfacción del usuario en la oficina de actas, registros y certificados de la FCCSS UPLA 2019.**

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES	METODOLOGÍA
<p><b>Problema general:</b></p> <p>¿Qué relación existe entre calidad de servicio y satisfacción del usuario en la oficina de actas, registros y certificados de la FCCSS UPLA, 2019?</p> <p><b>Específicos:</b></p> <p>¿Qué relación existe entre infraestructura y satisfacción del usuario en la oficina de actas, registros y certificados de la FCCSS UPLA, 2019?</p>	<p><b>Objetivo general</b></p> <p>Determinar la relación que existe entre calidad de servicio y satisfacción del usuario en la oficina de actas, registros y certificados de la FCCSS UPLA, 2019.</p> <p><b>Específicos:</b></p> <p>Determinar la relación que existe entre infraestructura y satisfacción del usuario en la oficina de actas, registros y certificados de la FCCSS UPLA, 2019</p>	<p><b>Hipótesis general</b></p> <p>Existe relación directa y significativa entre calidad de servicio y satisfacción del usuario en la oficina de actas, registros y certificados de la FCCSS UPLA, 2019.</p> <p><b>Específicos:</b></p> <p>Existe relación directa y significativa entre infraestructura y satisfacción del usuario en la oficina de actas, registros y certificados de la FCCSS UPLA, 2019.</p>	<p><b>Variable independiente:</b></p> <p><b>Calidad de servicio.</b></p> <p><b>Dimensiones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Infraestructura</li> <li>• Comunicación</li> <li>• Confiabilidad</li> </ul> <p><b>Indicadores:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Instalaciones</li> <li>• Equipos y suministros</li> <li>• Cordialidad</li> <li>• Comunicación efectiva</li> <li>• Eficiencia</li> <li>• Seguridad</li> </ul>	<p><b>Tipo de investigación:</b></p> <p>Aplicada</p> <p><b>Nivel de investigación:</b></p> <p>Correlacional</p> <p><b>Método:</b></p> <p>General</p> <p><b>Diseño:</b></p> <p>Descriptivo Correlacional</p> <div style="text-align: center;"> <pre> graph TD     M[M=] --&gt; V1[V1]     M --&gt; V2[V2]     V1 &lt;--&gt;  r  V2 </pre> </div> <p><b>Dónde:</b> M = muestra V1 = Variable 1</p>

<p>¿Qué relación existe entre comunicación y satisfacción del usuario en la oficina de actas, registros y certificados de la FCCSS UPLA, 2019?</p> <p>¿Qué relación existe entre confiabilidad y satisfacción del usuario en la oficina de actas, registros y certificados de la FCCSS UPLA, 2019?</p>	<p>Determinar la relación que existe entre comunicación y satisfacción del usuario en la oficina de actas, registros y certificados de la FCCSS UPLA, 2019.</p> <p>Determinar la relación que existe entre confiabilidad y satisfacción del usuario en la oficina de actas, registros y certificados de la FCCSS UPLA, 2019.</p>	<p>Existe relación directa y significativa entre comunicación y satisfacción del usuario en la oficina de actas, registros y certificados de la FCCSS UPLA, 2019.</p> <p>Existe <math>r</math> directa y significativa entre confiabilidad y satisfacción del usuario en la oficina de actas, registros y certificados de la FCCSS UPLA, 2019.</p>	<p><b>Variable dependiente</b></p> <p><b>Satisfacción del usuario</b></p> <p><b>Dimensiones</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rendimiento percibido</li> <li>• Expectativas</li> </ul> <p><b>Indicadores:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Resultados</li> <li>• Percepciones</li> <li>• Estado de ánimo</li> <li>• Experiencias previas</li> <li>• Opiniones externas</li> <li>• Promesas externas</li> </ul>	<p><math>V2</math> = Variable 2 <math>r</math> = correlación</p> <p><b>Población:</b> Se consideró a 300 estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Salud.</p> <p><b>Muestra:</b> Se trabajó con 66 estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Salud.</p> <p><b>Técnicas:</b> Encuesta</p> <p><b>Instrumento:</b> Cuestionario</p> <p><b>Técnicas Procesamiento de datos:</b> Software Excel y SPS</p>
--	--	--	---	--

Fuente: **Elaboración propia**

**ANEXO N° 02: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES**

<b>VARIABLES</b>	<b>DEFINICIÓN OPERACIONAL</b>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>
Variable independiente: <b>Calidad de servicio</b>	Según Ruiz (2011, p. 53) es el grado en el que el servicio satisface las necesidades o requerimientos del consumidor, y en lo posible excederlos, lo que implica hacer las cosas necesarias bien y a la primera, con actitud positiva y espíritu de servicio, relacionado con las características del servicio (infraestructura, comunicación y credibilidad).	Infraestructura	Instalaciones Equipos y suministros
		Comunicación	Cordialidad Comunicación afectiva
		Confiabilidad	Eficiencia Seguridad
Variable dependiente: <b>Satisfacción del cliente</b>	El concepto de satisfacción del usuario se basa en la diferencia entre las expectativas del usuario y la percepción de los servicios que ha recibido. De esta manera, las percepciones subjetivas acompañadas de las expectativas previas configuran la expresión de la calidad del servicio. Oliver R.L. (2007)	Rendimiento percibido	Resultados Percepciones Estado anímico
		Expectativas	Experiencias previas Opiniones externas Promesas externas

**Fuente:** Elaboración propia.

## ANEXO N° 3: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DEL INSTRUMENTO

## MATRIZ DE VALIDACION DE INSTRUMENTO

**NOMBRE DEL INSTRUMENTO:**

Calidad de servicio y satisfacción del usuario en la oficina de actas, registros y certificados de la FCCSS UPLA 2019.

**OBJETIVO:**

Validar el instrumento de investigación

**DIRIGIDO A:**

Trabajadores administrativos de la oficina y usuarios de la Facultad.

**APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR:**

MAITA FRANCO, ADOSS CASIANO

**GRADO ACADEMICO DEL EVALUADOR:**

DOCTOR EN GESTION PUBLICA Y GOBERNABILIDAD

**VALORACION:**

1. Deficiente	2. Baja	3. Regular	4. Buena	5. <del>Muy</del> buena
---------------	---------	------------	----------	-------------------------

.....  
 FIRMA DEL EVALUADOR



**MATRIZ DE VALIDACION DE INSTRUMENTO**

**NOMBRE DEL INSTRUMENTO:**

Calidad de servicio y satisfacción del usuario en la oficina de actas, registros y certificados de la FCCSS UPLA 2019.

**OBJETIVO:**

Validar el instrumento de investigación

**DIRIGIDO A:**

Trabajadores administrativos de la oficina y usuarios de la Facultad.

**APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR:**

*Sánchez Soto, Juan Manuel*

**GRADO ACADEMICO DEL EVALUADOR:**

*Doctor en Administración*

**VALORACION:**

1. Deficiente	2. Baja	3. Regular	4. Buena	5. <del>Muy</del> buena
---------------	---------	------------	----------	-------------------------

*[Firma]*  
FIRMA DEL EVALUADOR

**MATRIZ DE VALIDACION DE INSTRUMENTO**

**NOMBRE DEL INSTRUMENTO:**

Calidad de servicio y satisfacción del usuario en la oficina de actas, registros y certificados de la FCCSS UPLA 2019.

**OBJETIVO:**

Validar el instrumento de investigación

**DIRIGIDO A:**

Trabajadores administrativos de la oficina y usuarios de la Facultad.

**APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR:**

*Romani, Heras, Miguel Elazar*

**GRADO ACADEMICO DEL EVALUADOR:**

*Doctor en Educación*

**VALORACION:**

1. Deficiente	2. Baja	3. Regular	4. Buena	5. Muy buena
---------------	---------	------------	----------	--------------

  
 .....  
 FIRMA DEL EVALUADOR

## ANEXO N° 4: INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN Y CONSTANCIA DE SU APLICACIÓN

### CUESTIONARIO

**Indicaciones:** Señor(a) trabajador(a), usuario(a) presento esta encuesta con la finalidad de solicitarte su apoyo, para ello, es imprescindible que leas con calma las instrucciones, marque la alternativa y respondas las preguntas con total seriedad y sinceridad puesto que tus respuestas son importantes para el estudio programadoG.

**Instrucciones:** Te recordamos que este instrumento y todas tus respuestas son totalmente anónimos. Lee atentamente cada uno de los enunciados siguientes y luego califica de 1 a 5, marcando con una (x) la alternativa.

1 Totalmente en desacuerdo	2 En desacuerdo	3 Indiferente	4 De acuerdo	5 Totalmente de acuerdo
----------------------------------	--------------------	------------------	-----------------	-------------------------------

#### Variable 1: Calidad de servicio.

	<b>Dimensión 1: Infraestructura</b> <b>Instalaciones</b>	1	2	3	4	5
01	¿Cree usted que existen accesos adecuados a las oficinas?					
02	¿Cree usted que las zonas de atención son suficientes?					
<b>Equipos y suministros</b>						
03	¿Cree usted que los equipos de cómputo son adecuados para que el personal trabaje eficientemente?					
04	¿Cree usted que los materiales utilizados por el personal son suficientes?					
<b>Dimensión 2: Comunicación</b> <b>Cordialidad</b>						
05	¿Cree usted que el personal está dispuesto a atender a los usuarios?					
06	¿Cree usted que el trato del personal con los usuarios es considerado y amable?					
<b>Comunicación efectiva</b>						
07	¿Está usted de acuerdo con que el personal transmita la información necesaria equilibradamente al usuario?					
08	¿Está usted de acuerdo con que el personal brinde sugerencias y soluciones a las peticiones de los usuarios?					
<b>Dimensión 3: Confiabilidad</b> <b>Eficiencia</b>						
09	¿Percibe usted positivamente el servicio obtenido por parte del personal?					
10	¿El servicio brindado por el personal se realiza de manera rápida y oportuna?					

<b>Seguridad</b>					
11	¿Se siente usted seguro al saber que el personal brindará un servicio en el lugar y tiempo adecuados?				
12	¿Cree usted que gestionó sus trámites gracias a la ayuda brindada por el personal a cargo?				
<b>Variable 2: Satisfacción del usuario</b> <b>Dimensión 1: Rendimiento percibido</b> <b>Resultados</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
13	¿Cree usted que obtuvo resultados positivos al culminar su trámite?				
14	¿Podría compartir usted con otros usuarios la atención y el resultado percibido?				
<b>Percepciones</b>					
15	¿Ha percibido usted una adecuada atención por parte del personal?				
16	¿Siente usted que la atención del personal ha superado sus expectativas?				
<b>Estado de ánimo</b>					
17	¿Cree usted que su estado de ánimo puede influir en una buena atención por parte del personal?				
18	¿Suele usted ser gentil al momento de solicitar un trámite en dicha oficina?				
<b>Dimensión 2: Expectativas</b> <b>Experiencias previas</b>					
19	¿Cree usted que las experiencias de trámite anteriores han sido satisfactorias?				
20	¿Podría usted compartir sus buenas experiencias con otros usuarios?				
<b>Opiniones externas</b>					
21	¿Ha recibido usted buenas opiniones sobre la atención por parte del personal de esta oficina?				
22	¿Cree usted que a través de buenas opiniones podría mejorar más aun la atención al usuario?				
<b>Promesas externas</b>					
23	¿Cree usted que la calidad de servicio de ésta oficina supera al de otras instituciones educativas?				
24	¿Confía usted en que la calidad de atención de ésta oficina se mantendrá y mejorará para beneficio del usuario?				

**Gracias por su colaboración**

## ANEXO N° 5 CONFIABILIDAD Y VALIDEZ DEL INSTRUMENTO

## FICHA DE EVALUACION

## INFORME DE OPINION DEL JUICIO DEL EXPERTO

## I. DATOS GENERALES:

1.1 Titulo de la investigación: Calidad de servicio y satisfacción del usuario en la oficina de actas, registros y certificados de la FCCSS UPLA 2019.

1.2. Nombre del instrumento motivo de la validación: Cuestionario de Calidad de servicio y satisfacción del usuario.

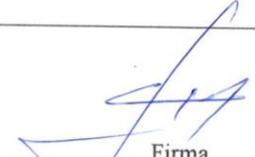
INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE				BAJO				REGULAR				BUENO				MUY BUENO				
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado.																					✓
2.OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables.																					✓
3.ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia.																					✓
4.ORGANIZACION	Existe una organización lógica.																					✓
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en calidad y cantidad.																					✓
6.INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar la gestión.																					✓
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos científicos.																					✓
8. COHERENCIA	Coherencia entre las dimensiones, sub dimensiones e indicadores.																					✓
9.METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.																					✓
10.PERTINENCIA	Es útil y adecuado para la investigación.																					✓

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

90

OPINION DE APLICABILIDAD: a). Deficiente b). Baja c). Regular d). Buena e). Muy Buena

Nombres y Apellidos	MAITA FRANCO, ABON CASIANO	D.N.I.	19912986
Dirección domiciliaria	AV. TAHUAHTINJUYO 750 EL TAMBÓ	Celular	964730117
Título profesional	LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN		
Grado académico	DOCTOR EN GESTIÓN PÚBLICA Y GOBERNABILIDAD		
Mención	---		

  
 Firma  
 Lugar y fecha: HYO, DICIEMBRE 2019





**ANEXO N° 6: CONSENTIMIENTO INFORMADO****AUTORIZACIÓN PARA REALIZAR TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

Señor:

Cesar Cristian Ríos Ochoa

Habiendo analizado el documento presentado a este despacho, se autoriza realizar la investigación, titulada: "CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN LA OFICINA DE ACTAS, REGISTROS Y CERTIFICADOS DE LA FCCSS UPLA 2019".

POR LO EXPUESTO:

Sin otro en particular se accede a su solicitud.

Huancayo, 2 de diciembre 2019.



Mg. RUBÉN JEREMÍAS ZUÑIGA GÓMEZ  
COORDINADOR (a) DE ASUNTOS ACADÉMICOS

---

**Mg. Rubén Jeremías Zuñiga Gómez**  
**COORDINADOR DE ASUNTOS ACADÉMICOS**

**ANEXO N° 7: FOTOS DE LA APLICACIÓN DEL INSTRUMENTO**







