

**UNIVERSIDAD NACIONAL  
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN**



**ESCUELA DE POSGRADO**

**TESIS**

**CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN  
DEL USUARIO EN EL CENTRO DE EMPLEO  
DEL GOBIERNO REGIONAL DE LIMA SEDE  
HUACHO 2019**

**PRESENTADO POR:**

**JOHAN ALEXANDER MATURRANO VILLANUEVA**

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN GESTIÓN  
PÚBLICA**

**ASESOR:**

**Dra. Flor de María Garivay Torres**

**HUACHO - 2019**

**CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN EL  
CENTRO DE EMPLEO DEL GOBIERNO REGIONAL DE LIMA  
SEDE HUACHO 2019**

**JOHAN ALEXANDER MATURRANO VILLANUEVA**

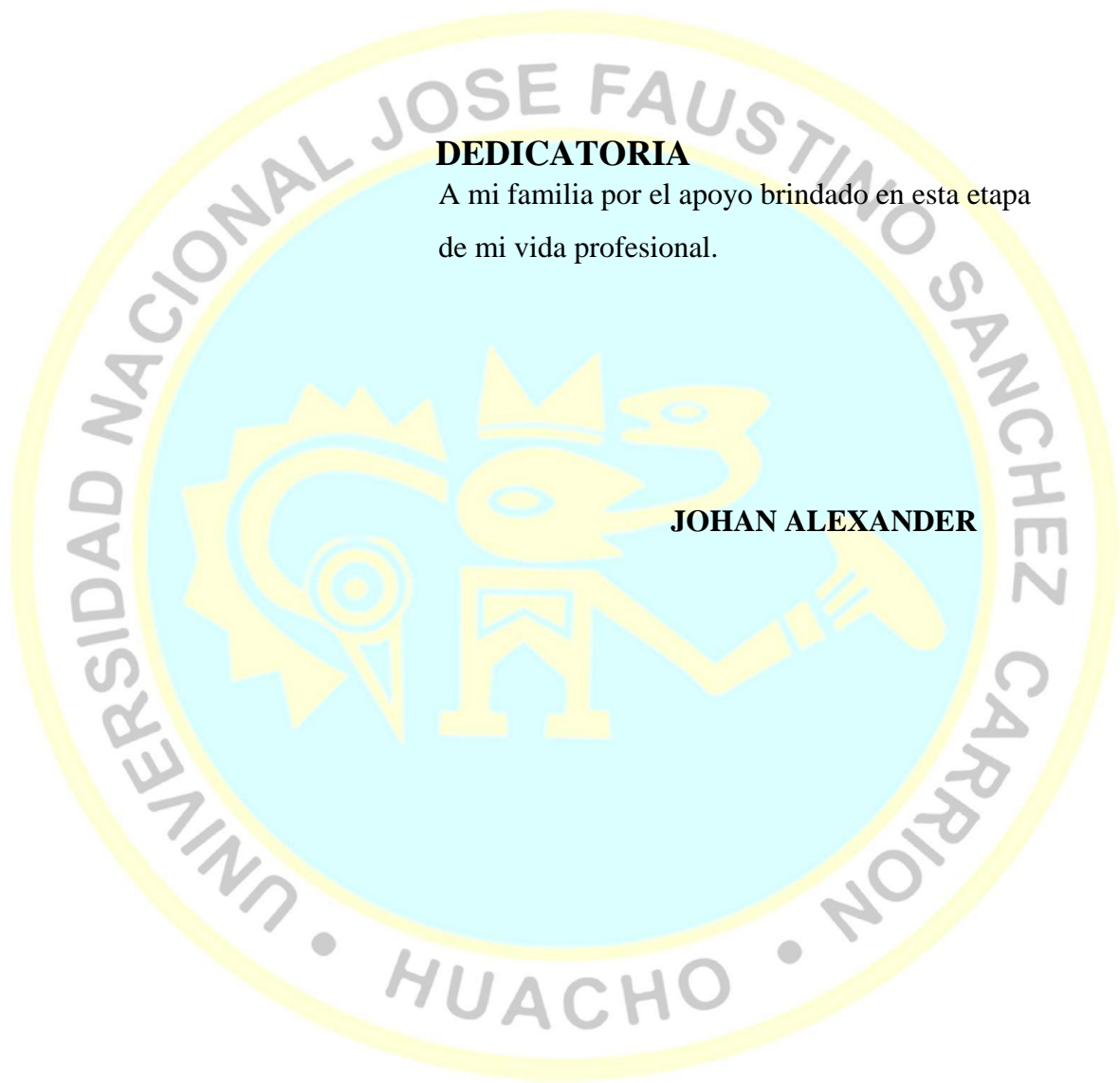
**TESIS DE MAESTRÍA**

**ASESOR: Dra. Flor de María Garivay Torres**

**UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ  
FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN  
ESCUELA DE POSGRADO  
MAESTRO EN GESTIÓN PÚBLICA**

**HUACHO**

**2019**



**DEDICATORIA**

A mi familia por el apoyo brindado en esta etapa de mi vida profesional.

**JOHAN ALEXANDER**

## **AGRADECIMIENTO**

Mi especial agradecimiento a los distinguidos docentes que me brindaron sus conocimientos y experiencias en esta Maestría de Gestión Pública.

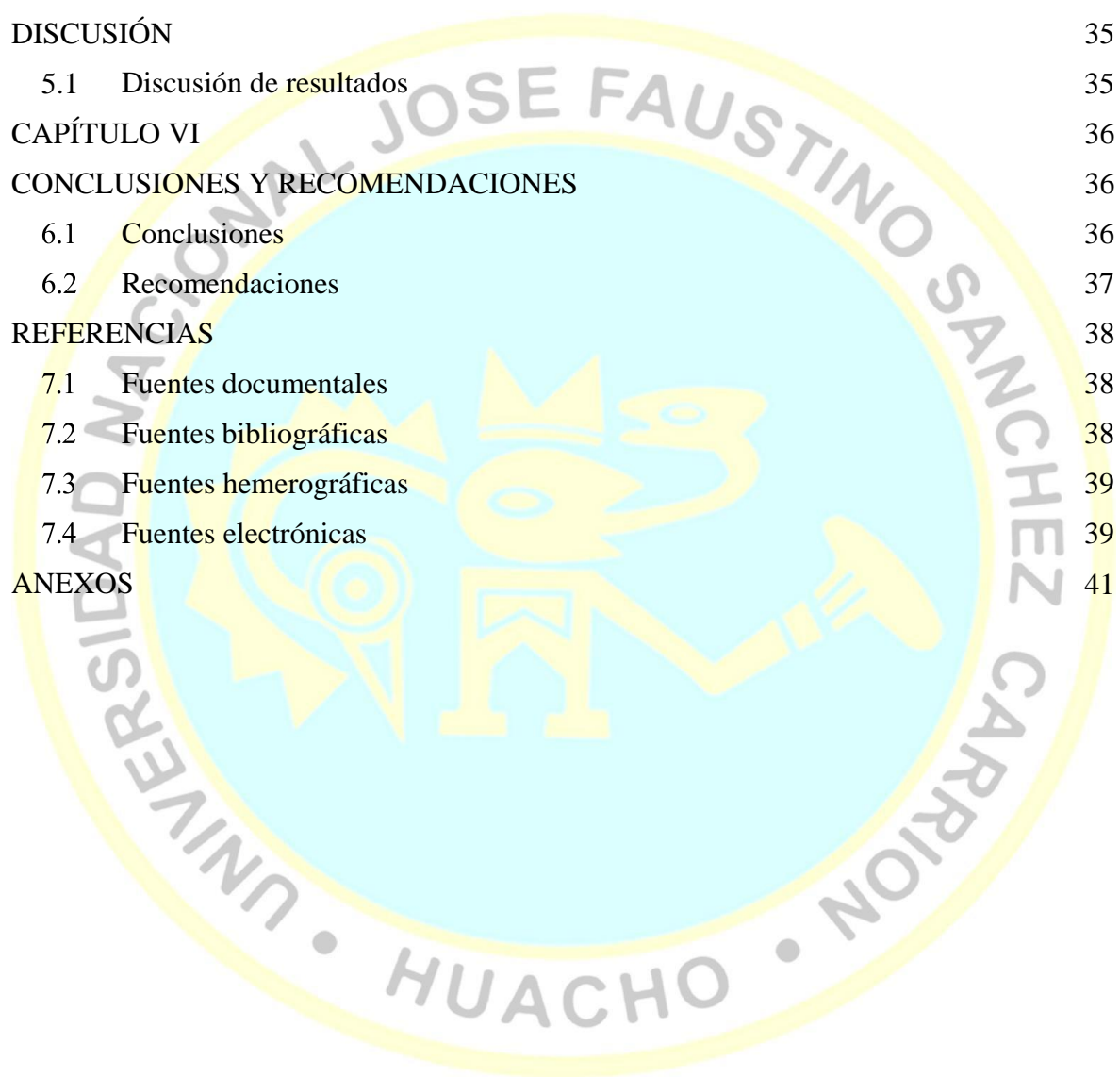
También un sincero agradecimiento a todas las personas que colaboraron con esta investigación.



# ÍNDICE

DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
CAPÍTULO I	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1 Descripción de la realidad problemática	1
1.2 Formulación del problema	1
1.2.1 Problema general	1
1.2.2 Problemas específicos	1
1.3 Objetivos de la investigación	2
1.3.1 Objetivo general	2
1.3.2 Objetivos específicos	2
1.4 Justificación de la investigación	3
1.5 Delimitaciones del estudio	3
1.6 Viabilidad del estudio	3
CAPÍTULO II	4
MARCO TEÓRICO	4
2.1 Antecedentes de la investigación	4
2.1.1 Investigaciones internacionales	4
2.1.2 Investigaciones nacionales	5
2.2 Bases teóricas	6
2.3 Bases filosóficas	10
2.4 Definición de términos básicos	11
2.5 Hipótesis de investigación	13
2.5.1 Hipótesis general	13
2.5.2 Hipótesis específicas	13
2.6 Operacionalización de las variables	13
CAPÍTULO III	16
METODOLOGÍA	16
3.1 Diseño metodológico	16
3.2 Población y muestra	16
3.2.1 Población	16

3.2.2 Muestra	16
3.3 Técnicas de recolección de datos	17
3.4 Técnicas para el procesamiento de la información	17
CAPÍTULO IV	18
RESULTADOS	18
4.2 Contratación de hipótesis	29
CAPÍTULO V	35
DISCUSIÓN	35
5.1 Discusión de resultados	35
CAPÍTULO VI	36
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	36
6.1 Conclusiones	36
6.2 Recomendaciones	37
REFERENCIAS	38
7.1 Fuentes documentales	38
7.2 Fuentes bibliográficas	38
7.3 Fuentes hemerográficas	39
7.4 Fuentes electrónicas	39
ANEXOS	41

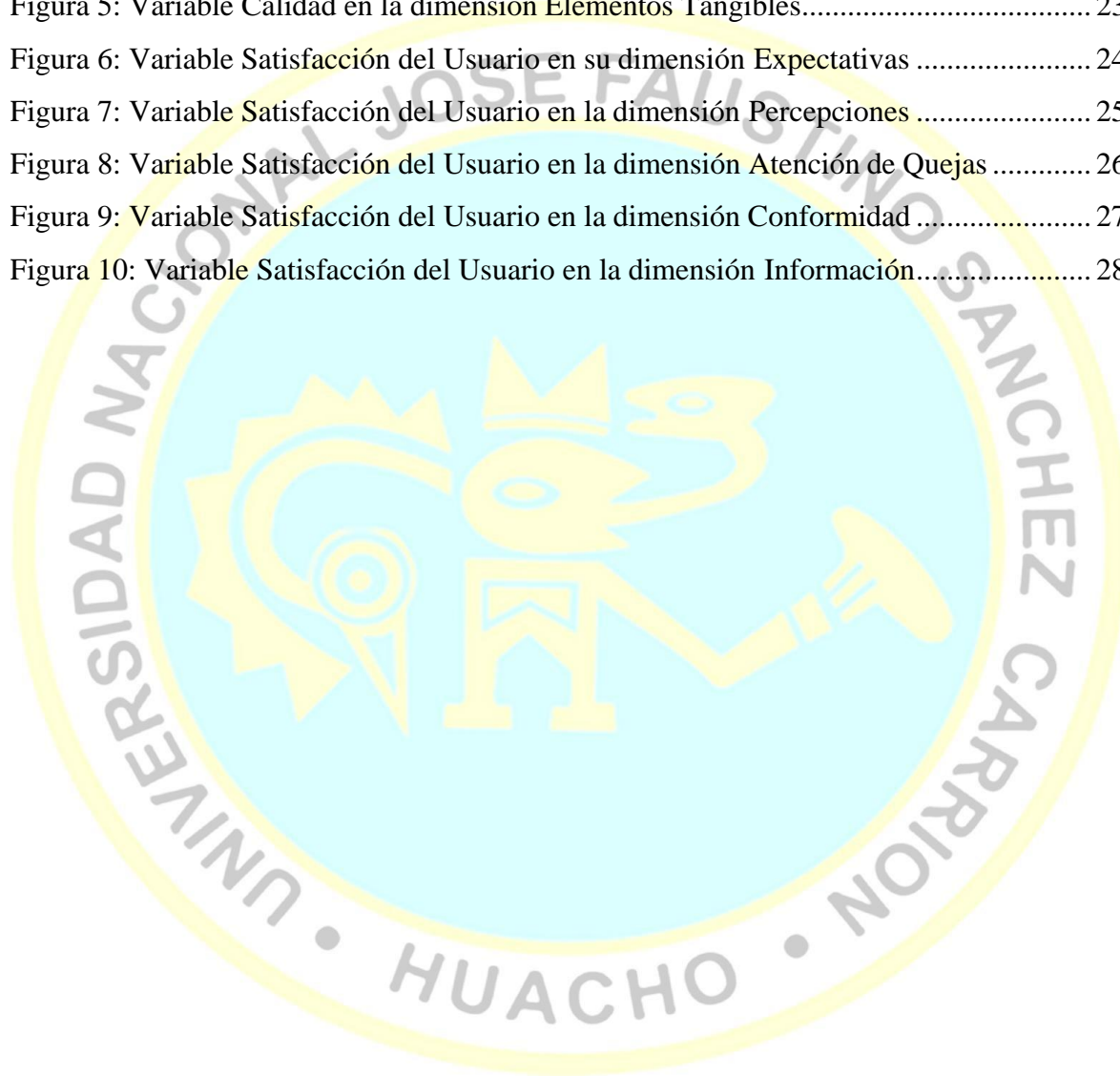


## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Variable Calidad en la dimensión Fiabilidad .....	18
Tabla 2: Variable Calidad en la dimensión Sensibilidad .....	20
Tabla 3: Variable Calidad en la dimensión Seguridad.....	21
Tabla 4: Variable Calidad en la dimensión Empatía .....	22
Tabla 5: Variable Calidad en la dimensión Elementos Tangibles .....	23
Tabla 6: Variable Satisfacción del Usuario en la dimensión Expectativas.....	24
Tabla 7: Variable Satisfacción del Usuario en la dimensión Percepciones .....	25
Tabla 8: Variable Satisfacción del Usuario en la dimensión Atención de Quejas.....	26
Tabla 9: Variable Satisfacción del Usuario en la dimensión Conformidad.....	27
Tabla 10: Variable Satisfacción del Usuario en la dimensión Información .....	28
Tabla 11: Análisis del estadístico Correlación de Pearson de las variables .....	29
Tabla 12: Análisis del estadístico Correlación de Pearson de la dimensión Fiabilidad y la variable Satisfacción del usuario. ....	30
Tabla 13: Análisis del estadístico Correlación de Pearson de la dimensión Sensibilidad y la variable Satisfacción del usuario. ....	31
Tabla 14: Análisis del estadístico Correlación de Pearson de la dimensión Seguridad y la variable Satisfacción del usuario. ....	32
Tabla 15: Análisis del estadístico Correlación de Pearson de dimensión Empatía .....	33
Tabla 16: Análisis del estadístico Correlación de Pearson de dimensión Elementos tangibles.....	34

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Variable Calidad en la dimensión Fiabilidad .....	19
Figura 2: Variable Calidad en la dimensión Sensibilidad.....	20
Figura 3: Variable Calidad en la dimensión Seguridad .....	21
Figura 4: Variable Calidad en la dimensión Empatía .....	22
Figura 5: Variable Calidad en la dimensión Elementos Tangibles.....	23
Figura 6: Variable Satisfacción del Usuario en su dimensión Expectativas .....	24
Figura 7: Variable Satisfacción del Usuario en la dimensión Percepciones .....	25
Figura 8: Variable Satisfacción del Usuario en la dimensión Atención de Quejas .....	26
Figura 9: Variable Satisfacción del Usuario en la dimensión Conformidad .....	27
Figura 10: Variable Satisfacción del Usuario en la dimensión Información.....	28





## RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo demostrar qué relación existe entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en el centro de empleo del Gobierno Regional de Lima Sede Huacho 2019.

Su diseño corresponde a no experimental, transversal, correlacional.

Se determinó una muestra de 217 usuarios. Los instrumentos de recolección de datos utilizados fueron: el cuestionario que se aplicó sobre ambas variables en estudio; se utilizó la escala de Likert.

Se determinó una relación significativa entre ambas variables en el centro de empleo del Gobierno Regional de Lima Sede Huacho siendo el grado de correlación positivo y alto (0.866).

Las conclusiones a las que se llegó con la investigación demostraron que existe relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en el centro de empleo del Gobierno Regional de Lima Sede Huacho 2019.

Palabras clave: Calidad del servicio y satisfacción del usuario

## ABSTRACT

The purpose of this research was to demonstrate the relationship between service quality and user satisfaction in the employment center of the Regional Government of Lima, Huacho Headquarters 2019.

Its design corresponds to non-experimental, transversal, correlational.

A sample of 217 users was determined. The data collection instruments used were: the questionnaire that was applied on both variables under study; Likert scale was used.

A significant relationship between both variables was determined in the employment center of the Regional Government of Lima, Huacho Headquarters, being the degree of positive and high correlation (0.866).

The conclusions reached with the investigation showed that there is a significant relationship between service quality and user satisfaction in the employment center of the Regional Government of Lima, Huacho Headquarters 2019.

Keywords: Quality of service, satisfaction of user

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene por finalidad demostrar la relación entre las variables en estudio. Para la presentación de lo investigado se ha tomado en cuenta el tipo de investigación, su enfoque cuantitativo, dividiéndose en capítulos conformados en el siguiente orden:

El primer capítulo, corresponde a la descripción de la realidad problemática, evidenciando que el servicio brindado debe mejorar pues los usuarios no se sienten satisfechos con el mismo. También se han formulado los problemas de investigación para lo cual se hizo un estudio exhaustivo de las dimensiones que corresponden a las variables de estudio y poder desarrollarlas en relación a las mismas, se redactaron los objetivos de investigación, la justificación de la investigación, la delimitación del estudio, y la viabilidad de la misma.

En la segunda parte, corresponde a la realización de los antecedentes de la investigación como correspondiendo a investigaciones previas. Se presentan las bases teóricas, la definición de los términos básicos, el planteamiento de las hipótesis de investigación la Operacionalización de las variables, con sus respectivas dimensiones e indicadores.

El tercer capítulo, se considera el diseño de investigación, así como la presentación de la población y muestra de estudio, las técnicas de recolección de datos que se han utilizado para aplicar a la muestra de estudio y las técnicas de procesamiento de información que explican que pasos se van a seguir para obtener los resultados.

El capítulo cuarto que corresponde a la presentación de los resultados incluye tablas y figuras. Asimismo, se incluye la contrastación de hipótesis que permite arribar a las primeras conclusiones de la investigación.

El quinto capítulo, que corresponde a la discusión de los resultados; la contrastación de resultados de la presente investigación con otras que se han consignado en los antecedentes y que en sus resultados o en el procedimiento se asemejan a la actual.

El sexto capítulo que corresponde a la presentación de las conclusiones a las que se arribó con la aplicación de los estadísticos correspondientes y las recomendaciones

Asimismo, se indican las referencias clasificadas en referencias documentales, bibliográficas, hemerográficas y electrónicas con las cuales se elaboró la parte teórica de la investigación. Asimismo, los anexos conformados por la matriz de consistencia, los instrumentos de recolección de datos.



# **CAPÍTULO I**

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **1.1 Descripción de la realidad problemática**

El Centro de Empleo de la Dirección Regional de Trabajo y Promoción del Empleo del Gobierno Regional, actualmente ubicado en el distrito de Huacho, brinda información y orientación de forma gratuita sobre los servicios de promoción del empleo, inserción laboral, mejorando la empleabilidad de los jóvenes y el desarrollo de emprendimiento sostenible.

En el distrito de Huacho, la población desconoce del Centro de Empleo en su totalidad, ya que en muchas ocasiones las plazas de trabajo que se ofertan quedan desiertas o no se termina de completar el número que requieren las empresas.

De continuar así, las empresas no verán conveniente ofertar sus puestos de trabajo en el Centro de Empleo, generando incertidumbre entre ellas, poca concurrencia del usuario, afectando la toma de decisiones y el fin de ciclo de la misma respectivamente.

Por ese motivo el presente proyecto de investigación tiene como objetivo mejorar el servicio que se les brinda a estos usuarios brindando mayor comunicación y difusión de esta manera habrá más oportunidades hacia los jóvenes de nuestro distrito, satisfaciendo sus necesidades con un empleo de calidad que se ajuste a sus credenciales laborales, trayectoria de empleo y a sus expectativas respectivamente.

### **1.2 Formulación del problema**

#### **1.2.1 Problema general**

¿Existe relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en el centro de empleo del Gobierno Regional de Lima Sede Huacho 2019?

#### **1.2.2 Problemas específicos**

¿Existe relación entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario en el centro de empleo del Gobierno Regional de Lima Sede Huacho 2019?

¿Qué relación existe entre la Sensibilidad y la satisfacción del usuario en el centro de empleo del Gobierno Regional de Lima Sede Huacho 2019?

¿Qué relación existe entre la Seguridad y la satisfacción del usuario en el centro de empleo del Gobierno Regional de Lima Sede Huacho 2019?

¿Qué relación existe entre la empatía y la satisfacción del usuario en el centro de empleo del Gobierno Regional de Lima Sede Huacho 2019?

¿Qué relación existe entre los elementos tangibles y la satisfacción del usuario en el centro de empleo del Gobierno Regional de Lima Sede Huacho 2019?

### **1.3 Objetivos de la investigación**

#### **1.3.1 Objetivo general**

Demostrar qué existe relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en el centro de empleo del Gobierno Regional de Lima Sede Huacho 2019

#### **1.3.2 Objetivos específicos**

Demostrar qué relación existe entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario en el centro de empleo del Gobierno Regional de Lima Sede Huacho 2019

Demostrar qué relación existe entre la sensibilidad y la satisfacción del usuario en el centro de empleo del Gobierno Regional de Lima Sede Huacho 2019

Demostrar qué relación existe entre la seguridad y la satisfacción del usuario en el centro de empleo del Gobierno Regional de Lima Sede Huacho 2019

Demostrar qué relación existe entre la empatía y la satisfacción del usuario en el centro de empleo del Gobierno Regional de Lima Sede Huacho 2019

Demostrar qué relación existe entre los elementos tangibles y la satisfacción del usuario en el centro de empleo del Gobierno Regional de Lima Sede Huacho 2019

## **1.4 Justificación de la investigación**

### **Metodológica**

La metodología empleada en la presente investigación podrá ser utilizados en futuras investigaciones, una vez demostrada su validez y confiabilidad.

### **Teórica**

La necesidad de tomar conocimiento, analizar y alcanzar la síntesis de las teorías que describen, explica y respaldan la hipótesis que asevera que existe significativa relación de las variables.

### **Practico**

La necesidad de alcanzar recomendaciones viables, las que al ser aplicadas posibiliten el mejoramiento de la atención en el centro de empleo del Gobierno Regional de Lima Sede Huacho.

## **1.5 Delimitaciones del estudio**

**La delimitación temporal:** comprende el año 2019.

**La delimitación espacial:** corresponde al centro de empleo del Gobierno Regional de Lima Sede Huacho que se encuentra ubicado en av. La Paz N° 185 en la ciudad de Huacho.

**La delimitación Geográfica:** distrito de Huacho, Provincia de Huaura, Departamento de Lima.

**La delimitación social:** los usuarios quienes solicitan un servicio al centro de empleo del Gobierno Regional de Lima Sede Huacho.

## **1.6 Viabilidad del estudio**

En esta investigación se rige por lo establecido por la Escuela de Posgrado. Asimismo, se cuenta con el permiso correspondiente del centro de empleo del Gobierno Regional de Lima Sede Huacho. El investigador cuenta con la disposición del tiempo para desarrollar la investigación en este tiempo y finalmente, se cuenta con el financiamiento para solventar la investigación en todo su proceso y llegar a su culminación.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1 Antecedentes de la investigación

##### 2.1.1 Investigaciones internacionales

Álvarez, G. (2012). *Satisfacción de los clientes y usuarios con el servicio ofrecido en Redes de Supermercados Gubernamentales*. Su objetivo fue determinar el grado de satisfacción de los clientes con respecto a la calidad de servicio ofrecido en una red de supermercados. Se aplicó la técnica de la observación y la entrevista estructurada, la población estuvo conformada por 2.950 beneficiarios/día. la muestra fue del 95% conformada por 839 clientes que realizaron alguna compra en la red directa PDVAL. Los datos obtenidos se organizaron y agruparon utilizando técnicas cualitativas y cuantitativas para el análisis de los mismos obteniéndose un índice de calidad de servicio asimismo se indicó que las percepciones de los clientes son más bajas que las expectativas en un 25,4% existiendo oportunidades de mejoras en las dimensiones evidencias físicas y fiabilidad.

Porras, E. (2013). *Implantación del Sistema de Gestión de la Calidad en las Instituciones Públicas de Educación Preescolar, Básica y Media del Municipio de Villavicencio (Colombia)*. Su objetivo consistió en conocer las variables de tipo administrativo, conocimiento, cultural, organizacional, y sobre gestión de la calidad,). Muestra: fue de 670 y una muestra total de 392 docentes. Finalmente se llegó a la conclusión: la dimensión Seguridad emocional muestra alta incidencia en su satisfacción, fundamentalmente los factores relacionados con el trato que reciben de parte de las personas con quienes interactúan en el colegio,



García, J. (2012). *Evaluación de la calidad y calidez de atención a los usuarios del Subcentro de salud “El Bosque”*. Su objetivo fue evaluar la calidad y calidez de la atención elaborando Propuesta de Mejoramiento técnica y calidez de la atención, midiendo el grado de satisfacción de éstos. Se encuestó a 393 pacientes de los cuales el 9% fueron masculinos y el 91% de sexo femenino. Los resultados fueron El 21% manifestó que la atención fue excelente, el 37% comentó como muy buena, el 35% manifestó que el tipo de atención como buena, de regular fue el criterio de un 6% y finalmente como mala atención 1%. Obteniendo como promedio en la satisfacción del usuario está entre buena y muy buena la calificación de la atención.

### **2.1.2 Investigaciones nacionales**

Rojas, W. (2017). *Influencia de la Calidad del Servicio en la Satisfacción de los Usuarios de la Municipalidad Distrital de Pueblo Nuevo, provincia de Chincha, región Ica, año 2016*.

El fin de la Investigación es determinar la influencia de la calidad del servicio en la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Distrital de Pueblo Nuevo. Según sus resultados se concluyó que existe correlación positiva alta de 0.859 (Valor r de Pearson) entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad. el 32.6% de los encuestados, sobre calidad de servicio, califica en el nivel “a veces explicando que la calidad de servicio se ubica en un nivel “casi siempre”. En cuanto a eficiencia se muestra correlación positiva alta de 0.834: en cuanto en la expectativa de los usuarios, siendo concordante con lo anterior, el 21% de los encuestados indica que la eficacia se evidencia como “a veces”, lo que determina que influiría en la fidelización de los usuarios.

## 2.2 Bases teóricas

### 2.2.1 Calidad del servicio.

En cuanto a la calidad se considera que es producir un bien o servicio bueno. Haciendo las cosas de manera correcta. Produciendo lo que el consumidor desea. (Matsumoto, 2014, pág. 184).

Por lo tanto, en todo servicio o producto entregado al cliente la característica fundamental que se debe tener en cuenta es la calidad, ya que es a través de ella que se va a poder satisfacer y cubrir las necesidades de los clientes y se asegura su fidelidad al producto.

- Calidad total

Se considera como la estrategia que busca garantizar la supervivencia y la rentabilidad y el crecimiento de una organización mediante: el aseguramiento permanente de la satisfacción de los clientes. Por lo que se puede lograr con la participación del personal, con un nuevo estilo de liderazgo o (Manene, 2010).

Este término si bien en sus inicios estuvo dirigido a las empresas que producían bienes, poco a poco fue introduciéndose en todos los ámbitos de la vida, y es así como en la actualidad las instituciones públicas y privadas, organizaciones, corporaciones, instituciones, etc., practican la calidad total en los productos o servicios que brindan. De esa forma aseguran su estabilidad, su permanencia y sobre todo su progreso.

- Calidad del servicio

Se considera a la calidad de servicio como el logro de la satisfacción de los clientes, el mismo que mostrará desde la insatisfacción extrema a la mayor complacencia de gran satisfacción. Deming (1989) citado por (Redhead, 2015, pág. 23).

Por tanto, la calidad en el servicio viene a ser el resultado de un proceso de evaluación donde el consumidor compara sus expectativas frente a sus percepciones.

Midiendo la calidad mediante la diferencia del servicio que espera el cliente, y el que recibe de la empresa (Matsumoto, 2014, págs. 184-185).

Si se traslada este término a las experiencias, se concluye que los usuarios presentan problemas de satisfacción con el servicio brindado pues es necesario mejorar la calidad tomando en cuenta las características de esta. Pero para lograrlo es necesario que quienes están a cargo de brindar el servicio de calidad conozcan a profundidad este tema y lo sepan llevar a la práctica.

- Cultura de la calidad

Hablar de cultura de la calidad, en las organizaciones es compromiso de todos los que la conforman, no es el deber de unos pocos o de los gerentes atender los procesos de calidad, sino que significa que todos estén involucrados en aceptar cambiar aquellos que no están conforme con brindar servicios de calidad.

Por lo tanto, cuando se ha implantado una cultura de la calidad, los individuos han entendido que, en vez de equivocarse y aprender de los errores, es necesario desarrollar los procesos con eficiencia y eficacia, de tal manera que los errores y defectos desaparezcan. A eso se le ha llamado asumir el valor de “cero defectos”, que contribuye positivamente en la organización a lograr sus metas.

Se requiere de la cultura de calidad que se plantee un nuevo cambio organizacional donde se premien las aptitudes para el aprendizaje y el compromiso, tanto en términos individuales como organizacionales.

El modelo SERVQUAL.

Este modelo permite a la gestión identificar sistemáticamente las brechas de calidad de servicio entre un número de variables que afectan a la calidad de la oferta (Redhead, 2015, pág. 25).

Este modelo se ha creado para conocer la percepción que tienen los clientes que consumen un determinado producto o usuarios de un servicio en relación a la calidad de

los mismos. Sus siglas están en inglés y significa (Service of Quality) Servicio de calidad y es muy importante determinando la calidad del servicio que se brinda.

(Matsumoto, 2014, pág. 185).

Por ser importante conocer la calidad del servicio percibida por los usuarios de las organizaciones es que se ha tomado en cuenta estudiar esta variable a través de este modelo pues se considera el más completo y el que mejor se adapta a la realidad investigada en el centro de empleo del Gobierno Regional de Lima Sede Huacho. De los resultados que se obtengan a través de la investigación se podrán plantear propuestas para mejorar.

#### Dimensiones del modelo SERVQUAL.

- **Fiabilidad:**

Comprende a la habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma cuidadosa. Y fiable cumpliendo con las entregas, la solución de problemas de manera oportuna (Matsumoto, 2014, pág. 186).

- **Sensibilidad:**

Se refiere a la disposición que se presente de poder ayudar al usuario y poder prestarles un servicio rápido y adecuado. (Matsumoto, 2014, pág. 186).

- **Seguridad:**

Comprende el conocimiento, así como la atención de los empleados y la habilidad para inspirar credibilidad y confianza” (Matsumoto, 2014, pág. 186).

- **Empatía:**

Consiste en el nivel de atención individualizada que se ofrece a los clientes. (Matsumoto, 2014, pág. 186). El servicio comprende, una relación entre personas y la calidad basándose no solo en la cortesía profesional, sino en poder entender y resolver las necesidades por las que el cliente “consume” determinado servicio(Dirección de Modernización y Calidad , 2014, pág. 18).

- Elementos tangibles:

Comprende instalaciones físicas, como es la infraestructura, los equipos, el material, el personal” (Matsumoto, 2014, pág. 186).

- Normas ISO

Estas normas de aseguramiento de la calidad son las que dan confianza al cliente respecto a la satisfacción de sus necesidades. Para obtener la certificación. Es necesario cumplir con los estándares de calidad exigidos. (aiteco consultores, 2018).

### 2.2.2 Satisfacción del usuario.

Definiciones.

Usuario

Comprende a la persona o grupo de personas que tiene una necesidad de información y que utiliza o utilizará recursos o servicios de información para cubrirla (Hernández, 2011, pág. 349).

Y a la vez son los agentes más importantes del proceso de producción de bienes y servicios, pues todo se pone en marcha con la finalidad de entregar un bien o servicio y quien lo recibe es precisamente el usuario. Este usuario la mayoría de las veces elige que consumir o que usar de acuerdo al grado de satisfacción que obtiene.

Para las organizaciones o empresas este aspecto de la satisfacción debe ser la prioridad en todos sus procesos y quienes conforman los equipos de trabajo o de producción de bienes y servicios deben trabajar con esta mentalidad.

Satisfacción del usuario.

(Chiavenato, Comportamiento Organizacional, 2015) Define a la satisfacción del usuario como la percepción que se tiene en relación al servicio.

(Louffat, 2012) Menciona que satisfacer al usuario es el cumplimiento de las expectativas que tiene un usuario acerca del servicio que se le ha ofrecido.

(Hartline, 2012) indica que es el grado en que el servicio cumple o supera sus expectativas hacia dicho servicio.

(Cantu, 2011) Señala que satisfacer al usuario es la forma eficiente en que la organización cubre con la necesidad del usuario.

(Chiavenato, Administracion de Recursos Humanos, 2011) define la satisfacción del usuario como el acto de aprender a conocer mejor sus necesidades y expectativas para crear los servicios requeridos de forma más eficaz.

(Schermerhorn, 2010) menciona que la satisfacción del cliente se da en la medida de como la organización cumple con las expectativas con el servicio que se le ofrece.

Las Expectativa: Comprende las creencias sobre la entrega del servicio las que sirven como estándares o puntos de referencia para juzgar el desempeño de la empresa. Es lo que espera el cliente de un servicio, y éstas son creadas por la comunicación, por la experiencia de otras personas en el servicio. (Matsumoto, 2014, pág. 185).

La Percepción: Se considera la forma cómo valoran las personas los servicios. como reciben y evalúan los servicios de una empresa. Estas están enlazadas con las características o dimensiones de la calidad del servicio que son; confiabilidad, seguridad, sensibilidad, empatía, y elementos tangibles (Matsumoto, 2014, pág. 185).

### **2.3 Bases filosóficas**

Como fundamentos filosóficos de la investigación planteada se han tomado en cuenta el pensamiento de tres grandes autores dedicados a propiciar cambios en las organizaciones a través de la calidad.

- ✓ Williams Edwards Deming.

Para Deming la calidad está definida como: “Un producto o un servicio tienen calidad si sirven de ayuda a alguien y disfrutan de un mercado bueno y sostenido”.

Su filosofía considerada como aportación fundamental es la “Mejora Continua”. Es por ello se le considera el padre de la “tercera revolución industrial” o “la revolución de la calidad” y se basa en los catorce principios gerenciales, que constituyen el pilar para el desarrollo de la calidad tales como se mencionan:

Según Edwards Deming La mejora del producto y el servicio se da con la finalidad de ser más competitivos y mantener a la empresa.

(Quispe, 2015, págs. 34-35).

✓ Philip Crosby.

Indica que la Calidad es la conformidad con los requerimientos e indica que el 100% de la conformidad es 36 igual a cero defectos. “Hacerlo bien a la primera vez”, es hacer que la gente haga mejor las cosas importantes

Su filosofía se basa en “cero defectos”, busca elevar las expectativas de la administración, motivando y concientizando a los colaboradores.

✓ Kaoru Ishikawa.

Indicaba Ishikawa que controlar la calidad es hacer lo que se tiene que hacer. Empezando y terminando con la capacitación.

El incorporó el diagrama de Ishikawa conocido como causa y efecto, o como como la espina de pescado.

(Quispe, 2015, pág. 39).

## 2.4 Definición de términos básicos

▪ Calidad del servicio.

Comprende al proceso de evaluación donde se compara las expectativas frente a sus percepciones. Es decir, mediante la diferencia del servicio que espera el cliente, y el que recibe de la empresa. (Matsumoto, 2014, págs. 184-185).

▪ Fiabilidad.

Es cuando se ejecuta el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa. (Matsumoto, 2014, pág. 186).

- Elementos tangibles.

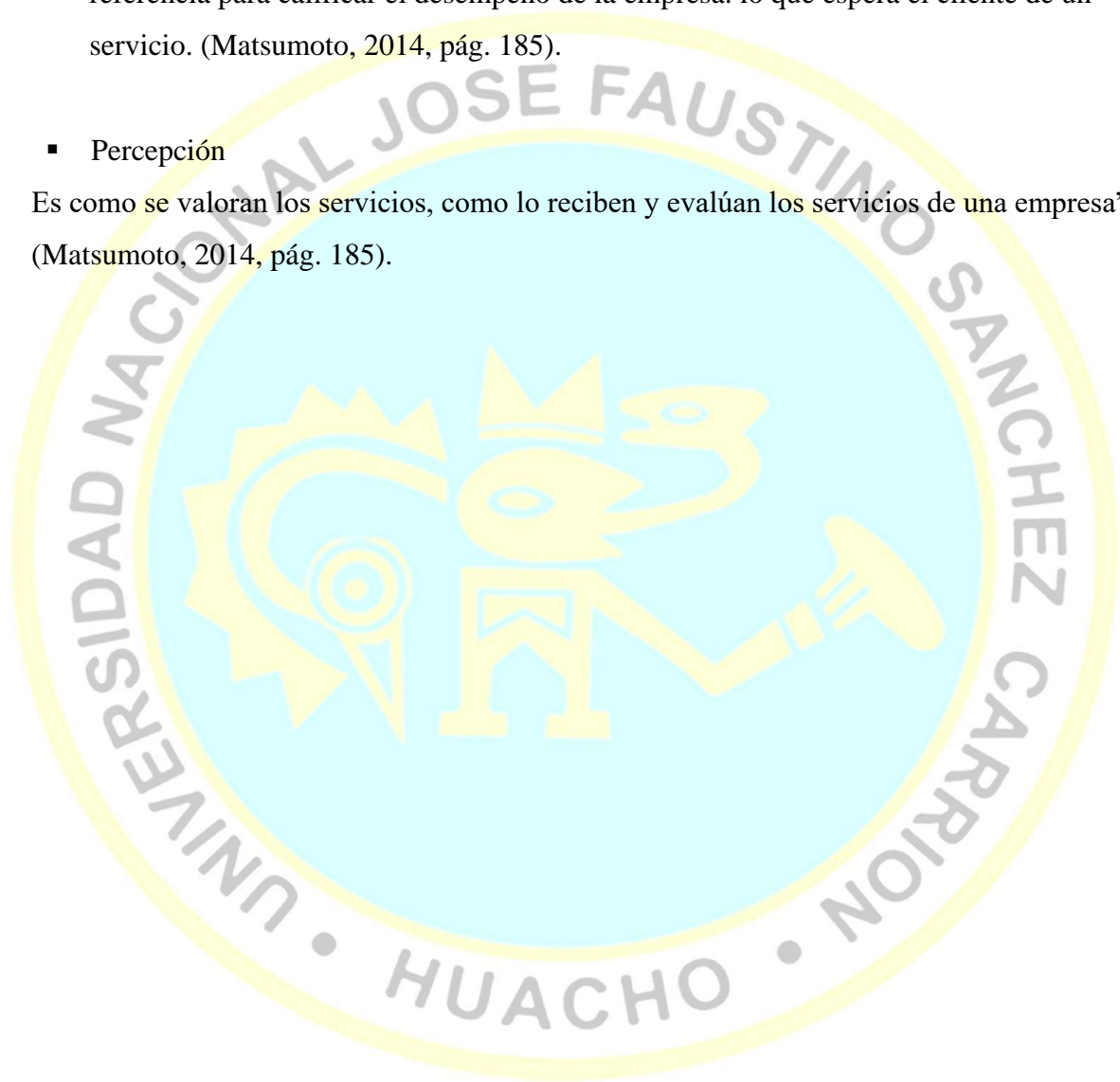
Comprende la infraestructura, instalaciones físicas equipos, materiales, personal”  
(Matsumoto, 2014, pág. 186).

- Expectativa

Comprende la confianza sobre la entrega del servicio, el mismo que sirven como referencia para calificar el desempeño de la empresa. lo que espera el cliente de un servicio. (Matsumoto, 2014, pág. 185).

- Percepción

Es como se valoran los servicios, como lo reciben y evalúan los servicios de una empresa”  
(Matsumoto, 2014, pág. 185).





## **2.5 Hipótesis de investigación**

### **2.5.1 Hipótesis general**

Existe relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en el centro de empleo del Gobierno Regional de Lima Sede Huacho 2019

### **2.5.2 Hipótesis específicas**

Existe relación significativa entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario en el centro de empleo del Gobierno Regional de Lima Sede Huacho 2019

Existe relación significativa entre la Sensibilidad y la satisfacción del usuario en el centro de empleo del Gobierno Regional de Lima Sede Huacho 2019

Existe relación significativa entre la Seguridad y la satisfacción del usuario en el centro de empleo del Gobierno Regional de Lima Sede Huacho 2019

Existe relación significativa entre la empatía y la satisfacción del usuario en el centro de empleo del Gobierno Regional de Lima Sede Huacho 2019

Existe relación significativa entre los elementos tangibles y la satisfacción del usuario en el centro de empleo del Gobierno Regional de Lima Sede Huacho 2019

## **2.6 Operacionalización de las variables**

Variable Independiente

Variables	Definición de la variable	Dimensiones	Indicadores
CALIDAD DE SERVICIO	La calidad de servicio comprende la satisfacción de los clientes con respecto al servicio dado o artículo fabricado y según cualquier criterio, (Redhead, 2015) p.23.	Fiabilidad	Promesa de cumplir en tiempo acordado
			Interés en resolver el problema del usuario
			Establecer el contacto fiable para el usuario
			Habilidad del prestador del servicio
			Registros libres de error
		Sensibilidad	Información de la ejecución del servicio
			Servicio expedido y rápido
			Disposición de ayudar a los usuarios
		Seguridad	El comportamiento de los empleados debe infundir confianza al usuario
			Seguridad en las transacciones
			Conocimiento de los empleados para responder a las preguntas del usuario
		Empatía	Atención individualizada
			Comprender las necesidades del cliente
			Los horarios adecuados a las necesidades de atención
Elementos	Equipos de aspecto		

		tangibles	moderno
			Instalaciones físicas atractivas
			Empleados pulcros
			Materiales asociados al servicio

Fuente: (Matsumoto, 2014)

Variable Dependiente

Variable	Definición de la variable	Dimensiones	Indicadores
SATISFACCIÓN DEL USUARIO	(Chiavenato, Comportamiento Organizacional, 2015) Define a la satisfacción del usuario como la percepción que tiene acerca del desempeño del colaborador.	Expectativas	Servicios prestados sin errores
		Percepciones	En cuanto a la calidad y costo
		Atención de quejas	Rápida solución de problemas
		Conformidad	Satisfacción del servicio
		Información	Conocimiento de procesos de los servicios prestados

Fuente: (Huamán, 2017, pág. 34)

## CAPÍTULO III METODOLOGÍA

### 3.1 Diseño metodológico

#### 3.1.1 Enfoque.

El enfoque utilizado es el cualitativo-cuantitativo.

#### 3.1.2 Tipo de estudio

El diseño es no experimental, transversal, correlacional.

Hernández, Fernández & Baptista (2014) señalan como la investigación que se realizan sin manipular deliberadamente a las variables de estudio.

Es transversal ya que se recolectarán en un solo momento, en un momento único.

Se considera una investigación no experimental, transversal, correlacional, porque incluye un estudio de relación entre dos variables en concordancia con los objetivos planteados.

### 3.2 Población y muestra

#### 3.2.1 Población

Está conformada por 500 usuarios que visitan semanalmente el centro de empleo del Gobierno Regional de Lima Sede Huacho.

#### 3.2.2 Muestra

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

Dónde:

n=Tamaño de la muestra

N=Tamaño de la Población

E=0.095(Nivel de error 5%)

P=0.5% (probabilidad de 50%)

Q=0.5% (probabilidad de 50%)

Z=1.96 (95% de nivel de confianza)

$$\frac{500 \times 0.5 \times 0.5 \times 3.8416}{0.0025 \times (499) + 0.5 \times 0.5 \times 3.8416}$$

$$n = 382$$

Como el resultado del tamaño de muestra supero el 10% de la población, se realizó el ajuste. Tal como se presenta.

$$n = \frac{n}{1 \binom{n}{N}}$$
$$\frac{382}{1 \binom{382}{500}}$$

$$n = 217$$

La muestra está representada por 217 usuarios.

### 3.3 Técnicas de recolección de datos

Para la recolección de datos de ambas variables de estudio se empleó la técnica de la encuesta. Estas encuestas fueron estructuradas previamente y elaboradas con preguntas cerradas para mayor facilidad al momento de responder.

### 3.4 Técnicas para el procesamiento de la información

Se empleó el procesador Statistical Package of Social Sciences (SPSS versión 24), versión en español, con ayuda del programa EXCEL para la tabulación de los datos.

## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS

#### 4.1 Análisis de Resultados

Tabla 1: Variable Calidad en la dimensión Fiabilidad

ITEM	Siempre		Casi Siempre		A veces		Casi nunca		Nunca	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
	1. ¿El Centro del Empleo se preocupa por Proporcionarle información veraz y confiable para solucionar su problema de empleabilidad?	65	30.0	109	50.0	43	20.0	0	0.0	0
2. ¿La actividad de servicio del Centro del Empleo Muestran interés y está encaminado a satisfacer sus inquietudes que tiene como usuario?	65	30.0	109	50.0	43	20.0	0	0.0	0	0.0
3. ¿Los directivos y personal administrativo se sienten comprometidos en proporcionarle contactos fiable s en materia de empleabilidad a Ud. ¿Como usuario?	87	40.0	130	60.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
4. ¿Es preocupación compartida por todos poder canalizar sus necesidades de empleabilidad s?	65	30.0	109	50.0	43	20.0	0	0.0	0	0.0
5. ¿El Centro del Empleo mantiene contacto permanente con Ud. haciéndole llegar información en cuanto a propuestas de empleabilidad?	87	40.0	130	60.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	74	34	117	54	26	12	0	0	0	0

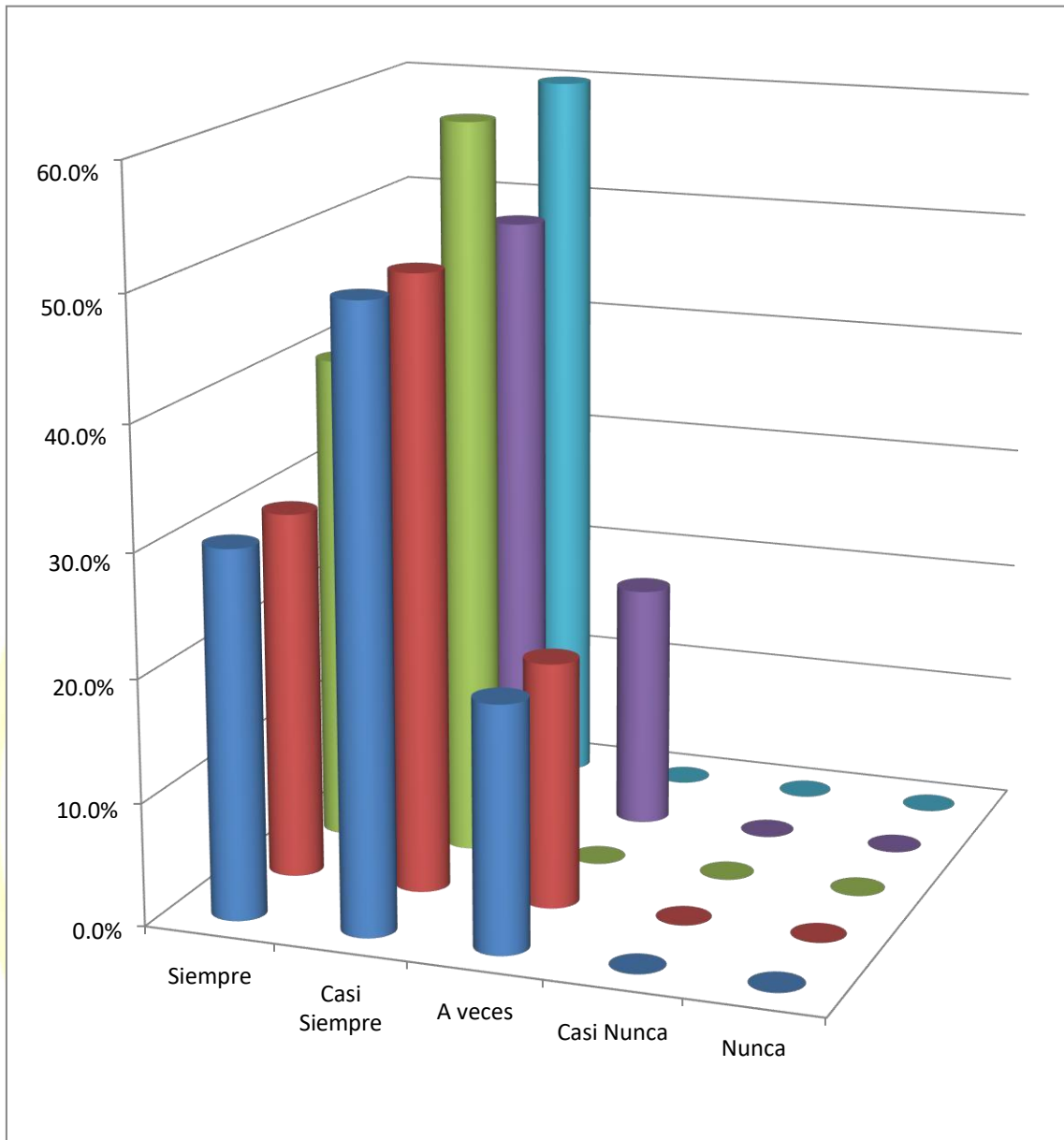


Figura 1: Variable Calidad en la dimensión Fiabilidad

Se obtuvo un 54% como mayor porcentaje del total de usuarios que conforman la muestra considera que la calidad en su dimensión expectativa se da en casi siempre seguido de siempre con un 34% y a veces con un 12%.

Tabla 2: Variable Calidad en la dimensión Sensibilidad

ITEM	Siempre		Casi Siempre		A veces		Casi nunca		Nunca	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
6. ¿Percibe que los trabajadores del Centro del Empleo se esfuerzan por brindarles una buena atención?	76	35.0	87	40.0	33	15.0	22	10.0	0	0.0
7. ¿La actividad de servicio del Centro del Empleo muestran interés y está encaminado a satisfacer sus inquietudes que tiene como usuario?	65	30.0	109	50.0	22	10.0	22	10.0	0	0.0
8. ¿Los trabajadores del Centro del Empleo muestra disposición de ayuda a los usuarios?	54	25.0	87	40.0	33	15.0	22	10.0	22	10.0
	65	30	94	43	29	13	22	10	7	3

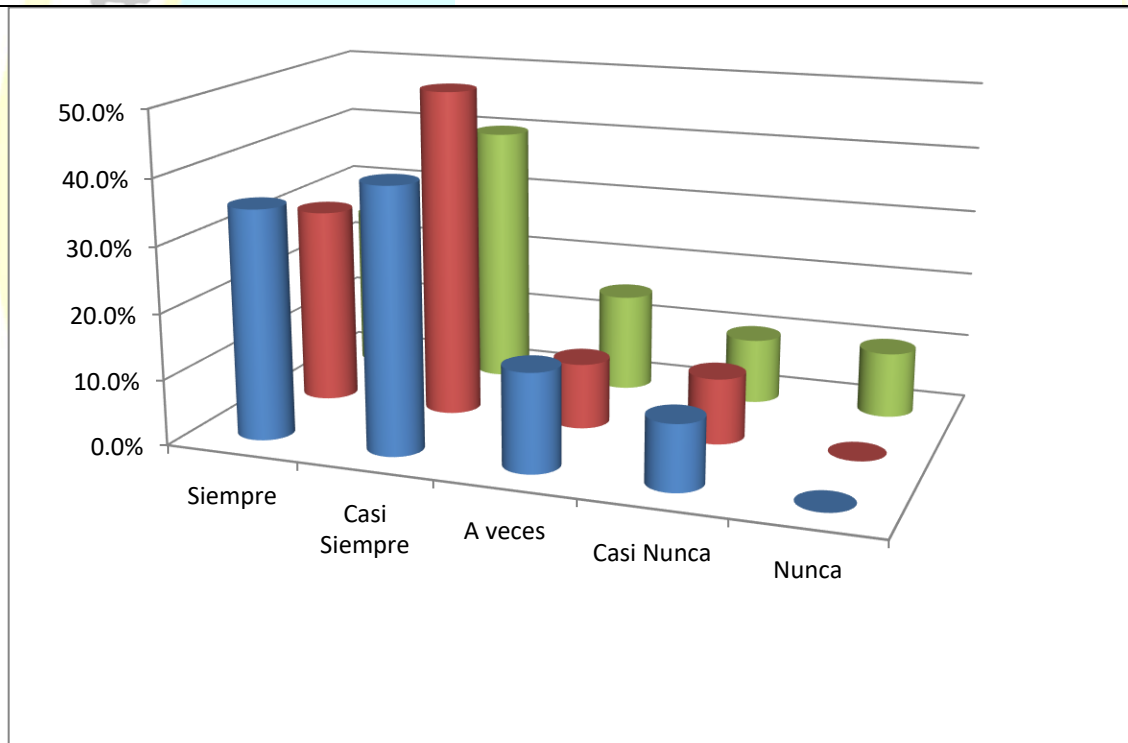


Figura 2: Variable Calidad en la dimensión Sensibilidad

El 43% del total de usuarios que conforman la muestra de estudio considera que la calidad en su dimensión la sensibilidad se da en casi siempre seguido de un 30% en siempre, un 13%



en a veces un 10% en casi nunca y un 3% en nunca.

Tabla 3: Variable Calidad en la dimensión Seguridad

ITEM	Siempre		Casi Siempre		A veces		Casi nunca		Nunca	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
	9. ¿El Centro del Empleo le brinda atención e información confiable y segura?	76	35.0	87	40.0	33	15.0	22	10.0	0
10. ¿El Centro del Empleo le facilita la ayuda orientándoles adecuadamente en los procesos a seguir?	65	30.0	109	50.0	22	10.0	22	10.0	0	0.0
11. ¿Los trabajadores del Centro del Empleo muestran conocimiento para responder a las preguntas del usuario?	54	25.0	87	40.0	54	25.0	22	10.0	0	0.0
12. ¿Los trabajadores del Centro del Empleo muestran actitud positiva para responder a las preguntas del usuario?	76	35.0	87	40.0	33	15.0	22	10.0	0	0.0
	68	31	92	43	35	16	22	10	0	0

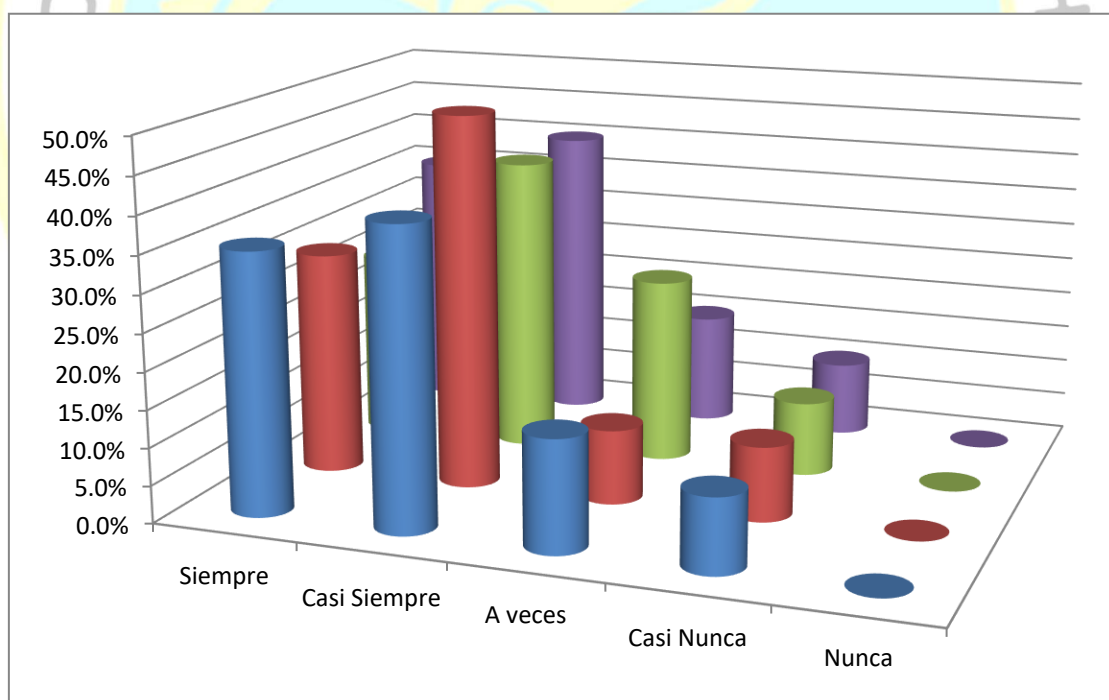


Figura 3: Variable Calidad en la dimensión Seguridad

Se observa en la tabla 3 un 43% del total de usuarios que conforman la muestra de estudio considera que la calidad en su dimensión seguridad se da en casi siempre seguido de un 31% en siempre, un 16% en a veces un 10% en casi nunca.

Tabla 4: Variable Calidad en la dimensión Empatía

ITEM	Siempre		Casi Siempre		A veces		Casi nunca		Nunca	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
	13. ¿Se siente satisfecho con la atención del personal?	76	35.0	87	40.0	33	15.0	22	10.0	0
14. ¿Mientras espera por una atención le han ofrecido un ambiente de espera cómodo y con asientos?	65	30.0	109	50.0	22	10.0	22	10.0	0	0.0
15. ¿El tiempo de espera desde que llega a la institución hasta que es atendido es el adecuado?	54	25.0	87	40.0	33	15.0	22	10.0	22	10.0
	65	30	94	43	29	13	22	10	7	3

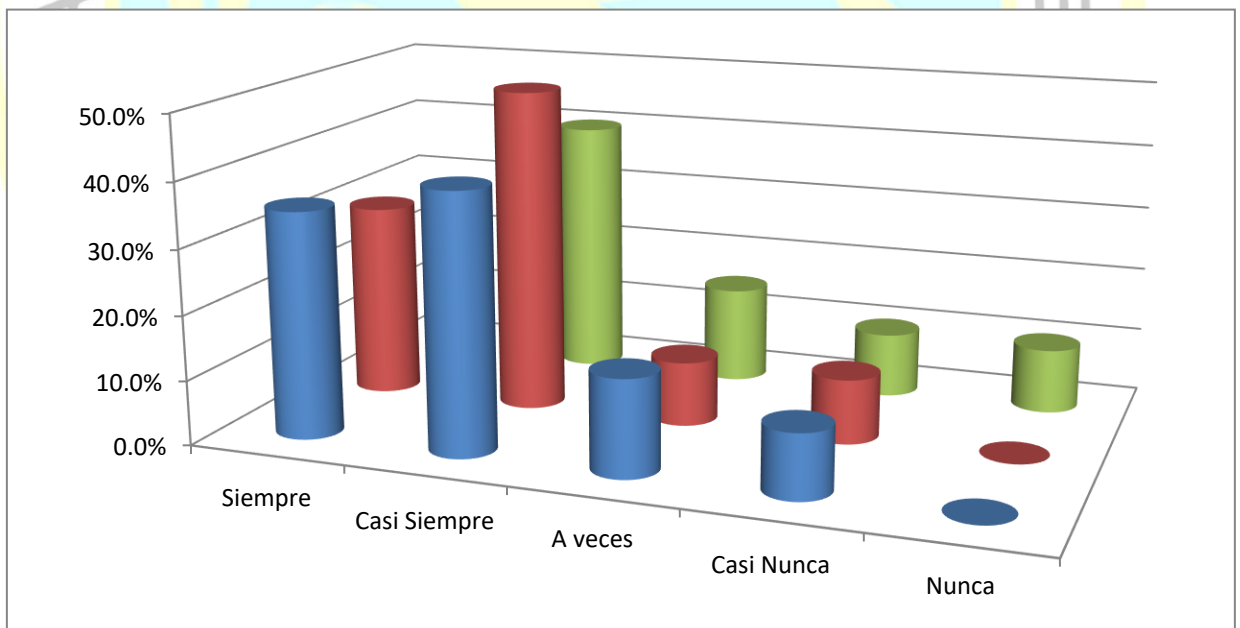


Figura 4: Variable Calidad en la dimensión Empatía

Se observa en la tabla 4 un 43% del total de usuarios que conforman la muestra de estudio considera que la empatía se da en casi siempre seguido de un 30% en siempre, un 13% en a veces un 10% en casi nunca y 3% en nunca.

Tabla 5: Variable Calidad en la dimensión Elementos Tangibles

ITEM	Casi									
	Siempre		Siempre		A veces		Casi nunca		Nunca	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
16.- ¿Los equipos muestran un aspecto moderno?	76	35.0	87	40.0	33	15.0	22	10.0	0	0.0
17. ¿Las Instalaciones físicas son seguras y se encuentran en buen estado?	65	30.0	109	50.0	22	10.0	22	10.0	0	0.0
18. ¿Los Empleados presentan una apariencia pulcra?	54	25.0	87	40.0	33	15.0	22	10.0	22	10.0
19. ¿Los Materiales que presentan son los adecuados y asociados al servicio?	65	30.0	87	40.0	22	10.0	22	10.0	22	10.0
	65	30	92	43	27	13	22	10	11	4

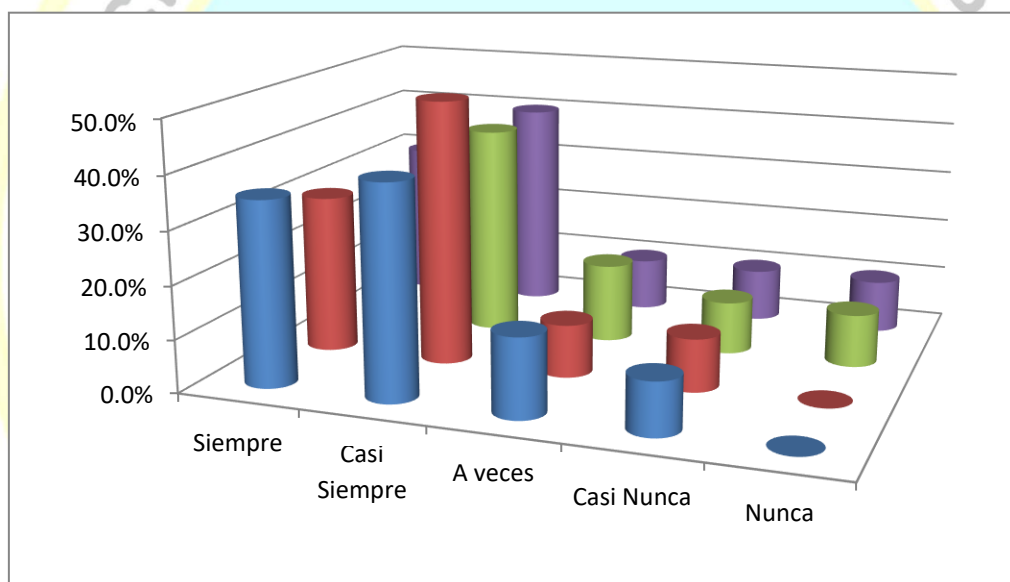


Figura 5: Variable Calidad en la dimensión Elementos Tangibles

Un 43% del total de usuarios que conforman la muestra de estudio se da en casi siempre seguido de un 30% en siempre, un 13% en a veces un 10% en casi nunca y 4% en nunca.

Tabla 6: Variable Satisfacción del Usuario en la dimensión Expectativas

ITEM	Casi									
	Siempre		Siempre		A veces		Casi nunca		Nunca	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
20. ¿Considera que los servicios prestados sin errores crean satisfacción en el usuario?	98	45.0	87	40.0	33	15.0	0	0.0	0	0.0
21. ¿Considera que el tiempo de demora en los tramites documentarios sea el adecuado?	65	30.0	87	40.0	65	30.0	0	0.0	0	0.0
22. ¿Considera que la entrega documentación se realiza de manera oportuna o en el plazo establecido?	33	15.0	87	40.0	54	25.0	22	10.0	22	10.0
	65	30	87	40	51	23	7	3	7	3

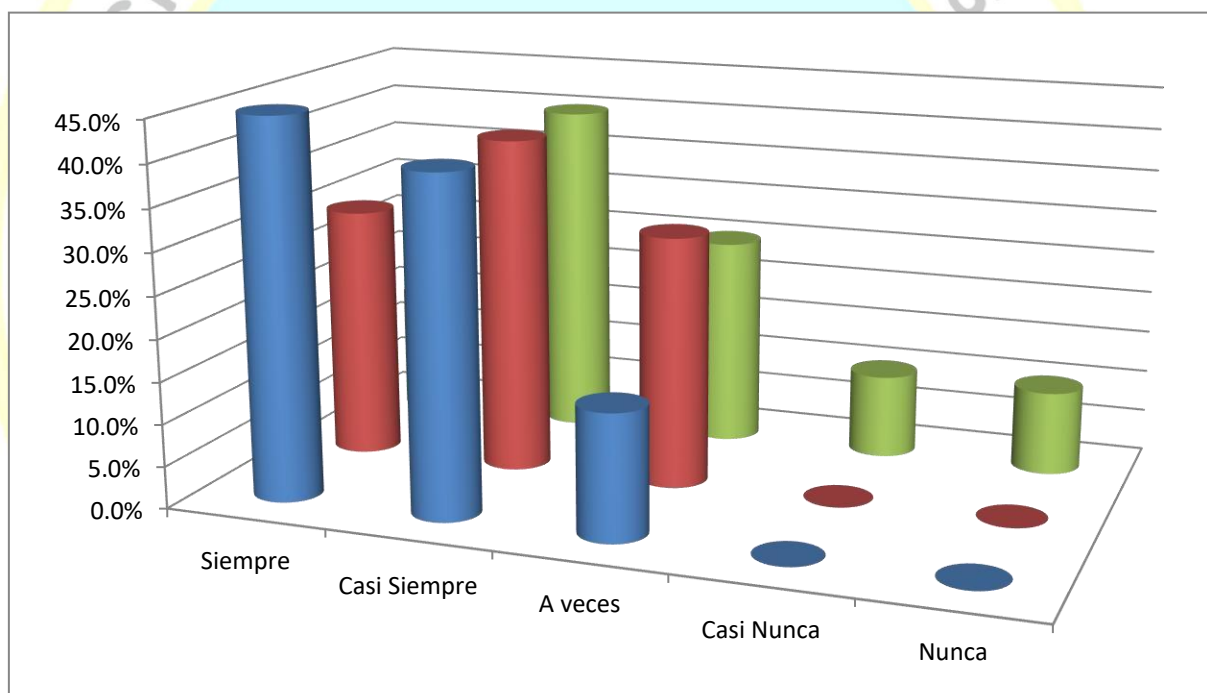


Figura 6: Variable Satisfacción del Usuario en su dimensión Expectativas

Se observa en la tabla 6 Se observa en la tabla 4 un 40% considera que la calidad en su dimensión Perspectivas se da en casi siempre seguido de un 30% en siempre, un 23% en a veces un 3% en casi nunca y 3% en nunca.

Tabla 7: Variable Satisfacción del Usuario en la dimensión Percepciones

ITEM	Casi									
	Siempre		Siempre		A veces		Casi nunca		Nunca	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
23. ¿Recibe un servicio de calidad?	76	35.0	109	50.0	33	15.0	0	0.0	0	0.0
24. ¿Considera que se ha mejorado sustancialmente la atención en cuanto a sus procedimientos?	76	35.0	87	40.0	54	25.0	0	0.0	0	0.0
	38	35	98	45	43	20	0	0	0	0

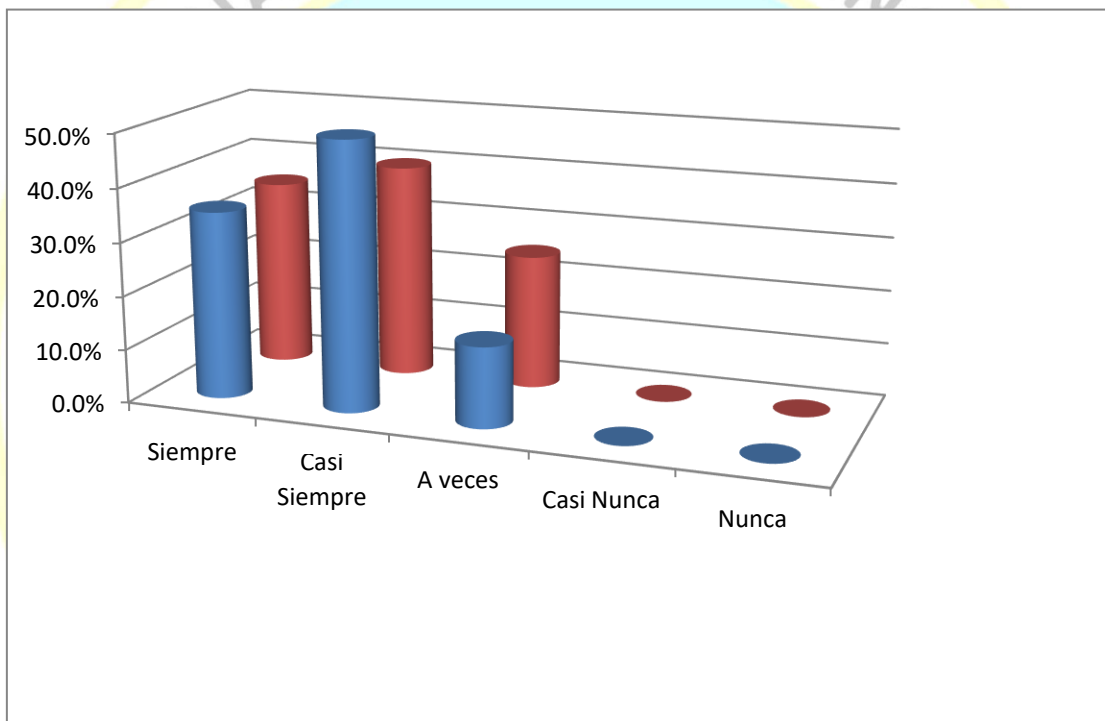


Figura 7: Variable Satisfacción del Usuario en la dimensión Percepciones

Se observa en la tabla 7 un 45% de los usuarios que conforman la muestra de estudio considera que la calidad en su dimensión Apreciación se da en casi siempre seguido de un 35% en siempre, un 20% en a veces.

Tabla 8: Variable Satisfacción del Usuario en la dimensión Atención de Quejas

ITEM	Casi									
	Siempre		Siempre		A veces		Casi nunca		Nunca	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
25. ¿El personal se siente predispuesto a solucionar sus reclamos?	65	30.0	87	40.0	43	20.0	22	10.0	0	0.0
26. ¿Se da una solución rápida a sus pedidos?	22	10.0	130	60.0	43	20.0	22	10.0	0	0.0
	43	20	109	50	43	20	22	10	0	0

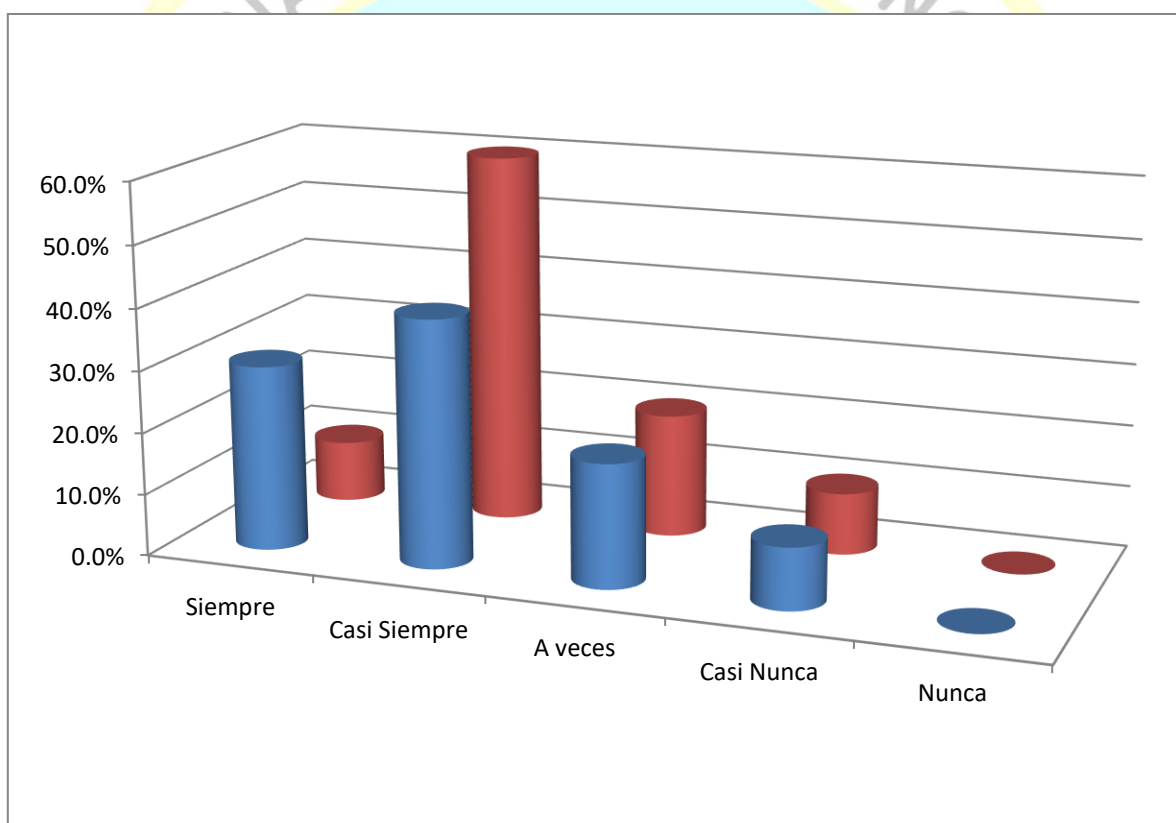


Figura 8: dimensión Atención de Quejas

Se observa en la tabla 8 un 50% del total de usuarios que conforman la muestra de estudio considera que la calidad en su dimensión Atención de quejas se da en casi siempre seguido de un 20% en siempre, un 20% en a veces y 10% en casi nunca.

Tabla 9: Variable Satisfacción del Usuario en la dimensión Conformidad

ITEM	Casi									
	Siempre		Siempre		A veces		Casi nunca		Nunca	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
27. ¿Ud. Considera que se cuenta con el personal suficiente para atender y orientar al usuario?	43	20.0	87	40.0	43	20.0	22	10.0	22	10.0
	43	20	87	40	43	20	22	10	22	10

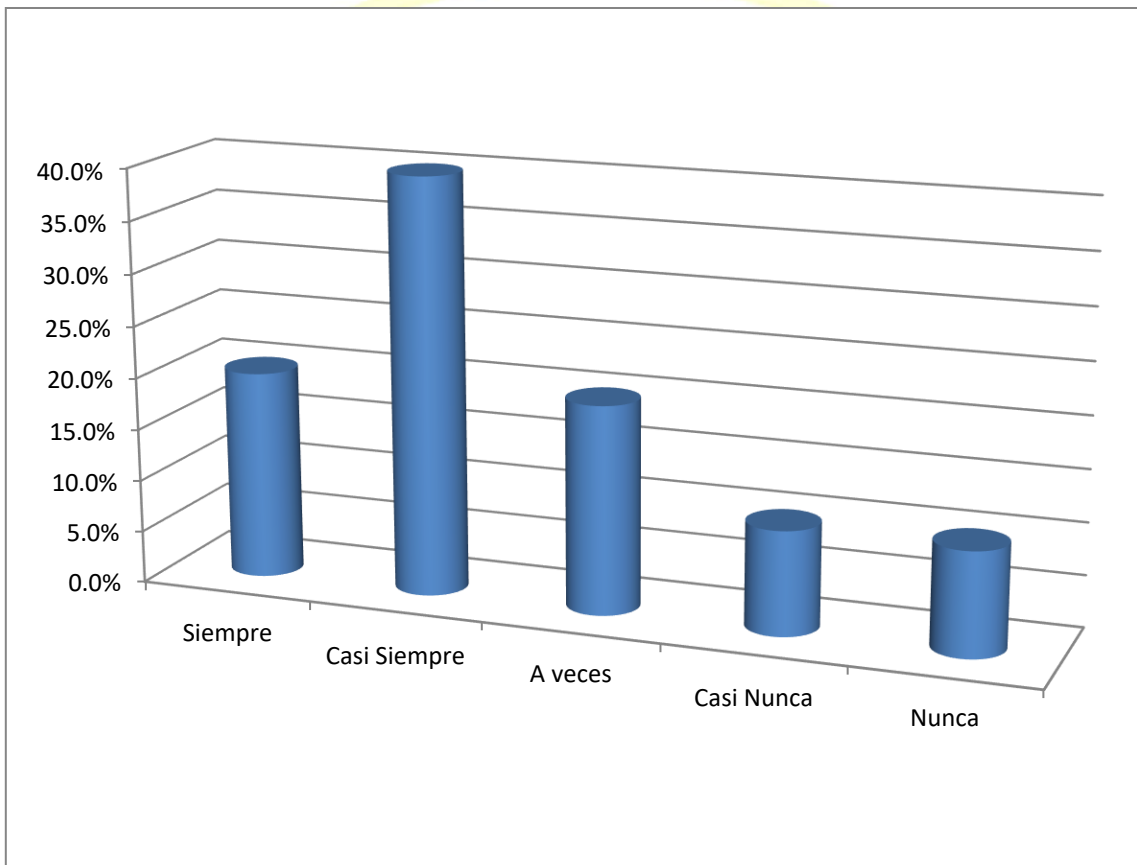


Figura 9: Variable Satisfacción del Usuario en la dimensión Conformidad

Se observa según la tabla 9 un 40% del total de usuarios que conforman la muestra de estudio considera que la calidad en su dimensión conformidad se da en casi siempre seguido de un 20% en siempre, un 20% en a veces y 10% en casi nunca y 10% en nunca.



Tabla 10: Variable Satisfacción del Usuario en la dimensión Información

ITEM	Casi									
	Siempre		Siempre		A veces		Casi nunca		Nunca	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
28. ¿La información que se brinda es actualizada?	43	20.0	76	35.0	76	35.0	22	10.0	0	0.0
29. ¿Se informa o publica por Internet, correo electrónico, redes sociales?	43	20.0	87	40.0	43	20.0	22	10.0	22	10.0
	43	20	81	38	60	28	22	10	11	5

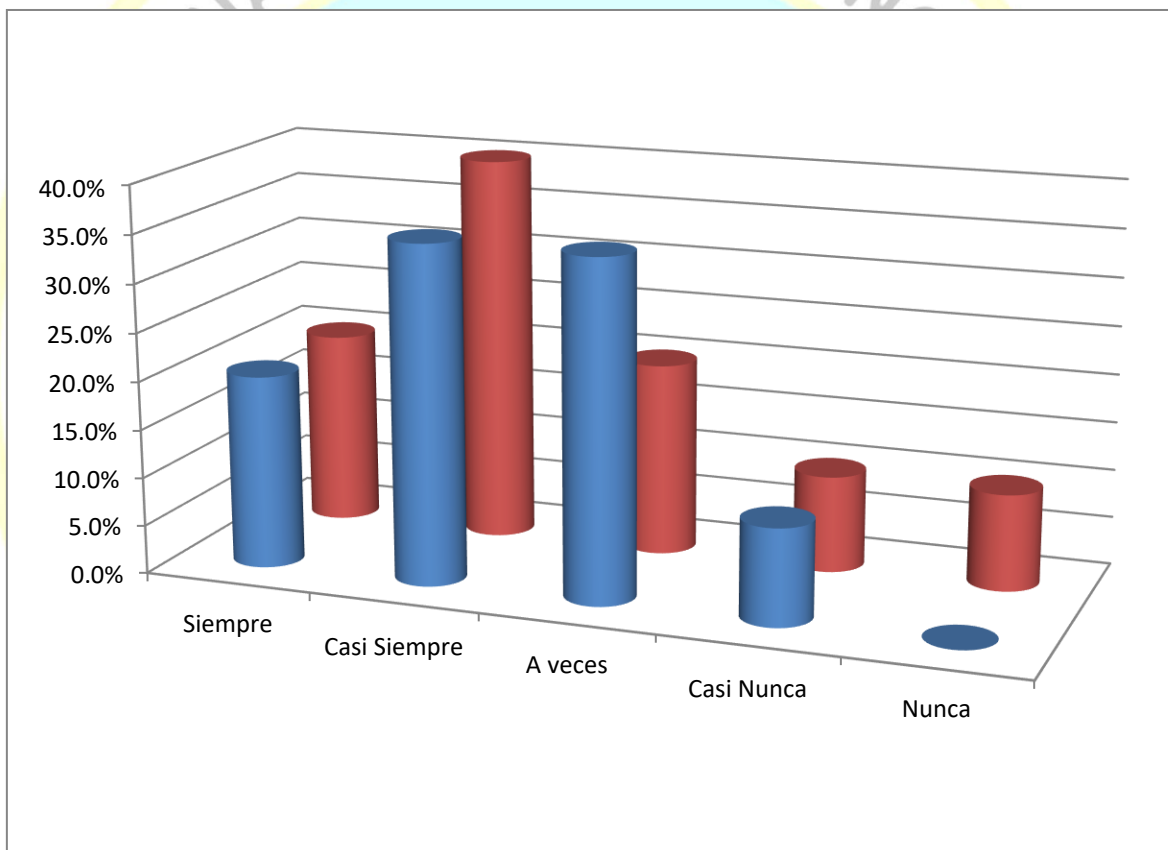


Figura 10: Variable Satisfacción del Usuario en la dimensión Información

Se observa según la tabla 10 un 38% del total de usuarios que conforman la muestra de estudio considera que la calidad en su dimensión Información se da en casi siempre seguido de un 20% en siempre, un 28% en a veces y 10% en casi nunca. Y 5% en nunca.

## 4.2 Contrastación de hipótesis

Hipótesis estadística general:

Ho: No existe relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en el centro de empleo del Gobierno Regional de Lima Sede Huacho 2019

Hi: Existe relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en el centro de empleo del Gobierno Regional de Lima Sede Huacho 2019

Tabla 11: Análisis del estadístico Correlación de Pearson de las variables

Correlaciones		
	Calidad del servicio	Satisfacción del usuario
Calidad del servicio	Correlación de Pearson	1
	Sig. (bilateral)	,866**
	N	217
Satisfacción del usuario	Correlación de Pearson	,866**
	Sig. (bilateral)	1
	N	217

Después de aplicar el estadístico Correlación se obtuvo un nivel de significancia de  $p=0.000$  (menor al  $p\text{-valor}=0.05$ ). Por tanto, se rechaza la hipótesis nula de investigación y se acepta la hipótesis alterna de investigación. Determinándose que existe relación entre ambas variables en el centro de empleo del Gobierno Regional de Lima Sede Huacho siendo el grado de correlación positivo y alto (0.866).

Hipótesis específicas:

Hipótesis estadística específica 1:

Ho: No existe relación significativa entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario en el centro de empleo del Gobierno Regional de Lima Sede Huacho 2019

Hi: Existe relación significativa entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario en el centro de empleo del Gobierno Regional de Lima Sede Huacho 2019

Tabla 12: Análisis del estadístico Correlación de Pearson de la dimensión fiabilidad y la variable Satisfacción del usuario.

<b>Correlaciones</b>		
	Fiabilidad	Satisfacción del usuario
Fiabilidad	Correlación de Pearson	1
	Sig. (bilateral)	,769**
	N	217
Satisfacción del usuario	Correlación de Pearson	,769**
	Sig. (bilateral)	0.000
	N	217

En la tabla 12, se observa que después de aplicar el estadístico Correlación se obtuvo un nivel de significancia de  $p=0.000$  (menor al  $p\text{-valor}=0.05$ ). Por tanto, se rechaza la hipótesis nula de investigación y se acepta la hipótesis alterna de investigación. Por lo tanto, existe relación significativa entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario en el centro de empleo del Gobierno Regional de Lima Sede Huacho 2019, y el grado de correlación es positivo y alto (0.769).

Hipótesis estadística específica 2:

Ho: No existe relación significativa entre la sensibilidad y la satisfacción del usuario en el centro de empleo del Gobierno Regional de Lima Sede Huacho 2019

Hi: Existe relación significativa entre la sensibilidad y la satisfacción del usuario en el centro de empleo del Gobierno Regional de Lima Sede Huacho 2019

Tabla 13: Análisis del estadístico Correlación de Pearson de la dimensión Sensibilidad y la variable Satisfacción del usuario.

<b>Correlaciones</b>		
	Sensibilidad	Satisfacción del usuario
	1	,734**
Sensibilidad	Correlación de Pearson	,734**
	Sig. (bilateral)	0.000
	N	217
	Correlación de Pearson	,734**
Satisfacción del usuario	Sig. (bilateral)	0.000
	N	217

En la tabla 13, después de aplicar el estadístico Correlación de Pearson se obtuvo un nivel de significancia de  $p=0.000$  (menor al  $p$ -valor= $0.05$ ). Por tanto, se rechaza la hipótesis nula de investigación y se acepta la hipótesis alterna de investigación. Por lo que, existe relación significativa entre la sensibilidad y la satisfacción del usuario en el centro de empleo del Gobierno Regional de Lima Sede Huacho 2019 siendo el grado de correlación positivo y alto (0.734).

Hipótesis estadística específica 3:

$H_0$ : No existe relación significativa entre la seguridad y la satisfacción del usuario en el centro de empleo del Gobierno Regional de Lima Sede Huacho 2019

$H_1$ : Existe relación significativa entre la seguridad y la satisfacción del usuario en el centro de empleo del Gobierno Regional de Lima Sede Huacho 2019

Tabla 14: Análisis del estadístico Correlación de Pearson de la dimensión Seguridad y la variable Satisfacción del usuario.

<b>Correlaciones</b>		
	Seguridad	Satisfacción del usuario
Seguridad	Correlación de Pearson	1
	Sig. (bilateral)	,789**
	N	217
Satisfacción del usuario	Correlación de Pearson	,789**
	Sig. (bilateral)	1
	N	217

En la tabla 14, después de aplicar el estadístico Correlación de Pearson se obtuvo un nivel de significancia de  $p=0.000$  (menor al  $p$ -valor=0.05). rechazándose la hipótesis nula de investigación y se acepta la hipótesis alterna de investigación. Por lo que, existe relación significativa entre la seguridad y la satisfacción del usuario en el centro de empleo del Gobierno Regional de Lima Sede Huacho 2019 siendo el grado de correlación positivo y alto (0.789).

Hipótesis estadística específica 4:

$H_0$ : No existe relación significativa entre la empatía y la satisfacción del usuario en el centro de empleo del Gobierno Regional de Lima Sede Huacho 2019

$H_1$ : Existe relación significativa entre la empatía y la satisfacción del usuario en el centro de empleo del Gobierno Regional de Lima Sede Huacho 2019

Tabla 15: Análisis del estadístico Correlación de Pearson de dimensión Empatía y la variable Satisfacción del usuario.

		Empatía	Satisfacción del usuario
Empatía	Correlación de Pearson	1	,671**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	217	217
Satisfacción del usuario	Correlación de Pearson	,671**	1
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	217	217

En la tabla 15, después de aplicar el estadístico Correlación de Pearson se obtuvo un nivel de significancia de  $p=0.000$  (menor al  $p\text{-valor}=0.05$ ) rechazando la hipótesis nula de investigación y se acepta la hipótesis alterna de investigación. Por tanto, existe relación significativa entre la empatía y la satisfacción del usuario en. Siendo el grado de correlación positivo y moderado (0.671).

Hipótesis estadística específica 5:

Ho: No existe relación significativa entre los elementos tangibles y la satisfacción del usuario en el centro de empleo del Gobierno Regional de Lima Sede Huacho 2019

Hi: Existe relación significativa entre los elementos tangibles y la satisfacción del usuario en el centro de empleo del Gobierno Regional de Lima Sede Huacho 2019.

Tabla 16: Análisis del estadístico Correlación de Pearson de dimensión Elementos tangibles y la variable Satisfacción del usuario.

<b>Correlaciones</b>			
		Elementos tangibles	Satisfacción del usuario
Elementos tangibles	Correlación de Pearson	1	,738**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	217	217
Satisfacción del usuario	Correlación de Pearson	,738**	1
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	217	217

En la tabla 16, después de aplicar el estadístico Correlación de Pearson se obtuvo un nivel de significancia de  $p=0.000$  (menor al  $p\text{-valor}=0.05$ ). Rechazándose la hipótesis nula de investigación y se acepta la hipótesis alterna de investigación. Por lo que existe relación significativa entre los elementos tangibles y la satisfacción del usuario en el centro de empleo del Gobierno Regional de Lima Sede Huacho 2019 siendo el grado de correlación positivo y alto (0.738).

## CAPÍTULO V

### DISCUSIÓN

#### 5.1 Discusión de resultados

Al aplicar el estadístico Correlación de Pearson se pudo demostrar que la relación entre las variables de estudio alcanza un valor de 0.866, por lo tanto, no solo es significativa, sino que además es positiva y alta. Además, todas las dimensiones se relacionan significativamente con la satisfacción del usuario en el centro de empleo del Gobierno Regional de Lima Sede Huacho 2019.

Asimismo, a nivel internacional la investigación en sus resultados se asemeja a los obtenidos por el autor Alejandro Ros, quien, en su tesis desarrollada en la Universidad Católica San Antonio, Murcia, España, llega a la conclusión general que la calidad del servicio influye sobre la satisfacción del usuario.

A nivel nacional se ha encontrado similitudes con la tesis desarrollada por Rojas, concluyó que existe correlación positiva alta de 0.859 (Valor r de Pearson) entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad. En nuestra investigación se determinó que existe relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en el centro de empleo del Gobierno Regional de Lima Sede Huacho siendo el grado de correlación positivo y alto.



## CAPÍTULO VI

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 6.1 Conclusiones

Primera: Siendo el grado de correlación positivo y alto (0.866). Por lo tanto, la calidad se mide en función de la satisfacción del usuario se concluye que se encuentra relación entre la variable calidad del servicio y la variable satisfacción del usuario.

Segunda: Siendo el grado de correlación es positivo y alto (0.769). Considerando que se debe ser cuidadoso con el servicio ofrecido para que este sea fiable por tanto se encuentra relación entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario.

Tercera: Siendo el grado de correlación es positivo y alto (0.734). Por lo que cuando mejor sea la disposición para ayudar a los usuarios habrá mayor satisfacción. Encontramos que hay relación significativa entre la sensibilidad y la satisfacción del usuario.

Cuarta: Siendo el grado de correlación es positivo y alto (0.789). considerando que siempre se debe inspirar credibilidad y confianza en los usuarios. Existe relación significativa entre la seguridad y la satisfacción del usuario

Quinta: Siendo el grado de correlación es positivo y moderado (0.671). Es decir, que cuanto más personalizado sea servicio brindado más satisfecho estará el usuario. Se encuentra que existe relación significativa entre la empatía y la satisfacción del usuario

Sexta: Siendo el grado de correlación es positivo y alto (0.738). Debiéndose cuidar las instalaciones físicas, la infraestructura y equipos. Se determina que existe relación significativa entre los elementos tangibles y la satisfacción del usuario.

## 6.2 Recomendaciones

Primera: Realizar encuestas periódicas sobre el servicio brindado por el personal del centro de empleo del Gobierno Regional de Lima Sede Huacho para conocer el nivel de satisfacción que tiene el usuario proponiendo mejoras en los puntos débiles encontrados

Segunda: Desarrollar en el centro de empleo del Gobierno Regional de Lima Sede Huacho una cultura de buena atención al ciudadano, implementando políticas que mejoren: tiempos de entrega, solución de problemas en un tiempo óptimo.

Tercera En cuanto a las quejas y problemas de los usuarios Implementar un servicio que ayude a solucionar de manera rápida canalizándolos con mayor efectividad a las áreas donde corresponda.

Cuarta: proponer un Plan de capacitación al personal que permita mantenerlo actualizado mejorando con ello la aptitud, actitud y valores.

Quinta: Implantar la cultura del buen trato con una atención personalizada que satisfaga al usuario y de solución a sus problemas.

Sexta: Se debe implementar el área de atención a los usuarios con el fin que se sientan cómodos con el ambiente, y con el personal a cargo.

## REFERENCIAS

### 7.1 Fuentes documentales

Álvarez, G. (2012). *Satisfacción de los clientes y usuarios con el servicio ofrecido en Redes de Supermercados Gubernamentales*. Universidad Católica Andrés Bello, Postgrado. Caracas, Venezuela: UCAB.

Huamán, R. (2017). *Calidad de servicio y satisfacción del usuario en la Municipalidad Provincial de Corongo, 2015*. Universidad César Vallejo, Escuela de Posgrado. Lima, Perú: UCV.

Inca, M. (2015). Universidad Nacional José María Arguedas, Facultad de Ciencias de la Empresa. Andahuaylas, Perú: UNAJMA.

Rojas, W. (2017). *Influencia de la Calidad del Servicio en la Satisfacción de los Usuarios de la Municipalidad Distrital de Pueblo Nuevo, provincia de Chíncha, región Ica, año 2016*. Universidad Privada San Juan Bautista, Escuela de Posgrado. Lima, Perú: UPSJB.

Ros, A. (2016). Universidad Católica San Antonio, Escuela Internacional de Doctorado. Murcia: UCAM.

Vergara, M. (2014). *Dimensiones involucradas en la evaluación de Satisfacción usuaria hacia seguros de salud en Chile Parte II*. Universidad de Chile, Postgrado. Santiago, Chile: UCHILE.

### 7.2 Fuentes bibliográficas

Carrasco, S. (2006). *Metodología de la investigación científica* (Primera edición ed.). Lima, Perú: San Marcos.

Congreso de la República. (2003). *Ley Orgánica de Municipalidades, Ley N° 27972*. Lima, Lima, Perú: MEF.

Dirección de Modernización y Calidad . (2014). *Encuestas de satisfacción*. Dirección de Modernización y Calidad de los Servicios Municipales.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación* (Quinta edición ed.). México, México: McGraw-Hill.

Municipalidad Distrital de Huaura. (2016). *Plan de Desarrollo Local Concertado 2017-2021 del distrito de Huaura*. Huaura: Muicpalidad Distrital de huaura.

Presidencia del Consejo de Ministros. (2013). *Política Nacional de Modernización de la Gestión Pública al 2021*. Lima, Lima, Perú: SGP.

Presidencia del Consejo de Ministros. (2015). *Manual para mejorar la atención a la ciudadanía en las entidades de la Administración Pública* (1era. Edición ed.). Lima, Lima, Perú: PCM-SGP.

### **7.3 Fuentes hemerográficas**

Baldemar, J., Lerma, C., & Terriquez, O. (2014). Modelo Baldrige en una empresa manufacturera y su modelación de ecuaciones estructurales con mínimos parciales cuadrados. Caso de estudio. *InnOvaciOnes de NegOciOs*, 11(22), 329-359.

Martínez, C., & Riopérez, N. (2005). El modelo de excelencia en la EFQM y su aplicación para la mejora de la calidad de los centros educativos. *Educación XXI*(8), 35-65.

Matsumoto, R. (octubre de 2014). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa. (U. C. Pablo, Ed.) *Perspectivas*(34), 181-209.

### **7.4 Fuentes electrónicas**

aiteco consultores. (19 de junio de 2018). *aiteco consultores*. Obtenido de <https://www.aiteco.com/normas-iso-de-calidad-modelos-excelencia/>

Blog Calidad y Excelencia. (30 de enero de 2016). *Blog Calidad y Excelencia*. Obtenido de <https://www.isotools.org/2016/01/30/historia-y-evolucion-del-concepto-de-gestion-de-calidad/>

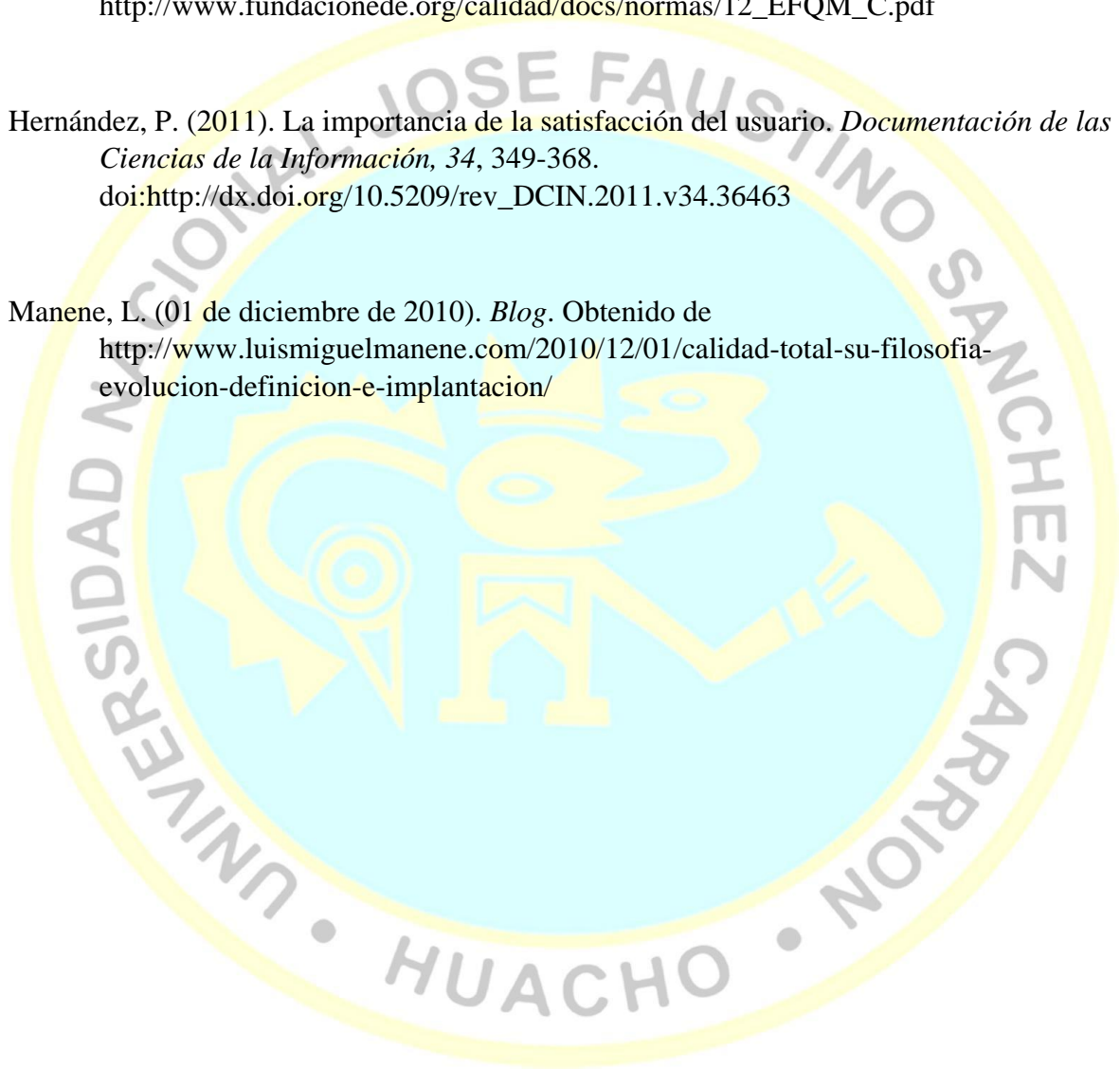
Bollar, A. (26 de junio de 2016). *aspect.blog*. Obtenido de <https://blogs.aspect.com/los-8-retos-de-america-latina-para-competir-en-la-economia-del-servicio-al-cliente/>

Feigenbaum, A. (s.f.). *Calidad & Gestión*. Obtenido de [http://calidad-gestion.com.ar/boletin/65\\_satisfaccion\\_del\\_cliente.html](http://calidad-gestion.com.ar/boletin/65_satisfaccion_del_cliente.html)

fundacionede.org. (s.f.). *EDE edefundazioa*. Obtenido de [http://www.fundacionede.org/calidad/docs/normas/12\\_EFQM\\_C.pdf](http://www.fundacionede.org/calidad/docs/normas/12_EFQM_C.pdf)

Hernández, P. (2011). La importancia de la satisfacción del usuario. *Documentación de las Ciencias de la Información*, 34, 349-368.  
doi:[http://dx.doi.org/10.5209/rev\\_DCIN.2011.v34.36463](http://dx.doi.org/10.5209/rev_DCIN.2011.v34.36463)

Manene, L. (01 de diciembre de 2010). *Blog*. Obtenido de <http://www.luismiguelmanene.com/2010/12/01/calidad-total-su-filosofia-evolucion-definicion-e-implantacion/>



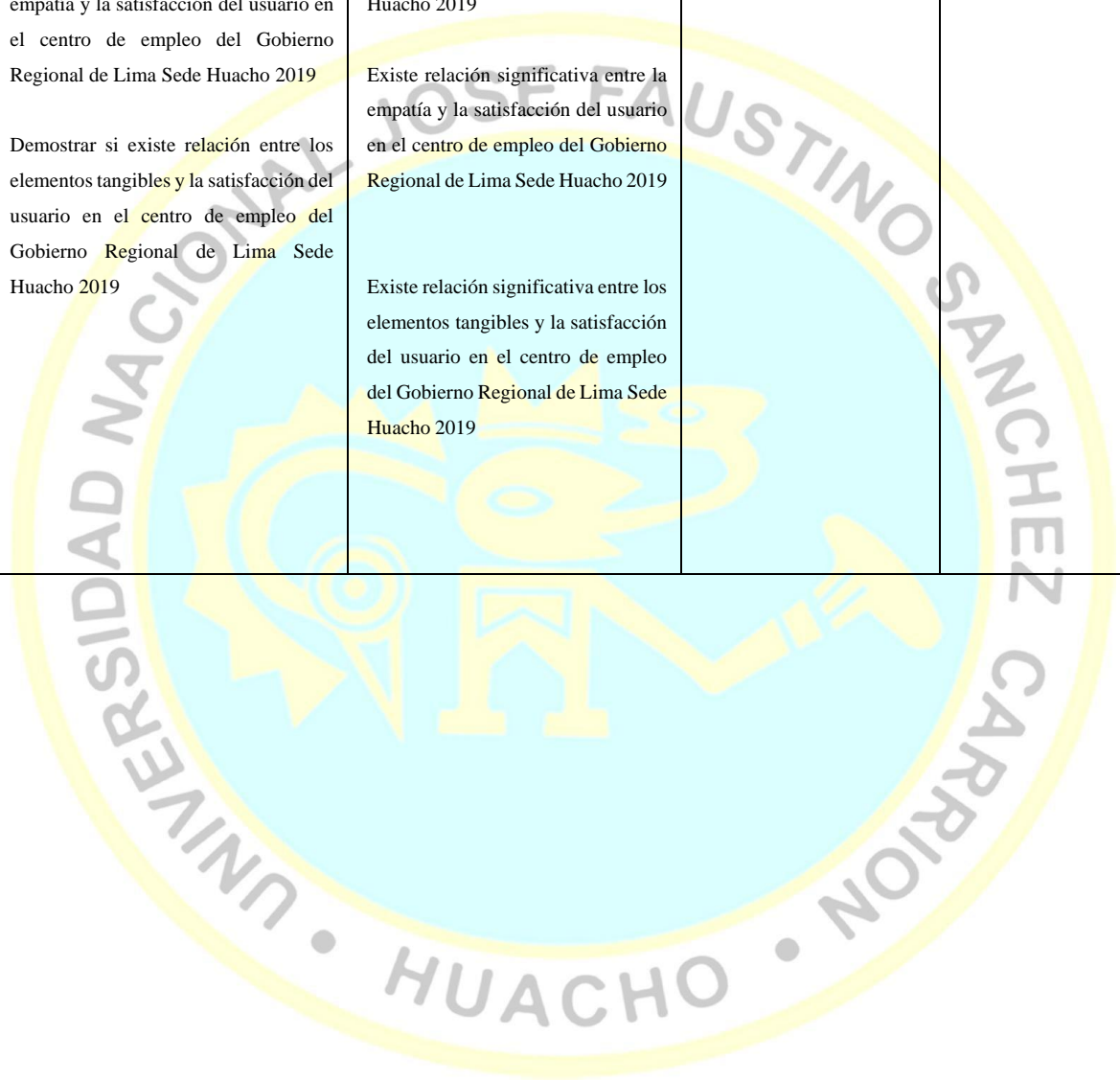
**ANEXOS**



## Anexo 01. Matriz de Consistència.

Problema general	Objetivo general	Hipótesis general	Variables	Dimensiones	Metodología
¿Qué relación existe entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en el centro de empleo del Gobierno Regional de Lima Sede Huacho 2019	Demostrar qué relación existe entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en el centro de empleo del Gobierno Regional de Lima Sede Huacho 2019	Existe relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en el centro de empleo del Gobierno Regional de Lima Sede Huacho 2019	<b>Variable independiente:</b> Calidad del servicio	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Fiabilidad</li> <li>▪ Sensibilidad</li> <li>▪ Seguridad</li> <li>▪ Empatía</li> <li>▪ Elementos tangibles</li> </ul>	<p><b>Diseño de investigación:</b> No experimental, transversal, correlacional</p> <p><b>Simbología:</b> M = O<sub>x</sub> r O<sub>y</sub></p> <p><b>Muestra:</b> 217 usuarios.</p> <p><b>Instrumentos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Cuestionario sobre Calidad del servicio.</li> <li>▪ Cuestionario sobre satisfacción del usuario.</li> </ul>
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas	<b>Variable dependiente:</b> Satisfacción del usuario	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Expectativas</li> <li>▪ Percepciones</li> <li>▪ Atención de quejas</li> <li>▪ Conformidad</li> <li>▪ Información</li> </ul>	
¿Qué relación existe entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario en el centro de empleo del Gobierno Regional de Lima Sede Huacho 2019?	Demostrar si existe relación entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario en el centro de empleo del Gobierno Regional de Lima Sede Huacho 2019	Existe relación significativa entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario en el centro de empleo del Gobierno Regional de Lima Sede Huacho 2019			
¿Qué relación existe entre la Sensibilidad y la satisfacción del usuario en el centro de empleo del Gobierno Regional de Lima Sede Huacho 2019?	Demostrar si existe relación entre la sensibilidad y la satisfacción del usuario en el centro de empleo del Gobierno Regional de Lima Sede Huacho 2019	Existe relación significativa entre la Sensibilidad y la satisfacción del usuario en el centro de empleo del Gobierno Regional de Lima Sede Huacho 2019			
¿Qué relación existe entre la Seguridad y la satisfacción del usuario en el centro de empleo del Gobierno Regional de Lima Sede Huacho 2019?	Demostrar si existe relación entre la seguridad y la satisfacción del usuario en el centro de empleo del Gobierno Regional de Lima Sede Huacho 2019	Existe relación significativa entre la Seguridad y la satisfacción del usuario en el centro de empleo del Gobierno Regional de Lima Sede Huacho 2019			
¿Qué relación existe entre la satisfacción del usuario en el centro de empleo del Gobierno Regional de Lima Sede Huacho 2019?	Demostrar si existe relación entre la	Existe relación significativa entre la			

<p>Huacho 2019?</p> <p>¿Qué relación existe entre la empatía y la satisfacción del usuario en el centro de empleo del Gobierno Regional de Lima Sede Huacho 2019?</p> <p>¿Qué relación existe entre los elementos tangibles y la satisfacción del usuario en el centro de empleo del Gobierno Regional de Lima Sede Huacho 2019?</p>	<p>empatía y la satisfacción del usuario en el centro de empleo del Gobierno Regional de Lima Sede Huacho 2019</p> <p>Demostrar si existe relación entre los elementos tangibles y la satisfacción del usuario en el centro de empleo del Gobierno Regional de Lima Sede Huacho 2019</p>	<p>Huacho 2019</p> <p>Existe relación significativa entre la empatía y la satisfacción del usuario en el centro de empleo del Gobierno Regional de Lima Sede Huacho 2019</p> <p>Existe relación significativa entre los elementos tangibles y la satisfacción del usuario en el centro de empleo del Gobierno Regional de Lima Sede Huacho 2019</p>			
--	--	---	--	--	--





## Anexo 02. Instrumentos de recolección de datos.



### UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN

**Estimado usuario:** El presente cuestionario tiene el propósito de recopilar información para el desarrollo del proyecto de investigación **CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN EL CENTRO DE EMPLEO DEL GOBIERNO REGIONAL DE LIMA SEDE HUACHO**

Siempre	Casi siempre	A veces	Casi Nunca	Nunca
5	4	3	2	1

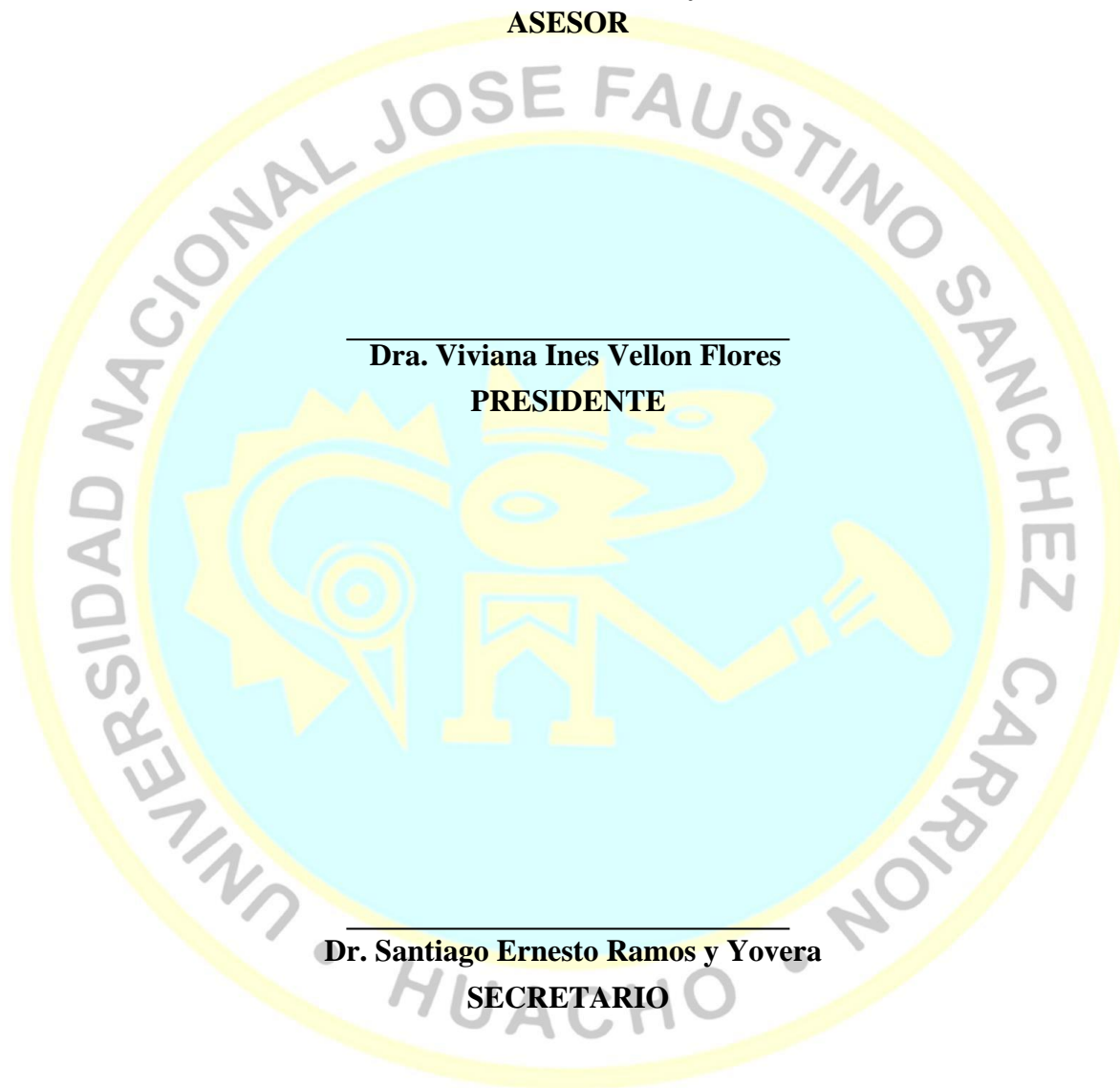
VARIABLE: CALIDAD DE SERVICIO						
<b>DIMENSIÓN: FIABILIDAD</b>		<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
1.	Información veraz y confiable al usuario					
2.	Interés por resolver el problema del usuario					
3.	Establecer el contacto fiable para el usuario					
4.	Habilidad del prestador de servicio					
5.	Registros libres de error					
<b>DIMENSIÓN: SENSIBILIDAD</b>		<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
6.	Información de la ejecución del servicio					
7.	Servicio expeditivo y rápido					
8.	Disposición de ayuda a los usuarios					
<b>DIMENSIÓN: SEGURIDAD</b>		<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
9.	El comportamiento de los empleados debe infundir confianza al usuario					
10.	Seguridad con los proyectos y procesos					
11.	Los trabajadores muestran conocimiento de los empleados para responder a las preguntas del usuario					
12.	Los trabajadores del Centro del Empleo muestran actitud positiva para responder a las preguntas del usuario					
<b>DIMENSIÓN: EMPATÍA</b>		<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
13	Atención individualizada a los usuarios					
14	Los empleados deben atender las necesidades específicas de los usuarios					
15	Horarios de atención convenientes					
<b>DIMENSIÓN: ELEMENTOS TANGIBLES</b>		<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>

16	Equipos de aspecto moderno					
17	Instalaciones físicas atractivas					
18	Empleados pulcros					
19	Materiales asociados al servicio					

<b>VARIABLE: SATISFACCIÓN DEL USUARIO</b>						
<b>DIMENSION: EXPECTATIVAS</b>		<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
20	Servicios prestados sin errores					
21	Considera que el tiempo de espera por los tramites a realizar es el adecuado.					
22	La atención es rápida y no hace cola					
<b>DIMENSION: PERCEPCIONES</b>		<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
23	Recibe un servicio de calidad					
24	Ha mejorado la atención en cuanto a sus procedimientos					
<b>DIMENSION: ATENCIÓN DE QUEJAS</b>		<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
25	El personal se siente predispuesto a solucionar sus reclamos					
26	Se da una solución rápida a sus pedidos					
<b>DIMENSION: CONFORMIDAD</b>		<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
27	Ud. Considera que se cuenta con el personal suficiente para atender y orientar los procesos					
<b>DIMENSION: INFORMACIÓN</b>		<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
28	La información que se brinda es oportuna y permanente					
29	Se emplean los medios adecuados para informar					

---

**Dra. Flor de María Garivay Torres**  
**ASESOR**



---

**Dra. Viviana Ines Vellon Flores**  
**PRESIDENTE**

---

**Dr. Santiago Ernesto Ramos y Yovera**  
**SECRETARIO**

---

**Dr. Felix Gil Caro Soto**  
**VOCAL**

