

UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA BASTIDAS DE APURÍMAC

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



TESIS

**La calidad del servicio y la satisfacción del usuario de la Oficina Registral de RENIEC –
Abancay, 2020**

Presentado por:

Nadia Saturnina Flores Flores

Para optar el Título de Licenciado en Administración

Abancay, Perú

2022



UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA BASTIDAS DE APURÍMAC

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



TESIS

**“LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO DE LA
OFICINA REGISTRAL DE RENIEC – ABANCAY, 2020”**

Presentado por **Nadia Saturnina Flores Flores**, para optar el Título de:

Licenciado en Administración.

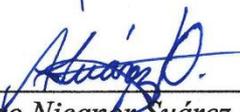
Sustentado y aprobado en fecha 20 de julio del 2022 ante el jurado evaluador:

Presidente:



Dr. Percy Fritz Puga Peña

Primer miembro:



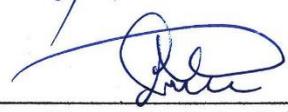
Mgt. Arturo Nicanor Suárez Orellana

Segundo miembro:



Mgt. José Carlos Vilca Narváez

Asesora:



Dra. Rosario Leticia Valer Montesinos

Coasesora:



Mgt. Ivón Nieves Alarcón Palomino

Agradecimiento

A Dios, a la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, por mi formación profesional y a mi asesora y coasesora por sus consejos y el tiempo dedicado para hacer posible esta investigación.



Dedicatoria

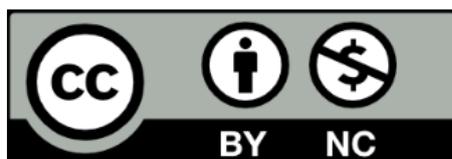
*Dedico todas las horas de
trabajo a mi mamá, esposo e hijos.*



“La calidad del servicio y la satisfacción del usuario de la Oficina Registral de RENIEC –
Abancay, 2020”

Gestión pública

Esta publicación está bajo una Licencia Creative Commons



ÍNDICE

	Pág.
INTRODUCCIÓN	1
RESUMEN	2
ABSTRACT	3
CAPÍTULO I	4
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	4
1.1. Descripción del problema	4
1.2. Enunciado del problema	6
1.2.1. Problema general	6
1.2.2. Problemas específicos:	6
1.3. Justificación de la investigación	7
CAPÍTULO II	9
OBJETIVOS E HIPÓTESIS	9
2.1. Objetivos de la investigación	9
2.1.1. Objetivo general	9
2.1.2. Objetivos específicos	9
2.2. Hipótesis de la investigación	9
2.2.1. Hipótesis general	9
2.2.2. Hipótesis específicas.....	10
2.3. Operacionalización de variables.	11
CAPÍTULO III	13
MARCO TEÓRICO REFERENCIAL	13
3.1. Antecedentes	13
3.2. Marco teórico	20
3.2.1. Calidad del servicio	20
3.2.2. Modelos teóricos de calidad de servicio.....	23
3.2.2.1. Modelo de la Calidad Percibida del Servicio (PSQM).....	23
3.2.2.2. Modelo de las brechas sobre la calidad del servicio (SERVQUAL – SERVICE QUALITY).....	24
3.2.3. Satisfacción del usuario	31
3.2.4.2. Teoría del desempeño o resultado	33
3.2.4.3. Definición de Satisfacción del usuario	34
CAPÍTULO IV	41
METODOLOGÍA	41
4.1. Tipo y nivel de investigación	41
4.2. Diseño de investigación	42
4.3. Población y muestra.....	43



4.4. Procedimiento	45
4.5. Técnicas e instrumentos	45
4.6. Análisis estadístico.....	48
CAPÍTULO V	50
RESULTADOS Y DISCUSIONES	50
5.1. Análisis de resultados	50
5.2. Contratación de la hipótesis	63
5.3. Discusión.....	76
CAPÍTULO VI.....	82
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	82
6.1. Conclusiones	82
6.2. Recomendaciones	84
REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA	86
ANEXOS.....	91



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Cuadro de Operacionalización de Variables	11
Tabla 2 Dimensiones de la calidad de servicio.....	26
Tabla 3 Tamaño de la Muestra	44
Tabla 4 Rangos del Alfa de Cronbach.....	47
Tabla 5 Confiabilidad de la variable 1: Calidad de servicio.....	47
Tabla 6 Confiabilidad de la variable 2: Satisfacción del usuario.	48
Tabla 7 Sexo de los encuestados.	50
Tabla 8 Edad de los encuestados.	51
Tabla 9 Según la ocupación de los encuestados	53
Tabla 10 Estadística de la calidad del servicio.	54
Tabla 11 Estadística de la satisfacción de los usuarios.....	55
Tabla 12 Estadística de los elementos tangibles.....	57
Tabla 13 Estadística de la fiabilidad.....	58
Tabla 14 Estadística de la capacidad de respuesta.....	59
Tabla 15 Estadística de la seguridad.....	61
Tabla 16 Estadística de la empatía.....	62
Tabla 17 Correlación de Rho Spearman.....	64
Tabla 18 Correlaciones para contrastación de la hipótesis general.	64
Tabla 19 Correlación para contrastación de la hipótesis específica 1.	67
Tabla 20 Correlación para la contratación de la hipótesis 2.	69
Tabla 21 Correlación para la contratación de la hipótesis 3.	71
Tabla 22 Correlación para la contratación de la hipótesis 4.	73
Tabla 23 Correlación para la contratación de la hipótesis 5.	75
Tabla 24 Matriz de consistencia	91



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Modelo ServPerf	26
Figura 2 Nivel de Investigación	42
Figura 3 Formula de Cálculo de la Muestra	44
Figura 4 Sexo de los encuestados.....	50
Figura 5 Edad de los encuestados.....	52
Figura 6 Ocupación de los encuestados.....	53
Figura 7 Estadística de la calidad de los servicios.	55
Figura 8 Estadística de la satisfacción de los usuarios.	56
Figura 9 Estadística de los elementos tangibles.	57
Figura 10 Estadística de la fiabilidad.	58
Figura 11 Estadística de la capacidad de respuesta.	60
Figura 12 Estadística de la seguridad.	61
Figura 13 Estadística de la empatía.	63
Figura 14 Figura de dispersión entre la variable calidad de servicio y satisfacción del usuario	66
Figura 15 Figura de dispersión entre la dimensión elementos tangibles y la variable satisfacción del usuario.....	68
Figura 16 Figura de dispersión entre la dimensión fiabilidad y la variable satisfacción del usuario.	70
Figura 17 Figura de dispersión entre la dimensión capacidad de respuesta y la variable satisfacción del usuario.....	72
Figura 18 Figura de dispersión entre la dimensión seguridad y la variable Satisfacción del Usuario.....	74
Figura 19 Figura de dispersión entre la dimensión empatía y la variable satisfacción del usuario.	76



INTRODUCCIÓN

Hablar de calidad de servicio y satisfacción del usuario, se hace referencia a una relación directa y de carácter positivo. Asimismo, siempre habrá un espacio abierto para analizar nuevos aspectos que pudieran tomarse en cuenta para seguir explicando la relación existente entre los conceptos de calidad y satisfacción.

En el Perú, se puede observar que en las entidades públicas la calidad de servicio pasó a un segundo plano y esto conlleva a altos niveles de insatisfacción de los usuarios. A nivel regional, se observa que la mayoría de los usuarios tienen una expectativa alta en cuanto a servicios ofrecidos por instituciones, pero al momento de recibir la atención sus expectativas no se ven satisfechas. El RENIEC Abancay, como institución pública, tiene la función de cerrar brechas en cuanto a identificación se refiere, por lo cual, la entidad se compromete a mejorar continuamente en la prestación de sus servicios, ya que de esta depende la satisfacción del usuario.

En tanto, se planteó el problema general de investigación: ¿De qué manera la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC-Abancay? Como objetivo general se tiene: Determinar como la calidad del servicio se relaciona en la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC-Abancay y como hipótesis: La calidad del servicio se relaciona significativamente en la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC-Abancay.

Se desarrolló en el marco de: la línea de investigación es gestión pública; tipo, aplicada; enfoque, cuantitativo; nivel de investigación, descriptivo – correlacional de diseño no experimental – transversal; la población, de 272 918; la muestra, de 384 usuarios.

En el proceso de la elaboración del proyecto, se consideró en el Capítulo I: el planteamiento del problema, problema general, problemas específicos y la justificación de la investigación; en el Capítulo II, encontramos el objetivo general y objetivos específicos, la hipótesis general e hipótesis específicos y la operacionalización de las variables; en el Capítulo III, se desarrolló los antecedentes y marco de teórico de las variables; seguidamente en el Capítulo IV, se tiene la metodología de la investigación, tipo y nivel de investigación, diseño, población y muestra, técnicas e instrumentos y el estadístico de investigación; en el Capítulo V, se tiene los resultados, la contrastación de las hipótesis y la discusión y, finalmente, en el Capítulo VI, se tiene las conclusiones. Adicionalmente, encontramos la bibliografía y anexos.



RESUMEN

La presentación de esta investigación tuvo como objetivo general de determinar como la calidad del servicio que se relaciona en la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC-Abancay en el año 2020, también, describir cómo los elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía se relacionan en la satisfacción de los usuarios; asimismo, se desarrolló en el marco de la línea de investigación en gestión pública; tipo, aplicada; enfoque, cuantitativo; nivel de investigación, descriptivo – correlacional de diseño no experimental – transversal; la población, de 272 918; la muestra, de 384 usuarios. Se utilizó la encuesta como técnica de recolección de datos. Se utilizó el coeficiente de correlación Rho de Serman y el Diagrama de dispersión. Se contó con una población finita de 272 918 y una muestra de 384 usuarios, que se obtuvo mediante un muestreo probabilístico con selección aleatoria simple. Se aplicó el cuestionario SERVPERF para la variable de calidad de servicio y un cuestionario de elaboración propia para la variable de satisfacción del usuario, para la clasificación y tabulación de datos se usó el programa informático Excel y el Software Estadístico IBM SPSS Statistics; los resultados fueron, para las variables calidad del servicio y la satisfacción del usuario, se observó una correlación de Rho de Serman de 0,654, lo que indica una correlación positiva moderada. En el Diagrama de Dispersión, se estimó un valor de $R^2=0.654$ (65.4%) indicando que existe un grado alto de relación directa y positiva entre ambas variables.

Palabras clave: Calidad del servicio, satisfacción de los usuarios, Servperf.



ABSTRACT

The general objective of the research presentation was to determine how the quality of the service is related to the satisfaction of the users of the RENIEC-Abancay Registry Office in the year 2020, to describe how the tangible elements, reliability, responsiveness, security and empathy are related to user satisfaction; it was developed under the Public Management research line, applied type, quantitative approach, descriptive - correlational research level and non-experimental - cross-sectional design, the population was 272,918 and the sample was 384 users. The survey was used as a data collection technique. Spearman's Rho correlation coefficient and scatter diagram were used. There was a finite population of 272,918 and a sample of 384 users, which was obtained through probabilistic sampling with simple random selection. The SERVPERF questionnaire was applied for the Service Quality variable and a self-made questionnaire for the User Satisfaction variable. For data classification and tabulation, the Excel computer program and the IBM SPSS Statistics Statistical Software were used; the results were, for the variables quality of service and user satisfaction, Spearman's Rho of 0.654, indicating a moderate positive correlation. In the Dispersion Diagram, a value of $R^2=0.654$ (65.4%) was estimated, indicating that there is a high degree of direct and positive relationship between both variables.

Keywords: *Service Quality, User Satisfaction, Servperf.*

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción del problema

Todas las entidades públicas y privadas ven al usuario como un elemento vital de su quehacer diario, por ello, implementan protocolos de atención al usuario para brindar calidad de servicio y así tener usuarios satisfechos.

Esta idea parece obvia; sin embargo, no todos los trabajadores de una institución pública o privada tienen en cuenta que los que acceden al servicio o los usuarios son el motor para el funcionamiento de dichas empresas o instituciones, ya que, al no ser así, la empresa o institución no existiría.

A nivel internacional, se tiene a Ecuador que se convirtió en el sexto país con altos índices de baja calidad de servicio en las instituciones públicas, el 88,5% de las personas sostienen que la gente en el Ecuador tiene problemas al momento de hacer trámites en alguna oficina pública.

En Ecuador, una de las razones principales de los reclamos en las instituciones públicas es la falta de comprensión del problema que tiene el usuario con un 24,6%, seguido de la falta de profesionalismo con un 15,8% y por la insuficiente información con un 14,3 %. (Censos, 2008).

A nivel nacional, se tiene los datos estadísticos de Global Research Marketing (GRM) donde indican que el 67% de los encuestados ha señalado que se alejan de un servicio por la mala atención; mientras que un 60% pide el libro de reclamaciones (Ochoa, 2018).

Se pudo observar en las entidades públicas que la calidad de servicio pasa a un segundo plano que conlleva a altos niveles de ineficiencia e ineficacia, convirtiéndose en déficit público y la percepción del usuario en cuanto a su satisfacción es baja (Minaya, 2017).

A nivel regional, se tienen los datos estadísticos de la Defensoría del Pueblo de Apurímac informó que, en el año 2020, se atendió 1085 casos referidos a la vulneración de derechos ciudadanos. De esta cifra, 599 (55,2 %) fueron consultas, 249 (22,9 %) quejas contra instituciones públicas por mala calidad de servicio y 237 (21,8 %) petitorios que fueron presentados a diversas entidades del Estado; el 35,1 % de las quejas ciudadanas fue por deficiencias en los trámites y procedimientos en diversas instituciones públicas (Apurimac, 2021).

“Lewis y Booms fueron los primeros en plantear el concepto de calidad de servicio como el ajuste del servicio entregado a los consumidores con sus expectativas” (Duque, 2005).



En cuanto a la variable de satisfacción del usuario, internacionalmente, se tiene un estudio de la compañía estadounidense Oracle, el cual revela que frente un 80% de personas responden sí frente a la pregunta: ¿Proporcionamos una experiencia superior al cliente?; mientras, que solo un 11% responde afirmativamente frente a la pregunta: ¿He experimentado una gran experiencia como cliente?, por lo que se puede comentar que en Chile y el mundo la satisfacción del cliente es bastante más baja que lo que las instituciones creen (Alejandra, 2016).

“El mayor desarrollo del país ha hecho a su población empoderarse, por lo tanto, su grado de satisfacción es menos alcanzable debido a que sus expectativas son más altas y eso produce que aumente la brecha en términos de las empresas que se han quedado estáticas en el servicio que están prestando a sus clientes, mientras que las expectativas siguen subiendo” (Alejandra, 2016).

Los problemas para la insatisfacción de los usuarios en las instituciones públicas son la falta de profesionalismo del personal que atiende en dichas entidades ya que los usuarios deducen que ese personal tiene carencias como la falta de capacitación, la ausencia de vocación para la atención al público y la falta de compromiso, así como el largo proceso al momento de hacer algún trámite y los ambientes inadecuados para la prestación del servicio (Díaz Núñez, 2014).

“Durante la pandemia se disminuyó levemente la satisfacción de los usuarios que hacen trámites en el Estado, la encuesta de satisfacción de usuarios con los servicios públicos consultó a 90 mil personas que realizaron 152 tipos de trámites en 49 instituciones y representan cerca de 120 millones de transacciones. Se detectó una leve disminución de la valoración positiva de las instituciones, que pasó de 56% en 2019 a 52% en 2020” (Riveros, 2007).

De un 56% en el año 2019 a un 52% en el 2020, se disminuyó la satisfacción de los usuarios que realizaron algún trámite en alguna institución pública del estado.

La investigación determinó que existe una relación directa entre las variables calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la oficina de tesorería de la Dirección Regional de Educación Apurímac en un grado de 0.864. Señala que los usuarios que perciben una baja calidad de servicio, están insatisfechos respecto a los servicios ofrecidos por la entidad (Sánchez Córdova, 2018).

Se observa que la mayoría de los usuarios tienen una expectativa y exigencia alta al momento de ir a realizar su trámite administrativo en las instituciones públicas, pero al momento de recibir la atención sus expectativas no se ven satisfechas (Sihuín, Gómez, & Ibáñez, 2015).

Al momento de hablar sobre el tema de calidad de servicio y satisfacción del usuario, queriendo saber si hay relación directa entre ambas variables, podemos pensar que si hay una relación directa; sin embargo, debemos tomar en cuenta los factores de ambas variables para poder finalmente indicar si realmente existe relación o no, para lo cual se deben estudiar las coincidencias y críticas de diversos modelos difundidos en la literatura.

Siempre se dejará un espacio en cada investigación para que se puede seguir analizando nuevos conceptos y teorías que nos sigan ayudando a seguir explicando la relación existente entre los conceptos de calidad de servicio y satisfacción de los usuarios.

El RENIEC Abancay, como institución pública, tiene como cobertura a la población nacional, y de esta manera cerrar brechas en cuanto a identificación se refiere, por lo cual, la entidad se compromete a una mejora continua en la eficiencia de la prestación de sus servicios ya que de esta depende la satisfacción del usuario.

Todo usuario, por el hecho de pagar montos determinados para su atención, tiene el derecho de exigir un servicio con calidad y de esta manera la institución debe proveer servicios para usuarios que exigen calidad.

Por lo cual, se ve la necesidad de demostrar la calidad del servicio en la Oficina Registral del RENIEC – Abancay, mejorar y, consecuentemente, lograr la satisfacción del usuario.

1.2. Enunciado del problema

1.2.1. Problema general

¿De qué manera la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC-Abancay?

1.2.2. Problemas específicos

- ¿De qué manera los elementos tangibles se relacionan con la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC-Abancay?
- ¿De qué manera la fiabilidad se relaciona con la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC-Abancay?
- ¿De qué manera la capacidad de respuesta se relaciona con la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC-Abancay?

- ¿De qué manera la seguridad se relaciona con la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC-Abancay?
- ¿De qué manera la empatía se relaciona con la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC-Abancay?

1.3. Justificación de la investigación

De acuerdo con Diccionario de la Real Academia Española (2020), justificar es “indicar la causa, motivo o razón que justifica algún hecho”.

1.3.1. Justificación metodológica

Hernández Sampieri (2014), menciona que: “Una investigación se justifica teóricamente cuando se detecta un vacío en un campo científico y la conducción del estudio permitirá llenarlo total o parcialmente”.

Se cuenta con acceso al libro Metodología de la Investigación de Roberto Hernández Sampieri, el cual se utilizará para la parte metodológica de la presente investigación.

La presente investigación se justifica, metodológicamente, por la aplicación del método científico aplicado en todo el proceso de la investigación, por lo tanto, las conclusiones que se tendrán se podrán tomar en cuenta al momento de realizar futuras investigaciones ya que reflejan la realidad.

1.3.2. Justificación teórica

Hernández Sampieri (2014), “Al referirse a justificación técnica trata de nuevos aportes al campo de la disciplina, esto puede ser interpretado como la creación de nuevos equipos patentables”.

Se cuenta con toda la información encontrada en bibliotecas, repositorios, páginas web, etc., y el acceso a información por parte del RENIEC – Abancay.

La presente investigación se lleva a cabo con la finalidad de incrementar y aportar conocimientos en el estudio de la calidad de servicio y su relación significativa con la satisfacción del usuario.

1.3.3. Justificación práctica

Hernández Sampieri (2014), manifiesta que: “Una investigación puede generar aportes prácticos directos o indirectos relacionados a la problemática real estudiada”.

Se evaluará la calidad del servicio en atención del RENIEC, mediante el cual se puede dar soluciones para obtener un mejor nivel de satisfacción del usuario.

La investigación se realizó debido a la gran necesidad de seguir estudiando la relación existente entre calidad de servicio y satisfacción del usuario, ya que podría indicar que ambos son fundamentales en toda institución pública y privada.

1.3.4. Justificación social

Hernández Sampieri (2014), “Indica que toda investigación debe tener cierta relevancia social, logrando ser trascendente para la sociedad y denotando alcance o proyección social”.

En el aspecto social, para la población en general, el RENIEC como entidad del Estado, al realizar los trámites de DNI de menores y mayores, ayuda a la población a que estén identificados, en menores para el inicio en etapa escolar y para el uso del seguro integral de salud, para mayores para todo tipo de trámite en agencias bancarias o entidades públicas y privadas, además de tener el DNI actualizado para elecciones. También se ofrecen los servicios de registro de actas de nacimiento, matrimonio y defunción.

CAPÍTULO II

OBJETIVOS E HIPÓTESIS

2.1. Objetivos de la investigación

2.1.1. Objetivo general

Determinar como la calidad del servicio se relaciona en la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC-Abancay.

2.1.2. Objetivos específicos

- Describir cómo los elementos tangibles se relacionan en la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC-Abancay.
- Describir cómo la fiabilidad se relaciona en la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC-Abancay.
- Describir cómo la capacidad de respuesta se relaciona en la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC-Abancay.
- Describir cómo la seguridad se relaciona en la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC-Abancay.
- Describir cómo la empatía se relaciona en la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC-Abancay.

2.2. Hipótesis de la investigación

2.2.1. Hipótesis general

La calidad del servicio se relaciona significativamente en la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC-Abancay.



2.2.2. Hipótesis específicas

- Los elementos tangibles se relacionan significativamente en la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC-Abancay.
- La fiabilidad se relaciona significativamente en la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC-Abancay.
- La capacidad de respuesta se relaciona significativamente en la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC-Abancay.
- La seguridad se relaciona significativamente en la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC-Abancay.
- La empatía se relaciona significativamente en la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC-Abancay.

2.3. Operacionalización de variables.

Tabla 1

Cuadro de Operacionalización de Variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicador	Escala
Variable 1: Calidad de servicio	“La calidad percibida debe entenderse como la percepción evaluativa del desempeño de los atributos del servicio, excluyendo del análisis las expectativas” (Cronin & Taylor, S., 1994).	Cronin & Taylor, S., (1994) “Propusieron como dimensiones subyacentes integrantes del constructo calidad de servicio: los elementos tangibles, la fiabilidad, la capacidad de respuesta, la seguridad y la empatía”.	1. Elementos tangibles	1.1.Facilidades físicas. 1.2.Equipamiento 1.3.Apariencia del personal.	Instrumento Encuesta Modelo ServPerf Escala de Medición Escala de tipo Likert
			2. Fiabilidad	2.1.Desempeñar el servicio prometido. 2.2.Formalidad	
			3. Capacidad de Respuesta	3.1.Disposición para ayudar a los usuarios. 3.2.Proveer un servicio oportuno.	
			4. Seguridad	4.1.Conocimiento y cortesía de los empleados. 4.2.Habilidad para inspirar credibilidad y confianza.	
			5. Empatía	5.1.Muestra de interés. 5.2.Nivel de atención individualizada.	

	Definición conceptual	Definición operacional		
Variable 2: Satisfacción del usuario	“Lograr la satisfacción del usuario es un requisito indispensable para ganarse un lugar en la mente de los usuarios. Por ese motivo, resulta de vital importancia que todas las personas que trabajan en una empresa u organización, conozcan cuáles son los beneficios de lograr la satisfacción del cliente” (Thompson, 2005).	Thompson (2005) “La satisfacción del usuario está conformado por tres dimensiones: el rendimiento percibido, las expectativas y los niveles de satisfacción”.	1. El rendimiento percibido	1.1.Percepción del usuario en la entrega de valor.
			2. Las expectativas	2.1.Promesas de los beneficios para el usuario.
			3. Los niveles de satisfacción	3.1.Insatisfacción 3.2.Satisfacción 3.3.Complacencia
				Escala Encuesta
				Escala de Medición Escala de tipo Likert

Nota: En la presente tabla, la variable de Calidad de Servicio se operacionaliza con el modelo teórico de Cronin & Taylor, S; asimismo, la variable de Satisfacción del Usuario se operacionaliza con el modelo teórico de Thompson.

CAPÍTULO III

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

3.1. Antecedentes

3.1.1. Antecedente internacional

Rivera (2019) en su tesis titulado: “*La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes Ecuador*”, con un enfoque cuantitativo, de alcance descriptivo y es una investigación no experimental transversal. Su objetivo principal fue evaluar la calidad del servicio y la satisfacción al cliente de la empresa Greenandes Ecuador de la ciudad de Guayaquil a 180 clientes.

Se concluye que p valor ($\text{sig.} = .000$) es menor que el nivel de significancia $.05$, por lo cual se aprueba la hipótesis planteada, es decir, que la calidad del servicio influye en la satisfacción de los clientes exportadores de la empresa Greenandes Ecuador, ya que de acuerdo a los resultados obtenidos en la prueba de hipótesis bajo el coeficiente de Rho de Spearman cuyo resultado fue $0,0457$, indicando que existe una relación positiva moderada entre las dos variables.

Se recomendó realizar mediciones de la calidad de servicio de manera constante en la empresa Greenandes Ecuador, con la finalidad de determinar cuáles son sus necesidades insatisfechas de los clientes, evaluando sus expectativas. Además, la empresa debe enfocarse en mejorar las percepciones, especialmente de las dimensiones de fiabilidad y capacidad de respuestas ya que estas son las dimensiones con resultados negativos.

García (2017) en su tesis titulada “*Medición de satisfacción de la calidad en el servicio de hospitalización en los hospitales de la ciudad de Villavicencio, Meta-Colombia*”, el objetivo general fue medir el grado de satisfacción de los usuarios sobre la calidad en el servicio de hospitalización de los hospitales en la ciudad de Villavicencio, Colombia. Es una investigación de tipo descriptiva, se trabajó con una muestra de 256 usuarios del servicio de hospitalización en el instrumento para la recolección de datos se usó el cuestionario.

Las conclusiones fueron que se obtuvo una percepción satisfactoria; sin embargo, el sector debe seguir en un mejoramiento continuo en la calidad de servicio para poder lograr un máximo nivel de satisfacción. La dimensión de elementos tangibles tuvo la puntuación más alta, en cambio la capacidad de respuesta tuvo la puntuación más baja. Las dimensiones no llegaron a cumplir con las expectativas de los usuarios. Finalmente, se tiene un resultado satisfactorio, teniéndose en cuenta la inversión que se realizó para la gestión del hospital.

Las recomendaciones a las instituciones prestadoras de servicios de salud sería el de formular políticas sociales que identifiquen a cada entidad por su pacación en la atención de los usuarios y que sus empleados tengan capacitación constante para disminuir el tiempo de respuesta del personal con los usuarios. Gestionar protocolos que permitan afianzar la comunicación asertiva entre médico y paciente. A la Universidad de los Llanos, se recomienda seguir investigando en temas de salud con la finalidad de saber si se están mejorando su manera de atención a los pacientes.

Civera (2008) en su tesis titulada: *“Análisis de la relación de la calidad y satisfacción en el ámbito hospitalario del año 2008”*, El objetivo general es contrastar el modelo que determina cómo influyen las dimensiones de la calidad sobre la satisfacción de los usuarios en un hospital, investigación cualitativa, con un enfoque descriptivo y diseño no experimental, en su investigación se realizó un total de 399 entrevistas.

Conclusiones:

- La atención es personalizada en los tres hospitales por lo tanto es buena.
- Se tiene una inadecuada infraestructura en la sala de espera.
- La confianza que emite el personal de los hospitales hacia los pacientes es alta

Recomendaciones:

- El empleo de instrumentos que contengan elementos que proporcionen la evaluación de las percepciones de los pacientes con la experiencia.
- Se mejore la comisión de dichos organismos para mejorar resultados proponiendo la introducción de nuevos parámetros en la comisión del personal de nuestras instituciones.”

3.1.2. Antecedente nacional

Chávez (2020), en su tesis titulada: “*Calidad del Servicio y Satisfacción del Cliente en la empresa Alepharma S.A.C., Trujillo 2020*”. Tuvo como objetivo general determinar la relación que existe entre calidad del servicio y satisfacción del cliente en la empresa ALEPAHARMA S.A.C., Trujillo 2020, con un enfoque cuantitativa, de diseño no experimental- transversal y de tipo descriptivo, con una población de 245 clientes y una muestra de 150 clientes.

En cuanto a calidad de servicio, se obtuvo que un 45,3% ubican a la empresa con un nivel bueno; en cuanto a la satisfacción de los clientes, se obtuvo un 37,3% donde también ubica a la empresa en un nivel bueno.

Se concluye que la correlación entre calidad del servicio y satisfacción del cliente en la empresa Alepharma S.A.C., Trujillo 2020, obteniendo un valor de 0,416 en un correlacional de Rho de Spearman, el cual afirma la hipótesis alternativa.

Las recomendaciones fueron, esta investigación es un aporte para la empresa Alepharma S.A.C., porque le ayudará a comprender las necesidades que presentan sus clientes, así como también conocer sus fortalezas y debilidades, conocer sus deficiencias para poder corregirlas, de esta manera se desea prestar un servicio de calidad y lograr un nivel alto de satisfacción en los clientes.

Cóndor (2017), en su tesis que lleva por título: “*Influencia de la calidad del servicio en la satisfacción de los usuarios del Gimnasio Iron Gym Huancayo-2013*”, tuvo como objetivo general, determinar de qué manera la calidad del servicio influye en la satisfacción de los usuarios en el gimnasio Iron Gym, con un enfoque descriptivo – explicativo y diseño no experimental, con una población de 600 usuarios registrados, y una muestra de 100 usuarios escogidos al azar.

Las conclusiones fueron: La calidad del servicio influye de manera directa en la satisfacción del usuario del gimnasio. Por lo tanto; las dimensiones de calidad de servicio tales como: confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles influyen en la satisfacción del usuario del gimnasio de manera directa.

Las recomendaciones fueron: Implementar la propuesta de las estrategias de calidad de servicio formulada en la investigación para mejorar la satisfacción del usuario, crear una cultura de servicio hacia los clientes con la participación activa de todos los colaboradores del gimnasio Iron Gym. Se recomienda buscar mayor

información sobre cuáles son los factores moderadores de la relación que existe entre la calidad de servicio y la lealtad de los clientes con la empresa Iron Gym.

Gonzales (2016), en su tesis titulada: “*Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa comercializadora de madera Arbolito S.A.C. Chiclayo – 2016*”, tuvo como objetivo general determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la empresa comercializadora de madera Arbolito S.A.C, con tipo de investigación descriptivo – correlacional, diseño fue no experimental – transversal, la población fue de 133 clientes y su muestra representativa fue de 98 clientes de la empresa.

Las conclusiones fueron: Se realizó la correlación con el coeficiente Rho de Spearman en Arbolito S.A.C., se obtuvo 0,859 lo que indica una correlación positiva.

Respecto a la relación entre calidad de servicio y la satisfacción del cliente en Arbolito S.A.C., se determinó que existe una relación positiva entre calidad de servicio y satisfacción del usuario, lo que indica que a mayor calidad de servicio será mayor la satisfacción del usuario.

Seguidamente sus recomendaciones fueron que el propietario de Arbolito S.A.C. debe adquirir instalaciones modernas para poder ofrecer mayor comodidad a los clientes de la empresa, así como debe inspirar a sus colaboradores a ser más eficientes y eficaces, al momento de cumplir con lo prometido en el tiempo acordado. Además, debe promover el trabajo en equipo para poder cumplir con las expectativas del cliente y de esa manera tener clientes fieles a la empresa.

3.1.3. Antecedentes locales

Puma (2018), en su tesis titulada: “*Calidad de servicio y satisfacción de los clientes en lo hospedajes de la ciudad de Tambobamba, provincia de Cotabambas, Apurímac – 2017*”, el objetivo general fue determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes en los hospedajes de la ciudad de Tambobamba, provincia de Cotabambas, Apurímac – 2017, la investigación es básica, nivel descriptivo-correlacional, enfoque cuantitativo y de diseño no experimental de tipo transversal.

La población fue de 303 clientes y la muestra fue de 170 clientes seleccionados en muestreo probabilístico aleatorio simple.



De la investigación, se obtuvo las siguientes conclusiones:

1. Objetivo general, el 8,8% de clientes consideran que la calidad de servicio está en un nivel baja lo cual influye que la satisfacción de los clientes, entonces arroja el P valor “Sig.” Es 0,000 menor a 0,05 el nivel de significancia, esto se concluye como una relación directa entre ambas variables.
2. Primer objetivo específico, para la dimensión de los elementos tangibles, se encontró que el 7,6% de clientes indican que es muy baja la influencia que tiene en la satisfacción de los clientes, pero si existe una relación directa.
3. Segundo objetivo específico, para la dimensión fiabilidad, el 15,3% de clientes estiman que la fiabilidad es baja pero sí existe una relación entre ambas variables.
4. Tercer objetivo específico, para la dimensión de capacidad de respuesta, el 14,7% de clientes señalan que la capacidad de respuesta es baja, pero con relación directa.
5. Cuarto objetivo específico, para la dimensión seguridad, el 15,3% de clientes consideran que la seguridad es baja peor con una relación directa.
6. Quinto objetivo específico, para la dimensión empatía, el 15,3% de clientes manifiestan que la empatía es baja peor con relación directa.

En la investigación, se dieron ciertas recomendaciones tales como: Se deben realizar estudios de la calidad de servicio en sus cinco dimensiones, así como brindar capacitaciones a todo el personal del hospedaje con la finalidad de mejorar la hospitalidad, ya que como se sabe la calidad de servicio es un requisito para incrementar el nivel de satisfacción de los clientes. Realizar mantenimiento continuo de elementos tangibles; efectuar un protocolo de fiabilidad; el personal debe tener la habilidad para ofrecer el servicio prometido al cliente, el personal debe tener la capacidad de ayudar, así como saber manejar las quejas de los clientes, crear un plan de seguridad hospitalaria; condicionar los lugares para no tener accidentes, se sugiere a los propietarios de dichos hoteles mantener motivados a los trabajadores e identificarlos con la visión y misión de la empresa.

Garfias (2017), en su tesis titulada: “*Calidad del servicio y su relación con la satisfacción del cliente de la Empresa Electro Sur Este S.A.A de la provincia de Andahuaylas- Región Apurímac, 2016*”. Tuvo como objetivo general determinar la relación existente entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente. La investigación es de enfoque cuantitativo, nivel descriptivo-correlacional y de

diseño no experimental- transversal. Su población fue de 360 clientes residenciales, seleccionados mediante el muestreo simple.

Conclusiones:

- a) Conclusión del objetivo general, con un valor 0,406, en el coeficiente de correlación de Spearman, revela que existe una correlación positiva moderada.
- b) La segunda conclusión de elementos tangibles, con un valor de 0,225 indicando que existe una correlación positiva baja.
- c) La tercera conclusión de fiabilidad, con un valor de 0,380 que nos indica que existe una correlación positiva baja.
- d) La cuarta conclusión de capacidad de respuesta, al tener un valor de 0,355 revelando que existe una correlación positiva baja.
- e) La quinta conclusión de seguridad, teniendo un valor 0,510 revela que existe una correlación positiva moderada.
- f) La sexta conclusión de empatía, el valor 0,261 nos indica que existe una correlación positiva baja.

Recomendaciones:

- a) Se sugiere implementar un plan de mejora continua.
- b) Mejorar la dimensión elementos tangibles, se sugiere a los encargados de Electro Sur Este, aumentar el presupuesto para la implementación de equipos modernos e infraestructura amplia.
- c) Para la dimensión capacidad de respuesta, se recomienda capacitación constante al personal y contratación a largo plazo.
- d) Para la dimensión, la empatía se recomienda capacitar a los trabajadores que tienen más cercanía con los clientes, los temas podrían ser la atención personalizada y el buen manejo de conflictos.

Inca (2015), en su tesis titulada: “*Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Distrital de Pacucha – Andahuaylas, 2015*”. El objetivo fue determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital de Pacucha, tuvo un enfoque cuantitativo, diseño no experimental, descriptivo correlacional - transeccional. La población fue de 2919 usuarios y una muestra de 399 usuarios.

De la investigación, se obtuvo la siguiente conclusión: Se afirma que existe una relación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Distrital de Pacucha y existe una relación significativa de la capacidad de respuesta, cortesía y competencias personales con la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Distrital de Pacucha.

Se obtuvo las recomendaciones:

- Se debe realizar de manera anual una reunión en las comunidades que conforman el distrito de Pacucha, donde ellos puedan expresar sus necesidades primordiales, así como también instalar en la municipalidad un buzón de sugerencias.
- Se debe proveer de equipos nuevos y sofisticados para una buena atención.
- Se sugiere colocar instrucciones y realizar orientaciones psicológicas anuales a los trabajadores en temas importantes como el respeto, tolerancia un trato cortés y la amabilidad.
- Contratar personal capacitado y con experiencia en el cargo que ocupa.

Según Ramírez (2015), en su tesis titulada: *“Calidad de atención de salud y su relación con la satisfacción del usuario de la consulta externa en el Hospital Hugo Pesce Pescetto de Andahuaylas, 2014”* tuvo como objetivo general determinar la relación existente entre la calidad de atención de salud y la satisfacción del usuario de la consulta externa, tuvo un enfoque cuantitativo, diseño no experimental descriptivo – correlacional. Su población estuvo compuesta por 36,752 usuarios y una muestra de 71 usuarios encuestados.

De la investigación, se obtuvieron las siguientes conclusiones:

- Para la dimensión técnico-científico, el valor sig. es de 0.053, que es mayor a 0.05 el nivel de significancia, por lo tanto, se acepta la hipótesis nula (H_0); entonces, se afirma que no existe relación significativa entre la dimensión de técnico-científica y la satisfacción del usuario.
- Para la dimensión humana, el valor sig. es de 0.038, que es menor a 0.05 el nivel de significancia, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula (H_0); entonces se afirma con un nivel de confianza del 95% que existe relación significativa.

- Para la dimensión del entorno, el valor sig. es de 0.045, que es menor a 0.05 el nivel de significancia, entonces, se rechaza la hipótesis nula (H_0), por lo tanto, se afirma con un nivel de confianza del 95 %, que existe relación significativa.
- Determinar la relación entre calidad de atención y la satisfacción del usuario de la consulta externa, la correlación de Spearman arrojó un resultado de 0,259, entonces se concluye que existe una relación positiva baja entre estas dos variables.

Se llegó a las siguientes recomendaciones:

- Se debe tener un sistema computarizado para el inventario de medicamentos en la farmacia, diseñar un programa para facilitar la obtención de citas médicas y disponibilidad de cupos, se sugiere mejorar el aspecto de los elementos tangibles, prestar mayor atención a las necesidades de los usuarios, se debe formular un “Plan de gestión de mejoramiento de la calidad” para fortalecer la dimensión humana, manejo de estrés laboral y servicio al usuario, este plan debe estar dirigido a todo el personal que labora en el establecimiento.

3.2. Marco teórico

3.2.1. Calidad del servicio

(Gotlieb, Grewal,D., & Brown,S., 1994) Afirma lo siguiente:

“La satisfacción es una consecuencia del rendimiento de la calidad (del servicio), esto ha sido confirmado empíricamente, así la calidad se enmarca dentro de una evaluación específica de creencias y experiencias; mientras, que la satisfacción lo hace como una evaluación general de dicho constructo.”

Por lo tanto, se puede decir que después de la calidad de servicio brindado por la institución recién se podrá saber si hay satisfacción del usuario o no.

Según (Ross C, Frommelt G., Hezelwood L., & Chang RW, 1987), “La calidad del resultado o del producto es una de las medidas usadas para conocer la satisfacción, en el mismo sentido en que también se usan, entre otros, los reportes directos de satisfacción, las quejas, los indicadores de la conducta del paciente o la diferencia entre las pre y las pos calificaciones (ratins) de las expectativas”.

Para conocer, si está satisfecho nuestro cliente o usuario, se debe determinar primero si la calidad brindada es buena o mala.

“La calidad percibida debe entenderse como la percepción evaluativa del desempeño de los atributos del servicio, excluyendo del análisis las expectativas.” (Cronin & Taylor, S., 1994)

“Calidad es cumplir con las especificaciones del cliente. Desde la visión del departamento de marketing y financiero, es asegurarse de que vuelvan los clientes y no devuelvan el producto, es hacer las cosas correctamente, con los mejores medios y a través de la práctica de la excelencia.” (Iribarren, 2015).

Al momento de cumplir con las expectativas y exigencias del cliente, cuando no devuelven el producto y vuelven por el servicio brindado, podemos decir que se está cumpliendo con el concepto de calidad.

“El servicio no es más que el conjunto de soportes que rodean al acto de comprar. Una de sus principales características es que en general coincide el momento de su producción con el momento de consumo.

Características del buen servicio:

- Un servicio es más un proceso que un producto.
- Un servicio casi nunca se puede almacenar.
- No se puede predeterminar de antemano la calidad final de un servicio.
- En el sector de servicios, cuando menos alguno sino es que varios de los trabajadores que lo generan o producen, tienen trato directo con el cliente o consumidor final.” (Aguilar Morales, 2019).

El servicio será consumido al momento de su fabricación, este no podrá ser almacenado y no se podrá saber con exactitud si será un servicio de calidad, uno o varios de los trabajadores tendrán contacto directo con el cliente o usuario.

“Un servicio es el resultado de llevar a cabo necesariamente, al menos, una actividad en la interfaz entre el proveedor y el cliente y generalmente es intangible. La prestación de un servicio puede implicar, por ejemplo:

- Una actividad realizada sobre un producto tangible e intangible.
- La entrega de un producto intangible
- La creación de una ambientación para el cliente” (9000, 2005).



El servicio se dará al momento de ofrecer un producto tangible cuando se vende cierto producto y hay el contacto entre proveedor y cliente y también intangible al momento de realizar algún trámite.

“La calidad de servicio es la percepción que tiene un cliente acerca de la correspondencia entre el desempeño y las expectativas, relacionados con el conjunto de elementos secundarios, cuantitativos y cualitativos, de un producto o servicio principal.” (Larrea, 1991).

“De manera sintética, calidad significa calidad del producto. Más específicamente calidad es calidad del trabajo, calidad del servicio, calidad de la información, calidad del proceso, calidad de la gente, calidad del sistema, calidad de la compañía, calidad de objetivos, etc.” (Duque, 2005).

Para garantizar la calidad como tal, tenemos que considerar que, el servicio será de calidad cuando esta inmiscuido desde su inicio y proceso tanto en personal, como en la compañía.

“Lewis y Booms fueron los primeros en plantear el concepto de calidad de servicio como el ajuste del servicio entregado a los consumidores con sus expectativas.” (Duque, 2005).

“Los cambios que acentúan una orientación cada vez más predominante hacia el cliente, conducen a las organizaciones a resaltar la importancia del servicio prestado. Y más concretamente, a considerar la calidad del servicio como el valor añadido que ofrecer, a un cliente cada vez más exigente, que busca en la actividad de consumo, aquel producto o servicio que puede satisfacer de una forma más óptima sus necesidades, ofreciéndole, en definitiva, mejores resultados.” (Moliner, 2001)

Las organizaciones consideran a la calidad de servicio como un plus al momento de prestar su servicio a usuarios cada vez más exigentes, para que de esta manera el usuario tenga mejores resultados al momento de su atención.

“La calidad de servicio, es una medida de que tan bien el servicio entregado coincide con las expectativas del cliente. Brindar un servicio de calidad significa ajustarse a las expectativas del cliente de manera consistente.” (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985).



Por tanto, se concluye que la calidad de servicio brindado debe concordar con las expectativas del usuario y ser consistente.

“La premisa básica de Lehtinen y Lehtinen (1982) es que la calidad del servicio se produce en la interacción entre un cliente y elementos en la organización de servicio.” (Parasumaran et al., 1985).

“Servicio de calidad se define como: La calidad percibida es el juicio del consumidor sobre la excelencia o superioridad general de una entidad.” (Dion, Rajshekhar, & Dilorenzo, 1988).

3.2.2. Modelos teóricos de calidad de servicio

La búsqueda de una definición universal sobre la calidad ha dado a lo largo de los últimos 60 años diversos resultados que se adaptan a diferentes circunstancias. La calidad ha sido definida de varias maneras como el valor, la conformidad con las especificaciones, la conformidad con los requisitos exigidos, la aptitud para el uso del producto, la búsqueda de no pérdida por parte del cliente, y el conocimiento y/o superación de las expectativas de los clientes y/o usuarios.

Al ser un tema complejo en torno a la relación existente entre el concepto de calidad y satisfacción, se observa que hay varios modelos que buscan evaluar la calidad del servicio.

Los estudios relacionados a la calidad de servicio, fueron varios entre los cuales encontramos:

3.2.2.1. Modelo de la Calidad Percibida del Servicio (PSQM)

Grönroos (1984), “Hace énfasis en la importancia de entender lo que el usuario busca realmente y lo que este evalúa, así propone dos dimensiones:

- a) La calidad técnica o diseño del servicio, donde se valora correctamente lo que el cliente quiere, esto se ve reflejado en el resultado general de la calidad del servicio.
- b) La calidad funcional o proceso de la calidad del servicio que se sintetiza cómo se prestará el servicio.

Para este autor, la calidad funcional será todo el proceso que se involucrará en la prestación del servicio y se verá cómo impacta este en el resultado final; luego se hará una evaluación directa sobre el servicio y se generará una imagen del servicio gracias a la experiencia”.



3.2.2.2. Modelo de las brechas sobre la calidad del servicio (SERVQUAL – SERVICE QUALITY).

Este modelo, desarrollado por Parasuraman et al. (1985), “Centra su atención en las estrategias y los procesos que las organizaciones pueden emplear para alcanzar un servicio de excelencia.

El foco central del modelo es lo que se conoce como la brecha del cliente, esto es la diferencia que existe entre las expectativas y las percepciones del cliente.”

- a) Brecha 1: Diferencia entre las expectativas del consumidor y las percepciones de la administración sobre las expectativas del consumidor.
- b) Brecha 2: Diferencia entre las percepciones de la administración de las expectativas del consumidor y las especificaciones de calidad del servicio.
- c) Brecha 3: Diferencia entre las especificaciones de calidad del servicio y el servicio realmente entregado.
- d) Brecha 4: Diferencia entre la entrega del servicio y lo que se comunica sobre el servicio a los consumidores.
- e) Brecha 5: Diferencia entre la expectativa del servicio y la calidad percibida del servicio.

Cronin y Taylor (1992), por su parte afirman que “este paradigma es defectuoso ya que no describe la realidad, asimismo, sugieren que la calidad del servicio debe medir en función de la actitud, como una respuesta que se manifiesta en la intención de compra. A pesar que las críticas de Cronin y Taylor (1992) son realizadas directamente al modelo SERVQUAL, critica al PSQM al este compartir de fondo el mismo paradigma”.

Bounding, Kalra, Staelin y Zeithaml (1993) consideran que “la calidad del servicio debe ser medida con base en las percepciones y no en las expectativas”.

Según Izquierdo Espinoza (2021). En la administración pública del Perú, aún no existe un instrumento normalizado que permita evaluar la calidad de servicio que perciben los usuarios peruanos de las diferentes entidades públicas, generalmente se toman algunos modelos que se utilizan en mayor cuantía en el mundo empresarial, como lo es el modelo SERVPERF, pero aún no se tiene un modelo propio en Perú.



3.2.2.3. Modelo Servperf

La Escala Service Performance más conocida como SERVPERF nace como resultado de las investigaciones realizadas en 1992 por Cronin y Taylor, sus resultados obtenidos sugieren que la operacionalización del concepto calidad de servicio se confunde con el concepto de satisfacción y el de actitud. Por ello, centran su propuesta en certificar un método alternativo que permita evaluar la calidad percibida del servicio.

De acuerdo con Cronin y Taylor (1992), su modelo es la mejor alternativa para medir la calidad de desempeño de un proveedor del servicio.

Es una herramienta propuesta por Cronin y Taylor, SERVPERF (SERVice PERFormance) para la medida de la calidad de servicio.

El instrumento mide cinco dimensiones de la calidad de los servicios: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. Los autores transformaron estas dimensiones en 22 afirmaciones para medir las perspectivas de los usuarios. Cada afirmación se mide con una escala de evaluación de Likert de 5 puntos que va desde totalmente de acuerdo hasta totalmente en desacuerdo.”

Para medir la calidad del servicio, se tiene como instrumento el modelo SERVPERF que consta de veintidós preguntas de las percepciones del usuario que tuvo después de su atención en la institución.

“Esta herramienta ha sido aplicada ampliamente, tanto en empresas o negocios como en unidades de información” (Hernandez Salazar, 2011).

El modelo SERVPERF sirve como medición tanto para instituciones privadas como públicas, por lo tanto, la usaremos en la presente investigación y medir de esa manera la calidad de servicio en el RENIEC – Abancay.

A favor del SERVPERF está su alto grado de fiabilidad (coeficiente Alpha de Cronbach de 0,9098; Alpha estandarizado de 0,9238).

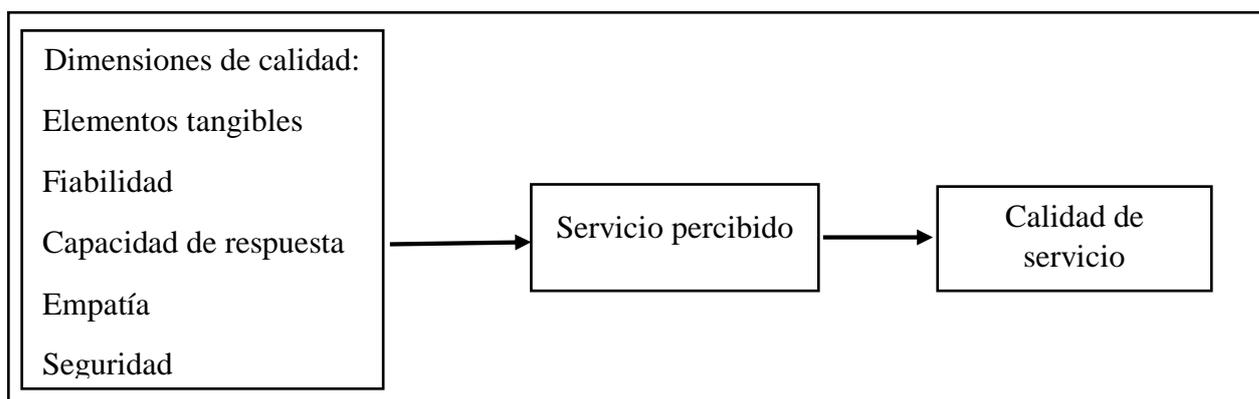
Ventajas del SERVPERF

- Se requiere menos tiempo para la administración del cuestionario. Solo se pregunta una vez por cada ítem o característica del servicio.
- El trabajo de interpretación y el análisis correspondiente es más fácil de llevar a cabo.



Figura 1

Modelo ServPerf



Nota: Adaptado de Cronin y Taylor, 1994

3.2.2.4. Dimensiones de calidad del servicio según modelo ServPerf

Según Cronin & Taylor, S., (1994) propusieron como dimensiones subyacentes integrantes del constructo calidad de servicio: los elementos tangibles, la fiabilidad, la capacidad de respuesta, la seguridad y la empatía.

Tabla 2

Dimensiones de la calidad de servicio.

Dimensión	Significado
Elementos tangibles (T)	Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, empleados y materiales de comunicación.
Fiabilidad (RY)	Habilidad de prestar el servicio prometido de forma precisa.
Capacidad de respuesta (R)	Deseo de ayudar a los clientes y de servirles de forma rápida.
Seguridad (A)	Conocimiento del servicio prestado y cortesía de los empleados así como su habilidad para transmitir confianza al cliente.
Empatía (E)	Atención individualizada al cliente.

Nota: La tabla 2 muestra las 5 dimensiones de la variable Calidad de Servicio, adaptado de Mendoza (2000).



3.2.2.4.1. *Elementos tangibles*

“Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales.” (Duque, 2005, pág. 9).

“Aun cuando las instalaciones de servicio y el personal en el escenario son bastante tangibles son simplemente los elementos operacionales necesarios para crear el servicio. El servicio real es un acto o un desempeño que no se puede envolver y después llevar a casa.” (Lovelock, 1997, pág. 58).

Las instalaciones que se usan para brindar el servicio es tangible, pero no es el servicio en sí, solo son elementos necesarios para brindar o crear el servicio que es intangible.

“La apariencia de las instalaciones físicas, equipo, personal y material de comunicación, son los aspectos físicos que el cliente percibe en la organización.” (Wigoddski, 2003).

Los elementos tangibles son todo aquello que el usuario percibe en la entidad pública al momento de su atención, de esta manera el usuario podrá decidir si hay calidad de servicio o no en la entidad pública.

“Es la apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación. Esta dimensión se disgrega en 4 ítems:

- La institución pública tiene equipos de apariencia moderna.
- Las instalaciones físicas de la institución pública son visualmente atractivas.
- Los empleados de las instituciones públicas tienen apariencia pulcra.
- Los elementos materiales (folletos y similares) son visualmente atractivos.” (Mendoza, 2000).

3.2.2.4.2. *Fiabilidad*

“Es la capacidad que debe tener la empresa que presta el servicio para ofrecerlo de manera confiable, segura y cuidadosa. Dentro del concepto de fiabilidad, se encuentran incluidos todos los elementos que permiten al cliente detectar la capacidad y conocimientos profesionales de la organización, es decir, fiabilidad significa brindar

el servicio de forma correcta desde el primer momento.” (Duque, 2005).

“Es la habilidad de desarrollar el servicio prometido precisamente como se pactó y con exactitud.” (Wigoddski, 2003).

Por tanto, se concluye que la fiabilidad es la capacidad que tiene cada empleado que atiende en las instituciones públicas para poder ofrecer un servicio prometido en el tiempo exacto.

“Los empleados proporcionan el servicio con consistencia y exactitud.” (Kotler, Direccion de Mercadotecnia, 2001).

“Es la habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa. Esta dimensión se desgrega en 5 ítems:

- Cuando las instituciones públicas prometen hacer algo en cierto tiempo, lo hace.
- Cuando el usuario tiene un problema muestra un sincero interés en solucionarlo.
- La institución pública realiza bien el servicio la primera vez.
- La institución pública concluye el servicio en el tiempo prometido
- La institución pública insiste en mantener registros exentos de errores.” (Mendoza, 2000).

3.2.2.4.3. *Capacidad de respuesta*

“Se refiere a la actitud que se muestra para ayudar a los clientes y para suministrar el servicio rápido; también hacen parte de este punto el cumplimiento a tiempo de los compromisos contraídos, así como lo accesible que resulte la organización para el cliente, es decir, las posibilidades de entrar en contacto con ella y la factibilidad de lograrlo.” (Duque, 2005).

Según Wigoddski (2003) “La disposición inmediata para atender a los clientes y dar un pronto servicio. La velocidad de respuesta implica características de horario y tiempo, las cuales se ven reflejadas en los siguientes factores:

Espera: Implica el tiempo que aguarda el usuario antes de que se le preste el servicio. Las colas son representaciones tangibles de este



factor. En el RENIEC - Abancay, por ejemplo, el mayor tiempo invertido por el usuario en el proceso de servicio, es el de espera, formando colas.

Inicio y terminación: Muchas veces, los servicios son programados para empezar a una hora y finalizar a otra hora. El cumplimiento de estos términos, influyen en la calidad del servicio.

Duración: Es el tiempo que tarda el servicio en ser producido. En los sistemas a analizar, el proceso de servicio implica, una vez terminado el tiempo de espera, un tiempo determinado de prestación del servicio. Este tiempo, se sujeta también a la evaluación del usuario, de acuerdo a lo prometido por el sistema y lo que el usuario espera que dure. Si el tiempo de producción no cumple con lo prometido, el usuario toma opinión sobre la calidad del servicio.”

Los empleados atienden sin demora las solicitudes y los problemas de los clientes. (Kotler, Dirección de Mercadotecnia, 2001).

Cuando los empleados de las instituciones públicas, atienden sin mucha demora todos los problemas y dudas que tiene el usuario, para poder recibir su atención, se le llama capacidad de respuesta.

“Es la disposición y voluntad de sus empleados para ayudar al cliente y proporcionar el servicio. Esta dimensión se disgrega en 4 ítems:

- Los empleados comunican a los usuarios cuando concluirá la realización del servicio.
- Los empleados de la institución pública ofrecen un servicio siempre están dispuestos a ayudar a los usuarios.
- Los empleados nunca estén demasiado ocupados para responder a las preguntas de sus usuarios.” (Mendoza, 2000).

3.2.2.4.4. Seguridad

“Es el sentimiento que tiene el cliente cuando pone sus problemas en manos de una organización y confía en que serán resueltos de la mejor manera posible. Seguridad implica credibilidad, que a su vez incluye integridad, confiabilidad y honestidad. Esto significa que no sólo es importante el cuidado de los intereses del cliente, sino que la



organización debe demostrar también su preocupación en este sentido para dar al cliente una mayor satisfacción.” (Duque, 2005).

Por lo tanto, se afirma que cuando un usuario llega a la institución, debe estar con toda la seguridad de que llegó al lugar adecuado para la solución de sus problemas, sabiendo que será atendido de la mejor manera y que al salir de la institución estará satisfecho por el servicio recibido.

“El conocimiento y cortesía de los empleados y su habilidad para comunicarse e inspirar confianza.” (Wigoddski, 2003). Los empleados de las instituciones públicas deben tener el conocimiento suficiente para poder resolver todas las preguntas que tienen el usuario y la habilidad para ganarse la confianza de los usuarios.

“Conocimiento y atención mostrados por los empleados y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza. Esta dimensión se disgrega en 4 ítems:

- El comportamiento de los empleados de la institución pública transmite confianza a sus usuarios.
- Los usuarios se sienten seguro en sus transacciones con la institución pública.
- Los empleados de la institución pública son siempre amables con los usuarios.
- Los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los usuarios.” (Mendoza, 2000)

3.2.2.4.5. *Empatía*

“Significa la disposición de la empresa para ofrecer a los clientes cuidado y atención personalizada. No es solamente ser cortés con el cliente, aunque la cortesía es parte importante de la empatía, como también es parte de la seguridad, requiere un fuerte compromiso e implicación con el cliente, conociendo a fondo sus características y sus requerimientos específicos.” (Duque, 2005).

Cada usuario tiene un problema diferente, motivo por el cual acude a la institución con el fin de solucionarlo, por lo tanto, los empleados



deben entender a fondo el problema del usuario y así darle la mejor atención individualizada.

“Proveer cuidados y atención individualizada a los clientes.” (Wigodski, 2003).

“Atención individualizada que ofrecen las empresas a los consumidores. Esta dimensión se disgrega en 5 ítems:

- La institución pública de servicios da a sus usuarios una atención individualizada.
- La institución pública tiene horarios de trabajo convenientes para todos sus usuarios.
- La institución pública tiene empleados que ofrecen una atención personalizada a sus usuarios.
- La institución pública se preocupa por los mejores intereses de sus usuarios.
- La institución pública comprende las necesidades específicas de sus usuarios.” (Mendoza, 2000).

3.2.3. Satisfacción del usuario

En la actualidad, un requisito para poder ganarse un lugar en los clientes es obtener su satisfacción del usuario. Por ello, el objetivo de mantener satisfecho a cada usuario ha traspasado las fronteras del departamento de mercadotecnia para constituirse en uno de los principales objetivos de todas las áreas funcionales (producción, finanzas y recursos humanos) de las empresas exitosas e instituciones públicas y privadas.

En estos momentos, una manera de ganarse a los clientes o usuarios es con su satisfacción, por lo tanto, lograr una plena satisfacción del cliente o usuario debe ser un objetivo principal de la empresa o institución, donde toda la empresa debe trabajar en conjunto para lograrla.

“Por ese motivo, resulta de vital importancia que tanto mercadólogos, como todas las personas que trabajan en una empresa u organización, conozcan cuáles son los beneficios de lograr la satisfacción del usuario, cómo definirla, cuáles son los niveles de satisfacción, cómo se forman las expectativas en los usuarios y en qué consiste el rendimiento percibido, para que de esa manera, estén mejor

capacitadas para colaborar activamente con todas las tareas que apuntan a lograr la tan anhelada satisfacción del usuario” (Thompson, 2005).

Es importante que las instituciones y empresas conozcan a fondo cuales son las expectativas que tienen el usuario o cliente de la empresa o institución, de esa manera, podrán lograr su satisfacción y saber que se obtendrá de beneficio para la empresa o institución luego de lograr clientes y usuarios satisfechos.

“La satisfacción es una respuesta emocional del usuario ante su evaluación de la discrepancia percibida entre su experiencia previa/expectativas y nuestro producto y organización y el verdadero rendimiento experimentado una vez establecido el contacto con nuestra organización, una vez que haya probado nuestro producto. Creemos que la satisfacción de los usuarios influirá en sus futuras relaciones con nuestra organización.” (G. Vavra, 2002)

“La satisfacción del usuario es una preocupación que va en aumento entre las organizaciones empresarias de todo el mundo. Cada vez más, los consumidores exigen que los productos satisfagan y aun excedan las expectativas. Se pide que los productos tengan un rendimiento sobresaliente.”

En este mundo globalizado, se tiene a usuarios y clientes cada vez más exigentes que no solo desean la satisfacción, sino que las entidades superen sus expectativas.

“La satisfacción del usuario forma parte de la administración de la calidad total. Al fijar expectativas, pautas y exigencias de rendimiento, el cliente es quien conduce el management de la calidad total. Y esta, a su vez, se concentra en considerar a los productos y servicio como soluciones a los problemas del cliente.” (Dutka & Mazia, 2001).

“La satisfacción de los usuarios depende del desempeño que se percibe en un producto en cuanto a la entrega de valor en relación con las expectativas del comprador. Si el desempeño del producto no alcanza las expectativas, el comprador quedara insatisfecho. Si el desempeño coincide con las expectativas, el comprador quedara satisfecho. Si el desempeño rebasa las expectativas, el comprador quedara encantado. La clave es hacer que las expectativas del usuario coincidan con el desempeño de la institución pública. Las instituciones públicas buscan encantar a los usuarios mediante prometer solo lo que pueden entregar y entregar después más de lo que prometieron.” (Kotler & Armstrong, 2003).



Tener al usuario satisfecho debería ser suficiente, pero es mejor dejarlo encantado con el servicio recibido entregando más de lo que se prometió, para fidelizarlo con la institución y de esta manera poder transmitir su experiencia.

3.2.3.1. Beneficios de lograr la satisfacción del usuario

“Si bien existen diversos beneficios que toda empresa u organización puede obtener al lograr la satisfacción de sus usuarios, estos pueden ser resumidos en tres beneficios que brindan una idea clara acerca de la importancia de lograr la satisfacción del usuario.”

- Primer beneficio: El usuario satisfecho, genera lealtad y volverá a la institución cada vez que se le presente un problema.
- Segundo beneficio: El usuario satisfecho comunicara su experiencia positiva que tuvo con la institución al momento de su atención.
- Tercer Beneficio: El usuario satisfecho pondrá en un lado a la competencia, lo que dará un determinado lugar a la institución en el mercado.

Gracias a la satisfacción del usuario, se obtendrá tres beneficios, la lealtad hacia la institución o empresa; la comunicación boca a boca que realizará el usuario o cliente satisfecho con sus conocidos y/o familiares y lo más importante gracias a su satisfacción el cliente o usuario le dará un lugar en el mercado.

Por lo tanto, toda institución que logre la satisfacción del usuario, tendrá lealtad del usuario, difusión contando su experiencia y un lugar en el mercado. (Thompson, 2005).

3.2.4. Modelos teóricos de satisfacción del usuario

3.2.4.1. Teoría de la equidad

“De acuerdo con esta teoría, la satisfacción se produce cuando una determinada parte siente que el nivel de los resultados obtenidos en un proceso está en alguna medida equilibrados con sus entradas a ese proceso tales como el coste, el tiempo y el esfuerzo” (Brooks, 1995, citado en Portocarrero, 2015)

3.2.4.2. Teoría del desempeño o resultado



“Propone que la satisfacción del cliente se encuentra directamente relacionada con el desempeño de las características del producto o servicio percibidas por el cliente (Brooks 1995). Se define el desempeño como el nivel de calidad del producto en relación con el precio que se paga por él que percibe el cliente. La satisfacción, por tanto, se equipará al valor, donde el valor es la calidad percibida en relación al precio pagado por el producto y/o servicio” (Johnson, Anderson y Fornell 1995, citado en Portocarrero, 2015).

3.2.4.3. Definición de Satisfacción del usuario

Según Thompson (2005), la satisfacción es un requisito indispensable para ganarse un lugar en la "mente" de los clientes y por ende, en el mercado meta, Por ese motivo, resulta de vital importancia que todas las personas que trabajan en una empresa u organización, conozcan cuáles son los beneficios de lograr la satisfacción del cliente.

Los elementos que lo conforman:

1. El Rendimiento percibido: Se refiere al desempeño (entrega de valor).
2. Las Expectativas: Las expectativas son las "esperanzas" que los clientes tienen por conseguir algo.
3. Los Niveles de satisfacción: Luego de realizada la compra o adquisición de un producto o servicio (insatisfacción, satisfacción y complacencia)

3.2.4.4. Elementos de la satisfacción del usuario

3.2.4.4.1. Rendimiento percibido

“Se refiere a la entrega de valor que el usuario considera haber obtenido luego de adquirir un producto o servicio. Dicho de otro modo, es el resultado que el usuario percibe que obtuvo en el producto o servicio que adquirió. El rendimiento percibido tiene las siguientes características:

- Se determina desde el punto de vista del usuario, no de la institución pública.
- Se basa en los resultados que el usuario obtiene con el producto o servicio.
- Está basado en las percepciones del usuario, no necesariamente en la realidad.

- Sufre el impacto de las opiniones de otras personas que influyen en el usuario.
- Depende del estado de ánimo del usuario y de sus razonamientos.

Dada su complejidad, el rendimiento percibido puede ser determinado luego de una exhaustiva investigación que comienza y termina en el usuario.” (Thompson, 2005).

Según Morillo Castro & Marcano Aular (2010), la satisfacción del usuario abarca el rendimiento percibido, las expectativas y los niveles de satisfacción; el rendimiento percibido se considera como intermediario entre expectativas y satisfacción. El rendimiento percibido se obtiene teniendo en cuenta las opiniones del usuario, el cual calificara el producto o servicio que recibió; la satisfacción se obtiene a través de las percepciones de los usuarios, no solamente cuando acceden al servicio físicamente, sino también a través de los comentarios y recomendaciones de otras personas, así como también el estado de ánimo del usuario al momento de recibir el servicio también será un factor para su satisfacción.

“Resulta de gran importancia que todas las personas que trabajan en una empresa u organización, conozcan cómo se forman las expectativas en los clientes y en qué consiste el rendimiento percibido, para que, de esa manera, estén no solo mejor capacitadas, sino participen activamente para lograr en los clientes una plena satisfacción por los servicios solicitados.” (Rodríguez, 2014)

Todas las personas que trabajan en instituciones que ofrecen servicios, deberían conocer cómo se forman las expectativas de sus usuarios y, de esa manera, ser capacitadas para lograr la satisfacción de sus usuarios.

3.2.4.4.2. *Expectativas*

“Las expectativas son las esperanzas que los usuarios tienen por conseguir algo. Las expectativas de los usuarios se producen por el efecto de estas situaciones:

- Promesas que hace la misma institución pública acerca de los beneficios que brinda al momento de adquirir el servicio.

- Experiencias de atenciones anteriores.
- Opiniones de amistades, familiares y conocidos.

Es la parte que depende de la institución, esta debe tener cuidado de establecer el nivel correcto de expectativas. Por ejemplo, si las expectativas son demasiado bajas no se atraerán suficientes usuarios; pero si son muy altas, los usuarios se sentirán decepcionados luego de su atención.

Un detalle muy interesante sobre este punto es que la disminución en los índices de satisfacción del usuario no siempre significa una disminución en la calidad de los productos o servicios; en muchos casos, es el resultado de un aumento en las expectativas del usuario, situación que es atribuible a las actividades de mercadotecnia (en especial, de la publicidad). En todo caso, es de vital importancia monitorear regularmente las expectativas de los usuarios para determinar lo siguiente:

- Si están dentro de lo que la empresa puede proporcionarles.
- Si están a la par, por debajo o encima de las expectativas que genera la competencia.
- Si coinciden con lo que el usuario promedio espera, para animarse a comprar.” (Thompson, 2005).

“Las expectativas son la anticipación de un evento y las creencias generalizadas que se tiene acerca de un objeto social; las expectativas del usuario tienen que ver con lo que esperan recibir como servicio; el tener expectativas supone que el usuario puede categorizar e interpretar a partir de sus creencias, es decir, puede confirmar o no su hipótesis.” (Montecinos, 2006).

Las expectativas de los usuarios son las antelaciones que se tiene sobre un servicio, para crear hipótesis, y al momento de recibir la atención se puede confirmar o rechazar la hipótesis.

Según Vallina (2016), las expectativas del usuario son aquellas situaciones que el usuario espera de las empresas o instituciones, aquello que espera encontrar en la empresa o institución que va, cada expectativa es diferente ya que depende de las experiencias vividas en

otras empresas o instituciones que ofrecen igual, similar u otro producto o servicio.

3.2.4.4.3. *Niveles de satisfacción*

“Luego de realizada la compra o adquisición de un producto o servicio, los usuarios experimentan uno de estos tres niveles de satisfacción:

- **Insatisfacción:** Se produce cuando el desempeño percibido del producto no alcanza las expectativas del usuario.
- **Satisfacción:** Se produce cuando el desempeño percibido del producto coincide con las expectativas del usuario.
- **Complacencia:** Se produce cuando el desempeño percibido excede a las expectativas del usuario.

Dependiendo el nivel de satisfacción del usuario, se puede conocer el grado de lealtad hacia una empresa o institución, por ejemplo: Un usuario insatisfecho cambiará de empresa o institución de forma inmediata. Por su parte, el usuario satisfecho se mantendrá leal; pero, tan solo hasta que encuentre otra empresa o institución que tenga una oferta mejor. En cambio, el usuario complacido será leal a una empresa o institución porque siente una afinidad emocional que supera ampliamente a una simple preferencia racional. Por ese motivo, las empresas e instituciones inteligentes buscan complacer a sus usuarios mediante prometer solo lo que pueden entregar, y entregar después más de lo que prometieron.” (Thompson, 2005).

En esta investigación, aunque el usuario quede insatisfecho no tendrá las posibilidades de cambiar de institución ya que el RENIEC – Abancay es única para trámites de caducidad de DNI, para los demás trámites si podrá hacerlo en las otras plataformas que ofrece RENIEC – Abancay.

“Por ello, los niveles de satisfacción del usuario es una forma directa de medir la complacencia de las expectativas, necesidades y deseos de los usuarios. De lo anterior, se deduce la estrecha relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente.”

Es por ello, que se puede decir, que existe una relación entre la variable calidad de servicio y la variable satisfacción del usuario.



3.3. Marco conceptual

Según Tafur (2008): “El marco conceptual es el conjunto de conceptos que expone un investigador cuando hace el sustento teórico de su problema y tema de investigación. La expresión marco conceptual tiene connotación metafórica, traída del empirismo humano porque los retratos se inscriben en un marco, así también el problema y el tema de investigación se inscribe, están incluidos en el contexto de un conjunto de conceptos induciendo a enfocarlos y apreciarlos.”

En consecuencia, el marco conceptual complementará al marco teórico, está constituido por las definiciones de algunos conceptos, que permitirá identificar las palabras claves de la investigación.

a) Calidad

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

Según Cronin & Taylor S. (1994): “La calidad percibida debe entenderse como la percepción evaluativa del desempeño de los atributos del servicio, excluyendo del análisis las expectativas.”

b) Calidad de servicio

“La calidad de servicio es la percepción que tiene un cliente acerca de la correspondencia entre el desempeño y las expectativas, relacionados con el conjunto de elementos secundarios, cuantitativos y cualitativos de un producto o servicio principal” (Larrea, 1991).

Por su parte Lewis y Booms (citado en Duque, 2005), plantean que el concepto de calidad de servicio como el ajuste del servicio entregado a los consumidores con sus expectativas.

c) Capacidad de respuesta

“Se refiere a la actitud que se muestra para ayudar a los clientes y para suministrar el servicio rápido” (Duque, 2005).



d) Elementos tangibles

“Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales.” (Duque, 2005, pág. 9).

e) Empatía

“Significa la disposición de la empresa para ofrecer a los clientes cuidado y atención personalizada.” (Duque, 2005).

f) Expectativas

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

g) Fiabilidad

“Es la capacidad que debe tener la empresa que presta el servicio para ofrecerlo de manera confiable, segura y cuidadosa.” (Duque, 2005).

h) Insatisfacción

“Se produce cuando el desempeño percibido del producto no alcanza las expectativas del usuario.” (Thompson, 2005).

i) Rendimiento percibido

“Dada su complejidad, el rendimiento percibido puede ser determinado luego de una exhaustiva investigación que comienza y termina en el usuario.” (Thompson, 2005).

j) Satisfacción

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



k) Satisfacción del usuario

“La satisfacción del usuario forma parte de la administración de la calidad total. Al fijar expectativas, pautas y exigencias de rendimiento” (Dutka & Mazia, 2001).

l) Seguridad

“Es el sentimiento que tiene el cliente cuando pone sus problemas en manos de una organización y confía en que serán resueltos de la mejor manera posible” (Duque, 2005).

m) Servicio

“Es el resultado de llevar a cabo necesariamente al menos una actividad en la interfaz entre el proveedor y el cliente y generalmente es intangible (9000, 2005).

Según Aguilar Morales (2019), el servicio no es más que el conjunto de soportes que rodean al acto de comprar. Una de sus principales características es que en general coincide el momento de su producción con el momento de consumo.

n) Usuario

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



CAPÍTULO IV

METODOLOGÍA

4.1. Tipo y nivel de investigación

La presente investigación fue aplicada, según Hernández Sampieri (2014), el propósito de la investigación aplicada es resolver problemas.

Según Carrasco Diuaz(2005), “Tiene propósitos prácticos. Se investiga para transformar o producir cambios en un sector de la realidad”.

Es de enfoque cuantitativo, según Hernández Sampieri (2014): “Utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías”.

El enfoque cuantitativo al ser un conjunto de procesos, será secuencial y probatorio, cada etapa será seguida por otra y no se puede eludir pasos ni alterar y el orden es riguroso; en el enfoque cuantitativo se parte de una idea, de donde sacarán objetivos y preguntas de investigación y de estas preguntas se sacarán las hipótesis, para luego trazar un plan para probarlas, para probar se usarán métodos estadísticos para terminar con conclusiones respecto a las hipótesis.

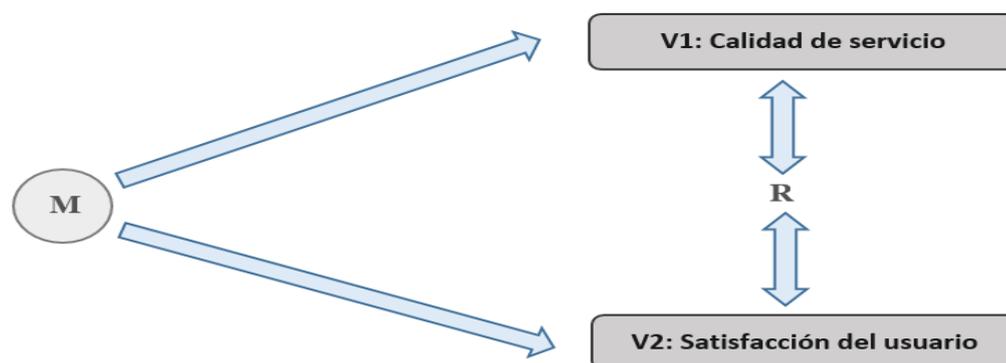
El nivel de la investigación fue descriptivo - correlacional, según Hernández Sampieri (2014): “Los estudios descriptivos son la base de las investigaciones correlacionales, busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población.”

“Los estudios correlacionales tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto en particular. En ocasiones sólo se analiza la relación entre dos variables.”

En la presente investigación se describió de manera individual cada variable para luego conocer de qué manera la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC-Abancay.

Figura 2

Nivel de Investigación



Donde:

M: Muestra de estudio.

V1: Calidad de servicio.

V2: Satisfacción del usuario.

R: Relación o nivel de relación.

4.2. Diseño de investigación

El diseño de investigación fue no experimental – transversal, ya que podría definirse como “La investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios en los que no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural para analizarlos.” (Hernández Sampieri, 2014), además: “Tienen la particularidad de permitir al investigador, analizar y estudiar la relación de hechos y fenómenos de la realidad (variables) para conocer su nivel de influencia o ausencia de ellas, buscan determinar el grado de relación entre las variables que se estudia” (Carrasco, 2009), por lo tanto, asumimos que la investigación es no experimental debido a que no se manipulo ninguna variable de estudio y transversal ya que la toma de datos se hicieron en su estado natural y en un sola línea de tiempo.

Para medir la relación estadística entre dos variables, se puede usar el coeficiente Rho de Spearman, los rangos van de -1 a +1.

Si la correlación es menor a cero, significa que es negativa, o sea, las variables se relacionan inversamente.



Si la correlación es igual a +1 significa que es positiva perfecta. En este caso significa que la correlación es positiva, o sea, las variables se correlacionan directamente.

Cuando la correlación es igual a cero significa que no es posible determinar algún sentido de covariación.

4.3.Población y muestra

4.3.1. Población

Se define la población como el total de los usuarios del RENIEC Abancay, comprendida por todo ciudadano mayor de 18 años y menor de 65 años (población electoral), que requieran atención en la jurisdicción de la Oficina Registral del RENIEC Abancay, sin distinción de género, religión, condición económica, etc.

La ubicación de la población conforma con todos aquellos usuarios que deseen acceder al servicio de atención brindado por el RENIEC en su Oficina Registral de Abancay que suman un total de 279 918 y en cuanto al tiempo la evaluación de la población fue del año 2020.

4.3.2. Muestra

4.3.2.1.Técnicas de muestreo

El tipo de muestra es probabilística, ya que “Todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser escogidos para la muestra y se obtienen definiendo las características de la población y el tamaño de la muestra, y por medio de una selección aleatoria o mecánica de las unidades de muestreo o análisis.” (Hernández Sampieri, 2014), se concluye que la muestra de usuarios que asistirán al RENIEC Abancay el día de la toma de datos (2020), es una muestra probabilística sin discriminación de ningún aspecto.

4.3.2.2.Tamaño y cálculo de la muestra

Para el cálculo de la muestra, tenemos en cuenta que la población es finita, por lo cual, utilizamos la siguiente fórmula:

Figura 3

Fórmula de Cálculo de la Muestra

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Donde:

- Z: Parámetro estadístico que depende el nivel de confianza.
- p: Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito).
- q: Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado (fracaso).
- N: Tamaño de la población o universo.
- e: Error de estimación máximo aceptado.
- n: Tamaño de la muestra buscado.

Por lo cual, la presente investigación tiene un nivel de confianza del 95%, el cual equivale a 1.96.

No se tiene la certeza de que el evento ocurra o no, por lo cual, asumimos que los valores de “p” y “q” son divididos a 50% cada uno.

N es el tamaño de la población de Apurímac, se toma en cuenta que la población de estudio son personas mayores de 18 años y menores de 65 años (población electoral), se considera la población como 272 918 usuarios (Ver Anexo 3).

El error de estimación aproximado asumimos que es de 5%, ya que el RENIEC es una institución pública que tiene su oficina descentralizada en Abancay, pero no necesariamente es exclusivo de usuarios apurimeños ya que la atención brindada es para cualquier ciudadano de nacionalidad peruana, se considera un error de 5%, tomando en consideración que la población de estudio es de Apurímac y el encuestado podría no ser nato apurimeño.

Entonces, tendremos:

Tabla 3

Tamaño de la Muestra

Factor	Valor
N	272918
N. de Conf.(Z)	1.96
P	0.5



Q	0.5
E	0.05
N	383.62

Fuente: La tabla 3 muestra el cálculo del tamaño de la muestra.

Finalmente, el tamaño de la muestra tiene un valor de 383.62 y redondeando obtenemos una muestra de 384 usuarios que recibieron atención en el Oficina Registral del RENIEC – Abancay.

4.4.Procedimiento

Primeramente, se eligió la calidad de servicio y la satisfacción del usuario como tema de investigación, considerándose estos dos temas como un aspecto importante en la administración pública.

Luego se relacionó la problemática existente en la Oficina Registral RENIEC -Abancay con el tema elegido, llegando a la conclusión que es necesario un estudio de la problemática actual.

Seguidamente, se planteó los objetivos y las hipótesis de investigación, reforzándose con la elaboración de un marco teórico.

Se consolido la parte metodológica de investigación, poniendo énfasis en el diseño y tipo de investigación; se consideró la población de estudio, logrando determinar a partir de esta el tamaño de la muestra, seguidamente se elaboró los instrumentos de recolección de datos estructurados utilizando el Modelo ServPerf.

Finalmente, se determinaron los resultados, a partir de estos se generan las conclusiones y se elaboró el informe final.

4.5.Técnicas e instrumentos

Según Hernández Sampieri (2014): “Recolectar los datos implica elaborar un plan detallado de procedimientos que nos conduzcan a reunir datos con un propósito específico. Este plan incluye determinar:

- ¿Cuáles son las fuentes de las que se obtendrán los datos? Es decir, los datos van a ser proporcionados por personas, se producirán de observaciones y registros o se encuentran en documentos, archivos, bases de datos, etcétera.
- ¿En dónde se localizan tales fuentes? Regularmente en la muestra seleccionada, pero es indispensable definir con precisión.



- ¿A través de qué medio o método vamos a recolectar los datos? Esta fase implica elegir uno o varios medios y definir los procedimientos que utilizaremos en la recolección de los datos. El método o métodos deben ser confiables, válidos y objetivos.
- Una vez recolectados, ¿de qué forma vamos a prepararlos para que puedan analizarse y respondamos al planteamiento del problema?”

La técnica usada es la encuesta estructurada de opinión que generalmente utilizan diversos cuestionarios aplicados en diferentes contextos (Hernández Sampieri, 2014).

Las técnicas de investigación son un conjunto de procedimientos metodológicos y sistemáticos, donde obtendremos información para poder resolver preguntas y problemas. Se tiene 4 técnicas de investigación la observación, la entrevista, la encuesta y el fichaje.

Donde la observación es el primer paso de toda investigación, la observación se da al objeto de estudio para poder recopilar la mayor cantidad de información posible.

En la entrevista, se hará preguntas de manera directa al objeto de investigación, esa información obtenida de las preguntas, se podrán procesar de manera estadística o con otros métodos. Se sugiere hacerla cuando la cantidad de entrevistados es poca.

En cambio, en la encuesta, se hará a grupos más grandes, o sea, empresas o instituciones, donde se le entregará una hoja con una serie de preguntas para que puedan responder, e igual se obtendrá datos estadísticos.

Las preguntas que se harán dentro de la encuesta deben ser claras y comprensibles, fáciles de contestar, lenguaje apropiado, debe tener una caratula donde indique con que finalidad se está haciendo esa encuesta.

Y por último el fichaje, que es una técnica auxiliar pero muy importante, donde todos los datos e información lo vas recopilando en un instrumento que se llama ficha, donde estará ordenada y de esa manera ahorras tiempo.

El instrumento a utilizarse es el cuestionario de modelo ServPerf, que consta de preguntas estructuradas bajo un modelo de la escala de Likert. El escalamiento de Likert consiste en un conjunto de opciones de respuestas medibles y cuantificables, siendo respondidas por la población interviniente de estudio (Hernández Sampieri, 2014).

El instrumento de investigación es el recurso que el investigador usa para obtener información del objeto en investigación, se pueden usar formularios en papel, dispositivos mecánicos y electrónicos que se utilizan para recoger datos o información y el

cuestionario. Se tiene la ficha de observación que es importante para mantener todo en orden y sin olvidarse ninguna información, el cuestionario que se usara en esta investigación y la cámara fotográfica para mostrar las evidencias en una galería de fotos. El cuestionario nos permite recolectar información y datos para su respectiva tabulación, clasificarlos y hacer un análisis. Es un instrumento para la obtención rápida de información.

4.5.1. Confiabilidad del instrumento con Alfa de Cronbach

El Alfa de Cronbach es un método estadístico que sirve para medir la confiabilidad del instrumento, para lo cual se hace una comparación de los resultados obtenidos con parámetros establecidos.

Tabla 4

Rangos del Alfa de Cronbach

Rangos	Magnitud
0,81 a 1,00	Muy alta
0,61 a 0,80	Alta
0,41 a 0,61	Moderada
0,21 a 0,40	Baja
0,01 a 0,20	Muy baja

Nota: En la tabla 4 se muestra los rangos del Alfa de Cronbach, Tomado de Ruiz Bolívar 2002.

Para la variable 01: Calidad de servicio

Tabla 5

Confiabilidad de la variable 1: Calidad de servicio.

Alfa de Cronbach	N de elementos
,969	22

Nota: En la tabla 5 el alfa de Cronbach hallado para la variable 01: Calidad de servicio es de 0.969, dicho rango tiene una magnitud alta, por lo cual es aplicable y se encuentra dentro de los rangos permitidos.

Para la variable 02: Satisfacción del usuario

Tabla 6

Confiabilidad de la variable 2: Satisfacción del usuario.

Alfa de Cronbach	N de elementos
,969	10

Nota: En la tabla 6 el alfa de Cronbach hallado para la variable 02: Satisfacción del usuario es de 0.969, dicho rango tiene una magnitud muy alta, por lo cual, es aplicable y se encuentra dentro de los rangos permitidos.

4.6. Análisis estadístico

El método estadístico de investigación consiste en definir una sucesión de lógica secuenciada para manejar y determinar los datos estadísticos cuantitativos de la investigación, esta secuencia obedece a los siguientes pasos o etapas: recolección, recuento, presentación, síntesis y análisis.

4.6.1. Técnicas estadísticas

Se utilizó la técnica estadística de cálculo de la muestra, debido a que se mide un gran conjunto de datos, por lo cual, debemos determinar un tamaño exacto de muestra para que los resultados sean precisos.

4.6.2. Hipótesis estadística

Probaremos la hipótesis, buscando tomar decisiones sobre la hipótesis estadística. Basándonos en la evidencia muestral.

Se utilizó el coeficiente de Rho de Spearman para medir la correlación entre variables y también el diagrama de dispersión.

“El coeficiente de correlación de Spearman es una medida no paramétrica de la correlación de rango. Se utiliza principalmente para el análisis de datos. Mide la fuerza y la dirección de la asociación entre dos variables clasificadas.”

“Gráfico de dispersión o gráfico de correlación consiste en la representación gráfica de dos variables para un conjunto de datos. En otras palabras, analizamos

la relación entre dos variables, conociendo qué tanto se afectan entre sí o qué tan independientes son una de la otra. En este sentido, ambas variables se representan como un punto en el plano cartesiano y de acuerdo a la relación que exista entre ellas, definimos su tipo de correlación.” (Betancourt, 2016)



CAPÍTULO V

RESULTADOS Y DISCUSIONES

5.1. Análisis de resultados

Se realizó la encuesta a 384 usuarios del RENIEC, obteniendo los siguientes resultados:

A. DATOS GENERALES

a) Según su sexo

En la tabla 7 y figura 4, se observa las frecuencias del sexo de los ciudadanos que se atendieron en Reniec – Abancay, donde su mayoría son del género masculino con un 56.3% y un 43.8% del sexo femenino.

Tabla 7

Sexo de los encuestados.

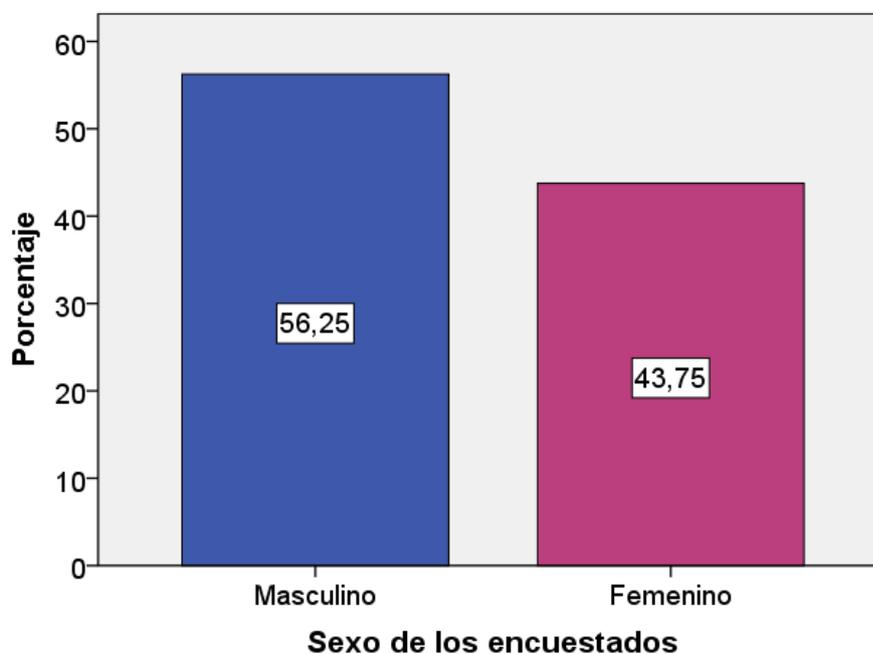
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Masculino	216	56,3	56,3	56,3
	Femenino	168	43,8	43,8	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Nota: Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS Statistics versión 25.0 (2021)



Figura 4

Sexo de los encuestados.



Nota: Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS Statistics versión 25.0 (2021). Fuente: Elaboración Propia.

b) Según su edad

En la tabla 8 y figura 5, se observa las frecuencias de las edades de los ciudadanos que se atendieron en Reniec – Abancay, se pudo observar una participación mayor de jóvenes entre 26 y 35 años con un 31,51%, así como también jóvenes entre 18 y 25 años con un 23,70% de concurrencia, seguidamente de personas adultas entre 36 y 45 años con un 20,83% de aportación y personas adultas entre 46 y 55 años con un 14,84% de participación y, por último, se observó la participación de personas entre 56 y 65 años con un 9,115% de intervención.

Tabla 8

Edad de los encuestados.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	18 - 25 años	91	23,7	23,7	23,7
	26 - 35 años	121	31,5	31,5	55,2

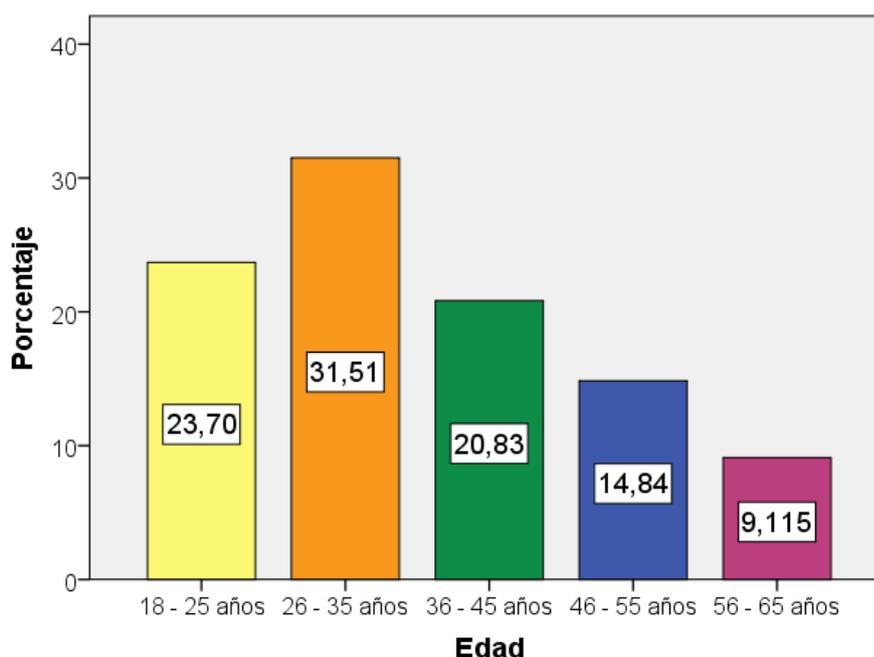


36 - 45 años	80	20,8	20,8	76,0
46 - 55 años	57	14,8	14,8	90,9
56 - 65 años	35	9,1	9,1	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Nota: Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS Statistics versión 25.0 (2021)

Figura 5

Edad de los encuestados.



Nota: Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS Statistics versión 25.0 (2021). Fuente: Elaboración Propia.

c) Según su ocupación

En la tabla 9 y figura 6, según su ocupación, se puede observar una intervención mayor de trabajadores dependientes, con un 30,73%, seguidamente, se observa que ocupaciones distintas tienen un 26,04% de participación, trabajadores independientes con un 25,00% y, por último, se observa la intervención de estudiantes con un 18,23%.



Tabla 9

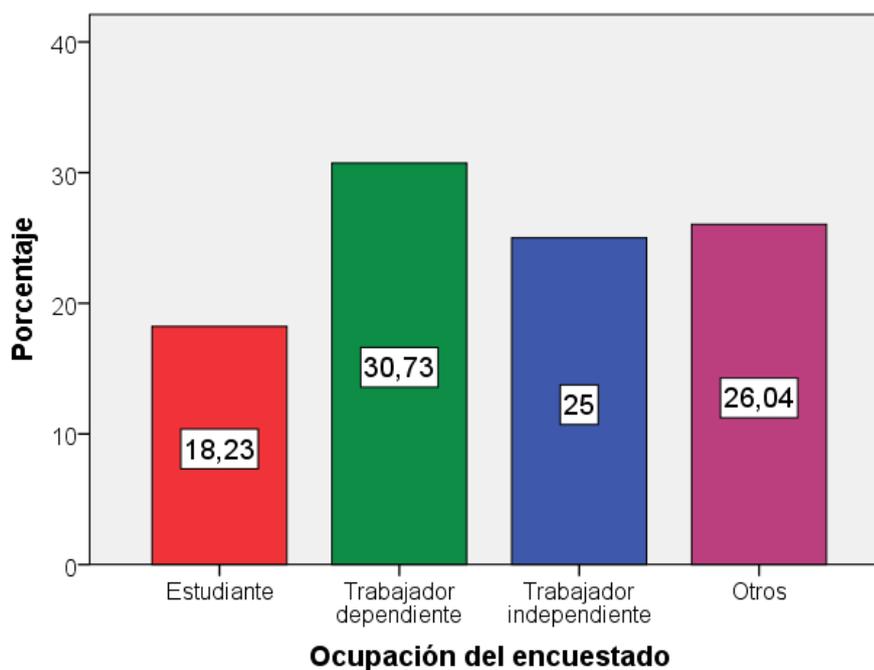
Según la ocupación de los encuestados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Estudiante	70	18,2	18,2	18,2
Trabajador dependiente	118	30,7	30,7	49,0
Válidos Trabajador independiente	96	25,0	25,0	74,0
Otros	100	26,0	26,0	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Nota: Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS Statistics versión 25.0 (2021)

Figura 6

Ocupación de los encuestados.



Nota: Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS Statistics versión 25.0 (2021). Fuente: Elaboración Propia.



B. DATOS DESCRIPTIVOS – ESTADÍSTICOS

Estadísticas de la variable 01: Calidad de servicio

En la tabla 10 y figura 7, según la estadística de la calidad de servicio, el nivel de calificación que los usuarios encuestados dieron a la OR RENIEC Abancay en cuanto a calidad de servicio es totalmente de acuerdo con un 41,1% de aceptación, seguido de acuerdo con un 39,8%; se tiene luego ni en desacuerdo, ni de acuerdo con un 17,2%, en desacuerdo con un 1,0% y, finalmente, totalmente de desacuerdo con el 0,8%.

Tabla 10

Estadística de la calidad del servicio.

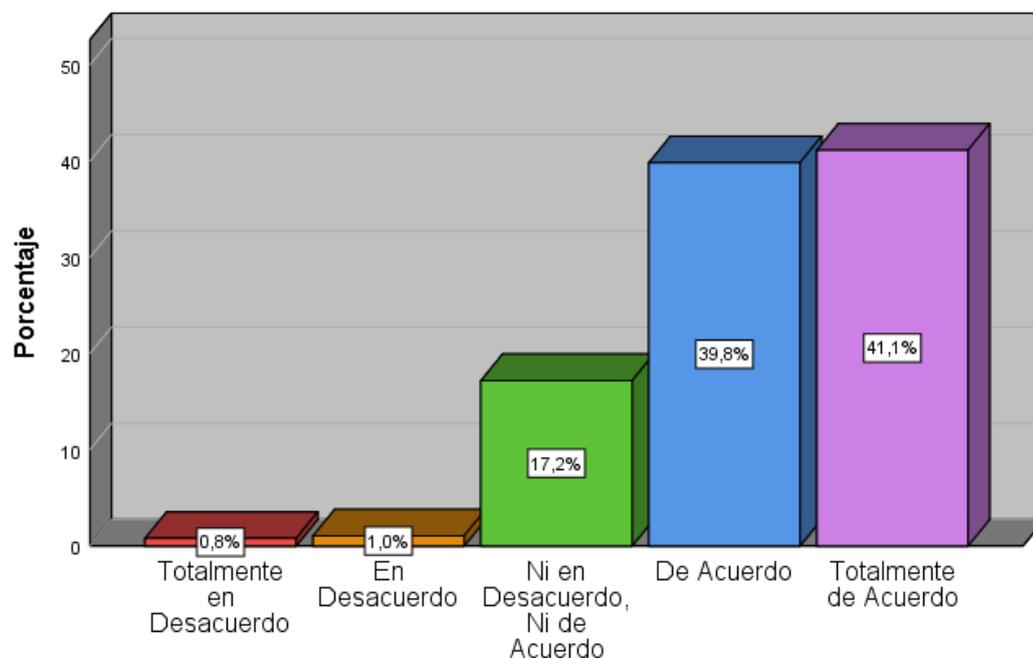
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	,8	,8	,8
	En desacuerdo	4	1,0	1,0	1,8
	Ni en desacuerdo ni de acuerdo	66	17,2	17,2	19,0
	De acuerdo	153	39,8	39,8	58,9
	Totalmente de acuerdo	158	41,1	41,1	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Nota: Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS

Statistics versión 25.0 (2021)

Figura 7

Estadística de la calidad de los servicios.



Nota: Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS Statistics versión 25.0 (2021). Fuente: Elaboración Propia.

Estadísticas de la variable 02: Satisfacción del usuario

En la tabla 11 y figura 8, el nivel de calificación que dan para la variable satisfacción de los usuarios, se observó un 52,3% estuvieron totalmente de acuerdo, un 27,3%, de acuerdo; mientras, que un 16,7% se encuentra ni en desacuerdo ni de acuerdo; con un 2,3% de encuestados estuvieron en desacuerdo; solamente con un 1,3% estuvieron totalmente en desacuerdo.

Tabla 11

Estadística de la satisfacción de los usuarios.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	5	1,3	1,3	1,3
	En desacuerdo	9	2,3	2,3	3,6

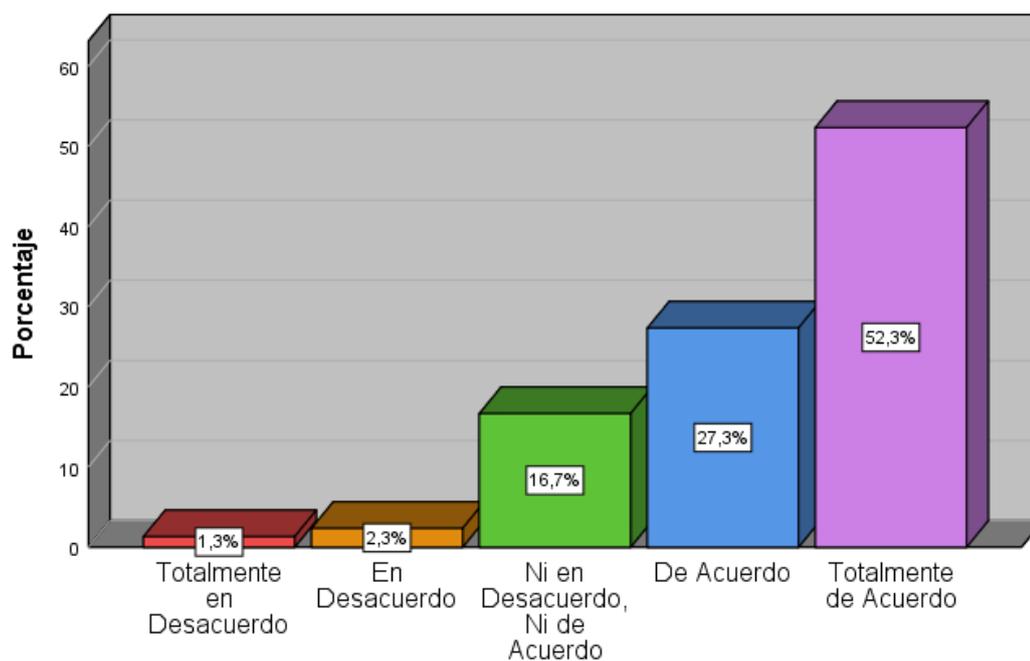


Ni en desacuerdo ni de acuerdo	64	16,7	16,7	20,3
De acuerdo	105	27,3	27,3	47,7
Totalmente de acuerdo	201	52,3	52,3	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Nota: Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS Statistics versión 25.0 (2021)

Figura 8

Estadística de la satisfacción de los usuarios.



Nota: Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS Statistics versión 25.0 (2021). Fuente: Elaboración Propia.

Estadísticas de la dimensión 01 de la variable 01: Elementos tangibles

En la tabla 12 y figura 9, en cuanto a la dimensión elementos tangibles de la variable calidad de servicio, se observó que el 52,3% estuvieron totalmente de acuerdo; mientras que un 32,6% lo valoraron de acuerdo; también se observó que el 13,5% de encuestados indicaron estar ni en desacuerdo ni de acuerdo con los elementos tangibles de la institución; por otro lado, se tiene 1,3% de encuestados la valoran en desacuerdo; un 0,3% lo valoran con totalmente en desacuerdo.



Tabla 12

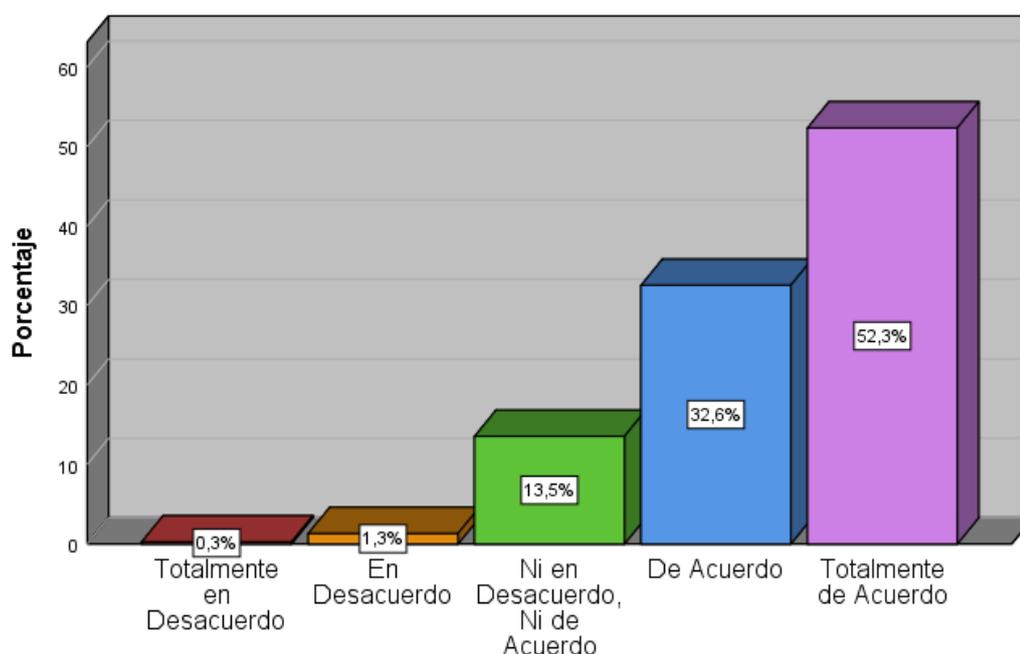
Estadística de los elementos tangibles.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	1	,3	,3	,3
En desacuerdo	5	1,3	1,3	1,6
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	52	13,5	13,5	15,1
De acuerdo	125	32,6	32,6	47,7
Totalmente de acuerdo	201	52,3	52,3	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Nota: Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS Statistics versión 25.0 (2021)

Figura 9

Estadística de los elementos tangibles.



Nota: Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS Statistics versión 25.0 (2021). Fuente: Elaboración Propia.

Estadísticas de la dimensión 02 de la variable 01: Fiabilidad

En cuanto a la dimensión fiabilidad de la variable de calidad de servicio, se observó que los encuestados apreciaron con un 48,2% totalmente de acuerdo y de acuerdo con un 36,9% la fiabilidad que brindan los empleados de la OR RENIEC - Abancay a los



usuarios; por otro lado, calificaron con un 13,0% ni en desacuerdo ni de acuerdo; se tiene una valoración en desacuerdo con un 2,3%; totalmente en desacuerdo, con un 0,5%.

Tabla 13

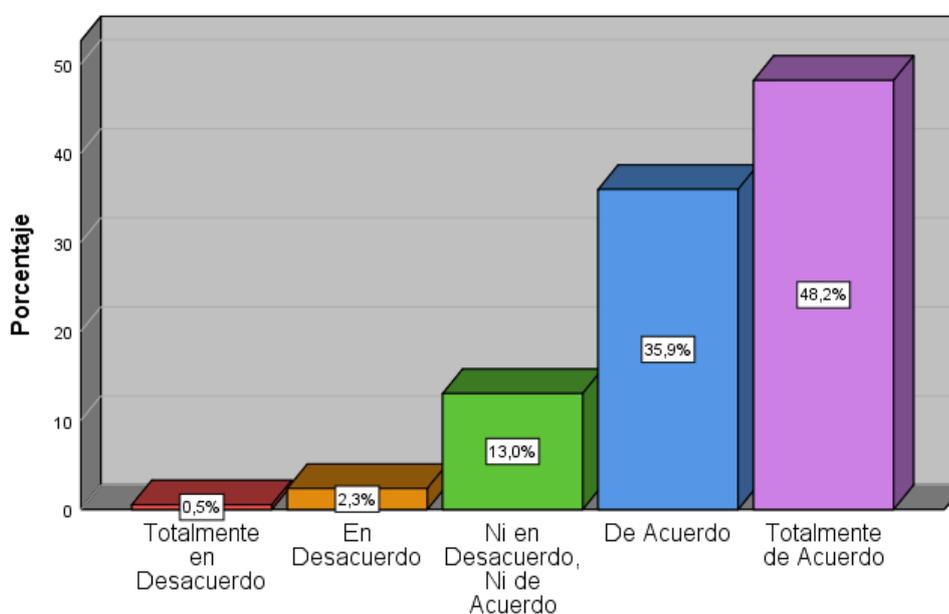
Estadística de la fiabilidad.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	,5	,5	,5
	En desacuerdo	9	2,3	2,3	2,9
	Ni en desacuerdo ni de acuerdo	50	13,0	13,0	15,9
	De acuerdo	138	35,9	35,9	51,8
	Totalmente de acuerdo	185	48,2	48,2	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Nota: Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS Statistics versión 25.0 (2021)

Figura 10

Estadística de la fiabilidad.



Nota: Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS Statistics versión 25.0 (2021)



Estadísticas de la dimensión 03 de la variable 01: Capacidad de respuesta

En la tabla 14 y la figura 11, en cuanto a la dimensión capacidad de respuesta de la variable calidad de servicio, se observa que el 45,6% de encuestados estuvieron totalmente de acuerdo con la capacidad de respuesta que tienen los empleados de RENIEC con los usuarios; el 31,3% lo calificaron como de acuerdo; por otro lado, se tiene un 19,3% ni en desacuerdo ni de acuerdo; también se tiene una valoración de 3,1% en desacuerdo y, por último, se tiene un porcentaje del 0,8% indicando que están en totalmente en desacuerdo.

Tabla 14

Estadística de la capacidad de respuesta.

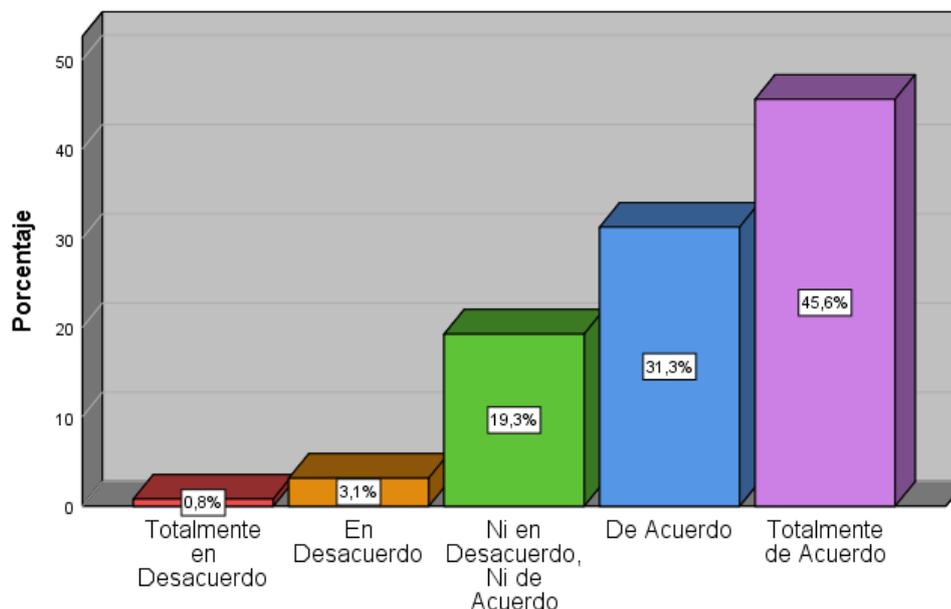
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	,8	,8	,8
	En desacuerdo	12	3,1	3,1	3,9
	Ni en desacuerdo ni de acuerdo	74	19,3	19,3	23,2
	De acuerdo	120	31,3	31,3	54,4
	Totalmente de acuerdo	175	45,6	45,6	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Nota: Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS

Statistics versión 25.0 (2021)

Figura 11

Estadística de la capacidad de respuesta.



Nota: Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS Statistics versión 25.0 (2021)

Estadísticas de la dimensión 04 de la variable 01: Seguridad

En la tabla 15 y figura 12, para la dimensión seguridad, se observa que el 52,1% lo calificaron totalmente de acuerdo; un 32,8% de usuarios están de acuerdo con la seguridad que brinda el RENIEC – Abancay; asimismo, el 13,0% de encuestados califica ni en desacuerdo ni de acuerdo; se tiene un porcentaje de 1,6% en desacuerdo; solo el 0,5% la califica como totalmente en desacuerdo.

Tabla 15

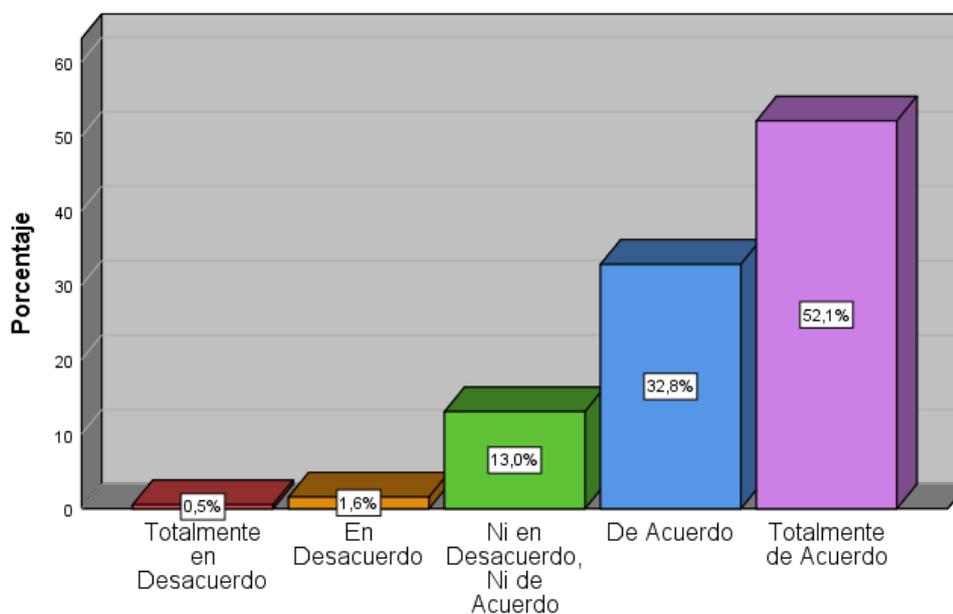
Estadística de la seguridad.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	2	,5	,5	,5
En desacuerdo	6	1,6	1,6	2,1
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	50	13,0	13,0	15,1
De acuerdo	126	32,8	32,8	47,9
Totalmente de acuerdo	200	52,1	52,1	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Nota: Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS Statistics versión 25.0 (2021)

Figura 12

Estadística de la seguridad



Nota: Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS Statistics versión 25.0 (2021)



Estadísticas de la dimensión 05 de la variable 01: Empatía

En la tabla 16 y figura 13, en cuanto a la dimensión empatía de la variable calidad de servicio, los usuarios indicaron que están totalmente de acuerdo con la empatía mostrada por los empleados de la OR RENIEC Abancay a los usuarios con un porcentaje del 49,2%; también se observó que el 32,3% de los encuestados calificaron estar de acuerdo; pero, también el 14,8% indican estar ni en desacuerdo ni de acuerdo; el 2,6% se encuentran en desacuerdo y el 1,0% totalmente en desacuerdo.

Tabla 16

Estadística de la empatía.

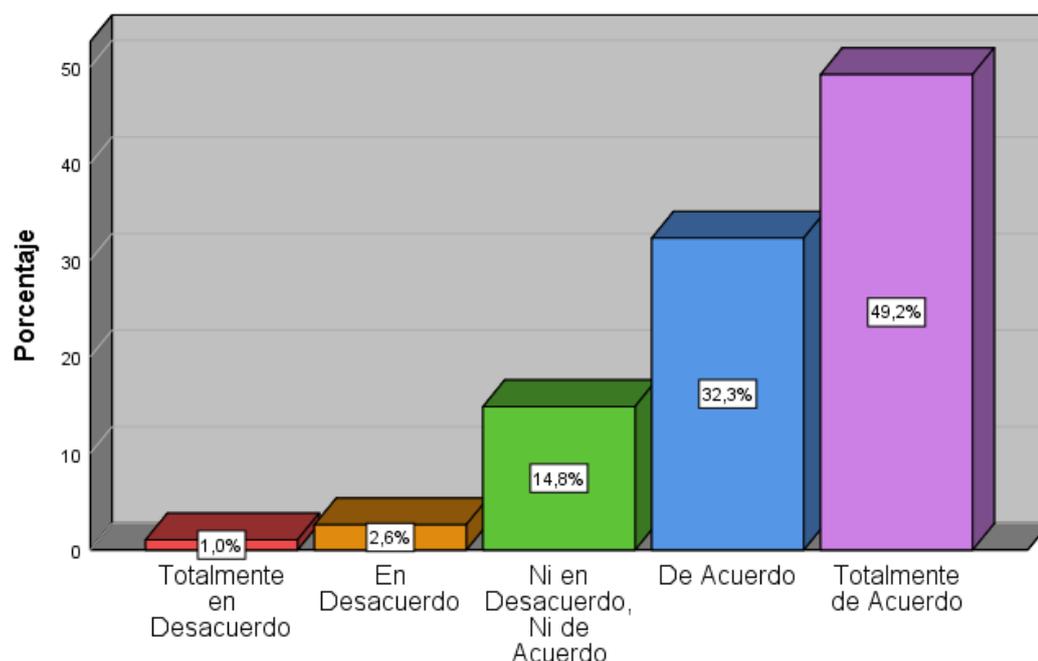
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	4	1,0	1,0	1,0
En desacuerdo	10	2,6	2,6	3,6
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	57	14,8	14,8	18,5
De acuerdo	124	32,3	32,3	50,8
Totalmente de acuerdo	189	49,2	49,2	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Nota: Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS

Statistics versión 25.0 (2021)

Figura 13

Estadística de la empatía.



Nota: Datos tomados a partir de la aplicación del software estadístico IBM SPSS Statistics versión 25.0 (2021)

5.2. Contrastación de la hipótesis

Para medir la correlación entre las variables se utilizó el coeficiente de correlación Rho de Spearman, ya que las variables de las dimensiones y variable general son cualitativas con escala ordinal.

Las variables cualitativas en estadística se refieren a características o cualidades que no pueden ser medidas con números. Y son de escala ordinal porque existe un orden.

El coeficiente de correlación de Spearman es una medida no paramétrica de la correlación de rango. Se utiliza principalmente para el análisis de datos. Mide la fuerza y la dirección de la asociación entre dos variables clasificadas.

La correlación de Rho Spearman se interpreta según el siguiente criterio:



Tabla 17*Correlación de Rho Spearman.*

Valor de Rho de Spearman	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0,9 a -0,99	Correlación negativa muy alta
-0,7 a -0,89	Correlación negativa alta
-0,4 a -0,69	Correlación negativa moderada
-0,2 a -0,39	Correlación negativa baja
-0,01 a -0,19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0,01 a 0,19	Correlación positiva muy baja
0,2 a 0,39	Correlación positiva baja
0,4 a 0,69	Correlación positiva moderada
0,7 a 0,89	Correlación positiva alta
0,9 a 0,99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Nota: Rangos en La Correlacion de Rho Spearman, Fuente: Tomado de Ruiz Bolívar (2002).

Contrastación de hipótesis general

Ho: La calidad del servicio no se relaciona significativamente en la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC-Abancay.

H1: La calidad del servicio se relaciona significativamente en la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC-Abancay.

Tabla 18*Correlaciones para contrastación de la hipótesis general.*

		Calidad de servicio	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Calidad de servicio	1.000	0.654 **
	Coefficiente de correlación		
	Sig.	.	0.000
	N	384	384

Satisfacción del usuario	Coefficiente de correlación	0.654 **	1.000
	Sig.	0.000	.
	N	384	384

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Nota: De la Tabla 18, se tiene que el valor “sig.” Es 0.00 menor a 0.05 nivel de significancia, entonces, se rechaza la hipótesis nula (H_0); además, el coeficiente de correlación de Rho de Spearman es 0.654 lo que indica una correlación positiva moderada entre las variables lo que implica que a mayor calidad del servicio se tendrá mejores niveles de satisfacción en los usuarios. Por ende, se puede afirmar con un nivel de confianza del 95% que la calidad del servicio se relaciona, significativamente, en la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC-Abancay.

Resultados estadísticos con el diagrama de dispersión

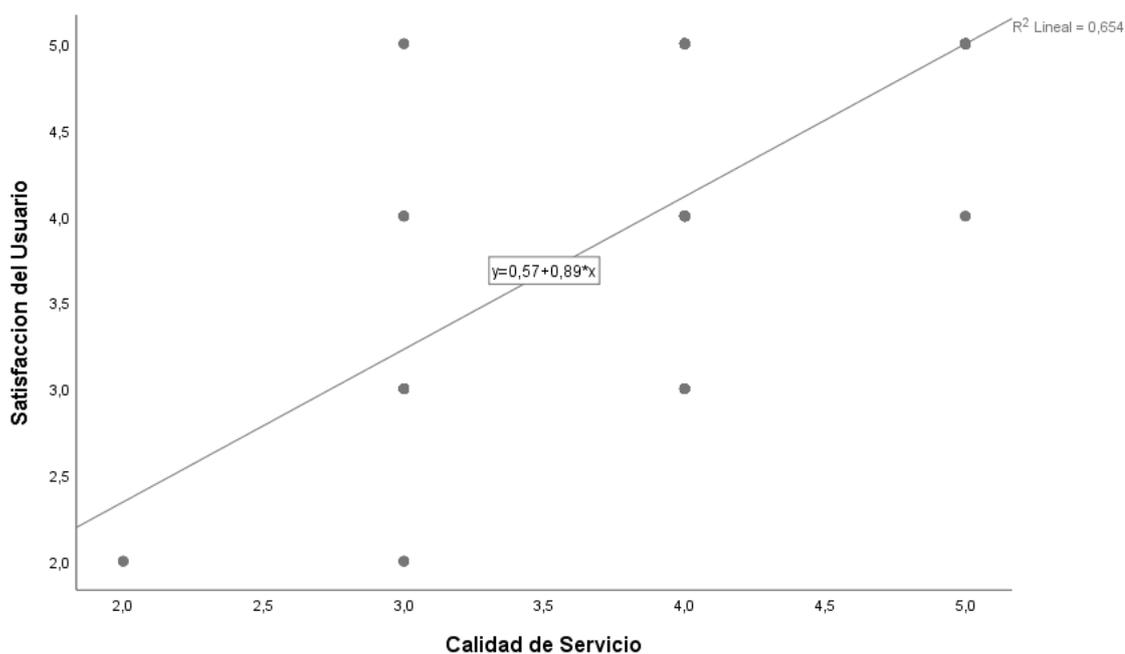
“Gráfico de dispersión o gráfico de correlación consiste en la representación gráfica de dos variables para un conjunto de datos. En otras palabras, analizamos la relación entre dos variables, conociendo qué tanto se afectan entre sí o qué tan independientes son una de la otra. En este sentido, ambas variables se representan como un punto en el plano cartesiano y de acuerdo a la relación que exista entre ellas, definimos su tipo de correlación.” (Betancourt, 2016)

Coefficientes de estimación de regresión lineal (R^2) según (Gutiérrez, 2020)

0.81 a 1.00	Muy alta
0.61 a 0.80	Alta
0.41 a 0.60	Moderada
0.21 a 0.40	Baja
0.01 a 0.20	Muy baja

Figura 14

Figura de dispersión entre la variable calidad de servicio y satisfacción del usuario.



Nota: En la Figura 14, de dispersión nos muestra el grado de relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC Abancay, estimándonos que $R^2=0.654$ (65.4%), donde se afirma un grado alto de relación directa y positiva entre las variables contrastadas.

Contrastación de hipótesis específicas:

Hipótesis específicas N°1

H_0 : Los elementos tangibles no se relacionan significativamente en la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC-Abancay.

H_1 : Los elementos tangibles se relacionan significativamente en la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC-Abancay.

Tabla 19

Correlación para contrastación de la hipótesis específica 1.

			Satisfacción del usuario	Elementos tangibles
Rho de Spearman	Satisfacción del usuario	Coefficiente de correlación	1.000	0.507**
		Sig.	.	0.000
		N	384	384
	Elementos tangibles	Coefficiente de Correlación	0.507**	1.000
		Sig.	0.000	.
		N	384	384

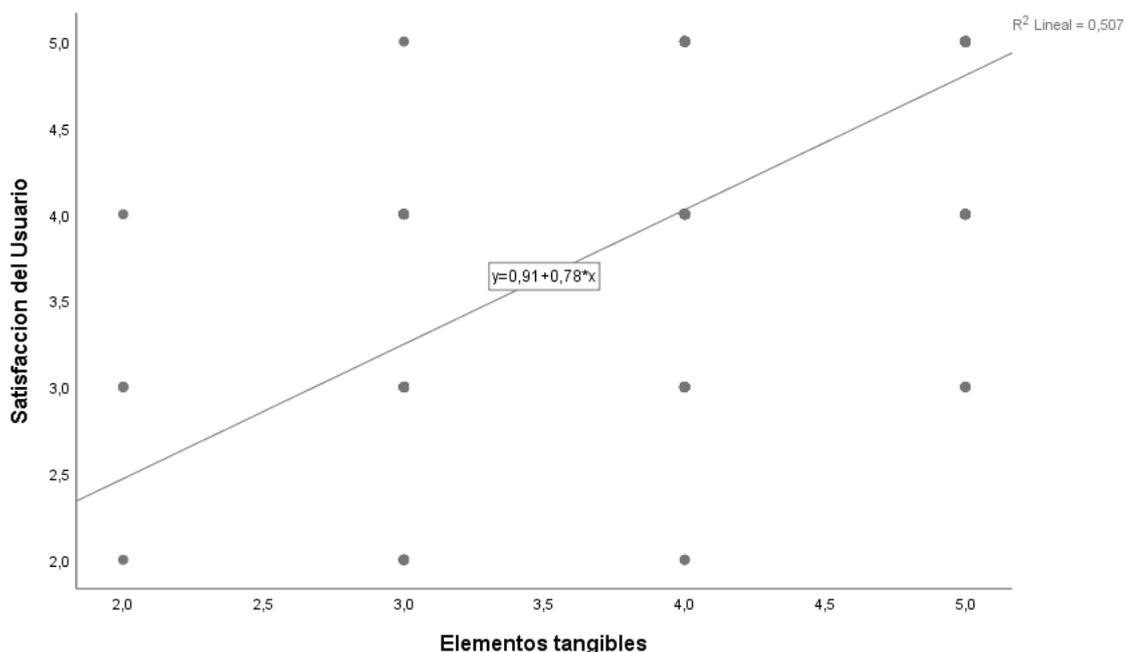
** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (1 cola).

Nota: De la Tabla 18, se tiene que el valor “sig.” Es 0.00 menor a 0.05 nivel de significancia entonces se rechaza la hipótesis nula (H_0); además el coeficiente de correlación de Rho de Spearman es 0,507 lo que indica una correlación positiva moderada entre las variables lo que implica que a mejores elementos tangibles se tendrá mayores niveles de satisfacción en los usuarios. Por ende, se puede afirmar con un nivel de confianza del 95% que Los elementos tangibles se relacionan significativamente en la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC-Abancay.

Resultados estadísticos con el diagrama de dispersión

Figura 15

Figura de dispersión entre la dimensión elementos tangibles y la variable satisfacción del usuario



Nota: En Figura 15, de dispersión nos muestra el grado de relación que existe entre los elementos tangibles de la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC Abancay, estimándonos que $R^2=0.507$ (50.7%), donde se afirma un grado moderado de relación directa y positiva entre la dimensión y la variable contrastadas.

Hipótesis específicas N° 2

Ho: La fiabilidad no se relaciona significativamente en la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC-Abancay.

H1: La fiabilidad se relaciona significativamente en la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC-Abancay.

Tabla 20*Correlación para la contratación de la hipótesis 2.*

		Satisfacción		
			del usuario	Fiabilidad
Rho de Spearman	Satisfacción del usuario	Coefficiente de correlación	1,000	0.659**
		Sig.	.	0.000
		N	384	384
	Fiabilidad	Coefficiente de correlación	0.659**	1.000
		Sig.	0.000	.
		N	384	384

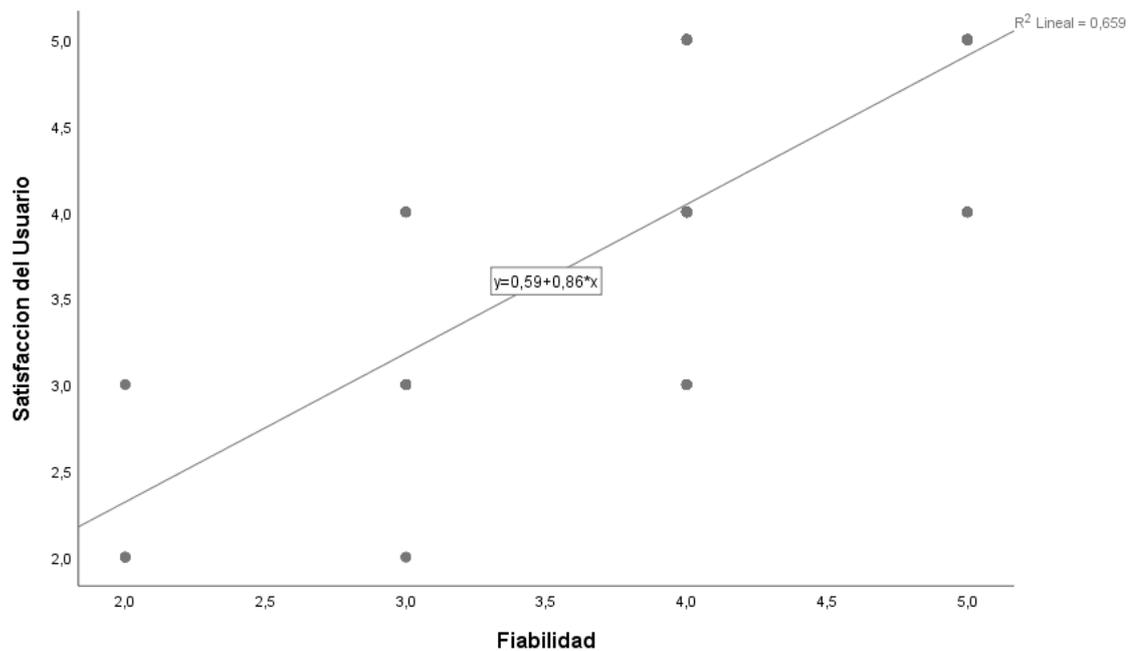
** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (1 cola).

Nota: De la Tabla 20, se tiene que el valor “sig.” Es 0.00 menor a 0.05 nivel de significancia, entonces, se rechaza la hipótesis nula (H_0); además el coeficiente de correlación de Rho de Spearman es 0.659 lo que indica una correlación positiva moderada entre las variables lo que implica que a mayor fiabilidad se tendrá mejores niveles de satisfacción en los usuarios. Por ende, se puede afirmar con un nivel de confianza del 95% que La fiabilidad se relaciona significativamente en la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC-Abancay.

Resultados estadísticos con el Diagrama de dispersión

Figura 16

Figura de dispersión entre la dimensión fiabilidad y la variable satisfacción del usuario.



Nota: En Figura 16, de dispersión nos muestra el grado de relación que existe entre la fiabilidad de la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC Abancay, estimándonos que $R^2=0.659$ (65.9%), donde se afirma un grado alto de relación directa y positiva entre la dimensión y la variable contrastadas.

Hipótesis específicas N° 3

Ho: La capacidad de respuesta no se relaciona significativamente en la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC-Abancay.

H1: La capacidad de respuesta se relaciona significativamente en la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC-Abancay.

Tabla 21

Correlación para la contrastación de la hipótesis 3.

			Satisfacción del Usuario	Capacidad de Respuesta
Rho de Spearman	Satisfacción del usuario	Coefficiente de correlación	1.000	0.444**
		Sig.	.	0.000
		N	384	384
	Capacidad de respuesta	Coefficiente de correlación	0.444**	1.000
		Sig.	0.000	.
		N	384	384

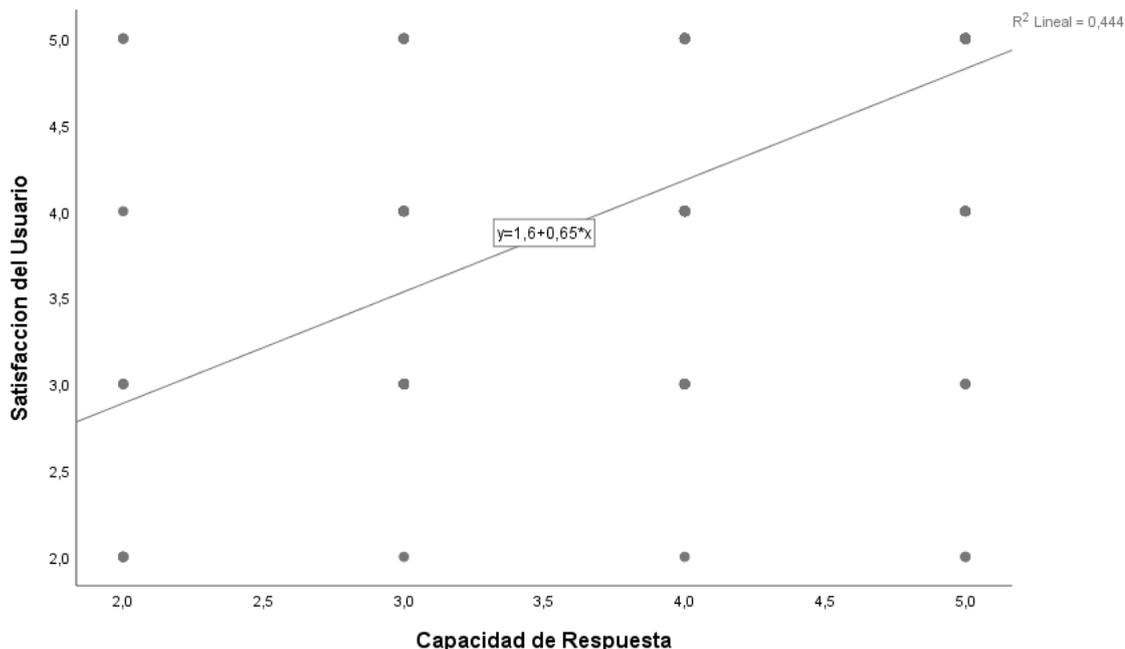
** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (1 cola).

Nota: De la Tabla 21, se tiene que el valor “sig.” Es 0.00 menor a 0.05 nivel de significancia, entonces, se rechaza la hipótesis nula (H_0); además, el coeficiente de correlación de Rho de Spearman es 0.444 lo que indica una correlación positiva moderada entre las variables lo que implica que a mayor capacidad de respuesta se tendrá mejores niveles de satisfacción en los usuarios. Por ende, se puede afirmar con un nivel de confianza del 95% que la capacidad de respuesta se relaciona significativamente en la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC-Abancay.

Resultados estadísticos con el diagrama de dispersión

Figura 17

Figura de dispersión entre la dimensión capacidad de respuesta y la variable satisfacción del usuario.



Nota: En la Figura 17, de dispersión nos muestra el grado de relación que existe entre la capacidad de respuesta de la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC Abancay, estimándonos que $R^2=0.444$ (44.4%), donde se afirma un grado moderada de relación directa y positiva entre la dimensión y la variable contrastadas.

Hipótesis específicas N° 4

Ho: La seguridad no se relaciona significativamente en la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC-Abancay.

H1: La seguridad se relaciona significativamente en la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC-Abancay.



Tabla 22*Correlación para la contrastación de la hipótesis 4.*

		Satisfacción del		
			usuario	Seguridad
Rho de Spearman	Satisfacción del usuario	Coefficiente de correlación	1.000	0.702**
		Sig.	.	0.000
		N	384	384
	Seguridad	Coefficiente de correlación	0.702**	1.000
		Sig.	0.000	.
		N	384	384

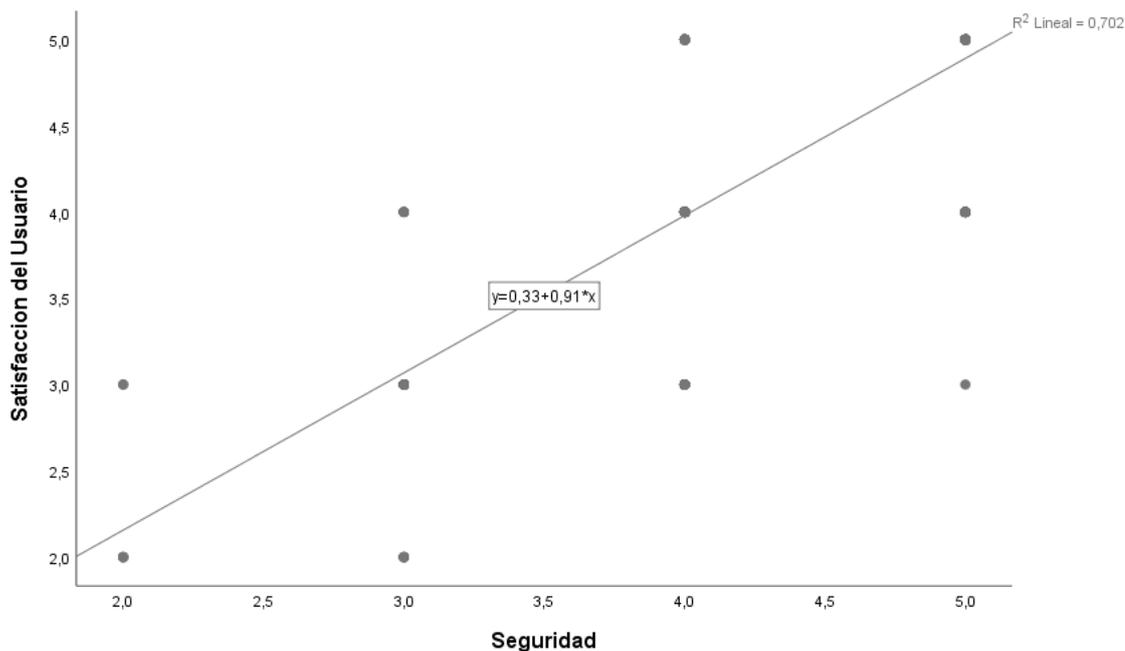
** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (1 cola).

Nota: De la Tabla 22, se tiene que el valor “sig.” Es 0.00 menor a 0.05 nivel de significancia, entonces, se rechaza la hipótesis nula (H₀); además, el coeficiente de correlación de Rho de Spearman es 0.702 lo que indica una correlación positiva alta entre las variables lo que implica que a mayor seguridad se tendrá mejores niveles de satisfacción en los usuarios. Por ende, se puede afirmar con un nivel de confianza del 95% que la seguridad se relaciona significativamente en la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC-Abancay.

Resultados estadísticos con el Diagrama de dispersión

Figura 18

Figura de dispersión entre la dimensión seguridad y la variable Satisfacción del Usuario



Nota: En la Figura 18 de Dispersión nos muestra el grado de relación que existe entre la seguridad de la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC Abancay, estimándonos que $R^2=0.702$ (70.2%), donde se afirma un grado alto de relación directa y positiva entre la dimensión y la variable contrastadas.

Hipótesis específicas N° 5

H_0 : La empatía no se relaciona significativamente en la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC-Abancay.

H_1 : La empatía se relaciona significativamente en la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC-Abancay.

Tabla 23

Correlación para la contrastación de la hipótesis 5.

		Satisfacción del		
			usuario	Empatía
Rho de	Satisfacción	Coefficiente de correlación	1.000	0.437**
Spearman	del Usuario	Sig.	.	0.000
		N	384	384
	Empatía	Coefficiente de correlación	0.437**	1.000
		Sig.	0.000	.
		N	384	384

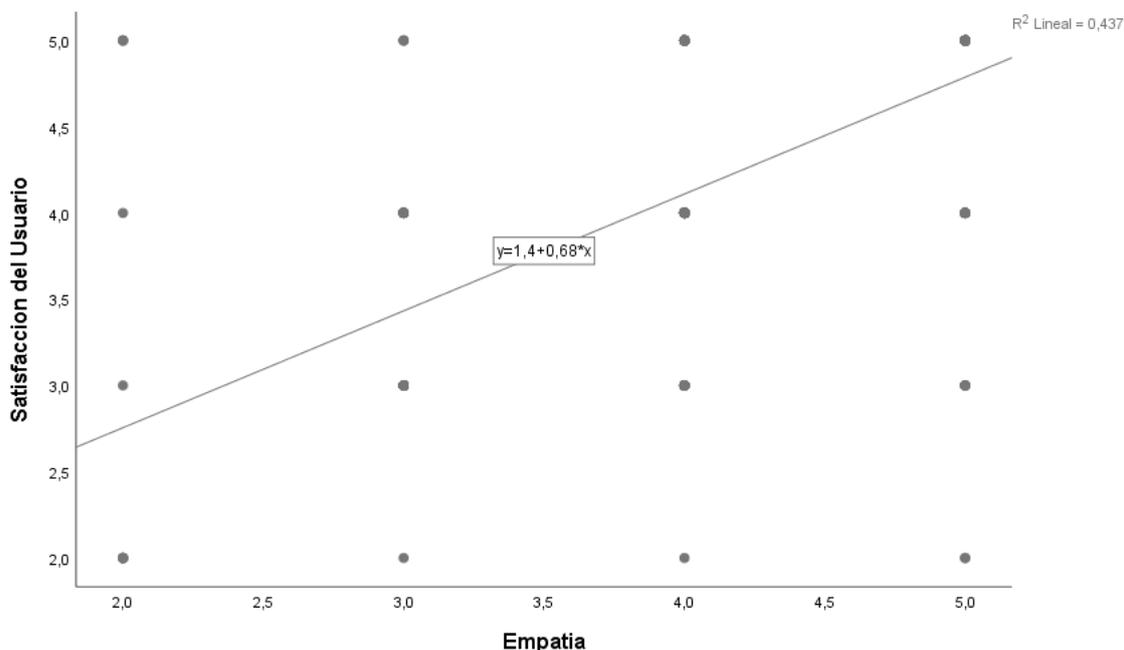
** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (1 cola).

Nota: De la Tabla 23, se tiene que el valor “sig.” Es 0.00 menor a 0.05 nivel de significancia, entonces, se rechaza la hipótesis nula (Ho); además, el coeficiente de correlación de Rho de Spearman es 0.437 lo que indica una correlación positiva moderada entre las variables lo que implica que a mayor empatía se tendrá mejores niveles de satisfacción en los usuarios. Por ende, se puede afirmar con un nivel de confianza del 95%. La empatía se relaciona significativamente en la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC- Abancay.

Resultados estadísticos con el diagrama de dispersión

Figura 19

Figura de dispersión entre la dimensión empatía y la variable satisfacción del usuario.



Nota: En la Figura 19, de dispersión nos muestra el grado de relación que existe entre la empatía de la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC Abancay, estimándonos que $R^2=0.437$ (43.7%), donde se afirma un grado moderada de relación directa y positiva entre la dimensión y la variable contrastadas.

5.3.Discusión

En el trabajo de investigación, se ha podido conocer de qué manera la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC-Abancay en el año 2020, presentadas en el análisis de datos.

En relación a la calidad del servicio de los usuarios de la oficina registral del RENIEC-Abancay 2020, del 100% de usuarios encuestados, el 41,1% califica la calidad del servicio de la Oficina Registral RENIEC- Abancay como totalmente de acuerdo, el 39,8% lo calificaron de acuerdo, 17,2% indicaron que estuvieron ni en desacuerdo ni en acuerdo, el 1,0% indicaron que estuvieron en desacuerdo y el 0,8% totalmente en desacuerdo. Al momento de realizar, la contrastación de hipótesis general con el coeficiente de



correlación de Rho de Spearman se tiene un valor de 0,654 lo que indica una correlación positiva moderada entre las dos variables.

Por su parte, se tiene a Rivera Reyes de Ecuador en sus tesis titulado la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes en Ecuador, indica en sus conclusiones que la calidad de servicio influye en la satisfacción de los clientes, según el ente Rho de Spearman cuyo resultado fue de 0,457 lo que indica que existe una relación positiva moderada entre ambas variables.

En cuanto a un antecedente nacional se tiene la tesis de Gonzales Guevara de Chiclayo, en su tesis titulada “Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa comercializadora de madera Arbolito S.A.C.”, igualmente con el coeficiente de correlación de Rho de Spearman se obtuvo 0,859, indicando que existe una relación positiva entre calidad de servicio y satisfacción del cliente.

Se tiene también a Garfias Vivanco de la provincia de Andahuaylas con su tesis titulada, calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente de la empresa Electro Sur Este S.A.A., en el año 2017, se tiene una correlación positiva moderada con un 0,406 en el coeficiente de correlación de Rho de Spearman.

También como antecedente local se tuvo a la investigación de Puma Quispe en su tesis Calidad de servicio y satisfacción de los clientes en los hospedajes de la ciudad de Tambobamba, donde también se obtiene una relación directa entre ambas variables.

Por lo que, se puede decir que en las cinco investigaciones tanto internacional, nacional y local la calidad de servicio y satisfacción del usuario tienen correlación positiva indicando que a mayor calidad de servicio se tendrán mejores niveles de satisfacción en usuarios o clientes. Al ser correlación positiva y relacionarse entre sí, indicando que cuando una variable sube la otra también subirá.

Se puede también decir que todas las empresas e instituciones internacionales, nacionales y locales ponen énfasis en ofrecer calidad de servicio a sus clientes o usuarios para poder lograr satisfacción.

En cuanto a las dimensiones de calidad de servicio, se tienen datos de las tesis tomadas como antecedentes, por ejemplo a nivel internacional se tiene en la tesis de García Balguera en su tesis que lleva por título “Medición de satisfacción de localidad en el servicio de hospitalización en los hospitales de la ciudad de Villavicencio en Colombia”, en esta investigación en cuanto a los elementos tangibles se tuvo una puntuación alta igual que en esta investigación, pero en cuanto a la capacidad de respuesta la puntuación fue la más baja de todas las dimensiones, con diferencia de la presente investigación con resultados de fuerte correlación positiva.

En nuestro antecedente nacional, se tiene a Córdor & Durand de Huancayo en su tesis “Influencia de la calidad del servicio en la satisfacción de los usuarios del gimnasio Iron Gym”, indica que las dimensiones de calidad como elementos tangibles, confiabilidad, seguridad, empatía y capacidad de respuesta influyen en la satisfacción del usuario de dicho gimnasio además de solo influenciar en la presente investigación se da a conocer que se tiene una correlación fuerte indicando que las dimensiones se relacionan significativamente con la satisfacción de los usuarios.

Para la dimensión de los elementos tangibles, se discutirá sobre los resultados de dos tesis locales y la presente investigación. Para Garfias Vivanco en su tesis titulada “Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente de la empresa Electro Sur Este S.A.A.”, frente a los elementos tangibles se tiene el valor del coeficiente de Spearman de 0,225 donde indica que se tiene una correlación positiva baja, para la tesis de Puma Quispe en su tesis “Calidad de servicio y satisfacción de los clientes en los hospedajes de la ciudad de Tambobamba”, se tiene que un 7,6% de clientes consideran que los elementos tangibles es muy baja.

En cambio en esta investigación se tiene una correlación de los elementos tangibles y satisfacción del usuario con el coeficiente de correlación de Rho de Spearman es 0,507 lo que indica una correlación positiva moderada entre las variables lo que implica que a mejores elementos tangibles se tendrá mayores niveles de satisfacción en los usuarios de los siguientes resultados, además, en los resultados de encuestas se observó que el 52,3% estuvieron totalmente de acuerdo, mientras que un 32,6% lo valoraron de acuerdo, también se observó que el 13,5% de encuestados indicaron estar ni en desacuerdo, ni de acuerdo con los elementos tangibles de la institución, y por otro lado se tiene 1,3% de encuestados la valoran en desacuerdo y un 0,3% lo valoran con totalmente en desacuerdo. Entonces, podríamos decir que la calidad de servicio en cuanto a su dimensión de los elementos tangibles dependerá de la institución o empresa, al contar con una instalación física buena y cómoda para su atención, adquisición de equipos modernos para facilitar la atención de los usuarios, ya que lo primero que verán los usuarios serán la apariencia de los elementos con que cuentan la institución.

Para la segunda dimensión de fiabilidad se tiene a Garfias Vivanco en su tesis titulada “Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente de la empresa Electro Sur Este S.A.A.”, precisa que el valor del coeficiente de Spearman es 0,380 indicando que existe una correlación positiva baja entre la dimensión de fiabilidad y satisfacción del usuario; por su parte, se tiene a Puma Quispe en su tesis “Calidad de servicio y

satisfacción de los clientes en los hospedajes de la ciudad de Tambobamba”, en cuanto a la dimensión de fiabilidad se tiene un 15,3% indicando que es baja.

En cuanto a esta investigación, se tienen los siguientes resultados con el coeficiente de correlación de Rho de Spearman es 0.659 lo que indica una correlación positiva moderada entre las variables lo que implica que a mayor fiabilidad se tendrá mejores niveles de satisfacción en los usuarios y se observó que los encuestados apreciaron con un 48,2% totalmente de acuerdo y de acuerdo con un 36,9% la fiabilidad que brindan los empleados de la OR RENIEC Abancay a los usuarios; por otro lado, calificaron con un 13,0% ni en desacuerdo ni de acuerdo, se tiene una valoración en desacuerdo con un 2,3% y totalmente en desacuerdo con un 0,5%.

Por lo que, se puede ver tanto en la empresa de Electro Sur Este y los hospedajes de Tambobamba existe una correlación baja entre la fiabilidad y satisfacción de los usuarios, por lo que se puede indicar que se debe mejorar en este aspecto tan importante que es la habilidad de prestar el servicio prometido en el momento preciso. En cambio, en la presente investigación se obtuvo una correlación positiva moderada y los usuarios indicaron que están totalmente de acuerdo con la fiabilidad que presta RENIEC a sus usuarios.

Para la tercera dimensión la capacidad de respuesta, Garfias Vivanco en su tesis titulada “Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente de la empresa Electro Sur Este S.A.A.”, el coeficiente de correlación de Spearman indica un valor de 0,355, indicando que existe una correlación positiva baja; por otro lado, se tiene a Puma Quispe en su tesis “Calidad de servicio y satisfacción de los clientes en los hospedajes de la ciudad de Tambobamba”, indican que un 14,7% de clientes indican que a capacidad de respuesta es baja.

En la presenta investigación se tienen los siguientes resultados sobre la dimensión de capacidad de respuesta, el coeficiente de correlación de Rho de Spearman es 0,444 lo que indica una correlación positiva moderada entre las variables lo que implica que a mayor capacidad de respuesta se tendrá mejores niveles de satisfacción en los usuarios, se observa que el 45,6% de encuestados estuvieron totalmente de acuerdo con la capacidad de respuesta que tienen los empleados de RENIEC con los usuarios, el 31,3% lo calificaron como de acuerdo, por otro lado, se tiene un 19,3% ni en desacuerdo ni de acuerdo, también se tiene una valoración de 3,1% en desacuerdo y, por último, se tiene un porcentaje del 0,8% indicando que están en totalmente en desacuerdo.

Entonces podemos decir que en los antecedentes se tiene una capacidad de respuesta baja; pero, en la Oficina Registral del RENIEC Abancay, al ser institución del estado los trabajadores deben ayudar a los usuarios y atenderlos de manera rápida.

Para la cuarta dimensión seguridad, se tiene a Garfias Vivanco en su tesis titulada “Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente de la empresa Electro Sur Este S.A.A.”, tiene un valor de 0,510 en el coeficiente de correlación de Spearman, indicando una correlación positiva moderada; en cambio, en la tesis de Puma Quispe en su tesis “Calidad de servicio y satisfacción de los clientes en los hospedajes de la ciudad de Tambobamba”, tiene un 15,3 % de clientes señalan que la seguridad es baja.

En la presente investigación, se tiene un 0,702 en el coeficiente de correlación de Rho de Spearman, lo que indica una correlación positiva alta entre las variables lo que implica que a mayor seguridad se tendrá mejores niveles de satisfacción en los usuarios, se observa que el 52,1% lo calificaron totalmente de acuerdo, se tiene un 32,8% de usuarios que están de acuerdo con la seguridad que brinda el RENIEC – Abancay; asimismo, el 13,0% de encuestados califica ni en desacuerdo ni de acuerdo; se tiene un porcentaje de 1,6% en desacuerdo y solo el 0,5% la califica como totalmente en desacuerdo.

Estoy de acuerdo con que en toda institución haya un personal de seguridad en la puerta y cámaras de seguridad, en cambio al ver los resultados indica que en los hospedajes no hay seguridad, es por eso que en sus recomendaciones de dicha investigación indica que se debe implementar un plan de seguridad.

En la última dimensión de calidad de servicio, se tiene a la empatía, los resultados para esta dimensión en la tesis de Garfias Vivanco en su tesis titulada “Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente de la empresa Electro Sur Este S.A.A.”, indica un valor de 0,261 en la correlación de Spearman, que revela que existe una correlación positiva baja; por otro lado, se tiene a Puma Quispe en su tesis “Calidad de servicio y satisfacción de los clientes en los hospedajes de la ciudad de Tambobamba”, indica un 15,3% indicando que le empatía en los hospedajes son bajas, podemos decir que la empatía es la atención individualizada, cortesía y comprender las necesidades de los clientes o usuarios.

En la presente investigación se obtuvieron los siguientes datos, el coeficiente de correlación de Rho de Spearman es 0.437 lo que indica una correlación positiva moderada entre las variables lo que implica que a mayor empatía se tendrá mejores niveles de satisfacción en los usuarios, los usuarios indicaron que están totalmente de acuerdo con la empatía mostrada por los empleados de la OR RENIEC -Abancay a los usuarios con un porcentaje del 49,2%, también se observó que el 32,3% de los encuestados calificaron



estar de acuerdo, pero también el 14,8% indican estar ni en desacuerdo, ni de acuerdo; el 2,6% se encuentran en desacuerdo y el 1,0% totalmente en desacuerdo.

El RENIEC tiene una correlación positiva moderada en cuanto a la dimensión de la empatía, podemos decir entonces que la institución por medio de sus trabajadores brinda una atención personalizada a los usuarios poniendo en lugar de ellos y comprendiendo sus necesidades para poder solucionarlo de manera rápida y oportuna.



CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

1. Con relación al objetivo general: Determinar como la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC-Abancay, para las variables calidad del servicio y la satisfacción del usuario, se observa una correlación de Rho de Spearman es 0.654, lo que indica una correlación positiva moderada entre las variables lo que implica que a mayor calidad del servicio se tendrá mejores niveles de satisfacción en los usuarios. Por ende, se puede afirmar con un nivel de confianza del 95% que la calidad del servicio se relaciona significativamente en la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC-Abancay.

2. En relación al primer objetivo específico: Describir como los elementos tangibles, se relacionan en la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC-Abancay, para la dimensión elementos tangibles y la variable satisfacción del usuario, se observa una correlación de Rho de Spearman es 0.507 lo que indica una correlación positiva moderada entre las variables lo que implica que a mejores elementos tangibles se tendrá mayores niveles de satisfacción en los usuarios. Por ende, se puede afirmar con un nivel de confianza del 95% que los elementos tangibles, se relacionan significativamente en la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC-Abancay.

3. En el segundo objetivo específico: Describir como la fiabilidad, se relaciona en la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC-Abancay, para la dimensión fiabilidad y la variable satisfacción del usuario, se observa una correlación de Rho de Spearman es 0.659 lo que indica una correlación positiva moderada entre las variables lo que implica que a mayor fiabilidad se tendrá mejores niveles de

satisfacción en los usuarios. Por ende, se puede afirmar con un nivel de confianza del 95% que la fiabilidad se relaciona significativamente en la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC-Abancay.

4. Referente al tercer objetivo específico: Describir como la capacidad de respuesta se relaciona en la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC-Abancay, para la dimensión capacidad de respuesta y la variable satisfacción del usuario, se observa una correlación de Rho de Spearman es 0.444 lo que indica una correlación positiva moderada entre las variables lo que implica que a mayor capacidad de respuesta se tendrá mejores niveles de satisfacción en los usuarios. Por ende, se puede afirmar con un nivel de confianza del 95% que la capacidad de respuesta se relaciona significativamente en la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC-Abancay.
5. En cuanto al cuarto objetivo específico: Describir como la seguridad, se relaciona en la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC-Abancay, para la dimensión seguridad y la variable satisfacción del usuario se observa una correlación de Rho de Spearman es 0.702 lo que indica una correlación positiva alta entre las variables lo que implica que a mayor seguridad se tendrá mejores niveles de satisfacción en los usuarios. Por ende, se puede afirmar con un nivel de confianza del 95% que la seguridad se relaciona significativamente en la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC-Abancay.
6. Con relación al quinto objetivo específico: Describir como la empatía se relaciona en la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC-Abancay, para la dimensión empatía y la variable satisfacción del usuario, se observa una correlación de Rho de Spearman es 0.437 lo que indica una correlación positiva moderada entre las variables lo que implica que a mayor empatía se tendrá mejores niveles de satisfacción en los usuarios. Por ende, se puede afirmar con un nivel de confianza del 95% la empatía se relaciona significativamente en la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC-Abancay.

6.2.Recomendaciones

Para la institución, en cuanto a la capacidad de respuesta y empatía se debe mejorar tanto en la actitud de los empleados para ayudar a los usuarios y dar un servicio rápido y oportuno y, además, todos los empleados deben estar siempre dispuestos a ayudar de manera individual y personalizada a los usuarios, se dan estas recomendaciones porque se tiene una correlación moderada entre las dos dimensiones y la variable de satisfacción del usuario y al mejorar se podrá llegar a una correlación alta al igual que las otras tres dimensiones como elementos tangibles, fiabilidad y seguridad.

A los compañeros y colegas que desean abordar este tema de investigación tan importante para nuestra carrera profesional, seguir investigando y profundizando más sobre la calidad de servicio y satisfacción de los usuarios, usando metodologías diferentes ya sean más avanzadas o del mismo nivel y con otros instrumentos.

1. En cuanto a la calidad de servicio, se relaciona en la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC-Abancay, se sugiere seguir con la misma actitud para brindar calidad de servicio y seguir teniendo satisfacción.
2. Con relación a los elementos tangibles, se sugiere continuar con los elementos tangibles de siempre para la atención de los usuarios del RENIEC, ya que se obtuvo una correlación positiva alta y también podría mejorar para llegar a una correlación positiva muy alta.
3. Con relación a la fiabilidad, se sugiere seguir con los procedimientos establecidos en el RENIEC –Abancay para seguir brindando la atención de manera segura, rápida y confiable sobre todo y en el tiempo exacto.
4. Con relación a la capacidad de respuesta, se sugiere seguir con la misma atención al momento de absolver dudas de los usuarios poner mayor atención y énfasis en los usuarios al momento de brindar la atención y brindarle una respuesta a cualquier duda de manera rápida y exacta, de esa manera podremos pasar de una correlación moderada a una correlación alta.

5. Con relación a la seguridad, el RENIEC por ser institución única para realizar trámites de identificación y estado civil de todos los peruanos tiene que ser segura, y así se demuestra en la correlación de seguridad y satisfacción del usuario con una correlación positiva alta, por lo que se sugiere se continúe ofreciendo el servicio con la misma seguridad de siempre.

6. Con relación a la empatía, al ser algo muy importante en toda institución del estado, por lo que se sugiere evitar aglomeraciones y largas colas y poder llegar a tener una correlación positiva alta.

REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

- Aguilar Morales, J. E. (2019). *Servicio al cliente*. México: Network de Psicología organizacional.
- Alejandra, A. M. (2016). *Servicios en Chile, aún una tarea pendiente*. AMCHAM Chile.
- Applegate, R. (1993). *Models of user satisfaction: understanding false positives*. RQ Reference Quaterly.
- Apurímac, D. d. (2021). *Defensoría del pueblo en Apurímac atendió más de 1080 quejas, peticiones y consultas durante el año 2020*. Abancay: Defensoría del Pueblo .
- Betancourt, D. (26 de Julio de 2016). *Cómo hacer un diagrama de dispersión: Ejemplo en calidad*. Ingenio Empresa.
- Carmona, A., & Lean, A. (1998). *La teoría de los dos factores en la satisfacción del cliente*. Sevilla: Investigaciones europeas de Dirección y Economía de la Empresa.
- Carrasco, S. (2009). *Metodología de la investigación*. Lima-Perú.
- Censos, I. N. (2008). *Calidad de los servicios en Ecuador*. Ecuador: Instituto Nacional de Estadística y Censos.
- Chávez López, R. P. (2020). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa Alepharma S.A.C., Trujillo 2020*. Trujillo: Universidad Privada del Norte .
- Chávez López, R. P. (2020). *Calidad del servicio y satisfacción del cliente en la Empresa Alepharma S.A.C., Trujillo 2020*. Trujillo: Universidad Privada del Norte.
- Civera Satorres, M. (2008). *Análisis de la relación de la calidad y satisfacción en el ámbito hospitalario*. Castellón de la Plata - España: Universidad Jaime I.
- Cóndor, B., & Durand, F. (2017). *Influencia de la calidad del servicio en la satisfacción del usuario del gymnasio IRON GYM*. Huancayo: Universidad Nacional del Centro del Perú.
- Cronin, J., & Taylor, S. (1994). *Servperf versus Servqual: Reconciling Performance-Based and Perceptions-Minus-Expectations Measurement of Service Quality*. *Journal of Marketing*.

Díaz Núñez, P. (2014). *Nivel de satisfacción en la atención al usuario de las entidades públicas que se encuentran dentro de la ciudad de Trujillo periodo Abril-Setiembre 2014*. Trujillo: Universidad Privada Antenor Orrego.

Diccionario de la Real Academia Española. (2020).

Dion, P., Rajshekhar, J., & Dilorenzo, J. (1988). *Una evaluación empírica de Zeithaml, Berry And Parasuraman Modelo de Expectativas de Servicio*. The Service Industries Journal.

Duque, E. (2005). *Revisión del concepto de calidad y sus modelos de medición*. INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales, 64-80.

Dutka, A., & Mazia, A. S. (2001). *Manual de AMA para la satisfacción del cliente*. Buenos Aires: Ediciones Granica SA.

Eulàlia Grifol Ponsati, M. À. (2005). *Gestión de la calidad*. Catalunya : Universidad Politécnica de Catalunya .

Evans, J. &. (2000). *Administración y control de calidad*. Washigton: Thomson Editores.

G. Vavra, T. (2002). *Cómo medir la satisfacción del cliente según la ISO 9001:2000*. Madrid: FC Editorial.

García Balaguera, L. T. (2017). *Medición de satisfacción de la calidad en el servicio de hospitalización en los hospitales de la ciudad de Villavicencio, Meta- Colombia. Según el modelo SERVQUAL*. Villavicencio: Universidad de los Llanos.

García Balaguera, L. T. (2017). *Medición de satisfacción de la calidad en el servicio de hospitalización en los hospitales de la ciudad de Villavicencio, Meta, Colombia. Según el modelo SERVQUAL*. Villavicencio: Universidad de los Llanos.

Garfias Vivanco, M. Y. (2017). *Calidad el servicio y su relacion con la satisfacción del cliente de la empresa Electro Sur Este S.A.A. de la provincia de Andahuaylas, Región Apurímac - 2016*. Andahuaylas: Universidad Nacional José María Arguedas.

Gonzales Guevara, R. V. (2016). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa comercializadora de madera Arbolito S.A.C. Chiclayo - 2016*. Pimentel: Universidad Señor de Sipán.

Gonzales Guevara, R. V. (2016). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa comercializadora de madera Arbolito S.A.C. Chiclayo - 2016* . Pimentel: Universidad Señor de Sipán .



- Gotlieb, J. B. (1994). *Consumer Satisfaction and Perceived Quality: Journal of Applied Psychology*.
- Gotlieb, J., Grewal, D., & Brown, S. (1994). *Consumer Satisfaction and Perceived Quality Complementary or Divergent Constructs. Journal of Applied Psychology*.
- Hernández Salazar, P. (2011). *La importancia de la satisfacción del usuario*. México : Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecológicas.
- Hernández Salazar, P. (2011). *La importancia de la satisfacción del usuario*. México: Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecológicas .
- Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación - Sexta Edición*. México D.F.: McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Inca, M. (2015). *Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Distrital de Pacucha*. Andahuaylas - Apurímac: Universidad Nacional José María Arguedas.
- Iribarren, G. F. (22 de Octubre de 2015). *Gabriel Farias Iribarren*. Obtenido de Gabriel Farías Iribarren: <https://gabriefariasiribarren.com/que-es-la-calidad/>
- Izquierdo Espinoza, J. R. (2021). *La calidad de servicio en la administración pública*. Universidad Tecnológica del Perú.
- Jhon, H. .. (2012). *Marketing de Servicios, Conceptos, Estrategias y Casos*. México: Cengage Learning.
- Kotler, P. (2001). *Dirección de mercadotecnia*. Guadalajara: Magíster en Administración - Tiempo Parcial 29 ESAN.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson Educación.
- Kurtz, L. (2012). *Marketing Contemporáneo*. México: Cengage Learning.
- Larrea, P. (1991). *Calidad del servicio del marketing a la estrategia*. MADRID: Ediciones Díaz de Santos S.A.
- Lovelock, C. H. (1997). *Mercadotecnia de servicios* . Prentice - Hall.
- Mendoza, J. (2000). *Medición de la calidad del servicio*. Santa Fe - Argentina: El Cid Editor.
- Minaya, M. (2017). *Gestión pública y burocracia: ¿Problema de nunca acabar? Stakeholders*.
- Moliner, C. (2001). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente*. Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones, 233-235.



- Montecinos, J. (2006). *Rol de las expectativas en el juicio de satisfacción y calidad percibida del servicio*. Arica: Límite. Revista interdisciplinaria de Filosofía y Psicología.
- Morillo Castro, J., & Marcano Aular, Y. (2010). *Satisfacción del cliente de la consulta externa de pediatría en clínicas privadas*. Revista Venezolana de Gerencia.
- Morillo, M., & Morillo, M. (2016). *Satisfacción del usuario y calidad del servicio en alojamientos turísticos del estado Mérida, Venezuela*. Mérida: Revista de Ciencias Sociales.
- Ochoa, V. (08 de Agosto de 2018). *Un 67% de clientes se aleja de un servicio por mala atención*. Gestión .
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). *A Conceptual Model Of Service Quality and Implications for Future Research*.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). *Servqual: A Multiple-Item Scale For Measuring Consumer Perc*. Greenwich: Journal of Retailing.
- Puma Quispe, M. (2018). *Calidad de servicio y satisfacción de los clientes en los hospedajes de la ciudad de Tambobamba, provincia de Cotabambas - Apurímas, 2017*. Abancay: Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac.
- Ramírez, R. (2015). *Calidad de atención de salud y su relación con la satisfacción del usuario de la consulta externa en el Hospital Hugo Pesce Pescetto de Andahuaylas, 2014*. Andahuaylas: Universidad Nacional José María Arguedas.
- Rivera Reyes, S. J. (2019). *La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes Ecuador*. Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Rivera Reyes, S. J. (2019). *La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes Ecuador*. . Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil .
- Riveros, P. .. (2007). *Sistema de Gestión*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Rodríguez, C. (2014). *El servicio al cliente como factor de competitividad y calidad en las empresas de servicios: caso de las organizaciones escolares particulares*. México : Ciencia Administrativa.
- Ross C, Frommelt G., Hezelwood L., & Chang RW. (1987). *The role of expectattions in patient satisfaction with medical cares*. JHCM.
- Ruiz Lara, L. (2003). *Satisfacción del cliente*. España.



- 9000, N. I. (2005). *Sistemas de gestión de calidad-fundamentos y vocabulario* . Ginebra.
- Sánchez Córdova, R. (2018). *Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios externos e interno de la oficina de tesorería de la Dirección Regional de Educación Apurímac-2018* . Abancay: Escuela de Postgrado Universidad César Vallejo.
- Sihuín, E., Gómez, O., & Ibáñez, V. (2015). *Satisfacción de usuarios hospitalizados en un hospital de Apurímac-Perú*. Lima: Revista Peruana de Medicina Experimental y Salud Pública.
- Sosa, P. .. (2006). *Administración por calidad*. México: Limusa.
- Thompson, I. (2005). *La satisfacción del cliente*. Bolivia: Rev Med.
- Vallina, E. (2016). *Las expectativas del cliente. ¿Qué son? ¿En qué me ayuda conocerlas?* Madrid: freshCo Consultoría y Formación.
- Vogt, H. (2004). *El usuario es lo primero: la satisfacción del usuario como prioridad en la gestión*. Barcelona: Fundación Bertelsmann.
- Wigodski, J. (2003). *¿ Qué es SERVQUAL ?* Medwave 3.10.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & A., P. (1988). *Communication and Control Processes in the Delivery of Service Quality* . Journal of Marketing.

ANEXOS

Tabla 24

Matriz de consistencia

ANEXO 1: Matriz de consistencia

Calidad del Servicio y la Satisfacción del Usuario de la Oficina Registral de RENIEC – Abancay 2020						
Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variable	Dimensiones	Indicadores	Metodología
	General			VARIABLE 1		
¿De qué manera la calidad del servicio se relaciona en la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC-Abancay?	Determinar como la calidad del servicio se relaciona en la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC-Abancay.	La calidad del servicio se relaciona significativamente en la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC-Abancay.	Calidad de Servicio	1. Elementos Tangibles	1.1. Facilidades físicas 1.2. Equipamiento 1.3. Apariencia del personal	Enfoque: Cuantitativo Tipo: Aplicada Nivel: Descriptivo - Correlacional Diseño: No experimental - transversal Población: 272918 (población)
				2. Fiabilidad	2.1. Desempeñar el servicio prometido 2.2. Formalidad	
				3. Capacidad de Respuesta	3.1. Disposición para ayudar a los usuarios 3.2. Proveer un servicio oportuno	
				4. Seguridad		
	Específicos					

¿De qué manera la fiabilidad se relaciona en la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC-Abancay?	Describir como la fiabilidad se relaciona en la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC-Abancay	La fiabilidad se relaciona significativamente en la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC-Abancay.		5. Empatía	4.1. Conocimiento y cortesía de los empleados 4.2. Habilidad para inspirar credibilidad y confianza. 5.1. Muestra de interés 5.2. Nivel de atención individualizada.	electoral entre 18 y 65 años) Muestra: Probabilística – 384 usuarios Instrumento: Cuestionario SERVPERF Cuestionario Elaboración Propia Técnica: Encuesta Estadística: Software Estadístico IBM SPSS Statistics.
¿De qué manera la capacidad de respuesta se relaciona en la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC-Abancay?	Describir como la capacidad de respuesta se relaciona en la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC-Abancay.	La capacidad de respuesta se relaciona significativamente en la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC-Abancay.	Satisfacción del usuario	1. El Rendimiento Percibido 2. Las Expectativas 3. Los Niveles de Satisfacción	1.1. Percepción del usuario en la entrega de valor. 2.1. Promesas de los beneficios para el usuario 3.1. Insatisfacción 3.2. Satisfacción 3.3. Complacencia	
¿De qué manera la seguridad se relaciona en la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC-Abancay?	Describir como la seguridad se relaciona en la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC-Abancay.	La seguridad se relaciona significativamente en la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC-Abancay.				
¿De qué manera la empatía se relaciona en la satisfacción de los usuarios de la	Describir como la empatía se relaciona en la satisfacción de los usuarios de la	La empatía se relaciona significativamente en la satisfacción de los usuarios de				

Oficina Registral del RENIEC-Abancay?	Oficina Registral del RENIEC-Abancay	la Oficina Registral del RENIEC- Abancay.
--	---	---

Nota: en la siguiente tabla se tiene información sobre el problema, objetivos e hipótesis, variable 1 Calidad de Servicio y variable 2 Satisfacción del Usuario con sus respectivas dimensiones, finalmente sus indicadores y la metodología empleada en la investigación.

5	Cuando RENIEC - ABANCAY promete hacer algo en un momento determinado, lo hace					
6	Cuando tiene problemas, RENIEC-ABANCAY es comprensivo y tranquilizador					
7	RENIEC - ABANCAY es confiable					
8	RENIEC - ABANCAY brinda sus servicios en el momento en que se compromete a hacerlo.					
9	RENIEC - ABANCAY mantiene sus registros con precisión.					
N	Capacidad de respuesta	1	2	3	4	5
10	RENIEC - ABANCAY no les dice a los usuarios exactamente cuándo se realizarán los servicios.					
11	No recibe un servicio rápido de los empleados de RENIEC - ABANCAY					
12	Los empleados de RENIEC - ABANCAY no siempre están dispuestos a ayudar a los usuarios.					
13	Los empleados de RENIEC - ABANCAY están demasiado ocupados para responder a las solicitudes de los usuarios con prontitud.					
N	Seguridad	1	2	3	4	5
14	Puede confiar en los empleados de RENIEC - ABANCAY.					
15	Se siente seguro en sus transacciones con los empleados de RENIEC - ABANCAY.					
16	Los empleados de RENIEC - ABANCAY son educados.					
17	Siente que los empleados reciben el apoyo adecuado de RENIEC - ABANCAY para hacer bien su trabajo.					
N	Empatía	1	2	3	4	5
18	RENIEC - ABANCAY no le brinda atención individual.					
19	Los empleados de RENIEC - ABANCAY no le brindan atención personalizada.					
20	Los empleados de RENIEC - ABANCAY no saben cuáles son sus necesidades.					
21	RENIEC - ABANCAY no toma en cuenta sus emociones.					
22	RENIEC - ABANCAY no tiene un horario de funcionamiento conveniente para todos sus usuarios.					

SATISFACCIÓN DEL USUARIO						
N	Rendimiento percibido	1	2	3	4	5
1	Siento que después de mi atención en RENIEC - ABANCAY el personal se identificó conmigo.					
2	Me siento conforme con el desempeño del personal de RENIEC- ABANCAY al brindarme sus servicios.					
3	Me siento cómodo con el ambiente físico de RENIEC - ABANCAY					
N	Expectativas	1	2	3	4	5
4	Valoro la seguridad que me brindó el personal de RENIEC - ABANCAY					
5	El interés que me brindó el personal de RENIEC - ABANCAY, es favorable					
6	Cumplió lo prometido al momento del servicio el RENIEC - ABANCAY.					
7	Siento confianza en el servicio que me brindo el RENIEC - ABANCAY.					
N	Nivel de satisfacción	1	2	3	4	5
8	Me siento satisfecho con la información que me brindó el personal de RENIEC - ABANCAY en cuanto se refiere al procedimiento administrativo					
9	Siento que la orientación brindada por el personal del RENIEC - ABANCAY es favorable.					
10	Me siento satisfecho con la atención del RENIEC - ABANCAY en general.					



ANEXO 3: Densidad Poblacional Nacional Año 2017

Departamento	Población en edad electoral de 18 a 65 años						
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Total	18,212,661	18,540,508	18,871,978	19,203,621	19,532,002	19,858,501	20,185,410
Amazonas	249,935	251,406	252,579	253,756	255,245	257,089	259,086
Ancash	667,743	676,042	684,295	692,488	700,596	708,669	716,724
APURIMAC	259,635	261,894	263,832	265,744	267,915	270,370	272,918
Arequipa	794,222	806,666	819,256	831,848	844,303	856,713	869,171
Ayacucho	360,589	369,145	377,800	386,398	394,783	402,945	410,994
Cajamarca	878,434	889,050	899,192	909,127	919,117	929,289	939,461
Prov. Const. del C	633,740	644,806	655,855	666,968	678,244	689,753	701,434
Cusco	776,662	786,618	796,168	805,563	815,077	824,782	834,497
Huancavelica	241,739	246,724	251,729	256,649	261,371	265,879	270,245
Huánuco	483,274	488,691	493,774	498,929	504,546	510,732	517,220
Ica	466,528	475,279	484,126	492,873	501,310	509,443	517,396
Junín	748,728	761,122	773,679	786,012	797,726	808,836	819,598
La Libertad	1,068,887	1,091,291	1,114,113	1,136,870	1,159,088	1,180,713	1,202,077
Lambayeque	744,997	756,785	768,577	780,267	791,747	803,111	814,426
Lima	5,972,307	6,099,109	6,230,095	6,361,845	6,490,960	6,617,653	6,744,212
Loreto	559,667	570,003	580,277	590,718	601,565	612,955	624,734
Madre de Dios	78,455	80,840	83,258	85,746	88,335	91,059	93,894
Moquegua	116,122	117,928	119,748	121,549	123,301	125,006	126,680
Pasco	167,764	171,277	174,834	178,335	181,670	184,839	187,915
Piura	1,045,419	1,063,018	1,080,716	1,098,200	1,115,145	1,131,611	1,147,817
Puno	772,832	786,354	800,302	814,540	828,924	843,579	858,596
San Martín	486,052	495,278	504,441	513,696	523,212	533,095	543,234
Tarma	211,598	215,364	219,100	222,809	226,491	230,140	233,749
Tumbes	147,946	150,641	153,236	155,791	158,356	160,927	163,467
Ucayali	279,386	285,175	290,994	296,900	302,975	309,313	315,865

Fuente: INEI, 2017

ANEXO 4: Ficha de validación de instrumento

FICHA DE VALIDACIÓN

Datos del Experto: Mg. Maryluz Elguera Hilares

Título de la Investigación: "LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO DE LA OFICINA REGISTRAL DE RENIEC – ABANCAY 2020"

Objetivo: Describir la influencia de la calidad del servicio en la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC-Abancay.

Unidad de análisis: Usuarios de la Oficina Registral del RENIEC - ABANCAY

Investigador: Nadia Saturnina Flores Flores

Instrumento: Encuesta

N°	EVIDENCIAS	INDICADORES	VALORACIÓN				
			1	2	3	4	5
01	Operacionalización de la variables	Metodología					X
02	Pertinencia de reactivos	Coherencia					X
03	Cantidad de reactivos para medir variable	Suficiencia					X
04	Basados en aspectos teóricos de la variable	Consistencia					X
05	Expresado en hechos perceptibles	Objetividad				X	
06	Adecuado para los sujetos de estudio	Oportunidad					X
07	Formulado con lenguaje apropiado	Claridad					X
08	Acorde al avance de la ciencia y tecnología	Actualidad					X
09	Muestra una organización lógica	Organización					X
10	Calidad de instrucciones	Calidad				X	
TOTAL			a	b	c	d	e

COEFICIENTE DE VALIDACIÓN: $C = (a+b+c+d+e) / 50 = \underline{0.96 = 96\%}$

NOTA: El instrumento se considera válido cuando el promedio del Coeficiente (C) otorgado por los tres expertos es $\geq 70\%$

Abancay, 25 de Noviembre de 2020


 Mg. Maryluz Elguera Hilares
 DECANA(e)

ANEXO 5: Ficha de Validación de Instrumento

FICHA DE VALIDACIÓN**Datos del Experto:** Mg. Elio Nolasco Carbajal**Título de la Investigación:** "LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO DE LA OFICINA REGISTRAL DE RENIEC – ABANCAY 2020"**Objetivo:** Describir la influencia de la calidad del servicio en la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC-Abancay.**Unidad de análisis:** Usuarios de la Oficina Registral del RENIEC - ABANCAY**Investigador:** Nadia Saturnina Flores Flores**Instrumento:** Encuesta

N°	EVIDENCIAS	INDICADORES	VALORACIÓN				
			1	2	3	4	5
01	Operacionalización de la variables	Metodología				X	
02	Pertinencia de reactivos	Coherencia			X		
03	Cantidad de reactivos para medir variable	Suficiencia				X	
04	Basados en aspectos teóricos de la variable	Consistencia				X	
05	Expresado en hechos perceptibles	Objetividad			X		
06	Adecuado para los sujetos de estudio	Oportunidad			X		
07	Formulado con lenguaje apropiado	Claridad				X	
08	Acorde al avance de la ciencia y tecnología	Actualidad			X		
09	Muestra una organización lógica	Organización				X	
10	Calidad de instrucciones	Calidad			X		
TOTAL			a	b	c	d	e

COEFICIENTE DE VALIDACIÓN: $C = (a+b+c+d+e) / 50 = 18+16/50 = 0.70$ **NOTA:** El instrumento se considera válido cuando el promedio del Coeficiente (C) otorgado por los tres expertos es $\geq 70\%$

Abancay, 25 de Noviembre de 2020



UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA
BASTIDAS DE APURÍMAC
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

Elio Nolasco Carbajal

Mag. Elio Nolasco Carbajal
DOCENTE

Mg. Elio Nolasco Carbajal

ANEXO 6: Ficha de validación de instrumento

FICHA DE VALIDACIÓN

Datos del Experto: Mg. Mercedes Fidelia Loayza Chacara

Título de la Investigación: "LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO DE LA OFICINA REGISTRAL DE RENIEC – ABANCAY 2020"

Objetivo: Describir como la calidad del servicio influye en la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral del RENIEC-Abancay.

Unidad de análisis: Usuarios de la Oficina Registral del RENIEC - ABANCAY

Investigador: Nadia Saturnina Flores Flores

Instrumento: Encuesta

N°	EVIDENCIAS	INDICADORES	VALORACIÓN				
			1	2	3	4	5
01	Operacionalización de la variables	Metodología				X	
02	Pertinencia de reactivos	Coherencia				X	
03	Cantidad de reactivos para medir variable	Suficiencia				X	
04	Basados en aspectos teóricos de la variable.	Consistencia				X	
05	Expresado en hechos perceptibles	Objetividad				X	
06	Adecuado para los sujetos de estudio	Oportunidad				X	
07	Formulado con lenguaje apropiado	Claridad				X	
08	Acorde al avance de la ciencia y tecnología	Actualidad				X	
09	Muestra una organización lógica	Organización				X	
10	Calidad de instrucciones	Calidad				X	
TOTAL			a	b	c	d	e

COEFICIENTE DE VALIDACIÓN: $C = (a+b+c+d+e) / 50 =$ 80%

NOTA: El instrumento se considera válido cuando el promedio del Coeficiente (C) otorgado por los tres expertos es 70%

Abancay, 25 de Noviembre de 2020



Mg. Mercedes Fidelia Loayza Chacara



ANEXO 7: Constancia de Corrección de Estilo

CONSTANCIA DE CORRECCIÓN DE ESTILO

EL ESPECIALISTA EN CORRECCIÓN DE ESTILO DE DOCUMENTOS CIENTÍFICOS QUIEN SUSCRIBE

HACE CONSTAR

Que, en mi condición de corrector de estilo de documentos científicos, como especialista de Comunicación del Ministerio de Educación, en su instancia de gestión educativa descentralizada, UGEL-Abancay, y docente universitario corregí la estructura externa consistente en la corrección gramatical, ortográfica y semántica contextual (coherencia y cohesión) del informe de la tesis con el título "La calidad del servicio y la satisfacción del usuario de la Oficina Registral de RENIEC – Abancay, 2020" presentado por la Bach. Nadia Saturnina FLORES FLORES para optar el título profesional de Licenciado en Administración en la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac.

Se expide la presente constancia a solicitud de la interesada para los fines que estimen por conveniente.

Abancay, 29 de agosto de 2022.


Mag. Hipólito Alviz Rayán
Corrector de estilo
CPPe N° 6031032447

c.c. : Archivo

HAR/...

ANEXO 8: Panel fotográfico













