



ESCUELA DE POSGRADO
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**La calidad del servicio de alumbrado público y su
relación en la satisfacción de los usuarios de la empresa
Hidrandina de la ciudad de Trujillo, II semestre 2017**

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
MAESTRO EN GESTIÓN PÚBLICA**

AUTOR:

Ing. LAMA LIMA Leonardo Martín

ASESOR:

Dr. VALIENTE SALDAÑA Yoni Mateo

SECCION:

Ciencias Empresariales

LINEA DE INVESTIGACIÓN:

Dirección

PERU - 2018

PÁGINA DEL JURADO

Dr. Segundo Rodolfo Raza Urbina
Presidente

Dr. Jorge Eduardo Neciosup Obando
Secretario

Dr. Yoni Mateo Valiente Saldaña
Vocal

DEDICATORIA

A mí familia...

Les dedico este logro porque siempre me han estimulado a seguir aprendiendo y a nunca darme por vencido por encontrar la perfección.

A mí esposa techi...

Le dedico este logro por estar siempre conmigo en los momentos más importantes de mi vida.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a todos los profesores de la maestría de gestión pública por los conocimientos que me han transmitido durante el desarrollo de la misma:

Dr. Samuel Enrique Rivera Vásquez – Profesor del curso organización, estructura y funcionamiento del estado.

Dr. Raúl Alberto Amaya Martínez – Profesor del curso planificación estratégica para el desarrollo nacional.

Dr. José Luis Velásquez Cadenillas – Profesor del curso modernización del estado.

Dr. Segundo Rodolfo Raza Urbina – Profesor del curso de desarrollo de competencias gerenciales.

Dr. Jorge Eduardo Neciosup Obando – Especialista estadístico.

Dr. Yoni Mateo Valiente Saldaña – Profesor de los cursos de diseño y ejecución del proyecto de investigación.

Dr. Wilfredo Bocanegra Merino – Profesor del curso gestión de proyectos de inversión pública.

Dra. Johana Castillo – Profesora del curso gestión del abastecimiento y contrataciones públicas.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, LEONARDO MARTIN LAMA LIMA, estudiante de la Maestría de Gestión Pública, de la Universidad César Vallejo sede Trujillo, declaro que el trabajo académico titulado "La calidad del servicio de alumbrado público y su relación en la satisfacción de los usuarios de la empresa Hidrandina de la ciudad de Trujillo, II semestre 2017" presentado en 142 folios para la obtención del grado académico de Maestro en Gestión Pública es de mi autoría y declaro lo siguiente:

_ He mencionado todas las fuentes empleadas en el presente trabajo de investigación, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes, de acuerdo con lo establecido por las normas de elaboración de trabajos académicos.

_ No he utilizado ninguna otra fuente distinta de aquellas expresamente señaladas en este trabajo.

_ Este trabajo de investigación no ha sido previamente presentando completa ni parcialmente para la obtención de otro grado académico o título profesional.

_ Soy consciente de que mi trabajo puede ser revisado electrónicamente en búsqueda de plagios.

_ De encontrar uso de material intelectual ajeno sin el debido reconocimiento de su fuente o autor, me someto a las sanciones que determinan el procedimiento disciplinario.



Trujillo, 07 de marzo del 2018.

Ing. Leonardo Martín Lama Lima

DNI N° 08138289

PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado;

En cumplimiento de las disposiciones contenidas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Escuela de Posgrado de la Universidad Cesar Vallejo para la presentación, aprobación y sustentación de Tesis, tengo el honor de presentar ante ustedes el presente trabajo de investigación titulado: "La calidad del servicio de alumbrado público y su relación en la satisfacción de los usuarios de la empresa Hidrandina de la ciudad de Trujillo, II semestre 2017". Por tanto, dejo a su acertado criterio la correspondiente evaluación de este trabajo de investigación, esperando que reúna los méritos suficientes para su oportuna aprobación.

Agradezco, de antemano la atención que se le brinde al presente trabajo, aprovechando la oportunidad para expresar a ustedes las muestras de mi consideración y estima.

Atentamente,

El autor

INDICE

PÁGINA DEL JURADO.....	- 2 -
DEDICATORIA	- 3 -
AGRADECIMIENTO	- 4 -
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	- 5 -
PRESENTACIÓN.....	- 6 -
RESUMEN	- 9 -
ABSTRACT.....	- 10 -
I. INTRODUCCION	- 11 -
1.1 Realidad problemática	- 11 -
1.2 Trabajos previos	- 12 -
1.3 Teorías relacionadas al tema.....	- 15 -
1.4 Formulación del problema	- 22 -
1.5 Justificación del estudio	- 23 -
1.6 Hipótesis de investigación.....	- 25 -
1.7 Objetivos	- 26 -
II. METODOLOGIA.....	- 28 -
2.1 Diseño de investigación.....	- 28 -
2.2 Variables y operacionalización	- 29 -
2.3 Población.....	- 32 -
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	- 32 -
2.5 Métodos de análisis de datos.....	- 33 -
2.6 Aspectos éticos.....	- 33 -
III. RESULTADOS	- 34 -
IV. DISCUSION.....	- 48 -
V. CONCLUSIONES.....	- 50 -
VI. RECOMENDACIONES.....	- 52 -
IV. REFERENCIAS.....	- 53 -
ANEXO N° 01: Instrumentos.....	- 56 -
ANEXO N° 02: Confiabilidad de los Instrumentos	- 61 -
ANEXO N° 03: Matriz de consistencia	- 85 -

ANEXO N° 04: Validación de los instrumentos.....	- 87 -
ANEXO N° 05: Constancia de aplicación del instrumento.....	- 99 -
ANEXO N° 06: Otras evidencias.....	- 100 -

RESUMEN

La presente tesis ha sido elaborada con la finalidad de conocer la relación que existe entre la calidad del servicio de alumbrado público y la satisfacción de los usuarios de la empresa Hidrandina de la ciudad de Trujillo - II semestre 2017; para ello, ha sido necesario demostrar las hipótesis generales y específicas que al inicio fueron planteadas. El enfoque del estudio fue del tipo cuantitativo, la investigación fue del tipo no experimental y el diseño aplicado fue del tipo descriptivo correlacional y de corte transversal.

Se trabajó con una población de 22 personas pertenecientes a un sector de la ciudad de Trujillo. Para la obtención de la información se elaboró dos cuestionarios, los cuales fueron debidamente validados por expertos y mediante la aplicación de una encuesta piloto a un grupo de usuarios con la ayuda del programa SPSS V.22, se obtuvo el coeficiente de alfa de cronbach que estableció una confiabilidad de 0,885 para el cuestionario de la variable calidad de servicio de alumbrado público y 0,914 para la variable satisfacción de los usuarios.

Se ha llegado a la conclusión de que entre las variables calidad del servicio y satisfacción de los usuarios, existe una correlación directa o positiva altamente significativa debido a que el coeficiente de Pearson obtenido fue 6,635 y un sig (bilateral) de 0,01. En consecuencia, se aprueba la hipótesis de investigación y se desaprueba la hipótesis nula.

Así mismo existe relación significativa entre las dimensiones elementos tangibles, fiabilidad y capacidad de respuesta de la variable calidad del servicio y la variable satisfacción de los usuarios de Hidrandina; sin embargo, no existe relación significativa entre las dimensiones seguridad y empatía de la variable calidad del servicio y la variable satisfacción de los usuarios de Hidrandina.

Palabras clave: calidad del servicio, satisfacción del usuario, satisfacción del cliente, alumbrado público, calidad técnica, nivel de satisfacción.

ABSTRACT

This research study has been developed with the purpose of knowing the relationship that exists between the quality of the public lighting service and the satisfaction of the users of the company Hidrandina of the city of Trujillo - II semester 2017; for this, it has been necessary to demonstrate the general and specific hypotheses that were raised at the beginning. The focus of the study was of the quantitative type, the research was of the non-experimental type and the applied design was of the cross-sectional descriptive correlational type.

We worked with a population of 22 people belonging to a sector of the city of Trujillo. The survey technique was applied and as a tool two reliable questionnaires were used, duly validated for the data collection of the variables under study, which was validated by experts and with the coefficient of alpha of cronbach that established a reliability of 0.885 for the questionnaire of the variable quality of service of public lighting and 0.914 for the variable satisfaction of the users.

It has been concluded that between the quality of service variable and user satisfaction, there is a highly significant direct or positive correlation due to the fact that the Pearson coefficient obtained was 6.635 and a sig (bilateral) of 0.01. Consequently, the research hypothesis is approved and the null hypothesis is disapproved.

Likewise, there is a significant relationship between the dimensions of tangible elements, reliability and responsiveness of the quality of service variable and the variable satisfaction of Hidrandina users; However, there is no significant relationship between the security and empathy dimensions of the quality of service variable and the variable satisfaction of Hidrandina users.

Keywords: quality of service, user satisfaction, customer satisfaction, public lighting, technical quality, level of satisfaction.

I. INTRODUCCION

La presente tesis titulada “La calidad del servicio de alumbrado público y su relación en la satisfacción de los usuarios de la empresa Hidrandina de la ciudad de Trujillo, II semestre 2017”, tiene por objetivo general determinar en que medida la calidad del servicio de alumbrado público se relaciona con la satisfacción de los usuarios de la empresa Hidrandina de la ciudad de Trujillo en el segundo semestre del año 2017.

Es importante desarrollar esta investigación a fin de conocer si existe o no relación directa entre la variable calidad del servicio de alumbrado público y sus dimensiones, con respecto a la variable satisfacción de los usuarios, con lo cual se podrá proponer mejoras al servicio que brinda la empresa Hidrandina.

1.1 Realidad problemática

En la actualidad a nivel mundial, es muy importante para los gobiernos, promover la inversión el desarrollo de la energía. Según el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (2015) se establece el “Objetivo 7: Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos”. Se puede afirmar que es primordial para las naciones contar con infraestructura eléctrica y de última tecnología para que más personas accedan al servicio eléctrico lo cual contribuirá para el desarrollo. Se precisa además que aproximadamente 2,600 millones personas en todo el mundo en proceso de desarrollo, se enfrentan a dificultades para tener acceso a la electricidad y por ende no cuentan con instalaciones de alumbrado público para el desarrollo de sus actividades nocturnas.

Se puede establecer también que para lograr este objetivo es necesario que la infraestructura sea segura y de calidad. Tener una infraestructura inadecuada nos conduce a no poder acceder a los mercados comerciales, a puestos de trabajo, a la información, a la educación y crea una barrera para hacer negocios.

Por otro lado a nivel nacional, el séptimo acuerdo nacional denominado “erradicación de la violencia y fortalecimiento del civismo y la seguridad ciudadana”, compromete al gobierno a dar normas y promover acciones que fortalezcan el orden público, el respeto al libre ejercicio de los derechos y al cumplimiento de los deberes individuales. En ese sentido un aliado vital para la lucha contra la delincuencia es contar con un buen servicio de alumbrado público el cual facilita la labor de las fuerzas policiales para combatir este mal de la sociedad y a los ciudadanos genera bienestar y sensación de seguridad. Por tanto, es muy importante que las empresas concesionarias brinden un buen servicio de alumbrado público.

En la región La Libertad, la empresa Hidrandina brinda el servicio de alumbrado público; de acuerdo a los indicadores de operatividad y calidad de alumbrado público evaluados por el OSINERGMIN, en los años 2015 y 2016 la empresa ha obtenido resultados satisfactorios; esta información es reportada al Fondo Nacional de Financiamiento del Estado (FONAFE) para la consolidación de la gestión de su sector.

Al respecto, se ha advertido que a pesar que los indicadores de calidad de la concesionaria Hidrandina muestran resultados satisfactorios, regularmente aparecen noticias en los periódicos que dan cuenta de un mal servicio por fluctuación de la tensión en la red, lo cual ocasiona daños en la infraestructura de Hidrandina y en los artefactos de los usuarios, lo cual denotaría que no existe satisfacción de los usuarios por el servicio que brinda la empresa Hidrandina, lo cual se requiere investigar con el presente trabajo.

1.2 Trabajos previos

“Encuesta sobre la calidad del servicio público de electricidad” (CID, 2010). En este documento se pueden apreciar los resultados de un estudio referido a la calidad del servicio público de electricidad durante los años 1998, 1999, 2000, 2003, 2009 y 2010

en las siguientes empresas de servicios de la República de Panamá: Elektra, Edemet y Edechi. Las preguntas trataron sobre las interrupciones en el servicio, sobre la calidad de medición, sobre la facturación y cobros, sobre el daño a los artefactos a consecuencia de desperfectos en el sistema eléctrico, así como también sobre aspectos del servicio en oficinas, la atención de la central telefónica, medios de comunicación como el internet y sobre la imagen de la empresa. En total se llegó a entrevistar a 1630 personas del sector residencial, comercial e industrial en distintos lugares de ese país.

Tesis para optar el título de ingeniero electricista “Propuesta de ahorro de energía en el alumbrado público de San Agustín Ohtenco, Milpa Alta” (Flores, 2008, pag. 32-35). En el numeral 3.4 de la tesis, se pueden apreciar los resultados de una encuesta realizada a 200 personas en la cual se ha determinado la percepción que tienen estas personas con respecto al servicio, los cuales manifiestan que esperan del servicio una mayor seguridad y bienestar personal.

Tesis para optar el título profesional de ingeniero mecánico electricista “Estudio de la calidad del alumbrado público caso Electro noroeste S.A.A.” (Marreros, 2003). En esta tesis se presentan estrategias para dar solución a problemas encontrados en la calidad del alumbrado público. El estudio estuvo basado en los siguientes documentos: Estudio con detenimiento basado en publicaciones especializadas de la C.E.I. (Commission Internationale L'Eclairage), la I.E.C. (International Electrotechnical Commission) y la ANSI (American National Standard Institute).

Tesis para optar el grado de magister en economía “Análisis del impacto de la fiscalización realizada por la autoridad reguladora a la calidad del servicio de alumbrado público en el Perú” (Murillo, 2007). En esta tesis se realiza un análisis de la normativa correspondiente al proceso de fiscalización de la calidad de alumbrado público que entró en vigencia en el año 2004 y se concluye que tiene efectos positivos debido a que ha contribuido en la reducción de las deficiencias en el servicio.

“La satisfacción de los usuarios: un concepto en alza” (Rey, 2000, p.139-153). Este estudio concluye que la satisfacción de los usuarios debe tomar en consideración los indicadores de evaluación del rendimiento y ser considerados en la planificación. Así mismo, concluye que la satisfacción de los usuarios debe ser considerado como un indicador de la calidad y como un instrumento para prever los cambios con el fin de mejorar la atención.

Tesis para optar el título profesional de ingeniero electricista “Mejora de la metodología para la estimación de la calidad del servicio de alumbrado público en concesión eléctrica de luz del sur” (Ronceros, 2016). En esta tesis se muestra una nueva metodología para realizar la supervisión de la calidad del servicio del alumbrado público con mejores beneficios y con una mayor representatividad de la muestra, el autor presenta un indicador para evaluar el nivel de mantenimiento de las instalaciones de alumbrado público el cual podría ser de utilidad para la mejora del servicio.

“Indicadores para la evaluación de la calidad del servicio comercial en empresas del sector eléctrico venezolano” (Torres, 2010). En este documento, se establece que la regulación venezolana se debe adecuar a la realidad social de los servicios en lo que corresponde a la calidad que ofrece y a las exigencias del usuario, basado en estándares internacionales. Se evalúan indicadores relacionados con el servicio enfocado al cliente.

1.3 Teorías relacionadas al tema

Calidad del servicio

Definición

De acuerdo a Parasuraman (1993), se define a la calidad de servicio como la diferencia que existe entre la variable nivel de servicio esperado por el cliente y la variable percepción del cliente sobre el nivel de servicio recibido.

De acuerdo a la Revista del Departamento de Contaduría y Finanzas del Instituto Tecnológico de Sonora (2013), se define a la calidad como las acciones que realizan las empresas de producción y servicio para mejorar las perspectivas del cliente para así lograr una plena satisfacción del producto que se ofrece. Asimismo, en la actualidad el servicio al cliente está tomando fuerza acorde con el aumento de la competencia, ya que mientras más oferta exista, los clientes tiene mayor oportunidad de elegir en donde adquirir el producto o servicio, es aquí donde radica la importancia de perfeccionar el producto o servicio y adecuarlo a las necesidades del cliente.

De acuerdo a Meléndez (2015), la calidad del servicio es en la actualidad la principal herramienta para los negocios. Se considera que en todos los campos de la economía, el servicio al cliente es un valor adicional en el caso de productos tangibles y es el principal elemento y la razón de ser de la empresa. Se afirma que la calidad del servicio está muy relacionada con las actitudes del personal de la empresa y que el servicio es en resumen, la voluntad de ser un facilitador del cliente en la solución de un problema.

De acuerdo a Gronroos (1982), la calidad de servicio se conceptualiza en base a tres factores: los medios de producción, el proceso de producción y otras personas que estén utilizando el servicio.

Sasser, Olsen y Wyckoff (1978), sostienen que la prestación del servicio conlleva algo más que un resultado y resalta la importancia de los procesos para la prestación del servicio. Distinguen tres dimensiones para la prestación de servicio: el nivel de los materiales, las instalaciones y el personal.

Goodman, Marra y Birgham (1986), resaltan que es necesario conocer las expectativas de los usuarios y que es importante identificar los atributos importantes del servicio, midiendo su trascendencia en las dimensiones sobre la satisfacción global y las intenciones de repetir el servicio, determinando a su vez los niveles de actuación adecuados para cada dimensión.

Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985, pag. 41-50), definieron 10 dimensiones para evaluar la calidad: "elementos tangibles", "fiabilidad", "capacidad de respuesta", "profesionalidad", "cortesía", "credibilidad", "seguridad", "accesibilidad", "comunicación" y "comprensión del cliente".

Según Albrecht (1996, pag. 20), el servicio es un proceso, los artículos son objetos y los servicios son realizaciones. El autor resalta que la mayor parte de observadores están de acuerdo con que los servicios tienen carácter intangible; así mismo, sostiene que son heterogéneos, inseparables de la producción y el consumo, es decir; que un servicio generalmente se consume, mientras se realiza con el cliente sumergido en el proceso. Indica también que es característica del servicio, su caducidad o carácter perecedero, es decir; no es almacenable.

Avellano (1993), expone lo siguiente: "...Un cliente es una persona que acude a una organización en busca de la satisfacción de sus necesidades y tiene expectativas ante lo que va a recibir..... Es el elemento más importante del proceso debido a que constituye por sí mismo la razón de ser del servicio y de su respectivo proceso..." (p.13).

La Norma ISO 9001:2015 (2015), define a la calidad como el “grado en el que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos”; considera que “requisito” es aquella necesidad o expectativa implícita u obligatoria.

Medición de la calidad del servicio

Según Trujillo y Carrete (2011, pag.36), al cliente se le hace más complicado evaluar la calidad del servicio que los elementos tangibles, toda vez que los factores para evaluarlos no son fáciles de entender. Es por ello que en la valoración de la calidad del servicio, los criterios valederos son los que define el cliente. Con este concepto se puede decir que la calidad de servicio debe igualar o superar lo que el cliente espera obtener del servicio.

Joan Kahn citado por Lamata (1998), establece que para medir la calidad:

- Se debe determinar previamente como va a ser medida.
- Se debe seleccionar criterios que la representen; así mismo, el método de medición debe ser objetivo y establecer el nivel de validez y fiabilidad.
- Se debe considerar siempre la satisfacción del usuario.

Dimensiones de la calidad del servicio

Según Parasuraman, Len Berry y Valerie Zeithaml, Leonard (1988, pag. 12-40), existen cinco dimensiones para medir la calidad, las cuales conforman el modelo denominado SERVQUAL.

Elementos tangibles

Alvarado, (2006). Afirma que un elemento tangible es la representación física de un servicio; es decir, aquello que el cliente puede ver para emitir un juicio sobre su aspecto.

Hernández, (2012). Afirma que los elementos tangibles lo conforman la infraestructura, los equipos, el personal y los medios de comunicación.

Duque, (2005). Afirma que los elementos tangibles se mide contando cuantos son los equipos.

Zeithman y Bitner (2002). Consideran que un elemento tangible es la imagen que tiene la infraestructura, los equipos, los trabajadores y los medios de comunicación, y que todos estos elementos transmiten representaciones físicas del servicio con lo cual los clientes evalúan la calidad.

Capacidad de respuesta

Velásquez, (2012). Afirma que la capacidad de respuesta se expresa como la voluntad de ayudar a su cliente; así mismo, es el servicio rápido a los clientes.

Duque, (2005). Afirma que esta dimensión, se traduce en brindar un servicio lo más rápido que se pueda; lo que según Hernández (2012), se traduce en proporcionar un servicio sin ninguna demora.

Quispe, (2015). Sostiene que para mantener a los clientes, la clave es que se encuentren contentos con el servicio. El no cumplir con los plazos ofrecidos o demostrar que no se toma interés en dar la atención a las consultas de los clientes, incrementa la insatisfacción y los estimula a investigar sobre los servicios del competidor. Es importante la capacidad de respuesta demostrada al cliente ya que los clientes aumentarán y los problemas disminuirán.

Fiabilidad

Hernández, (2012). Sostiene que esta dimensión es la fortaleza que se tiene para hacer lo ofrecido al cliente por el servicio, lo cual siempre debe estar a la altura de las exigencias del mercado, lo cual inspira confiabilidad

Benavente y Figueroa, (2012). Sostiene que esta dimensión es la fortaleza que se tiene para hacer lo ofrecido al cliente por el servicio de manera segura y específica, para decirlo en un solo término, esta dimensión consiste en que se deben cumplir las promesas que se ofrecen.

Seguridad

Quispe, (2015). Sostiene que la seguridad es el conocimiento que se tiene acerca del servicio y la amabilidad que se brinda, el buen trato de los empleados y la capacidad que tienen para transmitir confianza a sus clientes. Es decir que la seguridad está referida a los estados en las que se lleva a cabo el servicio como las previsiones que se toman en consideración para los casos de contingencias, las medidas que se ponen en marcha para situaciones de catástrofe y también la manera en la cual se procederá para proporcionar la estabilidad y armonía del servicio.

Empatía

Benítez-Alegre-Loredo, (2009). Sostienen que la empatía se entiende a brindar un servicio personalizado, con un trato empático esmerado orientado al cliente.

Duque, (2005). Sostiene que la empatía es la forma de actuar de la organización para hacer sentir a sus clientes que se preocupan por ellos y sus necesidades específicas de cada uno.

Reyes, (2009). Sostiene que empatía se expresa mediante las acciones personalizadas que la organización despliega para sus clientes para hacerlos sentir que son importantes para ellos.

Parasuraman, (1998). Afirma que esta dimensión se expresa por la capacidad de los trabajadores de la organización o empresa, para ponerse en el lugar del cliente a fin de conocer lo que siente emocionalmente.

Satisfacción de los usuarios

Definición

Kotler y Armstrong, (2003). Sostienen que la satisfacción se encuentra relacionado con las expectativas de los clientes y que solo se puede medir luego de que el cliente adquirió el bien. Así mismo, la satisfacción se encuentra relacionada con el estado emocional de las personas luego de que comparan el rendimiento observado por la adquisición con la expectativa que tenía antes de adquirir el producto.

Avellano, (1993). Sostiene que el cliente es el usuario final del servicio, es decir, es aquella persona que recibe de la organización un bien, para lo cual la organización puso en marcha su proceso interno para brindar el bien.

Philip, (2004). Sostiene que las empresas deben esmerarse por conseguir usuarios además de tener clientes, lo cual se puede lograr si la empresa se convierte en el único proveedor del servicio o vendedor del producto.

Modelos para evaluar la satisfacción del usuario

La evaluación de la satisfacción de los usuarios de Hidrandina, se realizó basándose en los modelos que se indican a continuación:

- “El barómetro sueco de la satisfacción del cliente” (SCSB).
- “El modelo ACSI de satisfacción del cliente”.
- “El barómetro noruego de satisfacción del cliente” (NCSB).
- “El modelo del índice europeo de satisfacción del cliente” (ECSI).

En base a estos cuatro modelos, se realizó una recopilación de variables los cuales fueron adaptados al presente trabajo de investigación, luego del cual se logró obtener un instrumento de medición conformado por 4 dimensiones y 19 ítems.

Dimensiones de la Satisfacción de los usuarios

Rendimiento percibido

Caldera, Pirela y Ortega, (2011). Sostienen que el rendimiento percibido se refiere a la sensación que se deja en el cliente luego de haber adquirido un bien, contra lo que el cliente esperaba recibir.

Fernández y Valbuena (2008). Sostienen que el rendimiento percibido lo experimenta el cliente luego de adquirir un bien y evaluar si era lo que realmente necesitaba adquirir. Para ello es necesario que el cliente realice una valoración de todos los aspectos del bien que el cliente buscaba al adquirirlo y cumplió con la satisfacción de sus necesidades.

Confianza

Es la variable de rendimiento del índice de satisfacción; se mide en función del nivel de satisfacción alcanzado en este índice, la percepción del cliente de la capacidad de la empresa de prestar un buen servicio en el futuro y retener a sus clientes y determina

el grado en que sus clientes hablarán bien del servicio prestado; es decir, la intención de los clientes de recomendar el servicio a otras personas.

Calidad técnica percibida

En esta dimensión, se busca evaluar las características inherentes del servicio o del bien adquirido. Es decir, el proceso técnico que cuenta la empresa para atender el servicio tomado por el cliente.

Las expectativas

Blanco, (2009). Sostiene que las organizaciones o empresas buscan crear expectativas altas clientes y que muchas veces los indicadores de satisfacción más bien reflejan las expectativas de los usuarios que esperan por la adquisición de productos o servicios.

1.4 Formulación del problema

¿Cuál es la relación entre la calidad del servicio de alumbrado público y la satisfacción de los usuarios de la empresa Hidrandina de la ciudad de Trujillo, II semestre 2017?

1.5 Justificación del estudio

Conveniencia

La investigación es conveniente por lo siguiente:

- Se logrará conocer lo que piensan los usuarios y si existe relación entre la satisfacción y la calidad del servicio de alumbrado público que brinda la empresa Hidrandina.
- Se logrará comparar la opinión de los usuarios con los resultados de fiscalización que realiza el OSINERGMIN a la empresa Hidrandina, a fin de corroborar los resultados o en caso contrario determinar las causas de las diferencias para proponer mejoras al servicio.

Relevancia Social

Fomentar la participación de los usuarios con su opinión y sugerencias, en la mejora de la calidad del servicio de alumbrado público.

Implicancias prácticas

El proyecto de investigación busca conocer el grado de satisfacción de los usuarios de Hidrandina con la calidad del servicio de alumbrado público. Permitirá conocer cuan satisfechos se encuentran sus usuarios para poder implementar cambios de ser necesario para mejorar el servicio.

Valor teórico

La investigación se justifica por el hecho que el término calidad del servicio de alumbrado público requiere ser explicada en todas sus dimensiones. Esto implica reconocer que en lugar de un problema teórico, uno se enfrenta con que la calidad es parte de un ineludible compromiso profesional de la empresa, el de poner a disposición de los que deben tomar decisiones en un marco de acción para lograr la excelencia y mejorar la calidad del servicio de alumbrado público.

La investigación podría conducir a:

- Mejorar los procedimientos de mantenimiento y construcción de las instalaciones de alumbrado público.
- Mejorar los procedimientos de supervisión de la operatividad y calidad del alumbrado público.

Utilidad metodológica

La presente investigación es del tipo descriptiva de diseño no experimental transversal, los resultados serán obtenidos en base a la información sobre la relación de la calidad del servicio del alumbrado público y la satisfacción de los usuarios de Hidrandina de la Manzana F de la Urb. Santa María V Etapa de la ciudad de Trujillo.

Esta investigación podría servir como documento de consulta para futuras investigaciones sobre el servicio de alumbrado público en la sociedad.

1.6 Hipótesis de investigación

1.6.1 Hipótesis de investigación general

Hi: La calidad del servicio de alumbrado público tiene relación directa en la satisfacción de los usuarios de la empresa Hidrandina de la ciudad de Trujillo, II semestre 2017.

Hipótesis nula

Ho: La calidad del servicio de alumbrado público, no tiene relación directa en la satisfacción de los usuarios de la empresa Hidrandina de la ciudad de Trujillo, II semestre 2017.

1.6.2 Hipótesis de investigación específicas

Hie1: La dimensión elementos tangibles de la calidad del servicio de alumbrado público tiene relación directa en la satisfacción de los usuarios de la empresa Hidrandina de la ciudad de Trujillo, II semestre 2017.

Hie2: La dimensión fiabilidad de la calidad del servicio de alumbrado público tiene relación directa en la satisfacción de los usuarios de la empresa Hidrandina de la ciudad de Trujillo, II semestre 2017.

Hie3: La dimensión capacidad de respuesta de la calidad del servicio de alumbrado público tiene relación directa en la satisfacción de los usuarios de la empresa Hidrandina de la ciudad de Trujillo, II semestre 2017.

Hie4: La dimensión seguridad de la calidad del servicio de alumbrado público tiene relación directa en la satisfacción de los usuarios de la empresa Hidrandina de la ciudad de Trujillo, II semestre 2017.

Hie5: La dimensión empatía de la calidad del servicio de alumbrado público tiene relación directa en la satisfacción de los usuarios de la empresa Hidrandina de la ciudad de Trujillo, II semestre 2017.

Hipótesis nula

Hoe1: La dimensión elementos tangibles de la calidad del servicio de alumbrado público, no tiene relación directa en la satisfacción de los usuarios de la empresa Hidrandina de la ciudad de Trujillo, II semestre 2017.

Hoe2: La dimensión fiabilidad de la calidad del servicio de alumbrado público, no tiene relación directa en la satisfacción de los usuarios de la empresa Hidrandina de la ciudad de Trujillo, II semestre 2017.

Hoe3: Las dimensión capacidad de respuesta de la calidad del servicio de alumbrado público, no tiene relación directa en la satisfacción de los usuarios de la empresa Hidrandina de la ciudad de Trujillo, II semestre 2017.

Hoe4: Las dimensión seguridad de la calidad del servicio de alumbrado público, no tiene relación directa en la satisfacción de los usuarios de la empresa Hidrandina de la ciudad de Trujillo, II semestre 2017.

Hoe5: Las dimensión empatía de la calidad del servicio de alumbrado público, no tiene relación directa en la satisfacción de los usuarios de la empresa Hidrandina de la ciudad de Trujillo, II semestre 2017.

1.7 Objetivos

Objetivo general

Og: Determinar la relación de la calidad del servicio de alumbrado con la satisfacción de los usuarios de la empresa Hidrandina de la ciudad de Trujillo en el segundo semestre 2017.

Objetivos específicos

Oe1: Determinar la relación de la dimensión elementos tangibles de la calidad del servicio de alumbrado público con la satisfacción de los usuarios de la empresa Hidrandina de la ciudad de Trujillo en el segundo semestre 2017.

Oe2: Determinar la relación de la dimensión fiabilidad de la calidad del servicio de alumbrado público con la satisfacción de los usuarios de la empresa Hidrandina de la ciudad de Trujillo en el segundo semestre 2017.

Oe3: Determinar la relación de la dimensión capacidad de respuesta de la calidad del servicio de alumbrado público con la satisfacción de los usuarios de la empresa Hidrandina de la ciudad de Trujillo en el segundo semestre 2017.

Oe4: Determinar la relación de la dimensión seguridad de la calidad del servicio de alumbrado público con la satisfacción de los usuarios de la empresa Hidrandina de la ciudad de Trujillo en el segundo semestre 2017.

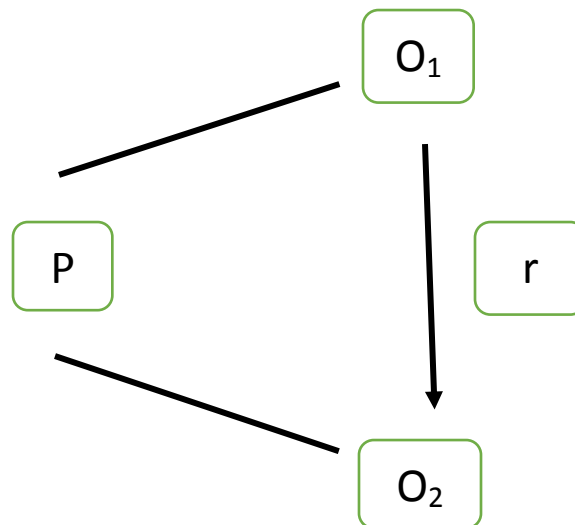
Oe5: Determinar la relación de la dimensión empatía de la calidad del servicio de alumbrado público con la satisfacción de los usuarios de la empresa Hidrandina de la ciudad de Trujillo en el segundo semestre 2017.

II. METODOLOGIA

2.1 Diseño de investigación

El diseño de investigación elegido es uno del tipo no experimental, cuantitativo, descriptivo de corte transversal y correlacional.

Con este tipo de diseño se busca describir y analizar la relación que existe entre la calidad del servicio de alumbrado público y la satisfacción de los usuarios en un determinado momento en la muestra de usuarios seleccionada. La representación del diseño de investigación es la siguiente:



Dónde:

P: Población conformada por 22 usuarios de la Mz. “F” de la urb. santa maría V etapa de la ciudad de Trujillo.

O1: variable 1: calidad del servicio de alumbrado público.

O2: variable 2: satisfacción de los usuarios.

r: factor de correlación entre las variables 1 y 2.

Por conveniencia de la investigación se trabaja con los 22 usuarios de la Mz. “F” de la urb. Santa maría V etapa de la ciudad de Trujillo.

2.2 Variables y operacionalización

Variable 1: calidad del servicio de alumbrado público (cualitativa, ordinal).

Variable 2: satisfacción de los usuarios (cualitativa, ordinal).

Fuente: Elaboración Propia

VARIABLES	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	N°	INDICADORES	ESCALA DE MEDICION
V1: Calidad del servicio	La calidad se define como el "grado en el que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos", entendiéndose por "requisito" a la necesidad o expectativa, la cual es por lo general implícita u obligatoria".	La calidad del servicio de alumbrado público es el grado en que los medios deseables se utilizan para alcanzar las posibles mayores mejoras en el servicio de alumbrado. Para medir el cuestionario, SEVQAL, se utiliza la escala de likert. Consta de 22 ítems.	Elementos tangibles.	1	¿Considera usted que el personal de la empresa Hidrandina realiza un buen trabajo para la atención de las solicitudes de los usuarios del alumbrado público?	Ordinal: 1. Nunca 2. Casi nunca 3. Algunas veces 4. Casi siempre 5. Siempre
				2	¿Considera usted que los vehículos que utiliza la empresa Hidrandina para desplazar a su personal y con el cual presta el servicio de alumbrado público se encuentran en buen estado de conservación?	
				3	¿Considera usted que las calles en su sector se encuentran bien iluminadas?	
				4	¿Considera usted que las instalaciones de alumbrado público de la empresa Hidrandina en su sector, se encuentran en buenas condiciones de conservación?	
				5	¿Considera usted que la empresa Hidrandina utiliza medios de comunicación adecuados para mantener informado a sus usuarios?	
			Fiabilidad.	6	¿La empresa Hidrandina acude a su llamado sin demoras?	
				7	¿La empresa Hidrandina solucionó la avería informada sin demoras?	
				8	¿Siempre que llama al Call Center de la empresa Hidrandina para realizar una solicitud, ingresa su llamada sin dificultad?	
				9	¿El personal del Call Center de la empresa Hidrandina tomo rápido su solicitud para que el personal técnico acuda a atender la avería reportada lo antes posible?	
			Capacidad de respuesta.	10	¿Considera usted que la empresa Hidrandina se encuentra capacitada para mantener un nivel de iluminación bueno en las calles?	
				11	¿Considera usted que la empresa Hidrandina se encuentra capacitada para atenderlo rápida y eficazmente?	
				12	¿Considera usted que el personal de Call Center de la empresa Hidrandina se encuentra capacitado para atender al público de manera correcta y amable?	
				13	¿Considera usted que el personal técnico de la empresa Hidrandina se encuentra capacitada reparar los defectos de manera correcta y eficaz?	
			Seguridad.	14	¿Considera usted que la empresa Hidrandina se preocupa por mantener una buena iluminación de las calles?	
				15	¿Considera usted que la empresa Hidrandina se esfuerza para mantener seguras sus instalaciones para evitar daños a sus usuarios?	
				16	¿Considera usted que la empresa Hidrandina toma todas las medidas de seguridad para no causar daños durante la ejecución de los trabajos del servicio?	
				17	¿Considera usted que el personal técnico de la empresa Hidrandina es competente en su labor y realizará su trabajo con seguridad para no causar daños?	
			Empatía.	18	¿El personal de Call Center de Hidrandina, tiene un trato amable con usted cada vez que realiza una llamada telefónica?	
				19	¿Cree usted que la empresa Hidrandina se preocupa por conocer su opinión sobre el servicio para mejorarlo?	
				20	¿Considera usted que el personal técnico realiza un buen trabajo y demuestra honestidad en su labor?	
				21	¿Considera que el personal del módulo de atención de Hidrandina, lo atiende de manera amable y se preocupa por absolver todas sus preguntas?	
				22	¿Considera que Hidrandina se esfuerza cada día más por brindarle un mejor servicio?	

VARIABLES	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	N°	INDICADORES	ESCALA DE MEDICION
V2: Satisfacción del usuario	Es aquella sensación que el individuo experimenta al lograr el restablecimiento del equilibrio entre una necesidad o grupo de necesidades y el objeto de los fines que las reducen. Es decir, satisfacción es la sensación del término relativo de una motivación que busca sus objetivos. (Ardouin, J., Bustos, C., Gayó, R. & Jarpa, M., 2000)	Es la percepción de los usuarios sobre la calidad del servicio de alumbrado público que brinda la empresa Hidrandina. El cuestionario se mide con la escala de Likert. Consta de 19 ítems	Rendimiento percibido.	1	¿Considera usted que el monto que paga mensualmente por el servicio de alumbrado público es el adecuado?	Ordinal: 1. Nunca 2. Casi nunca 3. Algunas veces 4. Casi siempre 5. Siempre
				2	¿Considera usted que en líneas generales, el personal del Call Center tiene un buen desempeño en sus labores?	
				3	¿Considera usted que el personal técnico que realiza sus labores en las vías públicas tienen un buen desempeño?	
				4	¿Considera usted que Hidrandina realiza buenos trabajos de reparación de averías ya que no se vuelven a repetir en al menos 6 meses?	
			Calidad técnica percibida	5	¿Confía usted que Hidrandina actuará de manera correcta y justa ante una solicitud de reclamo del usuario?	
				6	¿Considera usted que Hidrandina se encuentra capacitada para brindar el servicio de alumbrado público?	
				7	¿Se encuentra conforme con el servicio de alumbrado público que le brinda Hidrandina?	
				8	¿Confía usted que cada vez que solicite el servicio de alumbrado público, Hidrandina acudirá y le solucionara lo que solicite?	
			Confianza	9	¿Recomendaría a la empresa Hidrandina para que brinde el servicio de alumbrado público en otros lugares?	
				10	¿Considera usted buenos los medios de comunicación entre el usuario e Hidrandina para realizar una solicitud del servicio?	
				11	¿Considera usted que Hidrandina se encuentra bien organizada para brindar el servicio de alumbrado público?	
				12	¿Considera usted que el personal técnico realiza buenos trabajos de reparación en el servicio de alumbrado público?	
				13	¿Considera usted que Hidrandina realiza buenos trabajos de reparación en el servicio de alumbrado público?	
			Expectativas cumplidas.	14	¿Considera usted que la empresa Hidrandina cumple con los tiempos de atención de las solicitudes los usuarios conforme lo publicitado?	
				15	¿Considera usted que el nivel de iluminación del alumbrado público en su zona es igual o superior al ofrecido por Hidrandina en su publicidad?	
				16	¿Considera usted que los medios de comunicación que tiene Hidrandina para con sus usuarios cumplen su objetivo y son fáciles de utilizar conforme lo publicitado?	
				17	¿Considera usted que la atención del personal del Call Center es buena tal como lo publicitado Hidrandina?	
				18	¿Cree usted que Hidrandina ha cumplido con informarle correctamente sobre el servicio de alumbrado público que le brinda conforme lo publicitado?	

2.3 Población

Población (N): Conformada por los 22 usuarios de la manzana “F” de la urbanización Santa María V Etapa de la ciudad de Trujillo.

Fuente: relación de usuarios de Hidrandina ubicados en la manzana “F” de la urb. Sta. María V etapa de la Ciudad de Trujillo.

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Para el presente proyecto de investigación se ha considerado aplicar las siguientes técnicas e instrumentos:

Técnicas de Recolección de Datos

Encuesta

Nos permite obtener información de los usuarios sobre la calidad del alumbrado público y la satisfacción de los usuarios con el fin de describir y explicar el problema.

Instrumentos de Recolección de Datos

El Cuestionario

Se encuentra conformado por una serie de preguntas referidas a aspectos propios de la percepción de los usuarios relacionados con sus necesidades.

El cuestionario correspondiente a la variable calidad del servicio, consta de 5 dimensiones y 22 items en total.

El cuestionario correspondiente a la variable satisfacción del usuario, consta de 4 dimensiones y 18 items en total.

Validación y confiabilidad de los Instrumentos

La validez de los instrumentos de recolección de datos

La validez estará dada por dos profesionales especialistas con estudios de maestría como mínimo.

Confiabilidad de los instrumentos de recolección de datos

Para la evaluación de las 2 variables, se elegirá un nivel de confianza del 95% con un error del 5%.

2.5 Métodos de análisis de datos

El método a emplear es el estadístico.

Debido a que las variables son de naturaleza cualitativa y tipo ordinal, para la prueba de hipótesis se empleará la técnica estadística del Chi-cuadrado.

2.6 Aspectos éticos

Con respecto a los resultados de las encuestas, se mantendrán en reserva. Así mismo, todas las encuestas serán reales y su opinión será tomada directamente de los usuarios encuestados.

III. RESULTADOS

a. A nivel descriptivo

a.1 frecuencia y porcentaje de la variable calidad del servicio de alumbrado público

CALIDAD DEL SERVICIO

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido ALGUNAS VECEZ	21	95,5	95,5	95,5
CASI SIEMPRE	1	4,5	4,5	100,0
Total	22	100,0	100,0	



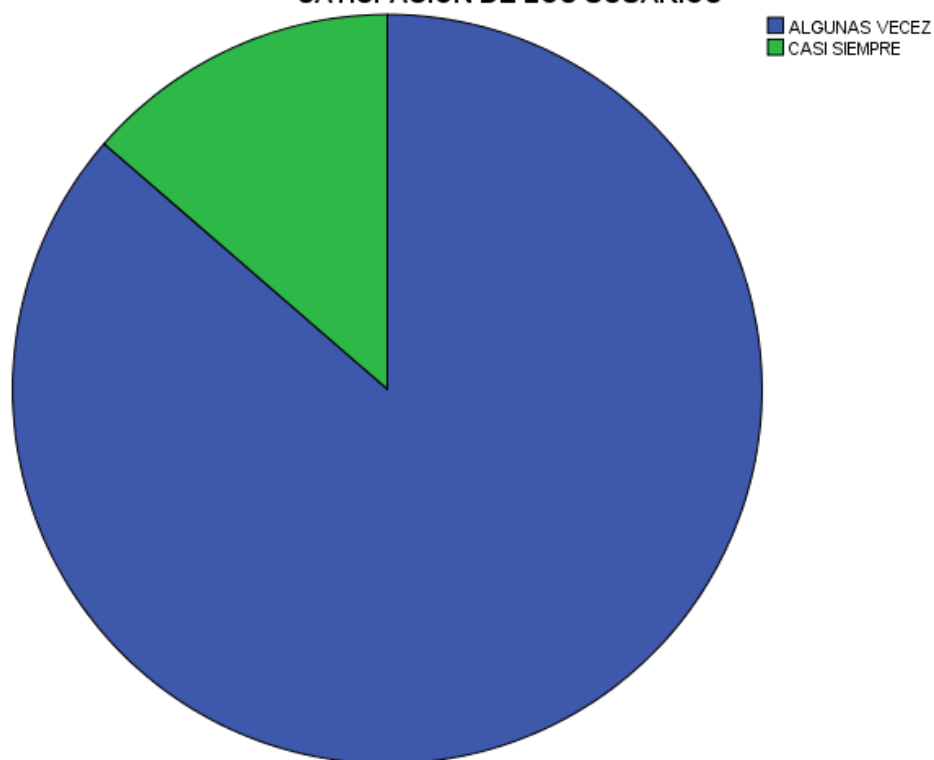
Se observa que el 95.5 % de encuestados manifestaron que algunas veces sienten que Hidrandina cumple sus requerimientos de calidad relacionados con el servicio de alumbrado público y el 4.5 % indicó casi siempre ocurre esta situación, es decir que la empresa Hidrandina atiende el servicio de alumbrado público con la calidad requerida por el usuario.

a.2 frecuencia y porcentaje de la variable satisfacción de los usuarios de Hidrandina

SATISFACION DE LOS USUARIOS

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido ALGUNAS VECEZ	19	86,4	86,4	86,4
CASI SIEMPRE	3	13,6	13,6	100,0
Total	22	100,0	100,0	

SATISFACION DE LOS USUARIOS

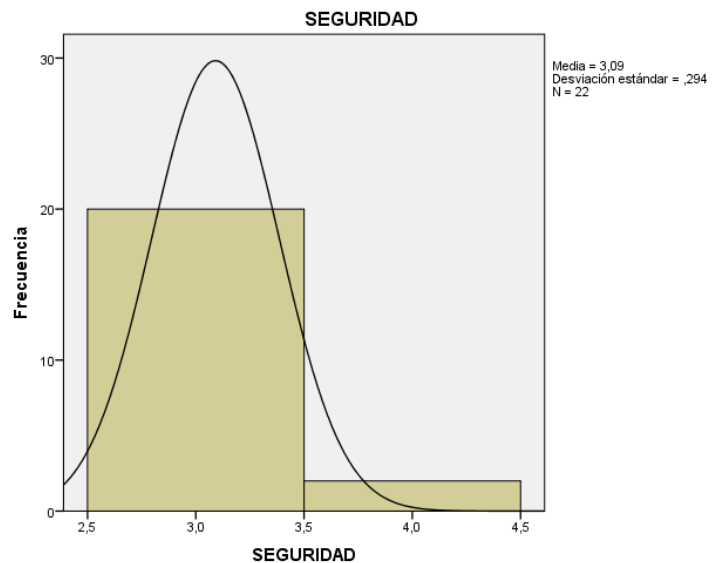
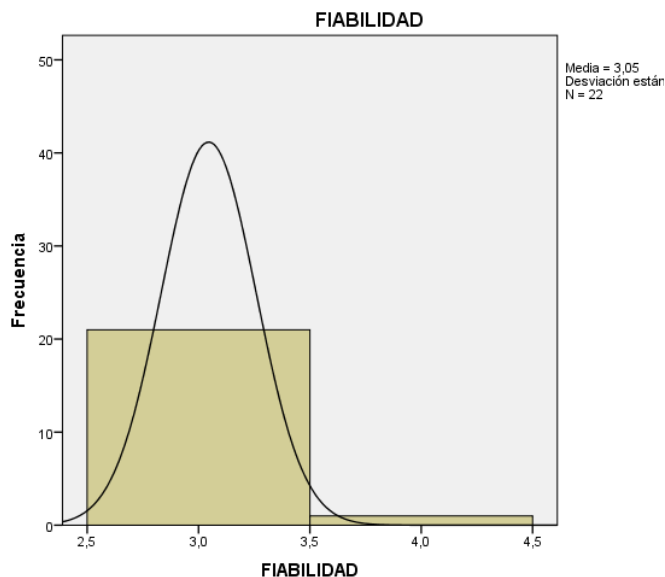
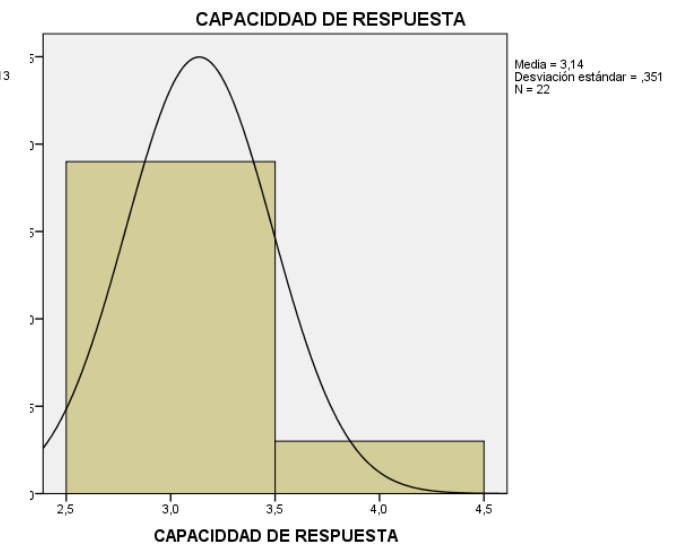
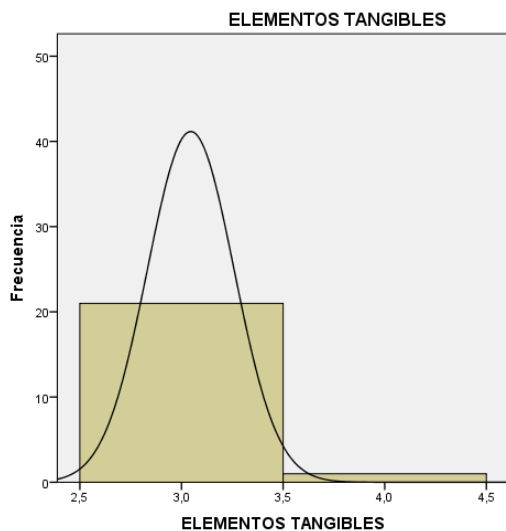


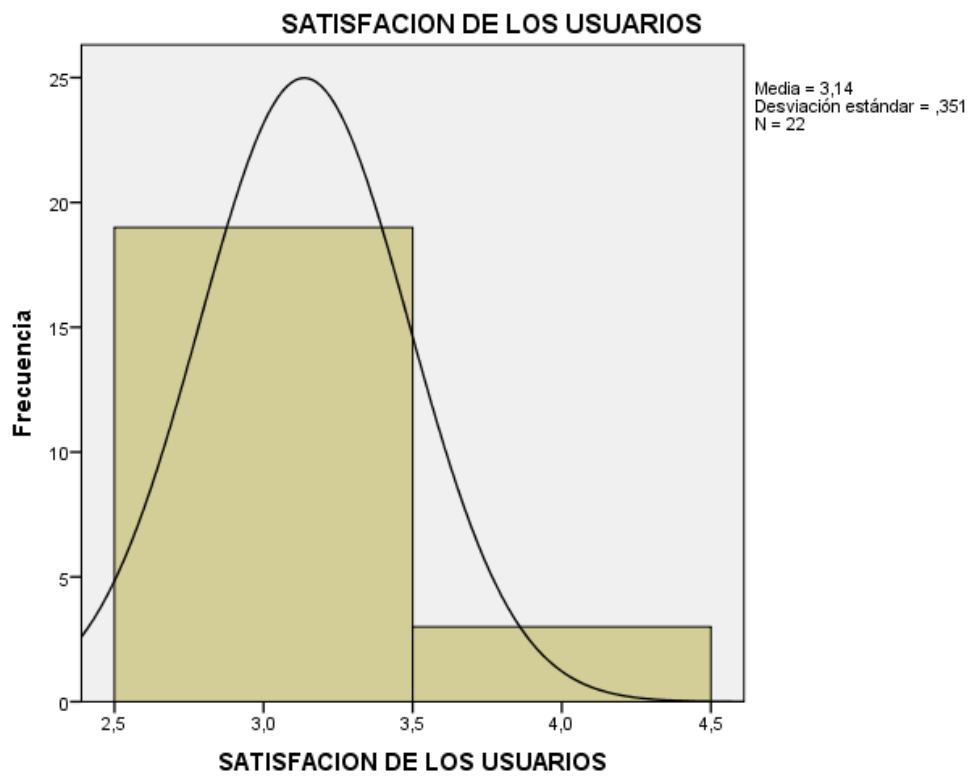
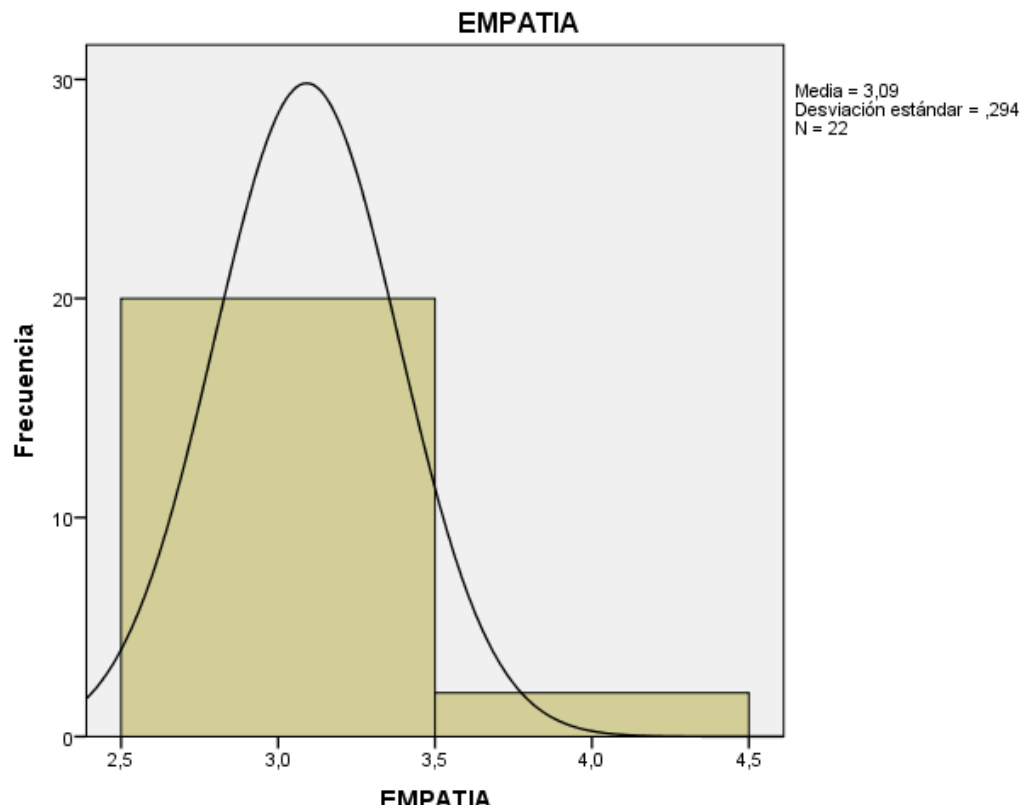
Se observa que el 86.4 % de encuestados manifestaron que algunas veces se sienten satisfechos con el servicio de alumbrado público que brinda la empresa Hidrandina y el 13.6 % indicó casi siempre se sienten satisfechos con el servicio de alumbrado público.

a.3 frecuencia y porcentaje de las dimensiones de la variable calidad del servicio de alumbrado público y la variable satisfacción de los usuarios de Hidrandina

Estadísticos

		ELEMENTOS TANGIBLES	CAPACIDAD DE RESPUESTA	FIABILIDAD	SEGURIDAD	EMPATÍA	SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS
N	Válido	22	22	22	22	22	22
	Perdidos	0	0	0	0	0	0
Suma		67	69	67	68	68	69





Se observa que las dimensiones de la variable calidad del servicio tienen relación con la variable satisfacción de los usuarios de Hidrandina.

b. A nivel correlacional

Para determinar la correlación entre las variables y sus dimensiones se utilizó la metodología cuantitativa y con ayuda del software SPSS V22 se logró determinar los coeficientes de la tabla del estadístico de prueba Chi-cuadrado de Pearson para determinar la influencia de la calidad del servicio de alumbrado público en la satisfacción de los usuarios de Hidrandina en el II Semestre 2017. Para recoger de forma eficiente la información, se aplicaron dos cuestionarios, los mismos que permitieron recoger los datos de las variables y sus dimensiones, estos se presentan a continuación a través de tablas y figuras estadísticas de forma ordenada y secuencial.

Prueba de hipótesis general

Hipótesis de investigación general

Hi: La calidad del servicio de alumbrado público tiene relación directa en la satisfacción de los usuarios de la empresa Hidrandina de la ciudad de Trujillo, II semestre 2017.

Hipótesis nula

Ho: La calidad del servicio de alumbrado público, no tiene relación directa en la satisfacción de los usuarios de la empresa Hidrandina de la ciudad de Trujillo, II semestre 2017.

Resumen de procesamiento de casos

	Casos					
	Válido		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
CALIDAD DEL SERVICIO * SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS	22	100,0%	0	0,0%	22	100,0%

CALIDAD DEL SERVICIO*SATISFACION DE LOS USUARIOS tabulación cruzada

			SATISFACION DE LOS USUARIOS		Total
			ALGUNAS VECEZ	CASI SIEMPRE	
CALIDAD DEL SERVICIO	ALGUNAS VECEZ	Recuento	19	2	21
		Recuento esperado	18,1	2,9	21,0
		% del total	86,4%	9,1%	95,5%
	CASI SIEMPRE	Recuento	0	1	1
		Recuento esperado	,9	,1	1,0
		% del total	0,0%	4,5%	4,5%
Total		Recuento	19	3	22
		Recuento esperado	19,0	3,0	22,0
		% del total	86,4%	13,6%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)	Significación exacta (2 caras)	Significación exacta (1 cara)
Chi-cuadrado de Pearson	6,635 ^a	1	,010	,136	,136
Corrección de continuidad ^b	1,176	1	,278		
Razón de verosimilitud	4,317	1	,038		
Prueba exacta de Fisher					
Asociación lineal por lineal	6,333	1	,012		
N de casos válidos	22				

a. 3 casillas (75.0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .14.

b. Sólo se ha calculado para una tabla 2x2

Interpretación: En la tabla que contienen datos obtenidos de SPSS v22 se observa que entre la variable calidad del servicio de alumbrado público y la variable satisfacción de los usuarios, existe una correlación significativa debido a que el coeficiente de Chi-cuadrado de Pearson obtenido (6,635) es mayor al valor de la tabla Chi-cuadrado para 1 grado de libertad (3.84); así mismo el grado de significancia bilateral obtenido (0,01) es menor a 0.05. En consecuencia, se aprueba la hipótesis de investigación general Hi.

Prueba de hipótesis específica

Elementos tangibles

Hipótesis de investigación específica 1

Hie1: La dimensión elementos tangibles tiene relación directa en la satisfacción de los usuarios de la empresa Hidrandina de la ciudad de Trujillo, II semestre 2017.

Hipótesis nula

Hoe1: La dimensión elementos tangibles no tiene relación directa en la satisfacción de los usuarios de la empresa Hidrandina de la ciudad de Trujillo, II semestre 2017.

Resumen de procesamiento de casos

	Casos					
	Válido		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
ELEMENTOS TANGIBLES * SATISFACION DE LOS USUARIOS	22	100,0%	0	0,0%	22	100,0%

ELEMENTOS TANGIBLES*SATISFACION DE LOS USUARIOS tabulación cruzada

			SATISFACION DE LOS USUARIOS		Total
			ALGUNAS VECEZ	CASI SIEMPRE	
ELEMENTOS TANGIBLES	ALGUNAS VECEZ	Recuento	19	2	21
		Recuento esperado	18,1	2,9	21,0
		% del total	86,4%	9,1%	95,5%
	CASI SIEMPRE	Recuento	0	1	1
		Recuento esperado	,9	,1	1,0
		% del total	0,0%	4,5%	4,5%
Total		Recuento	19	3	22
		Recuento esperado	19,0	3,0	22,0
		% del total	86,4%	13,6%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)	Significación exacta (2 caras)	Significación exacta (1 cara)
Chi-cuadrado de Pearson	6,635 ^a	1	,010		
Corrección de continuidad ^b	1,176	1	,278		
Razón de verosimilitud	4,317	1	,038		
Prueba exacta de Fisher				,136	,136
Asociación lineal por lineal	6,333	1	,012		
N de casos válidos	22				

a. 3 casillas (75.0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .14.

b. Sólo se ha calculado para una tabla 2x2

Interpretación: En la tabla que contienen datos obtenidos de SPSS v22 se observa que entre la dimensión elementos tangibles y la variable satisfacción de los usuarios, existe una correlación significativa debido a que el coeficiente de Chi-cuadrado de Pearson obtenido (6,635) es mayor al valor de la tabla Chi-cuadrado para 1 grado de libertad (3.84); así mismo el grado de significancia bilateral obtenido (0,01) es menor a 0.05. En consecuencia, se aprueba la hipótesis de investigación específica Hie1.

Capacidad de respuesta

Hipótesis de investigación específica 2

Hie2: La dimensión capacidad de respuesta tiene relación directa en la satisfacción de los usuarios de la empresa Hidrandina de la ciudad de Trujillo, II semestre 2017.

Hipótesis nula

Hoe2: La dimensión capacidad de respuesta no tiene relación directa en la satisfacción de los usuarios de la empresa Hidrandina de la ciudad de Trujillo, II semestre 2017.

Resumen de procesamiento de casos

	Casos					
	Válido		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
CAPACIDAD DE RESPUESTA * SATISFACION DE LOS USUARIOS	22	100,0%	0	0,0%	22	100,0%

CAPACIDAD DE RESPUESTA *SATISFACION DE LOS USUARIOS tabulación cruzada

			SATISFACION DE LOS USUARIOS		Total
			ALGUNAS VECEZ	CASI SIEMPRE	
CAPACIDAD DE RESPUESTA	ALGUNAS VECEZ	Recuento	19	0	19
		Recuento esperado	16,4	2,6	19,0
		% del total	86,4%	0,0%	86,4%
	CASI SIEMPRE	Recuento	0	3	3
		Recuento esperado	2,6	,4	3,0
		% del total	0,0%	13,6%	13,6%
Total	Recuento	19	3	22	
	Recuento esperado	19,0	3,0	22,0	
	% del total	86,4%	13,6%	100,0%	

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)	Significación exacta (2 caras)	Significación exacta (1 cara)
Chi-cuadrado de Pearson	22,000 ^a	1	,000	,001	,001
Corrección de continuidad ^b	14,328	1	,000		
Razón de verosimilitud	17,526	1	,000		
Prueba exacta de Fisher					
Asociación lineal por lineal	21,000	1	,000		
N de casos válidos	22				

a. 3 casillas (75.0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .41.

b. Sólo se ha calculado para una tabla 2x2

Interpretación: En la tabla que contienen datos obtenidos de SPSS v22 se observa que entre la dimensión capacidad de respuesta y la variable satisfacción de los usuarios, existe una correlación significativa debido a que el coeficiente de Chi-cuadrado de Pearson obtenido (22,000) es mayor al valor de la tabla Chi-cuadrado para 1 grado de libertad (3.84); así mismo el grado de significancia bilateral obtenido (0,00) es menor a 0.05. En consecuencia, se aprueba la hipótesis de investigación específica Hie2.

Fiabilidad

Hipótesis de investigación específica 3

Hie3: La dimensión fiabilidad tiene relación directa en la satisfacción de los usuarios de la empresa Hidrandina de la ciudad de Trujillo, II semestre 2017.

Hipótesis nula

Hoe3: La dimensión fiabilidad no tiene relación directa en la satisfacción de los usuarios de la empresa Hidrandina de la ciudad de Trujillo, II semestre 2017.

Resumen de procesamiento de casos

	Casos					
	Válido		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
FIABILIDAD * SATISFACION DE LOS USUARIOS	22	100,0%	0	0,0%	22	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)	Significación exacta (2 caras)	Significación exacta (1 cara)
Chi-cuadrado de Pearson	6,635 ^a	1	,010		
Corrección de continuidad ^b	1,176	1	,278		
Razón de verosimilitud	4,317	1	,038		
Prueba exacta de Fisher				,136	,136
Asociación lineal por lineal	6,333	1	,012		
N de casos válidos	22				

a. 3 casillas (75.0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .14.

b. Sólo se ha calculado para una tabla 2x2

Interpretación: En la tabla que contienen datos obtenidos de SPSS v22 se observa que entre la dimensión fiabilidad y la variable satisfacción de los usuarios, existe una correlación significativa debido a que el coeficiente de Chi-cuadrado de Pearson obtenido (6,635) es mayor al valor de la tabla Chi-cuadrado para 1 grado de libertad (3.84); así mismo el grado de significancia bilateral obtenido (0,01) es menor a 0.05. En consecuencia, se aprueba la hipótesis de investigación específica Hie3.

Seguridad

Hipótesis de investigación específica 4

Hie4: La dimensión seguridad tiene relación directa en la satisfacción de los usuarios de la empresa Hidrandina de la ciudad de Trujillo, II semestre 2017.

Hipótesis nula

Hoe4: La dimensión seguridad no tiene relación directa en la satisfacción de los usuarios de la empresa Hidrandina de la ciudad de Trujillo, II semestre 2017.

Resumen de procesamiento de casos

	Casos					
	Válido		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
SEGURIDAD * SATISFACION DE LOS USUARIOS	22	100,0%	0	0,0%	22	100,0%

SEGURIDAD *SATISFACION DE LOS USUARIOS tabulación cruzada

			SATISFACION DE LOS USUARIOS		Total
			ALGUNAS VECEZ	CASI SIEMPRE	
SEGURIDAD	ALGUNAS VECEZ	Recuento	18	2	20
		Recuento esperado	17,3	2,7	20,0
		% del total	81,8%	9,1%	90,9%
	CASI SIEMPRE	Recuento	1	1	2
		Recuento esperado	1,7	,3	2,0
		% del total	4,5%	4,5%	9,1%
Total	Recuento	19	3	22	
	Recuento esperado	19,0	3,0	22,0	
	% del total	86,4%	13,6%	100,0%	

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)	Significación exacta (2 caras)	Significación exacta (1 cara)
Chi-cuadrado de Pearson	2,470 ^a	1	,116		
Corrección de continuidad ^b	,241	1	,623		
Razón de verosimilitud	1,750	1	,186		
Prueba exacta de Fisher				,260	,260
Asociación lineal por lineal	2,358	1	,125		
N de casos válidos	22				

a. 3 casillas (75.0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .27.

b. Sólo se ha calculado para una tabla 2x2

Interpretación: En la tabla que contienen datos obtenidos de SPSS v22 se observa que entre la dimensión seguridad y la variable satisfacción de los usuarios, no existe una correlación significativa debido a que el coeficiente de Chi-cuadrado de Pearson

obtenido (2,47) es menor al valor de la tabla Chi-cuadrado para 1 grado de libertad (3.84); así mismo el grado de significancia bilateral obtenido (0 ,116) es mayor a 0.05. En consecuencia, se desaprueba la hipótesis de investigación específica Hie4 y se aprueba la hipótesis nula Hoe4.

Empatía

Hipótesis de investigación específica 5

Hie5: La dimensión empatía tiene relación directa en la satisfacción de los usuarios de la empresa Hidrandina de la ciudad de Trujillo, II semestre 2017.

Hipótesis nula

Hoe5: La dimensión empatía no tiene relación directa en la satisfacción de los usuarios de la empresa Hidrandina de la ciudad de Trujillo, II semestre 2017.

Resumen de procesamiento de casos

	Casos					
	Válido		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
EMPATIA * SATISFACION DE LOS USUARIOS	22	100,0%	0	0,0%	22	100,0%

EMPATIA *SATISFACION DE LOS USUARIOS tabulación cruzada

			SATISFACION DE LOS USUARIOS		Total
			ALGUNAS VECEZ	CASI SIEMPRE	
EMPATIA	ALGUNAS VECEZ	Recuento	18	2	20
		Recuento esperado	17,3	2,7	20,0
		% del total	81,8%	9,1%	90,9%
	CASI SIEMPRE	Recuento	1	1	2
		Recuento esperado	1,7	,3	2,0
		% del total	4,5%	4,5%	9,1%
Total	Recuento	19	3	22	
	Recuento esperado	19,0	3,0	22,0	
	% del total	86,4%	13,6%	100,0%	

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)	Significación exacta (2 caras)	Significación exacta (1 cara)
Chi-cuadrado de Pearson	2,470 ^a	1	,116		
Corrección de continuidad ^b	,241	1	,623		
Razón de verosimilitud	1,750	1	,186		
Prueba exacta de Fisher				,260	,260
Asociación lineal por lineal	2,358	1	,125		
N de casos válidos	22				

a. 3 casillas (75.0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .27.

b. Sólo se ha calculado para una tabla 2x2

Interpretación: En la tabla que contienen datos obtenidos de SPSS v22 se observa que entre la dimensión empatía y la variable satisfacción de los usuarios, no existe una correlación significativa debido a que el coeficiente de Chi-cuadrado de Pearson obtenido (2,47) es menor al valor de la tabla Chi-cuadrado para 1 grado de libertad (3.84); así mismo el grado de significancia bilateral obtenido (0 ,116) es mayor a 0.05. En consecuencia, se desaprueba la hipótesis de investigación específica Hie5 y se aprueba la hipótesis nula Hoe5.

IV. DISCUSION

Con respecto a los resultados de la investigación y a las tablas de contingencia obtenidas con el programa SPSS V22.0 se ha determinado que:

Existe una relación significativa entre la variable calidad del servicio de alumbrado público y la variable satisfacción de los usuarios de Hidrandina debido a que el coeficiente Chi-cuadrado de Pearson obtenido fue 6,635 con un sig (bilateral) de 0.01; es decir que se puede afirmar que mientras mejor sea la calidad del servicio de alumbrado público la satisfacción del usuario se incrementará, por el contrario si baja la calidad del servicio de alumbrado público, la satisfacción del usuario disminuirá. Estos resultados nos han permitido dar respuesta a nuestro problema planteado al inicio y se ha confirmado la hipótesis de la investigación, lográndose así cumplir el objetivo general; toda vez que al empezar este trabajo de investigación nos planteamos la pregunta ¿Cuál es la relación entre la calidad del servicio de alumbrado público y la satisfacción de los usuarios de la empresa Hidrandina de la ciudad de Trujillo, II semestre 2017?”, planteándonos como hipótesis de investigación que “La calidad del servicio de alumbrado público tiene relación directa en la satisfacción de los usuarios de la empresa Hidrandina de la ciudad de Trujillo, II semestre 2017” y como hipótesis nula que “La calidad del servicio de alumbrado público no tiene relación directa en la satisfacción de los usuarios de la empresa Hidrandina de la ciudad de Trujillo, II semestre 2017”. Por lo tanto, de acuerdo a los resultados de la investigación se debe rechazar la hipótesis nula y confirmar la hipótesis de investigación. Así mismo, como resultado se permitió lograr cumplir el objetivo general “Determinar la relación de la calidad del servicio de alumbrado con la satisfacción de los usuarios de la empresa Hidrandina de la ciudad de Trujillo en el segundo semestre 2017”.

Existe una relación significativa entre las dimensiones elementos tangibles, fiabilidad y capacidad de respuesta con respecto a la variable satisfacción de los usuarios de Hidrandina debido a que los coeficientes Chi-cuadrado de Pearson obtenidos fueron

6.635, 6.635 y 22.00 respectivamente, con un sig (bilateral) de 0.01, 0.01 y 0.00 respectivamente, con lo cual se aprueban las hipótesis específicas Hie1, Hie2 y Hie3 y se logra cumplir los objetivos específicos Oe1, Oe2 y Oe3.

No existe relación significativa entre las dimensiones seguridad y empatía con respecto a la variable satisfacción de los usuarios y no influyen de manera directa en la satisfacción de los usuarios de Hidrandina debido a que los coeficientes Chi-cuadrado de Pearson obtenidos fueron 2.470 y 2.470 respectivamente, con un sig (bilateral) de 0.116 y 0.116 respectivamente, con lo cual se rechazan las hipótesis específicas Hie4 y Hie5 y se logra cumplir los objetivos específicos Oe4 y Oe5.

De acuerdo a Meléndez (2015), que dice que la calidad del servicio está muy relacionada con las actitudes del personal de la empresa y que el servicio es en resumen, la voluntad de ser un facilitador del cliente en la solución de un problema; efectivamente, los resultados de la presente investigación muestran que la satisfacción de los usuarios con respecto a la calidad del servicio, están principalmente relacionadas a las acciones que realiza la empresa con el objetivo de solucionar el problema.

De acuerdo a Kotler y Armstrong, (2003), que sostienen que la satisfacción se encuentra relacionado con las expectativas de los clientes y que solo se puede medir luego de que el cliente adquirió el bien. Efectivamente, en el presente trabajo se demuestra que lo que el cliente quiere es ver el resultado en la solución de su problema antes que buenas explicaciones.

Para finalizar, se puede establecer que gracias a los resultados, se ha podido hacer un análisis de algunos de los motivos que generan satisfacción en los usuarios por el servicio de alumbrado público, lo cual puede servir como ejemplo para otras concesionarias para ser aplicado en otras regiones.

V. CONCLUSIONES

Se ha determinado que existe una relación significativa entre la variable calidad del servicio de alumbrado público y la variable satisfacción de los usuarios de Hidrandina de la ciudad de Trujillo, debido a que el coeficiente de Chi-cuadrado de Pearson obtenido (6,635) es mayor al valor de la tabla Chi-cuadrado para 1 grado de libertad (3.84); así mismo el grado de significancia bilateral obtenido (0,01) es menor a 0.05, por lo que se acepta la hipótesis de investigación y se rechaza la hipótesis nula.

Se ha determinado que existe una relación significativa entre la dimensión elementos tangibles de la variable calidad del servicio de alumbrado público y la variable satisfacción de los usuarios de Hidrandina de la ciudad de Trujillo, debido a que el coeficiente de Chi-cuadrado de Pearson obtenido (6,635) es mayor al valor de la tabla Chi-cuadrado para 1 grado de libertad (3.84); así mismo el grado de significancia bilateral obtenido (0,01) es menor a 0.05, por lo que se acepta la hipótesis de investigación y se rechaza la hipótesis nula.

Se ha determinado que existe una relación significativa entre la dimensión capacidad de respuesta de la variable calidad del servicio de alumbrado público y la variable satisfacción de los usuarios de Hidrandina de la ciudad de Trujillo, debido a que el coeficiente de Chi-cuadrado de Pearson obtenido (22,000) es mayor al valor de la tabla Chi-cuadrado para 1 grado de libertad (3.84); así mismo el grado de significancia bilateral obtenido (0,00) es menor a 0.05, por lo que se acepta la hipótesis de investigación y se rechaza la hipótesis nula.

Se ha determinado que existe una relación significativa entre la dimensión fiabilidad de la variable calidad del servicio de alumbrado público y la variable satisfacción de los usuarios de Hidrandina de la ciudad de Trujillo, debido a que el coeficiente de Chi-cuadrado de Pearson obtenido (6,635) es mayor al valor de la tabla Chi-cuadrado para 1 grado de libertad (3.84); así mismo el grado de significancia bilateral obtenido (0,01)

es menor a 0.05, por lo que se acepta la hipótesis de investigación y se rechaza la hipótesis nula.

Se ha determinado que entre la dimensión seguridad de la variable calidad del servicio de alumbrado público y la variable satisfacción de los usuarios de Hidrandina de la ciudad de Trujillo, no existe una relación significativa, debido a que el coeficiente de Chi-cuadrado de Pearson obtenido (2,47) es menor al valor de la tabla Chi-cuadrado para 1 grado de libertad (3.84); así mismo el grado de significancia bilateral obtenido (0 ,116) es mayor a 0.05, por lo que se rechaza la hipótesis de investigación y se acepta la hipótesis nula.

Se ha determinado que entre la dimensión empatía de la variable calidad del servicio de alumbrado público y la variable satisfacción de los usuarios de Hidrandina de la ciudad de Trujillo, no existe una relación significativa, debido a que el coeficiente de Chi-cuadrado de Pearson obtenido (2,47) es menor al valor de la tabla Chi-cuadrado para 1 grado de libertad (3.84); así mismo el grado de significancia bilateral obtenido (0 ,116) es mayor a 0.05, por lo que se rechaza la hipótesis de investigación y se acepta la hipótesis nula.

El modelo SERVQUAL elegido para evaluar la variable calidad del servicio de alumbrado público que brinda la empresa Hidrandina, fue el correcto debido a que se pudo medir en cada una de sus dimensiones, lo que el usuario espera de este servicio.

VI. RECOMENDACIONES

Al Gerente General de Hidrandina se le recomienda evaluar el presente trabajo de investigación a fin valorar los resultados obtenidos con el fin de implementar mejoras en los procesos operativos del servicio de alumbrado público que brinda a los usuarios de la ciudad de Trujillo.

Así mismo, considerando que los resultados obtenidos comprueban que las dimensiones elementos tangibles, fiabilidad y capacidad de respuesta tienen relación directa con la satisfacción de los usuarios del servicio de alumbrado público en la ciudad de Trujillo, se recomienda al Gerente General de Hidrandina incrementar sus inversiones en infraestructura, materiales, equipos, herramientas y medios de comunicación de calidad para las actividades del servicio de alumbrado público y reducir los gastos que estén relacionadas con las dimensiones seguridad y empatía, con lo cual se debería incrementar la satisfacción del usuario.

Así mismo, se recomienda a Hidrandina desarrollar trabajos de investigación similares en otras ciudades de la región La Libertad dentro de su zona de concesión, a fin de conocer las causas que generan satisfacción en los usuarios por el servicio eléctrico que brinda, lo cual servirá para implementar mejoras en sus procesos internos para mejorar el servicio.

IV. REFERENCIAS

- Benavente y Figueroa, (2012). Tesis para optar el grado académico de licenciado en administración. Medición del grado de satisfacción de los clientes bancarios de puerto Montt basada en la escala Servqual. Universidad Austral de Chile, Chile.
- Benítez, Alegre y Loredó (2009). La evaluación de la calidad de los servicios a partir de la satisfacción de los clientes: una mirada desde el entorno empresarial cubano. Universidad de Málaga, España.
- Blanco, J. (2009). Medición de la satisfacción del cliente del restaurante museo taurino, y formulación de estrategias de servicio para la creación de valor. Pontificia universidad javeriana.
- Caldera, E., Pirela, J., & Ortega, E. (2011a). Dimensiones para el estudio de la calidad de servicios en bibliotecas universitarias. Universidad Complutense de Madrid. Retrieved from <http://revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/view/36462>
- CID, (2010). Encuesta sobre la calidad del servicio público de electricidad, República de Panamá.
- Duque, E. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. Revista INNOVAR Universidad Nacional de Colombia.
- Fernández, M., y Valbuena, M. (2008). Satisfacción del cliente interno y calidad de servicio en el área de recursos humanos. Rafael Urdaneta.
- Flores, (2008). Tesis para optar el título profesional de ingeniero electricista. Propuesta de ahorro de energía en el alumbrado público de San Agustín Ohtenco, Milpa Alta. México D.F.
- Goodman, J.A., Marra y Birgham (1986). Servicio al cliente: estrategia a bajo costo. Journal of Retail Banking, 1986.
- Gronroos, C (1982). An applied Service Marketing Theory. European Journal of Marketing.
- Hernández, (2012). Factores clave para la valoración de la calidad del servicio y satisfacción del cliente: modelos causales, desarrollo y evolución. Colombia. consultado en <http://revistavirtual.ucn.edu.co>

- Instituto tecnológico de sonora, (2013). Revista del departamento de contaduría y finanzas. México.
- ISO, (2015). Norma Internacional ISO 9001:2015. Sistemas de Gestión de la Calidad.
- Marrerros, (2003). Tesis para optar el título profesional de ingeniero mecánico electricista. Estudio de la calidad de alumbrado público caso Electro noroeste SAA.
- Meléndez, J (2015). Tesis para optar el grado de magister. Calidad del servicio del personal administrativo y satisfacción del paciente en el departamento de hospitalización del Hospital Belén Trujillo año 2015. Universidad Nacional de Trujillo. Trujillo.
- Murillo, (2007). Tesis para optar el grado de magister en economía. Análisis del impacto de la fiscalización realizada por la autoridad reguladora a la calidad del servicio de alumbrado público en el Perú. Lima, Perú.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. y Berry, L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research. Journal of Marketing.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. y Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. Journal of Retailing 64.
- Quispe, Y (2015). Tesis para optar el grado de magister. Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el servicio de traumatología del hospital nacional Hugo Pesce Pecetto Andahuaylas. Universidad Nacional José María Arguedas, Perú.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (2015). Objetivos de Desarrollo Sostenible.
- Rey, (2000). La satisfacción de los usuarios: un concepto en alza. Facultad de biblioteconomía y documentación de la Universidad de Barcelona, España.
- Reyes, (2009). Calidad del servicio educativo: caso de la escuela de artes de la UABC. X congreso nacional de investigación educativa. México.
- Ronceros, (2016). Tesis para optar el título profesional de ingeniero electricista. Mejora de la metodología para la estimación de la calidad del servicio en el alumbrado público en la concesión eléctrica de Luz del Sur. Callao, Perú.
- Sasser, W., Olsen, R.P. y Wyckoff, D. (1978). Management of service operations: Test and cases. Boston: Allyn & Bacon.

- .Torres, (2010). Indicadores para la evaluación de la calidad del servicio comercial en empresas del sector eléctrico venezolano. Venezuela.
- Trujillo A, y Carrete L. (2011). Servir con calidad en México. México: Editorial LID editorial mexicana 2011.
- Velásquez, (2012). Un estudio de la satisfacción obtenida con el uso de objetos de aprendizaje. Universidad Autónoma de Aguascalientes, Mexico.
- Zeithman y Bitner, (2002). Medición de la satisfacción del cliente como parte de la calidad del servicio de los distribuidores de equipos y materiales para el sector de la publicidad exterior en el municipio de Maracaibo. Venezuela.

ANEXO N° 01: Instrumentos

CUESTIONARIO 01: CALIDAD DEL SERVICIO DE ALUMBRADO PUBLICO

DIMENSION	ITEM	PREGUNTA	NUNCA (1)	CASI NUNCA (2)	ALGUNAS VECEZ (3)	CASI SIEMPRE (4)	SIEMPRE (5)
ELEMENTOS TANGIBLES	1	¿Considera usted que el personal de la empresa Hidrandina realiza un buen trabajo para la atención de las solicitudes de los usuarios del alumbrado público?					
	2	¿Considera usted que los vehículos que utiliza la empresa Hidrandina para desplazar a su personal y con el cual presta el servicio de alumbrado público se encuentran en buen estado de conservación?					
	3	¿Considera usted que las calles en su sector se encuentran bien iluminadas?					
	4	¿Considera usted que las instalaciones de alumbrado público de la empresa Hidrandina en su sector, se encuentran en buenas condiciones de conservación?					
	5	¿Considera usted que la empresa Hidrandina utiliza medios de comunicación adecuados para mantener informado a sus usuarios?					
CAPACIDAD DE RESPUESTA	6	¿La empresa Hidrandina acude a su llamado sin demoras?					
	7	¿La empresa Hidrandina solucionó la avería informada sin demoras?					
	8	¿Siempre que llama al Call Center de la empresa Hidrandina para realizar una solicitud, ingresa su llamada sin dificultad?					
	9	¿El personal del Call Center de la empresa Hidrandina tomo rápido su solicitud para que el personal técnico acuda a atender la avería reportada lo antes posible?					
FIABILIDAD	10	¿Considera usted que la empresa Hidrandina se encuentra capacitada para mantener un nivel de iluminación bueno en las calles?					
	11	¿Considera usted que la empresa Hidrandina se encuentra capacitada para atenderlo rápida y eficazmente?					
	12	¿Considera usted que el personal de Call Center de la empresa Hidrandina se encuentra capacitado para atender al público de manera correcta y amable?					
	13	¿Considera usted que el personal técnico de la empresa Hidrandina se encuentra capacitada reparar los defectos de manera correcta y eficaz?					
SEGURIDAD	14	¿Considera usted que la empresa Hidrandina se preocupa por mantener una buena iluminación de las calles?					
	15	¿Considera usted que la empresa Hidrandina se esfuerza para mantener seguras sus instalaciones para evitar daños a sus usuarios?					
	16	¿Considera usted que la empresa Hidrandina toma todas las medidas de seguridad para no causar daños durante la ejecución de los trabajos del servicio?					
	17	¿Considera usted que el personal técnico de la empresa Hidrandina es competente en su labor y realizará su trabajo con seguridad para no causar daños?					
EMPATIA	18	El personal de Call Center de Hidrandina, tiene un trato amable con usted cada vez que realiza una llamada telefónica?					
	19	Cree usted que la empresa Hidrandina se preocupa por conocer su opinión sobre el servicio para mejorarlo?					
	20	Considera usted que el personal técnico realiza un buen trabajo y demuestra honestidad en su labor?					
	21	Considera que el personal del módulo de atención de Hidrandina, lo atiende de manera amable y se preocupa por absolver todas sus preguntas?					
	22	Considera que Hidrandina se esfuerza cada día más por brindarle un mejor servicio?					

CUESTIONARIO 02: SATISFACCION DE LOS USUARIOS DE HIDRANDINA

DIMENSION	ITEM	PREGUNTA	NUNCA (1)	CASI NUNCA (2)	ALGUNAS VECEZ (3)	CASI SIEMPRE (4)	SIEMPRE (5)
RENDIMIEN TO PERCIBIDO	1	Considera usted que el monto que paga mensualmente por el servicio de alumbrado público es el adecuado?					
	2	Considera usted que en líneas generales, el personal del Call Center tiene un buen desempeño en sus labores?					
	3	Considera usted que el personal técnico que realiza sus labores en las vías públicas tienen un buen desempeño?					
	4	Considera usted que Hidrandina realiza buenos trabajos de reparación de averías ya que no se vuelven a repetir en al menos 6 meses?					
CONFIANZA	5	Confía usted que Hidrandina actuará de manera correcta y justa ante una solicitud de reclamo del usuario?					
	6	Considera usted que Hidrandina se encuentra capacitada para brindar el servicio de alumbrado público?					
	7	Se encuentra conforme con el servicio de alumbrado público que le brinda Hidrandina?					
	8	Confía usted que cada vez que solicite el servicio de alumbrado público, Hidrandina acudirá y le solucionara lo que solicite?					
CALIDAD TECNICA PERCIBIDA	9	Recomendaría a la empresa Hidrandina para que brinde el servicio de alumbrado público en otros lugares?					
	10	Considera usted buenos los medios de comunicación entre el usuario e Hidrandina para realizar una solicitud del servicio?					
	11	Considera usted que Hidrandina se encuentra bien organizada para brindar el servicio de alumbrado público?					
	12	Considera usted que el personal técnico realiza buenos trabajos de reparación en el servicio de alumbrado público?					
	13	Considera usted que Hidrandina realiza buenos trabajos de reparación en el servicio de alumbrado público?					
EXPECTATIV AS CUMPLIDAS	14	Considera usted que la empresa Hidrandina cumple con los tiempos de atención de las solicitudes los usuarios conforme lo publicitado?					
	15	Considera usted que el nivel de iluminación del alumbrado público en su zona es igual o superior al ofrecido por Hidrandina en su publicidad?					
	16	Considera usted que los medios de comunicación que tiene Hidrandina para con sus usuarios cumplen su objetivo y son fáciles de utilizar conforme lo publicitado?					
	17	Considera usted que la atención del personal del Call Center es buena tal como lo publicitado Hidrandina?					
	18	Cree usted que Hidrandina ha cumplido con informarle correctamente sobre el servicio de alumbrado público que le brinda conforme lo publicitado?					

ESCALA GENERAL DE LA VARIABLE 1: CALIDAD DEL SERVICIO DE ALUMBRADO PUBLICO.

1 = MUY BAJO	00	-	22
2 = BAJO	23	-	44
3= MEDIO	45	-	66
4 = ALTO	67	-	88
5=MUY ALTO	89	-	110

ESCALA DE DIMENSION ELEMENTOS TANGIBLES:

1 = MUY BAJO	0	-	5
2 = BAJO	6	-	10
3= MEDIO	11	-	15
4 = ALTO	16	-	20
5=MUY ALTO	21	-	25

ESCALA DE DIMENSION FIABILIDAD:

1 = MUY BAJO	0	-	4
2 = BAJO	5	-	8
3= MEDIO	9	-	12
4 = ALTO	13	-	16
5=MUY ALTO	17	-	20

ESCALA DE DIMENSION CAPACIDAD DE RESPUESTA:

1 = MUY BAJO	0	-	4
2 = BAJO	5	-	8
3= MEDIO	9	-	12
4 = ALTO	13	-	16
5=MUY ALTO	17	-	20

ESCALA DE DIMENSION SEGURIDAD:

1 = MUY BAJO	0	-	4
2 = BAJO	5	-	8
3= MEDIO	9	-	12
4 = ALTO	13	-	16
5=MUY ALTO	17	-	20

ESCALA DE DIMENSION EMPATIA:

1 = MUY BAJO	0	-	5
2 = BAJO	6	-	10
3= MEDIO	11	-	15
4 = ALTO	16	-	20
5=MUY ALTO	21	-	25

ESCALA GENERAL DE LA VARIABLE 2: SATISFACCION DE LOS USUARIOS DE HIDRANDINA.

1 = MUY BAJO	0	-	18
2 = BAJO	19	-	36
3= MEDIO	37	-	54
4 = ALTO	55	-	72
5=MUY ALTO	73	-	90

ESCALA DE DIMENSION RENDIMIENTO PERCIBIDO:

1 = MUY BAJO	0	-	4
2 = BAJO	5	-	8
3= MEDIO	9	-	12
4 = ALTO	13	-	16
5=MUY ALTO	17	-	20

ESCALA DE DIMENSION CALIDAD TECNICA PERCIBIDA:

1 = MUY BAJO	0	-	4
2 = BAJO	5	-	8
3= MEDIO	9	-	12
4 = ALTO	13	-	16
5=MUY ALTO	17	-	20

ESCALA DE DIMENSION CONFIANZA:

1 = MUY BAJO	0	-	5
2 = BAJO	6	-	10
3= MEDIO	11	-	15
4 = ALTO	16	-	20
5=MUY ALTO	21	-	25

ESCALA DE DIMENSION EXPECTATIVAS CUMPLIDAS:

1 = MUY BAJO	0	-	5
2 = BAJO	6	-	10
3= MEDIO	11	-	15
4 = ALTO	16	-	20
5=MUY ALTO	21	-	25

ANEXO N° 02: Confiabilidad de los Instrumentos

VARIABLE 1: CALIDAD DEL SERVICIO

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	5	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	5	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,888	,885	22

Estadísticas de elemento

	Media	Desviación estándar	N
P10	3,2000	,44721	5
P11	3,2000	,44721	5
P12	3,4000	,54772	5
P13	3,2000	,44721	5
P1	3,6000	,54772	5
P2	3,6000	,54772	5
P3	3,8000	,44721	5
P4	3,6000	,54772	5
P5	3,4000	,54772	5
P6	3,8000	,44721	5
P7	3,6000	,54772	5
P8	3,2000	,44721	5
P9	3,6000	,54772	5
P14	3,2000	,44721	5
P15	3,2000	,44721	5
P16	3,2000	,44721	5
P17	3,2000	,44721	5
P18	3,6000	,54772	5
P19	3,4000	,54772	5
P20	3,6000	,54772	5
P21	3,2000	,44721	5
P22	3,2000	,44721	5

Correlación entre elementos entre elementos

	P10	P11	P12	P13	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22
P10	1,000	1,000	,612	1,000	,408	,408	,250	,408	,612	,250	-,612	-,250	,408	-,250	-,250	-,250	-,250	,408	,612	,408	1,000	1,000
P11	1,000	1,000	,612	1,000	,408	,408	,250	,408	,612	,250	-,612	-,250	,408	-,250	-,250	-,250	-,250	,408	,612	,408	1,000	1,000
P12	,612	,612	1,000	,612	,667	,667	,408	,667	,167	,408	-,167	-,408	,667	,612	,612	-,408	,612	-,167	,167	-,167	,612	,612
P13	1,000	1,000	,612	1,000	,408	,408	,250	,408	,612	,250	-,612	-,250	,408	-,250	-,250	-,250	-,250	,408	,612	,408	1,000	1,000
P1	,408	,408	,667	,408	1,000	,167	,612	1,000	,667	,612	,167	,408	1,000	,408	,408	-,612	,408	,167	,667	,167	,408	,408
P2	,408	,408	,667	,408	,167	1,000	,612	,167	-,167	,612	,167	-,612	,167	,408	,408	,408	,408	,167	-,167	,167	,408	,408
P3	,250	,250	,408	,250	,612	,612	1,000	,612	,408	1,000	,612	,250	,612	,250	,250	,250	,250	,612	,408	,612	,250	,250
P4	,408	,408	,667	,408	1,000	,167	,612	1,000	,667	,612	,167	,408	1,000	,408	,408	-,612	,408	,167	,667	,167	,408	,408
P5	,612	,612	,167	,612	,667	-,167	,408	,667	1,000	,408	-,167	,612	,667	-,408	-,408	-,408	-,408	,667	1,000	,667	,612	,612
P6	,250	,250	,408	,250	,612	,612	1,000	,612	,408	1,000	,612	,250	,612	,250	,250	,250	,250	,612	,408	,612	,250	,250
P7	-,612	-,612	-,167	-,612	,167	,167	,612	,167	-,167	,612	1,000	,408	,167	,408	,408	,408	,408	,167	-,167	,167	-,612	-,612
P8	-,250	-,250	-,408	-,250	,408	-,612	,250	,408	,612	,250	,408	1,000	,408	-,250	-,250	-,250	-,250	,408	,612	,408	-,250	-,250
P9	,408	,408	,667	,408	1,000	,167	,612	1,000	,667	,612	,167	,408	1,000	,408	,408	-,612	,408	,167	,667	,167	,408	,408
P14	-,250	-,250	,612	-,250	,408	,408	,250	,408	-,408	,250	,408	-,250	,408	1,000	1,000	-,250	1,000	-,612	-,408	-,612	-,250	-,250
P15	-,250	-,250	,612	-,250	,408	,408	,250	,408	-,408	,250	,408	-,250	,408	1,000	1,000	-,250	1,000	-,612	-,408	-,612	-,250	-,250
P16	-,250	-,250	-,408	-,250	-,612	,408	,250	-,612	-,408	,250	,408	-,250	-,612	-,250	-,250	1,000	-,250	,408	-,408	,408	-,250	-,250
P17	-,250	-,250	,612	-,250	,408	,408	,250	,408	-,408	,250	,408	-,250	,408	1,000	1,000	-,250	1,000	-,612	-,408	-,612	-,250	-,250
P18	,408	,408	-,167	,408	,167	,167	,612	,167	,667	,612	,167	,408	,167	-,612	-,612	,408	-,612	1,000	,667	1,000	,408	,408
P19	,612	,612	,167	,612	,667	-,167	,408	,667	1,000	,408	-,167	,612	,667	-,408	-,408	-,408	-,408	,667	1,000	,667	,612	,612
P20	,408	,408	-,167	,408	,167	,167	,612	,167	,667	,612	,167	,408	,167	-,612	-,612	,408	-,612	1,000	,667	1,000	,408	,408
P21	1,000	1,000	,612	1,000	,408	,408	,250	,408	,612	,250	-,612	-,250	,408	-,250	-,250	-,250	-,250	,408	,612	,408	1,000	1,000
P22	1,000	1,000	,612	1,000	,408	,408	,250	,408	,612	,250	-,612	-,250	,408	-,250	-,250	-,250	-,250	,408	,612	,408	1,000	1,000

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
P10	71,8000	32,200	,611	.	,880
P11	71,8000	32,200	,611	.	,880
P12	71,6000	31,300	,636	.	,879
P13	71,8000	32,200	,611	.	,880
P1	71,4000	30,300	,813	.	,873
P2	71,4000	32,300	,466	.	,884
P3	71,2000	31,200	,821	.	,875
P4	71,4000	30,300	,813	.	,873
P5	71,6000	31,300	,636	.	,879
P6	71,2000	31,200	,821	.	,875
P7	71,4000	34,800	,062	.	,896
P8	71,8000	34,700	,114	.	,893
P9	71,4000	30,300	,813	.	,873
P14	71,8000	34,700	,114	.	,893
P15	71,8000	34,700	,114	.	,893
P16	71,8000	36,700	-,258	.	,901
P17	71,8000	34,700	,114	.	,893
P18	71,4000	32,300	,466	.	,884
P19	71,6000	31,300	,636	.	,879
P20	71,4000	32,300	,466	.	,884
P21	71,8000	32,200	,611	.	,880
P22	71,8000	32,200	,611	.	,880

Estadísticas de escala

Media	Varianza	Desviación estándar	N de elementos
75,0000	35,500	5,95819	22

DIMENSION: ELEMENTOS TANGIBLES

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	5	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	5	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,813	,819	5

Estadísticas de elemento

	Media	Desviación estándar	N
P1	3,6000	,54772	5
P2	3,6000	,54772	5
P3	3,8000	,44721	5
P4	3,6000	,54772	5
P5	3,4000	,54772	5

Correlación entre elementos entre elementos

	P1	P2	P3	P4	P5
P1	1,000	,167	,612	1,000	,667
P2	,167	1,000	,612	,167	-,167
P3	,612	,612	1,000	,612	,408
P4	1,000	,167	,612	1,000	,667
P5	,667	-,167	,408	,667	1,000

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
P1	14,4000	2,300	,843	.	,696
P2	14,4000	3,300	,201	.	,889
P3	14,2000	2,700	,748	.	,741
P4	14,4000	2,300	,843	.	,696
P5	14,6000	2,800	,491	.	,810

Estadísticas de escala

Media	Varianza	Desviación estándar	N de elementos
18,0000	4,000	2,00000	5

DIMENSION: FIABILIDAD

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	5	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	5	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,727	,735	4

Estadísticas de elemento

	Media	Desviación estándar	N
P6	3,8000	,44721	5
P7	3,6000	,54772	5
P8	3,2000	,44721	5
P9	3,6000	,54772	5

Correlación entre elementos entre elementos

	P6	P7	P8	P9
P6	1,000	,612	,250	,612
P7	,612	1,000	,408	,167
P8	,250	,408	1,000	,408
P9	,612	,167	,408	1,000

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
P6	10,4000	1,300	,686	,687	,577
P7	10,6000	1,300	,480	,583	,692
P8	11,0000	1,500	,456	,375	,700
P9	10,6000	1,300	,480	,583	,692

Estadísticas de escala

Media	Varianza	Desviación estándar	N de elementos
14,2000	2,200	1,48324	4

DIMENSION: CAPACIDAD DE RESPUESTA

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	5	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	5	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,933	,943	4

Estadísticas de elemento

	Media	Desviación estándar	N
P10	3,2000	,44721	5
P11	3,2000	,44721	5
P12	3,4000	,54772	5
P13	3,2000	,44721	5

Correlación entre elementos entre elementos

	P10	P11	P12	P13
P10	1,000	1,000	,612	1,000
P11	1,000	1,000	,612	1,000
P12	,612	,612	1,000	,612
P13	1,000	1,000	,612	1,000

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
P10	9,8000	1,700	,943	.	,882
P11	9,8000	1,700	,943	.	,882
P12	9,6000	1,800	,612	.	1,000
P13	9,8000	1,700	,943	.	,882

Estadísticas de escala

Media	Varianza	Desviación estándar	N de elementos
13,0000	3,000	1,73205	4

DIMENSION: SEGURIDAD

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	5	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	5	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,706	,706	4

Estadísticas de elemento

	Media	Desviación estándar	N
P14	3,2000	,44721	5
P15	3,2000	,44721	5
P16	3,2000	,44721	5
P17	3,2000	,44721	5

Correlación entre elementos entre elementos

	P14	P15	P16	P17
P14	1,000	1,000	-,250	1,000
P15	1,000	1,000	-,250	1,000
P16	-,250	-,250	1,000	-,250
P17	1,000	1,000	-,250	1,000

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
P14	9,6000	,800	,875	.	,375
P15	9,6000	,800	,875	.	,375
P16	9,6000	1,800	-,250	.	1,000
P17	9,6000	,800	,875	.	,375

DIMENSION: EMPATIA

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	5	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	5	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,889	,890	5

Estadísticas de elemento

	Media	Desviación estándar	N
P18	3,6000	,54772	5
P19	3,4000	,54772	5
P20	3,6000	,54772	5
P21	3,2000	,44721	5
P22	3,2000	,44721	5

Correlación entre elementos entre elementos

	P18	P19	P20	P21	P22
P18	1,000	,667	1,000	,408	,408
P19	,667	1,000	,667	,612	,612
P20	1,000	,667	1,000	,408	,408
P21	,408	,612	,408	1,000	1,000
P22	,408	,612	,408	1,000	1,000

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
P18	13,4000	2,800	,764	.	,857
P19	13,6000	2,800	,764	.	,857
P20	13,4000	2,800	,764	.	,857
P21	13,8000	3,200	,687	.	,875
P22	13,8000	3,200	,687	.	,875

Estadísticas de escala

Media	Varianza	Desviación estándar	N de elementos
17,0000	4,500	2,12132	5

VARIABLE 1: SATISFACCION DE LOS USUARIOS

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	5	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	5	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,917	,914	18

Estadísticas de elemento

	Media	Desviación estándar	N
P5	3,4000	,54772	5
P6	3,4000	,54772	5
P7	3,2000	,44721	5
P8	3,2000	,44721	5
P1	3,2000	,44721	5
P2	3,2000	,44721	5
P3	3,2000	,44721	5
P4	3,4000	,54772	5
P9	3,4000	,54772	5
P10	3,4000	,54772	5
P11	3,8000	,44721	5
P12	3,2000	,44721	5
P13	3,8000	,44721	5
P14	3,2000	,44721	5
P15	3,2000	,44721	5
P16	3,2000	,44721	5
P17	3,2000	,44721	5
P18	3,2000	,44721	5

Correlación entre elementos entre elementos

	P5	P6	P7	P8	P1	P2	P3	P4	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18
P5	1,000	,167	,612	,612	-,408	-,408	-,408	,167	,167	,167	-,612	,612	-,612	,612	,612	,612	,612	-,408
P6	,167	1,000	,612	,612	,612	,612	,612	1,000	1,000	1,000	,408	,612	,408	,612	,612	,612	,612	-,408
P7	,612	,612	1,000	1,000	-,250	-,250	-,250	,612	,612	,612	,250	1,000	,250	1,000	1,000	1,000	1,000	-,250
P8	,612	,612	1,000	1,000	-,250	-,250	-,250	,612	,612	,612	,250	1,000	,250	1,000	1,000	1,000	1,000	-,250
P1	-,408	,612	-,250	-,250	1,000	1,000	1,000	,612	,612	,612	,250	-,250	,250	-,250	-,250	-,250	-,250	-,250
P2	-,408	,612	-,250	-,250	1,000	1,000	1,000	,612	,612	,612	,250	-,250	,250	-,250	-,250	-,250	-,250	-,250
P3	-,408	,612	-,250	-,250	1,000	1,000	1,000	,612	,612	,612	,250	-,250	,250	-,250	-,250	-,250	-,250	-,250
P4	,167	1,000	,612	,612	,612	,612	,612	1,000	1,000	1,000	,408	,612	,408	,612	,612	,612	,612	-,408
P9	,167	1,000	,612	,612	,612	,612	,612	1,000	1,000	1,000	,408	,612	,408	,612	,612	,612	,612	-,408
P10	,167	1,000	,612	,612	,612	,612	,612	1,000	1,000	1,000	,408	,612	,408	,612	,612	,612	,612	-,408
P11	-,612	,408	,250	,250	,250	,250	,250	,408	,408	,408	1,000	,250	1,000	,250	,250	,250	,250	,250
P12	,612	,612	1,000	1,000	-,250	-,250	-,250	,612	,612	,612	,250	1,000	,250	1,000	1,000	1,000	1,000	-,250
P13	-,612	,408	,250	,250	,250	,250	,250	,408	,408	,408	1,000	,250	1,000	,250	,250	,250	,250	,250
P14	,612	,612	1,000	1,000	-,250	-,250	-,250	,612	,612	,612	,250	1,000	,250	1,000	1,000	1,000	1,000	-,250
P15	,612	,612	1,000	1,000	-,250	-,250	-,250	,612	,612	,612	,250	1,000	,250	1,000	1,000	1,000	1,000	-,250
P16	,612	,612	1,000	1,000	-,250	-,250	-,250	,612	,612	,612	,250	1,000	,250	1,000	1,000	1,000	1,000	-,250
P17	,612	,612	1,000	1,000	-,250	-,250	-,250	,612	,612	,612	,250	1,000	,250	1,000	1,000	1,000	1,000	-,250
P18	-,408	-,408	-,250	-,250	-,250	-,250	-,250	-,408	-,408	-,408	,250	-,250	,250	-,250	-,250	-,250	-,250	1,000

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
P5	56,4000	29,300	,186	.	,925
P6	56,4000	25,300	,926	.	,903
P7	56,6000	26,800	,799	.	,908
P8	56,6000	26,800	,799	.	,908
P1	56,6000	29,300	,248	.	,921
P2	56,6000	29,300	,248	.	,921
P3	56,6000	29,300	,248	.	,921
P4	56,4000	25,300	,926	.	,903
P9	56,4000	25,300	,926	.	,903
P10	56,4000	25,300	,926	.	,903
P11	56,0000	28,500	,419	.	,917
P12	56,6000	26,800	,799	.	,908
P13	56,0000	28,500	,419	.	,917
P14	56,6000	26,800	,799	.	,908
P15	56,6000	26,800	,799	.	,908
P16	56,6000	26,800	,799	.	,908
P17	56,6000	26,800	,799	.	,908
P18	56,6000	32,300	-,354	.	,934

Estadísticas de escala

Media	Varianza	Desviación estándar	N de elementos
59,8000	30,700	5,54076	18

DIMENSION: RENDIMIENTO PERCIBIDO

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	5	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	5	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,933	,943	4

Estadísticas de elemento

	Media	Desviación estándar	N
P1	3,2000	,44721	5
P2	3,2000	,44721	5
P3	3,2000	,44721	5
P4	3,4000	,54772	5

Correlación entre elementos entre elementos

	P1	P2	P3	P4
P1	1,000	1,000	1,000	,612
P2	1,000	1,000	1,000	,612
P3	1,000	1,000	1,000	,612
P4	,612	,612	,612	1,000

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
P1	9,8000	1,700	,943	.	,882
P2	9,8000	1,700	,943	.	,882
P3	9,8000	1,700	,943	.	,882
P4	9,6000	1,800	,612	.	1,000

Estadísticas de escala

Media	Varianza	Desviación estándar	N de elementos
13,0000	3,000	1,73205	4

DIMENSION: CALIDAD TECNICA PERCIBIDA

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	5	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	5	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,840	,859	4

Estadísticas de elemento

	Media	Desviación estándar	N
P5	3,4000	,54772	5
P6	3,4000	,54772	5
P7	3,2000	,44721	5
P8	3,2000	,44721	5

Correlación entre elementos entre elementos

	P5	P6	P7	P8
P5	1,000	,167	,612	,612
P6	,167	1,000	,612	,612
P7	,612	,612	1,000	1,000
P8	,612	,612	1,000	1,000

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
P5	9,8000	1,700	,490	.	,882
P6	9,8000	1,700	,490	.	,882
P7	10,0000	1,500	,913	.	,700
P8	10,0000	1,500	,913	.	,700

Estadísticas de escala

Media	Varianza	Desviación estándar	N de elementos
13,2000	2,700	1,64317	4

DIMENSION: CONFIANZA

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	5	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	5	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,855	,852	5

Estadísticas de elemento

	Media	Desviación estándar	N
P9	3,4000	,54772	5
P10	3,4000	,54772	5
P11	3,8000	,44721	5
P12	3,2000	,44721	5
P13	3,8000	,44721	5

Correlación entre elementos entre elementos

	P9	P10	P11	P12	P13
P9	1,000	1,000	,408	,612	,408
P10	1,000	1,000	,408	,612	,408
P11	,408	,408	1,000	,250	1,000
P12	,612	,612	,250	1,000	,250
P13	,408	,408	1,000	,250	1,000

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
P9	14,2000	2,200	,800	.	,788
P10	14,2000	2,200	,800	.	,788
P11	13,8000	2,700	,612	.	,840
P12	14,4000	2,800	,535	.	,857
P13	13,8000	2,700	,612	.	,840

Estadísticas de escala

Media	Varianza	Desviación estándar	N de elementos
17,6000	3,800	1,94936	5

DIMENSION: EXPECTATIVAS CUMPLIDAS

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	5	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	5	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,833	,833	5

Estadísticas de elemento

	Media	Desviación estándar	N
P14	3,2000	,44721	5
P15	3,2000	,44721	5
P16	3,2000	,44721	5
P17	3,2000	,44721	5
P18	3,2000	,44721	5

Correlación entre elementos entre elementos

	P14	P15	P16	P17	P18
P14	1,000	1,000	1,000	1,000	-,250
P15	1,000	1,000	1,000	1,000	-,250
P16	1,000	1,000	1,000	1,000	-,250
P17	1,000	1,000	1,000	1,000	-,250
P18	-,250	-,250	-,250	-,250	1,000

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
P14	12,8000	1,700	,943	.	,706
P15	12,8000	1,700	,943	.	,706
P16	12,8000	1,700	,943	.	,706
P17	12,8000	1,700	,943	.	,706
P18	12,8000	3,200	-,250	.	1,000

Estadísticas de escala

Media	Varianza	Desviación estándar	N de elementos
16,0000	3,000	1,73205	5

ANEXO N° 03: Matriz de consistencia

Fuente: Elaboración Propia

VARIABLES	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	N°	INDICADORES	ESCALA DE MEDICION
V1: Calidad del servicio	La calidad se define como el "grado en el que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos", entendiéndose por "requisito" a la necesidad o expectativa, la cual es por lo general implícita u obligatoria".	La calidad del servicio de alumbrado público es el grado en que los medios deseables se utilizan para alcanzar las posibles mayores mejoras en el servicio de alumbrado. Para medir el cuestionario, SEVQAL, se utiliza la escala de likert Consta de 22 items.	Elementos tangibles.	1	¿Considera usted que el personal de la empresa Hidrandina realiza un buen trabajo para la atención de las solicitudes de los usuarios del alumbrado público?	Ordinal: 1. Nunca 2. Casi nunca 3. Algunas veces 4. Casi siempre 5. Siempre
				2	¿Considera usted que los vehículos que utiliza la empresa Hidrandina para desplazar a su personal y con el cual presta el servicio de alumbrado público se encuentran en buen estado de conservación?	
				3	¿Considera usted que las calles en su sector se encuentran bien iluminadas?	
				4	¿Considera usted que las instalaciones de alumbrado público de la empresa Hidrandina en su sector, se encuentran en buenas condiciones de conservación?	
				5	¿Considera usted que la empresa Hidrandina utiliza medios de comunicación adecuados para mantener informado a sus usuarios?	
			Fiabilidad.	6	¿La empresa Hidrandina acude a su llamado sin demoras?	
				7	¿La empresa Hidrandina solucionó la avería informada sin demoras?	
				8	¿Siempre que llama al Call Center de la empresa Hidrandina para realizar una solicitud, ingresa su llamada sin dificultad?	
				9	¿El personal del Call Center de la empresa Hidrandina tomo rápido su solicitud para que el personal técnico acuda a atender la avería reportada lo antes posible?	
			Capacidad de respuesta.	10	¿Considera usted que la empresa Hidrandina se encuentra capacitada para mantener un nivel de iluminación bueno en las calles?	
				11	¿Considera usted que la empresa Hidrandina se encuentra capacitada para atenderlo rápida y eficazmente?	
				12	¿Considera usted que el personal de Call Center de la empresa Hidrandina se encuentra capacitado para atender al público de manera correcta y amable?	
				13	¿Considera usted que el personal técnico de la empresa Hidrandina se encuentra capacitada reparar los defectos de manera correcta y eficaz?	
			Seguridad.	14	¿Considera usted que la empresa Hidrandina se preocupa por mantener una buena iluminación de las calles?	
				15	¿Considera usted que la empresa Hidrandina se esfuerza para mantener seguras sus instalaciones para evitar daños a sus usuarios?	
				16	¿Considera usted que la empresa Hidrandina toma todas las medidas de seguridad para no causar daños durante la ejecución de los trabajos del servicio?	
				17	¿Considera usted que el personal técnico de la empresa Hidrandina es competente en su labor y realizará su trabajo con seguridad para no causar daños?	
			Empatía.	18	¿El personal de Call Center de Hidrandina, tiene un trato amable con usted cada vez que realiza una llamada telefónica?	
				19	¿Cree usted que la empresa Hidrandina se preocupa por conocer su opinión sobre el servicio para mejorarlo?	
				20	¿Considera usted que el personal técnico realiza un buen trabajo y demuestra honestidad en su labor?	
				21	¿Considera que el personal del módulo de atención de Hidrandina, lo atiende de manera amable y se preocupa por absolver todas sus preguntas?	
				22	¿Considera que Hidrandina se esfuerza cada día más por brindarle un mejor servicio?	

VARIABLES	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	N°	INDICADORES	ESCALA DE MEDICION
V2: Satisfacción del usuario	Es aquella sensación que el individuo experimenta al lograr el restablecimiento del equilibrio entre una necesidad o grupo de necesidades y el objeto de los fines que las reducen. Es decir, satisfacción es la sensación del término relativo de una motivación que busca sus objetivos. (Ardouin, J., Bustos, C., Gayó, R. & Jarpa, M., 2000)	Es la percepción de los usuarios sobre la calidad del servicio de alumbrado público que brinda la empresa Hidrandina. El cuestionario se mide con la escala de Likert. Consta de 19 items	Rendimiento percibido.	1	¿Considera usted que el monto que paga mensualmente por el servicio de alumbrado público es el adecuado?	Ordinal: 1. Nunca 2. Casi nunca 3. Algunas veces 4. Casi siempre 5. Siempre
				2	¿Considera usted que en líneas generales, el personal del Call Center tiene un buen desempeño en sus labores?	
				3	¿Considera usted que el personal técnico que realiza sus labores en las vías públicas tienen un buen desempeño?	
				4	¿Considera usted que Hidrandina realiza buenos trabajos de reparación de averías ya que no se vuelven a repetir en al menos 6 meses?	
			Calidad técnica percibida	5	¿Confía usted que Hidrandina actuará de manera correcta y justa ante una solicitud de reclamo del usuario?	4. Casi siempre 5. Siempre
				6	¿Considera usted que Hidrandina se encuentra capacitada para brindar el servicio de alumbrado público?	
				7	¿Se encuentra conforme con el servicio de alumbrado público que le brinda Hidrandina?	
				8	¿Confía usted que cada vez que solicite el servicio de alumbrado público, Hidrandina acudirá y le solucionara lo que solicite?	
			Confianza	9	¿Recomendaría a la empresa Hidrandina para que brinde el servicio de alumbrado público en otros lugares?	
				10	¿Considera usted buenos los medios de comunicación entre el usuario e Hidrandina para realizar una solicitud del servicio?	
				11	¿Considera usted que Hidrandina se encuentra bien organizada para brindar el servicio de alumbrado público?	
				12	¿Considera usted que el personal técnico realiza buenos trabajos de reparación en el servicio de alumbrado público?	
				13	¿Considera usted que Hidrandina realiza buenos trabajos de reparación en el servicio de alumbrado público?	
			Expectativas cumplidas.	14	¿Considera usted que la empresa Hidrandina cumple con los tiempos de atención de las solicitudes los usuarios conforme lo publicitado?	
				15	¿Considera usted que el nivel de iluminación del alumbrado público en su zona es igual o superior al ofrecido por Hidrandina en su publicidad?	
				16	¿Considera usted que los medios de comunicación que tiene Hidrandina para con sus usuarios cumplen su objetivo y son fáciles de utilizar conforme lo publicitado?	
				17	¿Considera usted que la atención del personal del Call Center es buena tal como lo publicidad Hidrandina?	
				18	¿Cree usted que Hidrandina ha cumplido con informarle correctamente sobre el servicio de alumbrado público que le brinda conforme lo publicitado?	

ANEXO N° 04: Validación de los instrumentos

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

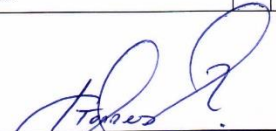
Título del proyecto: "La calidad del servicio de alumbrado público y su relación en la satisfacción de los usuarios de la empresa Hidrandina de la ciudad de Trujillo, II semestre 2017"

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	OPCIONES DE RESPUESTA			CRITERIOS DE EVALUACION								OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES		
				CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA	Relación entre la variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el ítem		Relación entre el ítem y la opción de respuesta				
							SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO			
CALIDAD DEL SERVICIO	ELEMENTOS TANGIBLES	¿Considera usted que el personal de la empresa Hidrandina realiza un buen trabajo para la atención de las solicitudes de los usuarios del alumbrado público?	<p>Elementos tangibles. Según Alvarado (2006) los elementos tangibles son la representación física del servicio, la apariencia de las instalaciones físicas, el equipo, el personal y los materiales de comunicación. Zeithman y Bitner (2002) definen como elementos tangibles a la apariencia de las instalaciones físicas, del equipo, del personal y de los materiales de comunicación. Todos ellos transmiten representaciones físicas o imágenes del servicio, que los clientes utilizan en particular, para evaluar la calidad.</p>	✓			✓			✓			✓				
		¿Considera usted que los vehículos que utiliza la empresa Hidrandina para desplazar a su personal y con el cual presta el servicio de alumbrado público se encuentran en buen estado de conservación?		✓			✓			✓			✓				
		¿Considera usted que las calles en su sector se encuentran bien iluminadas?		✓			✓			✓			✓				
		¿Considera usted que las instalaciones de alumbrado público de la empresa Hidrandina en su sector, se encuentran en buenas condiciones de conservación?		✓			✓			✓			✓				
		¿Considera usted que la empresa Hidrandina utiliza medios de comunicación adecuados para mantener informado a sus usuarios?		✓			✓			✓			✓				

CAPACIDAD DE RESPUESTA	¿La empresa Hidrandina acude a su llamado sin demoras?	<p>Capacidad de respuesta.</p> <p>La capacidad de respuesta es percibida como la disposición para ayudar a los clientes, otra característica de la capacidad de respuesta es el servicio rápido a los clientes.</p> <p>Duque (2005), se refiere a que se debe suministrar el servicio rápido a los clientes, es decir según Hernández (2012) la respuesta se traduce en proveer de un servicio rápido.</p>	✓	✓	✓	✓	✓		
	¿La empresa Hidrandina solucionó la avería informada sin demoras?		✓	✓	✓	✓	✓		
	¿Siempre que llama al Call Center de la empresa Hidrandina para realizar una solicitud, ingresa su llamada sin dificultad?		✓	✓	✓	✓	✓		
	¿El personal del Call Center de la empresa Hidrandina tomo rápido su solicitud para que el personal técnico acuda a atender la avería reportada lo antes posible?		✓	✓	✓	✓	✓		
FIABILIDAD	¿Considera usted que la empresa Hidrandina se encuentra capacitada para mantener un nivel de iluminación bueno en las calles?	<p>Fiabilidad.</p> <p>La fiabilidad se puede referir a la capacidad de cumplir las promesas del servicio y con la exigencia del mercado se desarrolla la habilidad de inspirar confiabilidad.</p>	✓	✓	✓	✓	✓		
	¿Considera usted que la empresa Hidrandina se encuentra capacitada para atenderlo rápida y eficazmente?		✓	✓	✓	✓	✓		
	¿Considera usted que el personal de Call Center de la empresa Hidrandina se encuentra capacitado para atender al público de manera correcta y amable?		✓	✓	✓	✓	✓		
	¿Considera usted que el personal técnico de la empresa Hidrandina se encuentra capacitada reparar los defectos de manera correcta y eficaz?		✓	✓	✓	✓	✓		
SEGURIDAD	¿Considera usted que la empresa Hidrandina se preocupa por mantener una buena iluminación de las calles?	<p>Seguridad.</p> <p>El término seguridad resalta la propiedad de algo donde no se registran peligros, daños ni riesgos. Un producto o servicio seguro es algo firme, veraz e indubitable. En tal sentido, la seguridad puede ser considerado como una certeza.</p>	✓	✓	✓	✓	✓		
	¿Considera usted que la empresa Hidrandina se esfuerza para mantener seguras sus instalaciones para evitar daños a sus usuarios?		✓	✓	✓	✓	✓		
	¿Considera usted que la empresa Hidrandina toma todas las medidas de seguridad para no causar daños durante la ejecución de los trabajos del servicio?		✓	✓	✓	✓	✓		
	¿Considera usted que el personal técnico de la empresa Hidrandina es competente en su labor y realizará su trabajo con seguridad para no causar daños?		✓	✓	✓	✓	✓		

SATISFACCION DE LOS USUARIOS	EMPATIA	¿El personal de Call Center de la empresa Hidrandina, tiene un trato amable con usted cada vez que realiza una llamada telefónica?	Empatía. Es la capacidad del personal de realizar el servicio de manera fiable y correcta; demostrando veracidad y creencia en la honestidad del servicio que se brinda y la probabilidad del buen funcionamiento de algo. La empatía puede ser abordada como un servicio personalizado y también se puede abordar como un trato empático ofrecido hacia el cliente.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
		¿Cree usted que la empresa Hidrandina se preocupa por conocer su opinión sobre el servicio para mejorarlo?		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
		¿Considera usted que el personal técnico realiza un buen trabajo y demuestra honestidad en su labor?		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
		¿Considera usted que el personal del módulo de atención de la empresa Hidrandina, lo atiende de manera amable y se preocupa por absolver todas sus preguntas?		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
		¿Considera usted que la empresa Hidrandina se esfuerza cada día más por brindarle un mejor servicio?		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
	RENDIMIENTO PERCIBIDO	¿Considera usted que el monto que paga mensualmente por el servicio de alumbrado público es el adecuado?	Rendimiento percibido. El rendimiento percibido se estudia mediante el valor del producto o servicio recibido por el cliente y también se determina como resultado. Así Caldera, Pirela, y Ortega (2011) indica que el rendimiento percibido es el desempeño (en cuanto a la entrega de valor) que el cliente considera haber recibido luego de adquirir un producto o servicio.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
		¿Considera usted que en líneas generales, el personal del Call Center de la empresa Hidrandina tiene un buen desempeño en sus labores?		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
		¿Considera usted que el personal técnico de la empresa Hidrandina que realiza sus labores en las vías públicas tienen un buen desempeño?		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
		¿Considera usted que la empresa Hidrandina realiza buenos trabajos de reparación de averías ya que no se vuelven a repetir en al menos 6 meses?		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
		¿Confía usted que la empresa Hidrandina actuará de manera correcta y justa ante una solicitud de reclamo del usuario?		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
		¿Considera usted que la empresa Hidrandina se encuentra capacitada para brindar el servicio de alumbrado público?		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
CONFIANZA	¿Considera usted en que el servicio de alumbrado público que le brinda la empresa Hidrandina ayuda a mejorar la sensación de seguridad pública en su zona?	Confianza. Es la variable de rendimiento del índice de satisfacción; se mide en función del nivel de satisfacción alcanzado en este índice, la percepción del cliente de la capacidad de la empresa de prestar un buen servicio en el futuro y retener a sus clientes y determina el grado en que sus clientes hablarán bien del servicio prestado; es decir, la intención de los clientes de recomendar el servicio a otras personas.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>			
	¿Confía usted que cada vez que solicite el servicio de alumbrado público, Hidrandina acudirá y le solucionara lo que solicite?		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>			
	¿Recomendaría a la empresa Hidrandina para que brinde el servicio de alumbrado público en otros lugares?		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>			
			<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>			

CALIDAD TÉCNICA PERCIBIDA	¿Considera usted buenos los medios de comunicación entre el usuario y la empresa Hidrandina para realizar una solicitud del servicio?		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
	¿Considera usted que la empresa Hidrandina se encuentra bien organizada para brindar el servicio de alumbrado público?		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
	¿Considera usted que el personal técnico de la empresa Hidrandina realiza buenos trabajos de reparación en el servicio de alumbrado público?		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
	¿Considera usted que la empresa Hidrandina realiza buenos trabajos de reparación en el servicio de alumbrado público?		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
EXPECTATIVAS CUMPLIDAS	¿Considera usted que la empresa Hidrandina cumple con los tiempos de atención de las solicitudes los usuarios conforme lo publicitado?	Expectativas cumplidas.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
	¿Considera usted que el nivel de iluminación del alumbrado público en su zona es igual o superior al ofrecido por la empresa Hidrandina en su publicidad?	Las expectativas son aquellas esperanzas que los usuarios esperan conseguir por algo. Las expectativas de los clientes se producen por efecto de una o más de las siguientes cuatro situaciones:	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
	¿Considera usted que los medios de comunicación que tiene la empresa Hidrandina para con sus usuarios cumplen su objetivo y son fáciles de utilizar conforme lo publicitado?	- Las promesas que hace la misma empresa referido a los beneficios que brinda el servicio o del producto.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
	¿Considera usted que la atención del personal del Call Center es buena tal como lo publicita la empresa Hidrandina?	- La experiencia de compras anteriores.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
	¿Cree usted que la empresa Hidrandina ha cumplido con informarle correctamente sobre el servicio de alumbrado público que le brinda conforme lo publicitado?	- Las opiniones de amistades, familiares, conocidos y líderes de opinión.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
		- Las promesas que ofrecen los competidores.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		


 FIRMA DEL EVALUADOR

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: MATRIZ DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO
OBJETIVO: DETERMINAR LA CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO
DIRIGIDO a: ESCUELA DE POST-GRADO DE LA UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO
APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR: Torres Rios Julio Cesar
GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR: MAESTRO EN DIRECCION DE PROYECTOS

VALORACIÓN: De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1 No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1 No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel <input checked="" type="checkbox"/>

OBSERVACIONES



FIRMA DEL EVALUADOR

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS


Título del proyecto: "La calidad del servicio de alumbrado público y su relación en la satisfacción de los usuarios de la empresa Hidrandina de la ciudad de Trujillo, II semestre 2017"

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	OPCIONES DE RESPUESTA			CRITERIOS DE EVALUACION								OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES	
				CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA	Relación entre la variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el ítem		Relación entre el ítem y la opción de respuesta			
							SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO		
CALIDAD DEL SERVICIO	ELEMENTOS TANGIBLES	¿Considera usted que el personal de la empresa Hidrandina realiza un buen trabajo para la atención de las solicitudes de los usuarios del alumbrado público?	<p>Elementos tangibles. Según Alvarado (2006) los elementos tangibles son la representación física del servicio, la apariencia de las instalaciones físicas, el equipo, el personal y los materiales de comunicación. Zeithman y Bitner (2002) definen como elementos tangibles a la apariencia de las instalaciones físicas, del equipo, del personal y de los materiales de comunicación. Todos ellos transmiten representaciones físicas o imágenes del servicio, que los clientes utilizan en particular, para evaluar la calidad.</p>		✓		✓		✓		✓		✓			
		¿Considera usted que los vehículos que utiliza la empresa Hidrandina para desplazar a su personal y con el cual presta el servicio de alumbrado público se encuentran en buen estado de conservación?			✓		✓		✓		✓		✓			
		¿Considera usted que las calles en su sector se encuentran bien iluminadas?			✓		✓		✓		✓		✓			
		¿Considera usted que las instalaciones de alumbrado público de la empresa Hidrandina en su sector, se encuentran en buenas condiciones de conservación?			✓		✓		✓		✓		✓			
		¿Considera usted que la empresa Hidrandina utiliza medios de comunicación adecuados para mantener informado a sus usuarios?			✓		✓		✓		✓		✓			

CAPACIDAD DE RESPUESTA	¿La empresa Hidrandina acude a su llamado sin demoras?	Capacidad de respuesta. La capacidad de respuesta es percibida como la disposición para ayudar a los clientes, otra característica de la capacidad de respuesta es el servicio rápido a los clientes. Duque (2005), se refiere a que se debe suministrar el servicio rápido a los clientes, es decir según Hernández (2012) la respuesta se traduce en proveer de un servicio rápido.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
	¿La empresa Hidrandina solucionó la avería informada sin demoras?		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
	¿Siempre que llama al Call Center de la empresa Hidrandina para realizar una solicitud, ingresa su llamada sin dificultad?		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	¿El personal del Call Center de la empresa Hidrandina tomó rápido su solicitud para que el personal técnico acuda a atender la avería reportada lo antes posible?		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
FIABILIDAD	¿Considera usted que la empresa Hidrandina se encuentra capacitada para mantener un nivel de iluminación bueno en las calles?	Fiabilidad. La fiabilidad se puede referir a la capacidad de cumplir las promesas del servicio y con la exigencia del mercado se desarrolla la habilidad de inspirar confiabilidad.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
	¿Considera usted que la empresa Hidrandina se encuentra capacitada para atenderlo rápida y eficazmente?		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
	¿Considera usted que el personal de Call Center de la empresa Hidrandina se encuentra capacitado para atender al público de manera correcta y amable?		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	¿Considera usted que el personal técnico de la empresa Hidrandina se encuentra capacitada reparar los defectos de manera correcta y eficaz?		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
SEGURIDAD	¿Considera usted que la empresa Hidrandina se preocupa por mantener una buena iluminación de las calles?	Seguridad. El término seguridad resalta la propiedad de algo donde no se registran peligros, daños ni riesgos. Un producto o servicio seguro es algo firme, veraz e indubitable. En tal sentido, la seguridad puede ser considerado como una certeza.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
	¿Considera usted que la empresa Hidrandina se esfuerza para mantener seguras sus instalaciones para evitar daños a sus usuarios?		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
	¿Considera usted que la empresa Hidrandina toma todas las medidas de seguridad para no causar daños durante la ejecución de los trabajos del servicio?		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	¿Considera usted que el personal técnico de la empresa Hidrandina es competente en su labor y realizará su trabajo con seguridad para no causar daños?		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

SATISFACCION DE LOS USUARIOS	EMPATIA	¿El personal de Call Center de la empresa Hidrandina, tiene un trato amable con usted cada vez que realiza una llamada telefónica?	<p>Empatía. Es la capacidad del personal de realizar el servicio de manera fiable y correcta; demostrando veracidad y creencia en la honestidad del servicio que se brinda y la probabilidad del buen funcionamiento de algo. La empatía puede ser abordada como un servicio personalizado y también se puede abordar como un trato empático ofrecido hacia el cliente.</p>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Cree usted que la empresa Hidrandina se preocupa por conocer su opinión sobre el servicio para mejorarlo?		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
		¿Considera usted que el personal técnico realiza un buen trabajo y demuestra honestidad en su labor?		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
		¿Considera usted que el personal del módulo de atención de la empresa Hidrandina, lo atiende de manera amable y se preocupa por absolver todas sus preguntas?		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
		¿Considera usted que la empresa Hidrandina se esfuerza cada día más por brindarle un mejor servicio?		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
	CONFIANZA	RENDIMIENTO PERCIBIDO	¿Considera usted que el monto que paga mensualmente por el servicio de alumbrado público es el adecuado?	<p>Rendimiento percibido. El rendimiento percibido se estudia mediante el valor del producto o servicio recibido por el cliente y también se determina como resultado. Así Caldera, Pirela, y Ortega (2011) indica que el rendimiento percibido es el desempeño (en cuanto a la entrega de valor) que el cliente considera haber recibido luego de adquirir un producto o servicio.</p>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>			
			¿Considera usted que en líneas generales, el personal del Call Center de la empresa Hidrandina tiene un buen desempeño en sus labores?		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
			¿Considera usted que el personal técnico de la empresa Hidrandina que realiza sus labores en las vías públicas tienen un buen desempeño?		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
			¿Considera usted que la empresa Hidrandina realiza buenos trabajos de reparación de averías ya que no se vuelven a repetir en al menos 6 meses?		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
		CONFIANZA	¿Confía usted que la empresa Hidrandina actuará de manera correcta y justa ante una solicitud de reclamo del usuario?		<p>Confianza. Es la variable de rendimiento del índice de satisfacción; se mide en función del nivel de satisfacción alcanzado en este índice, la percepción del cliente de la capacidad de la empresa de prestar un buen servicio en el futuro y retener a sus clientes y determina el grado en que sus clientes hablarán bien del servicio prestado; es decir, la intención de los clientes de recomendar el servicio a otras personas.</p>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
			¿Considera usted que la empresa Hidrandina se encuentra capacitada para brindar el servicio de alumbrado público?			<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	¿Considera usted en que el servicio de alumbrado público que le brinda la empresa Hidrandina ayuda a mejorar la sensación de seguridad pública en su zona?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
¿Confía usted que cada vez que solicite el servicio de alumbrado público, Hidrandina acudirá y le solucionará lo que solicite?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>			
¿Recomendaría a la empresa Hidrandina para que brinde el servicio de alumbrado público en otros lugares?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>			

CALIDAD TÉCNICA PERCIBIDA	¿Considera usted buenos los medios de comunicación entre el usuario y la empresa Hidrandina para realizar una solicitud del servicio?	<p>Calidad técnica percibida.</p> <p>Se evalúa las características inherentes del servicio. Es decir, el proceso técnico que cuenta la empresa para atender el servicio tomado por el cliente.</p>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
	¿Considera usted que la empresa Hidrandina se encuentra bien organizada para brindar el servicio de alumbrado público?		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
	¿Considera usted que el personal técnico de la empresa Hidrandina realiza buenos trabajos de reparación en el servicio de alumbrado público?		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	¿Considera usted que la empresa Hidrandina realiza buenos trabajos de reparación en el servicio de alumbrado público?		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
EXPECTATIVAS CUMPLIDAS	¿Considera usted que la empresa Hidrandina cumple con los tiempos de atención de las solicitudes los usuarios conforme lo publicitado?	<p>Expectativas cumplidas.</p> <p>Las expectativas son aquellas esperanzas que los usuarios esperan conseguir por algo. Las expectativas de los clientes se producen por efecto de una o más de las siguientes cuatro situaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Las promesas que hace la misma empresa referido a los beneficios que brinda el servicio o del producto. - La experiencia de compras anteriores. - Las opiniones de amistades, familiares, conocidos y líderes de opinión. - Las promesas que ofrecen los competidores. 	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
	¿Considera usted que el nivel de iluminación del alumbrado público en su zona es igual o superior al ofrecido por la empresa Hidrandina en su publicidad?		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	¿Considera usted que los medios de comunicación que tiene la empresa Hidrandina para con sus usuarios cumplen su objetivo y son fáciles de utilizar conforme lo publicitado?		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	¿Considera usted que la atención del personal del Call Center es buena tal como lo publicita la empresa Hidrandina?		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	¿Cree usted que la empresa Hidrandina ha cumplido con informarle correctamente sobre el servicio de alumbrado público que le brinda conforme lo publicitado?		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>


 FIRMA DEL EVALUADOR

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: MATRIZ DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO
OBJETIVO: DETERMINAR LA CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO
DIRIGIDO a: ESCUELA DE POST-GRADO DE LA UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO
APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR: VALLENTE SALDAÑA YONI MATEO
GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR:

VALORACIÓN: De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1 No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1 No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel <input checked="" type="checkbox"/>

OBSERVACIONES



FIRMA DEL EVALUADOR

ANEXO N° 05: Constancia de aplicación del instrumento



“Año al Buen Servicio al Ciudadano”

Trujillo, 29 de setiembre del 2017

AUTORIZACION PARA REALIZAR TRABAJO DE INVESTIGACION

Mediante el presente documento, se autoriza al Sr. Leonardo Martín Lama Lima identificado con DNI 08138289, estudiante de Post-Grado de la Universidad César Vallejo, a realizar su trabajo de investigación con fines académicos, denominado “La calidad del servicio de alumbrado público y su relación en la satisfacción de los usuarios de la empresa Hidrandina de la Ciudad de Trujillo, II Semestre 2017”.

Ing. Manuel Campos Acevedo
Jefe de la Unidad de Mantenimiento de Distribución
HIDRANDINA S.A.

ANEXO N° 06: Otras evidencias
TABLAS Y PREGUNTAS POR PREGUNTAS

Variable 1: Calidad del servicio de alumbrado público

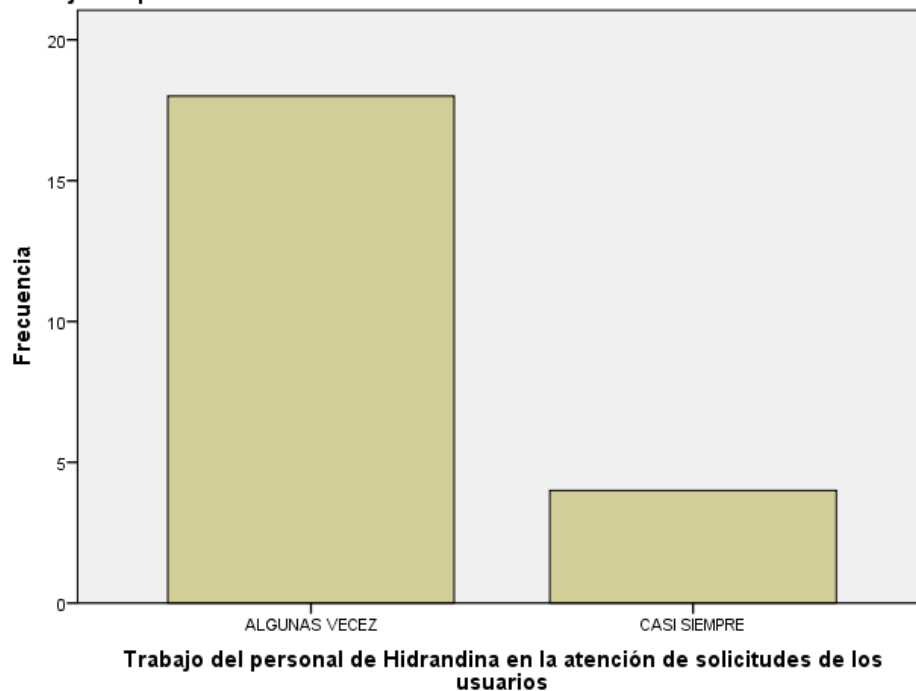
Dimensión: Elementos tangibles

P.1 ¿Considera usted que el personal de la empresa Hidrandina realiza un buen trabajo para la atención de las solicitudes de los usuarios de alumbrado público?

Trabajo del personal de Hidrandina en la atención de solicitudes de los usuarios

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido ALGUNAS VECEZ	18	81,8	81,8	81,8
CASI SIEMPRE	4	18,2	18,2	100,0
Total	22	100,0	100,0	

Trabajo del personal de Hidrandina en la atención de solicitudes de los usuarios



Interpretación:

Con respecto a la pregunta: ¿el personal de la empresa Hidrandina realiza un buen trabajo para la atención de las solicitudes de los usuarios de alumbrado público?, respondieron algunas veces el 81.80 % (18 usuarios); y casi siempre el 18.20 % (4 usuarios).

P.2 ¿Considera usted que los vehículos que utiliza la empresa Hidrandina para desplazar a su personal y con el cual presta el servicio de alumbrado público se encuentran en buen estado de conservación?

Condiciones de los vehículos con los cuales se presta el servicio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido ALGUNAS VECEZ	13	59,1	59,1	59,1
CASI SIEMPRE	9	40,9	40,9	100,0
Total	22	100,0	100,0	

Condiciones de los vehículos con los cuales se presta el servicio



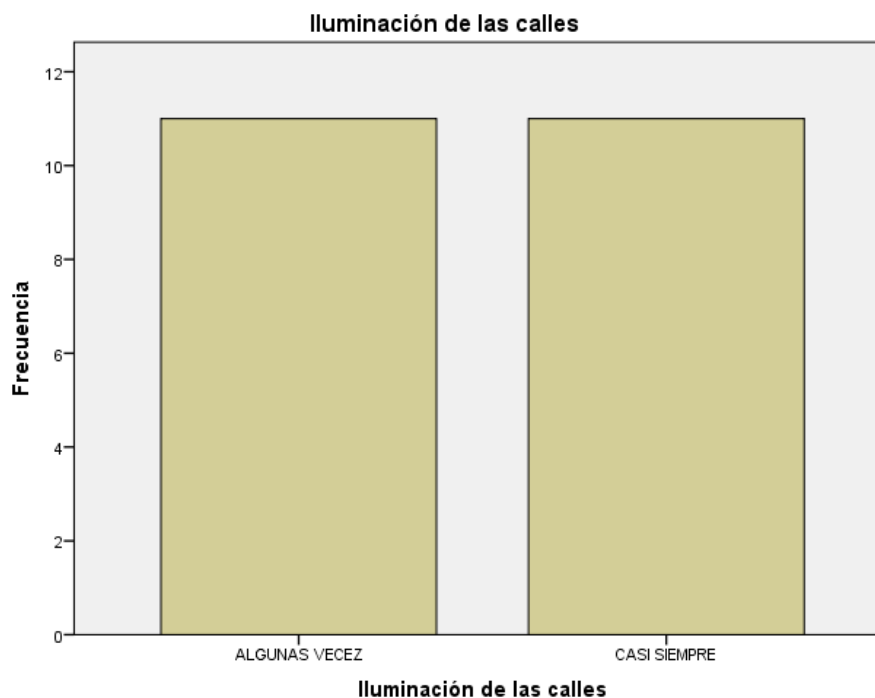
Interpretación:

Con respecto a la pregunta: ¿Considera usted que los vehículos que utiliza la empresa Hidrandina para desplazar a su personal y con el cual presta el servicio de alumbrado público se encuentran en buen estado de conservación?, respondieron algunas veces el 59.10 % (13 usuarios); y casi siempre el 40.90 % (9 usuarios).

P.3 ¿Considera usted que las calles en su sector se encuentran bien iluminadas?

Iluminación de las calles

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	ALGUNAS VECEZ	11	50,0	50,0	50,0
	CASI SIEMPRE	11	50,0	50,0	100,0
	Total	22	100,0	100,0	



Interpretación:

Con respecto a la pregunta: ¿Considera usted que las calles en su sector se encuentran bien iluminadas?, respondieron algunas veces el 50.00 % (11 usuarios); y casi siempre el 50.00 % (11 usuarios).

P.4 ¿Considera usted que las instalaciones de alumbrado público de la empresa Hidrandina en su sector, se encuentran en buenas condiciones de conservación?

Condiciones de las instalaciones de alumbrado público

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido ALGUNAS VECEZ	18	81,8	81,8	81,8
CASI SIEMPRE	4	18,2	18,2	100,0
Total	22	100,0	100,0	



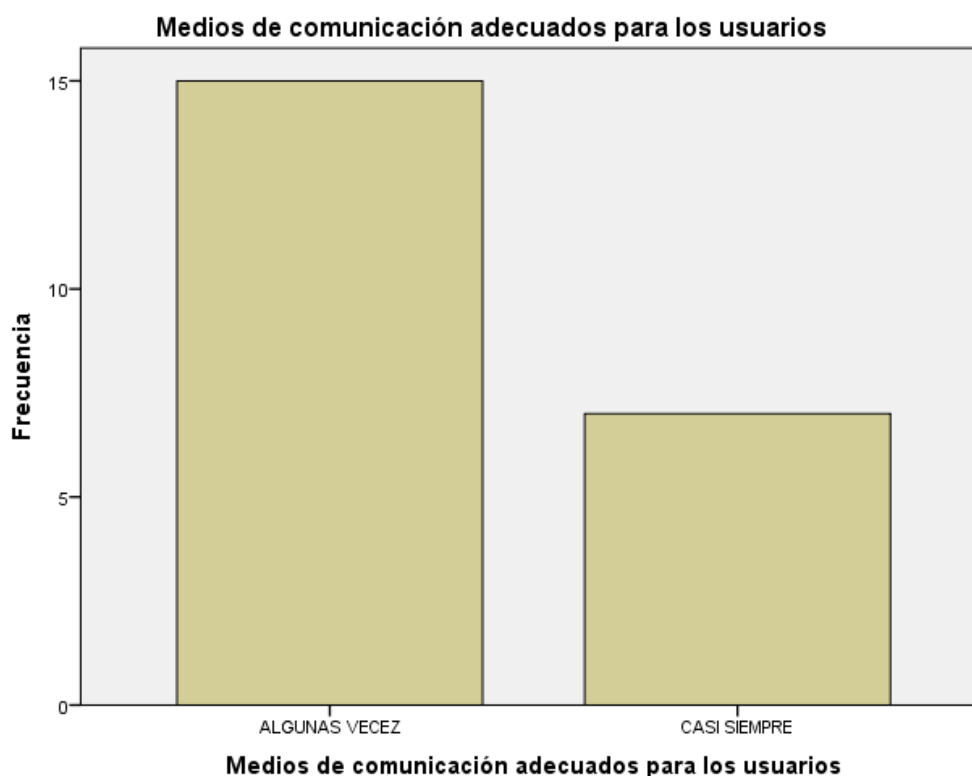
Interpretación:

Con respecto a la pregunta: ¿Considera usted que las instalaciones de alumbrado público de la empresa Hidrandina en su sector, se encuentran en buenas condiciones de conservación?, respondieron algunas veces el 81.80 % (18 usuarios); y casi siempre el 18.20 % (4 usuarios).

P.5 ¿Considera usted que la empresa Hidrandina utiliza medios de comunicación adecuados para mantener informado a sus usuarios?

Medios de comunicación adecuados para los usuarios

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido ALGUNAS VECEZ	15	68,2	68,2	68,2
CASI SIEMPRE	7	31,8	31,8	100,0
Total	22	100,0	100,0	



Interpretación:

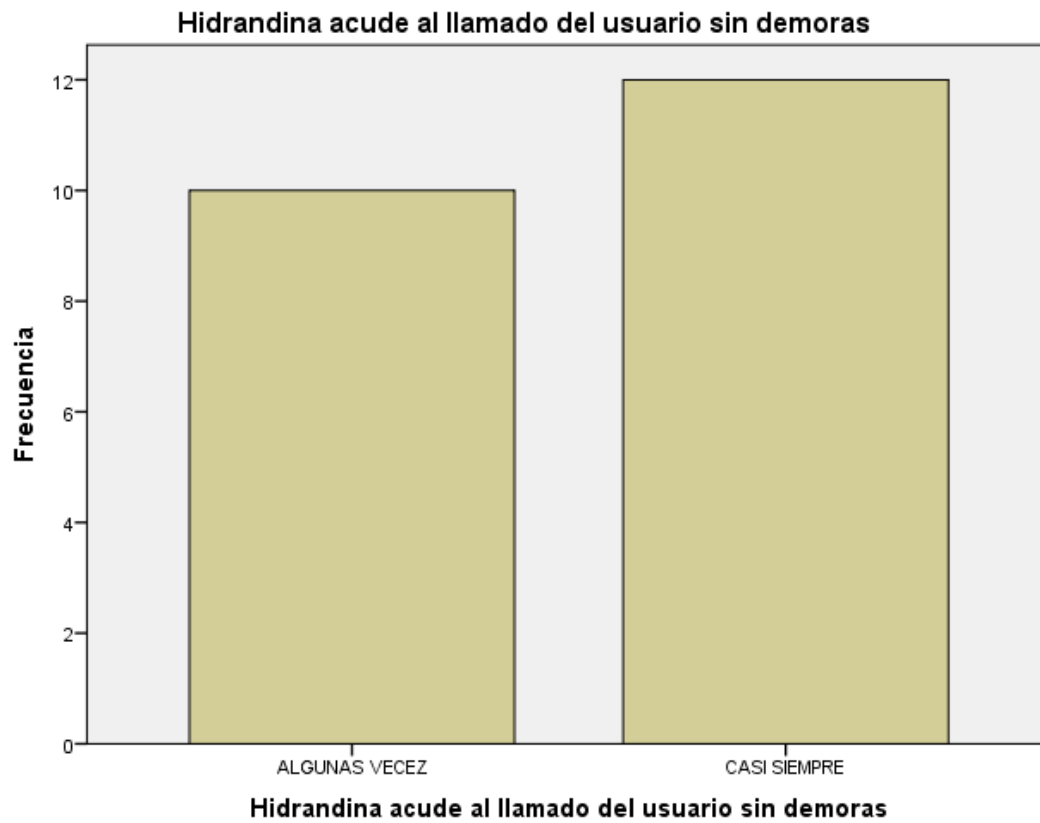
Con respecto a la pregunta: ¿Considera usted que la empresa Hidrandina utiliza medios de comunicación adecuados para mantener informado a sus usuarios?, respondieron algunas veces el 68.20 % (15 usuarios); y casi siempre el 31.80 % (7 usuarios).

Dimensión: Capacidad de respuesta

P.6 ¿La empresa Hidrandina acude a su llamado sin demoras?

Hidrandina acude al llamado del usuario sin demoras

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	ALGUNAS VECEZ	10	45,5	45,5	45,5
	CASI SIEMPRE	12	54,5	54,5	100,0
	Total	22	100,0	100,0	



Interpretación:

Con respecto a la pregunta: ¿La empresa Hidrandina acude a su llamado sin demoras?, respondieron algunas veces el 45.50 % (10 usuarios); y casi siempre el 54.40 % (12 usuarios).

P.7 ¿La empresa Hidrandina solucionó la avería informada sin demoras?

Hidrandina soluciona sin demoras la avería

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido ALGUNAS VECEZ	20	90,9	90,9	90,9
CASI SIEMPRE	2	9,1	9,1	100,0
Total	22	100,0	100,0	



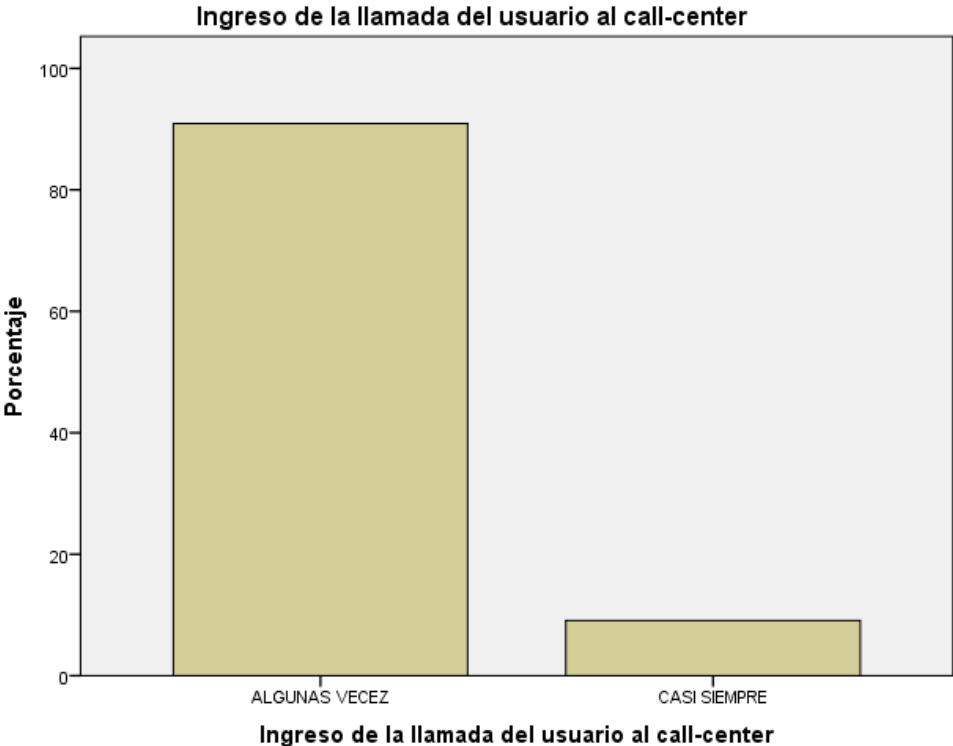
Interpretación:

Con respecto a la pregunta: ¿La empresa Hidrandina solucionó la avería informada sin demoras?, respondieron algunas veces el 90.90 % (20 usuarios); y casi siempre el 9.10 % (2 usuarios).

P.8 ¿Siempre que llama al Call Center de la empresa Hidrandina para realizar una solicitud, ingresa su llamada sin dificultad?

Ingreso de la llamada del usuario al call-center

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido ALGUNAS VECEZ	20	90,9	90,9	90,9
CASI SIEMPRE	2	9,1	9,1	100,0
Total	22	100,0	100,0	



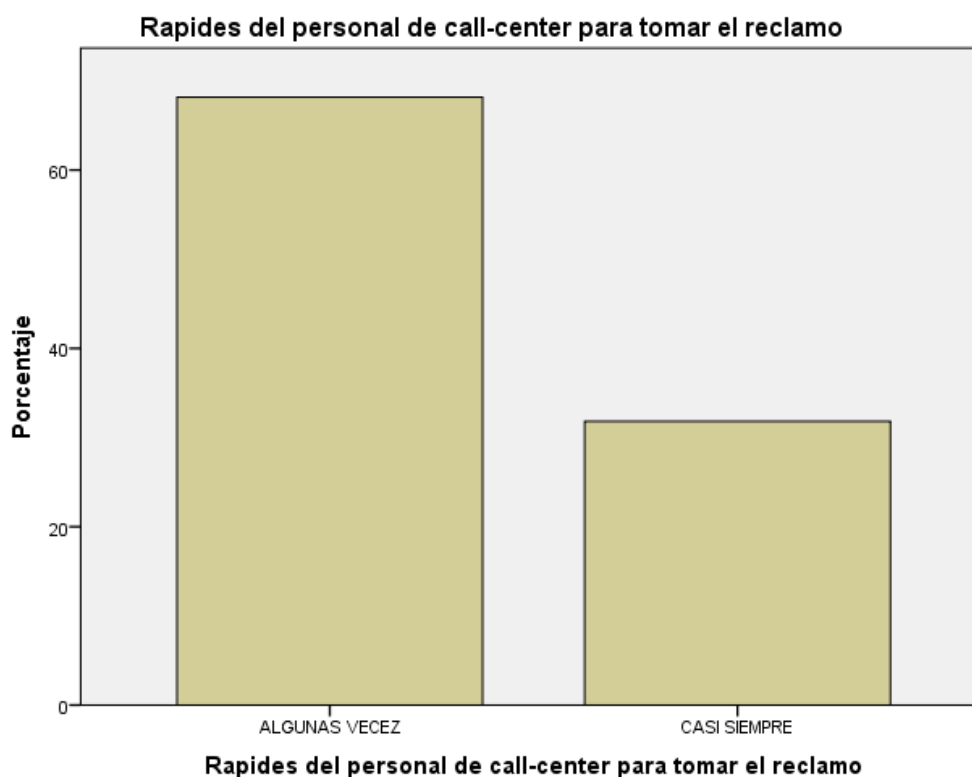
Interpretación:

Con respecto a la pregunta: ¿Siempre que llama al Call Center de la empresa Hidrandina para realizar una solicitud, ingresa su llamada sin dificultad?, respondieron algunas veces el 90.90 % (20 usuarios); y casi siempre el 9.10 % (2 usuarios).

P.9 ¿El personal del Call Center de la empresa Hidrandina tomo rápido su solicitud para que el personal técnico acuda a atender la avería reportada lo antes posible?

Rapides del personal de call-center para tomar el reclamo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido ALGUNAS VECEZ	15	68,2	68,2	68,2
CASI SIEMPRE	7	31,8	31,8	100,0
Total	22	100,0	100,0	



Interpretación:

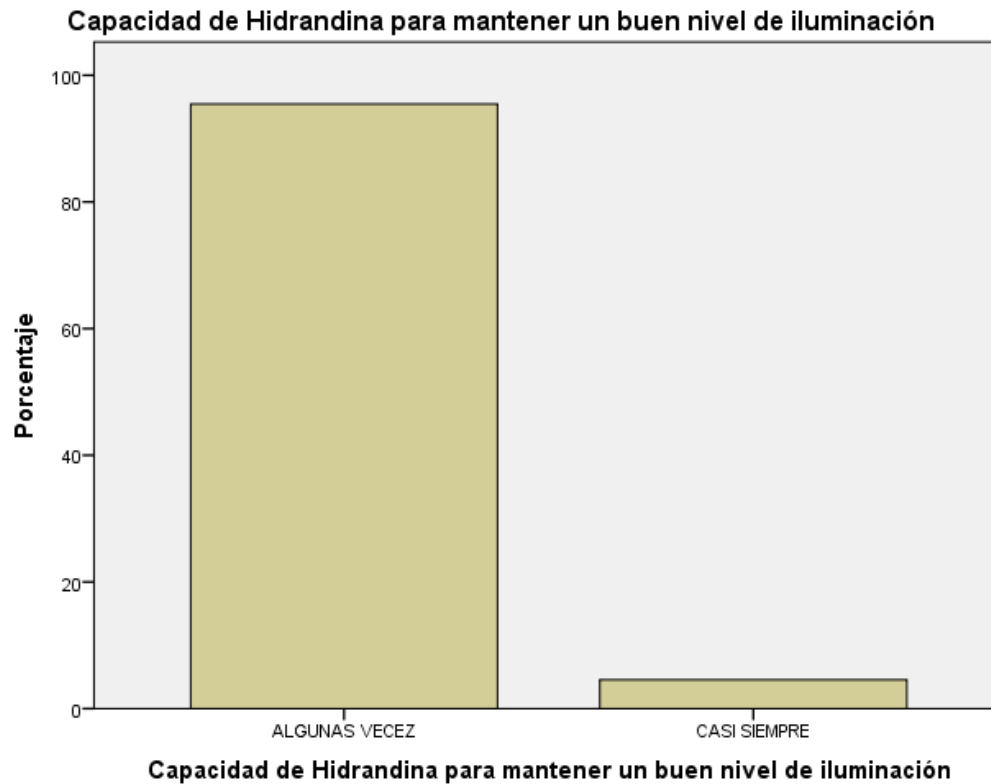
Con respecto a la pregunta: ¿El personal del Call Center de la empresa Hidrandina tomo rápido su solicitud para que el personal técnico acuda a atender la avería reportada lo antes posible?, respondieron algunas veces el 68.20 % (15 usuarios); y casi siempre el 31.80 % (7 usuarios).

Dimensión: Fiabilidad

P.10 ¿Considera usted que la empresa Hidrandina se encuentra capacitada para mantener un nivel de iluminación bueno en las calles?

Capacidad de Hidrandina para mantener un buen nivel de iluminación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido ALGUNAS VECEZ	21	95,5	95,5	95,5
CASI SIEMPRE	1	4,5	4,5	100,0
Total	22	100,0	100,0	



Interpretación:

Con respecto a la pregunta: ¿Considera usted que la empresa Hidrandina se encuentra capacitada para mantener un nivel de iluminación bueno en las calles?, respondieron algunas veces el 95.50 % (21 usuarios); y casi siempre el 4.50 % (1 usuarios).

P.11 ¿Considera usted que la empresa Hidrandina se encuentra capacitada para atenderlo rápida y eficazmente?

Capacidad de Hidrandina para atención rápida y eficaz

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	ALGUNAS VECEZ	21	95,5	95,5	95,5
	CASI SIEMPRE	1	4,5	4,5	100,0
	Total	22	100,0	100,0	



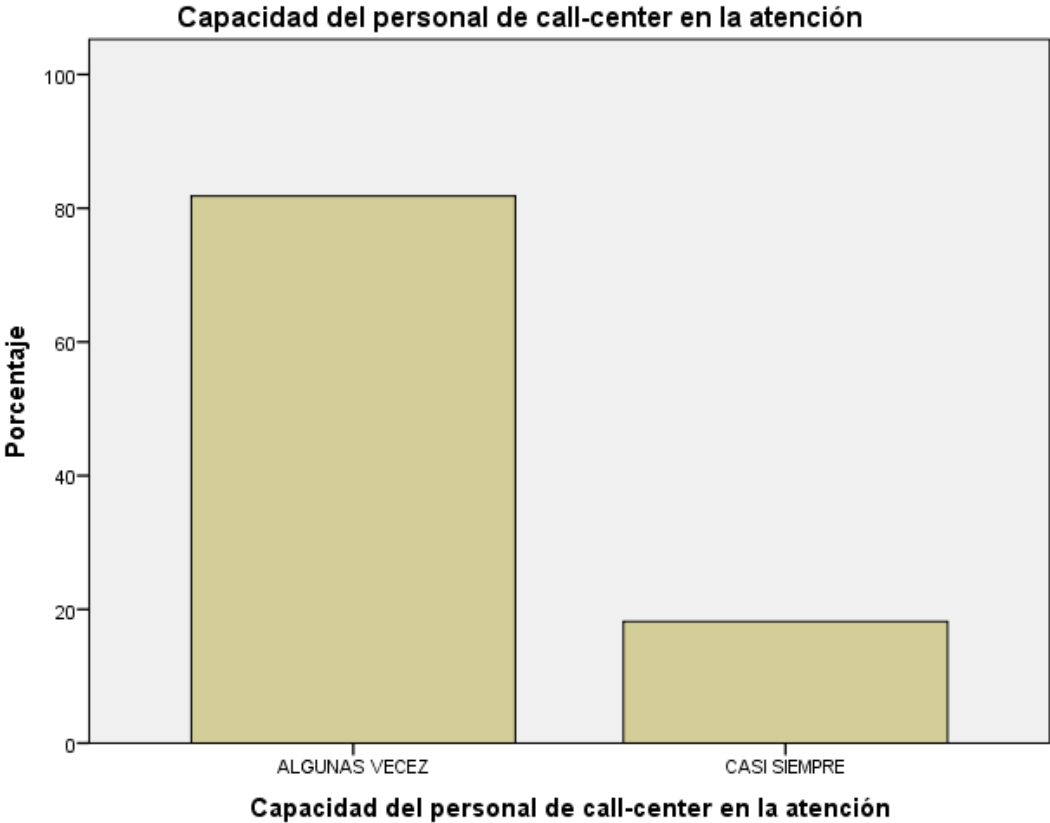
Interpretación:

Con respecto a la pregunta: ¿Considera usted que la empresa Hidrandina se encuentra capacitada para atenderlo rápida y eficazmente?, respondieron algunas veces el 95.50 % (21 usuarios); y casi siempre el 4.50 % (1 usuarios).

P.12 ¿Considera usted que el personal de Call Center de la empresa Hidrandina se encuentra capacitado para atender al público de manera correcta y amable?

Capacidad del personal de call-center en la atención

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido ALGUNAS VECEZ	18	81,8	81,8	81,8
CASI SIEMPRE	4	18,2	18,2	100,0
Total	22	100,0	100,0	



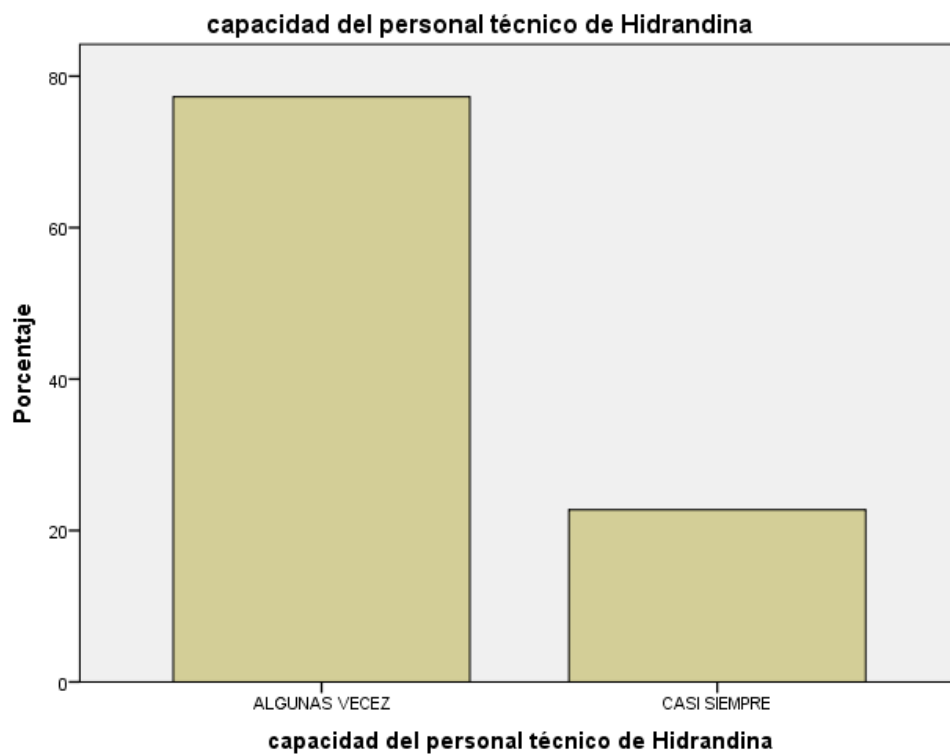
Interpretación:

Con respecto a la pregunta: ¿Considera usted que el personal de Call Center de la empresa Hidrandina se encuentra capacitado para atender al público de manera correcta y amable?, respondieron algunas veces el 81.80 % (18 usuarios); y casi siempre el 18.20 % (4 usuarios).

P.13 ¿Considera usted que el personal técnico de la empresa Hidrandina se encuentra capacitada reparar los defectos de manera correcta y eficaz?

capacidad del personal técnico de Hidrandina

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	ALGUNAS VECEZ	17	77,3	77,3	77,3
	CASI SIEMPRE	5	22,7	22,7	100,0
	Total	22	100,0	100,0	



Interpretación:

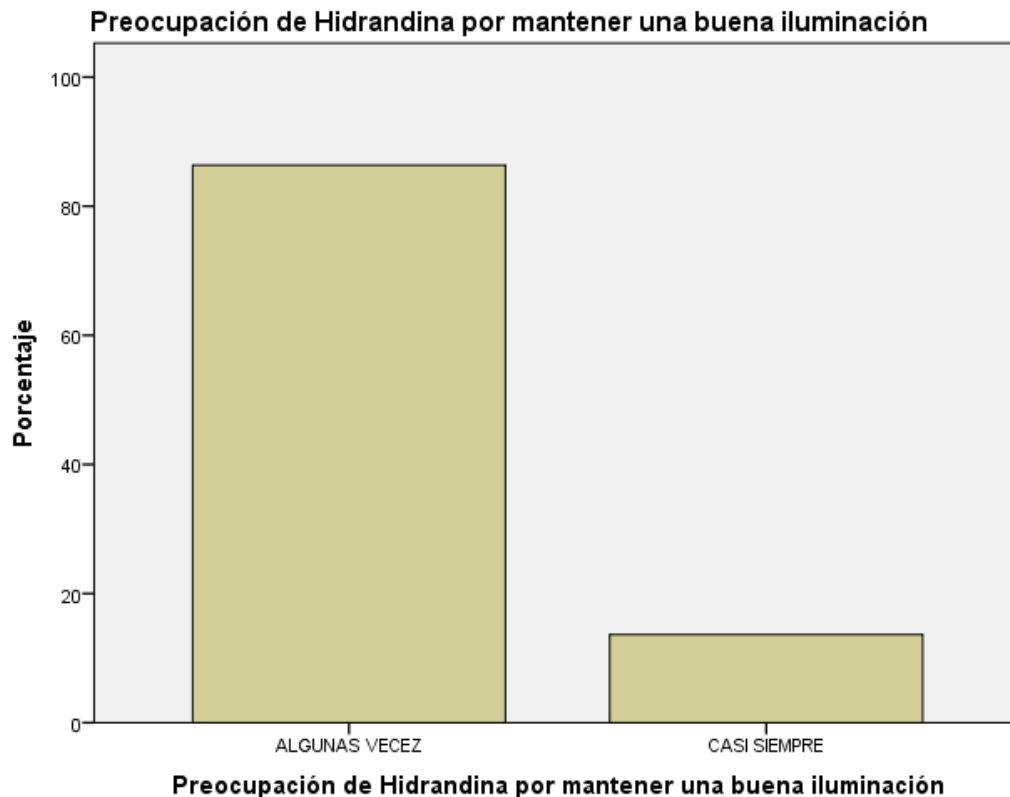
Con respecto a la pregunta: ¿Considera usted que el personal técnico de la empresa Hidrandina se encuentra capacitada reparar los defectos de manera correcta y eficaz?, respondieron algunas veces el 77.30 % (17 usuarios); y casi siempre el 22.70 % (5 usuarios).

Dimensión: Seguridad

P.14 ¿Considera usted que la empresa Hidrandina se preocupa por mantener una buena iluminación de las calles?

Preocupación de Hidrandina por mantener una buena iluminación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	ALGUNAS VECEZ	19	86,4	86,4
	CASI SIEMPRE	3	13,6	100,0
Total		22	100,0	



Interpretación:

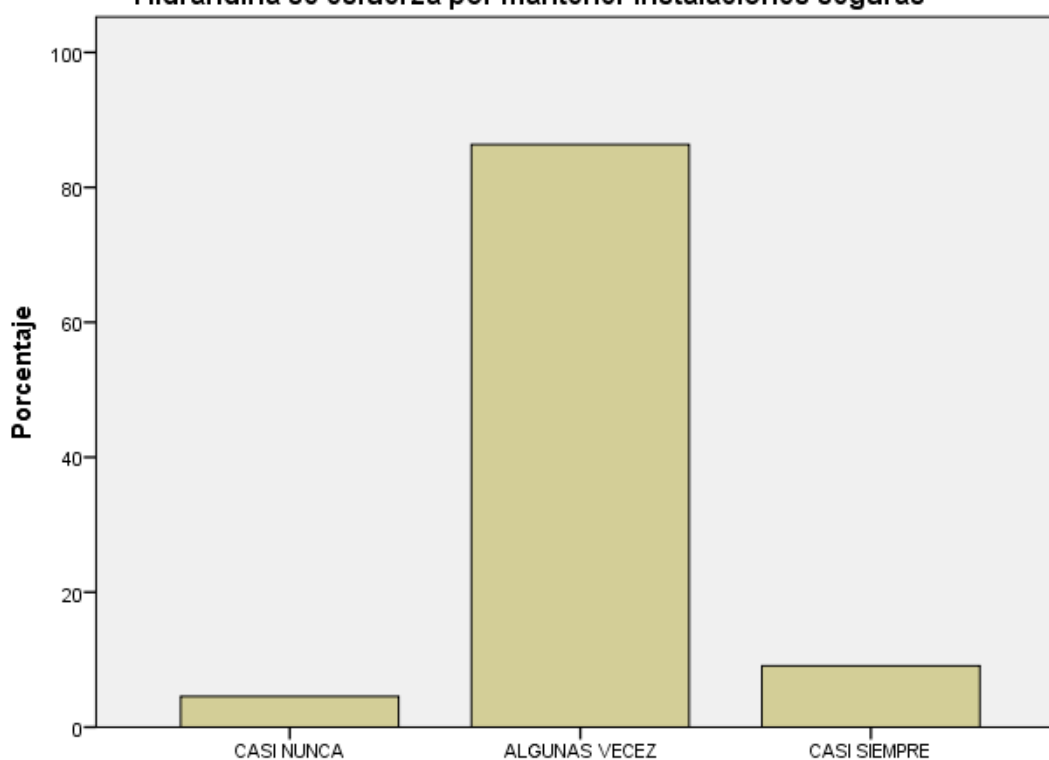
Con respecto a la pregunta: ¿Considera usted que la empresa Hidrandina se preocupa por mantener una buena iluminación de las calles?, respondieron algunas veces el 86.40 % (19 usuarios); y casi siempre el 13.60 % (3 usuarios).

P.15 ¿Considera usted que la empresa Hidrandina se esfuerza para mantener seguras sus instalaciones para evitar daños a sus usuarios?

Hidrandina se esfuerza por mantener instalaciones seguras

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido CASI NUNCA	1	4,5	4,5	4,5
ALGUNAS VECEZ	19	86,4	86,4	90,9
CASI SIEMPRE	2	9,1	9,1	100,0
Total	22	100,0	100,0	

Hidrandina se esfuerza por mantener instalaciones seguras



Hidrandina se esfuerza por mantener instalaciones seguras

Interpretación:

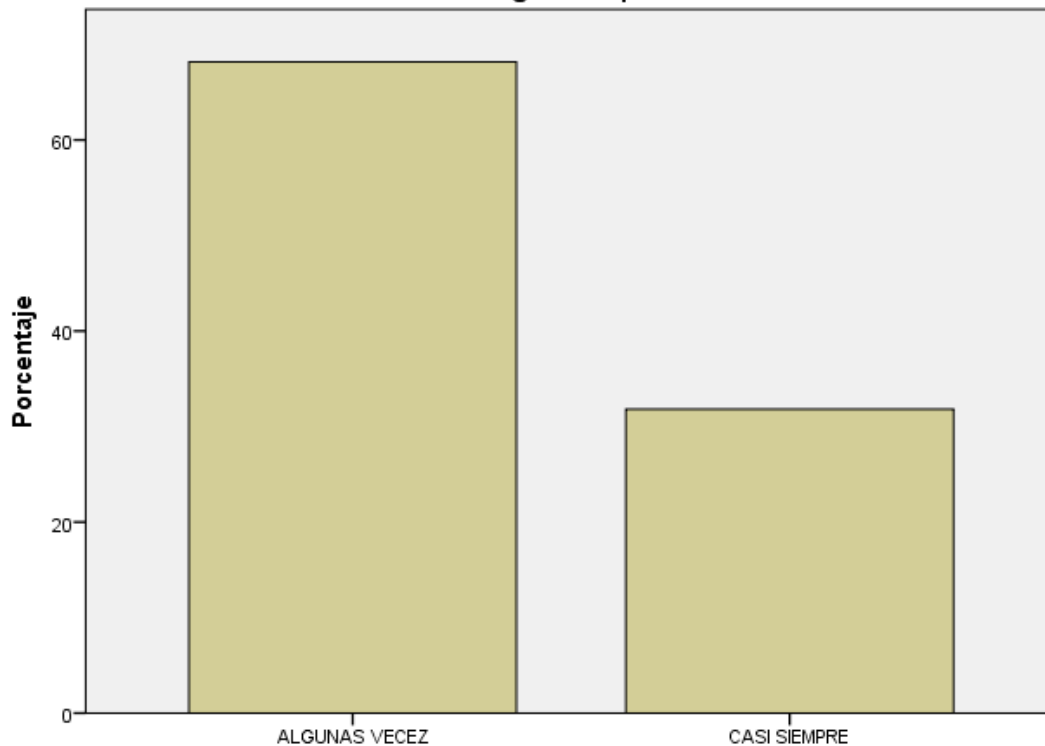
Con respecto a la pregunta: ¿Considera usted que la empresa Hidrandina se esfuerza para mantener seguras sus instalaciones para evitar daños a sus usuarios?, respondieron casi nunca el 4.5% (1 usuario), algunas veces el 86.40 % (19 usuarios); y casi siempre el 9.10 % (2 usuarios).

P.16 ¿Considera usted que la empresa Hidrandina toma todas las medidas de seguridad para no causar daños durante la ejecución de los trabajos del servicio?

Se toman las medidas de seguridad para evitar accidentes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	ALGUNAS VECEZ	15	68,2	68,2	68,2
	CASI SIEMPRE	7	31,8	31,8	100,0
	Total	22	100,0	100,0	

Se toman las medidas de seguridad para evitar accidentes



Se toman las medidas de seguridad para evitar accidentes

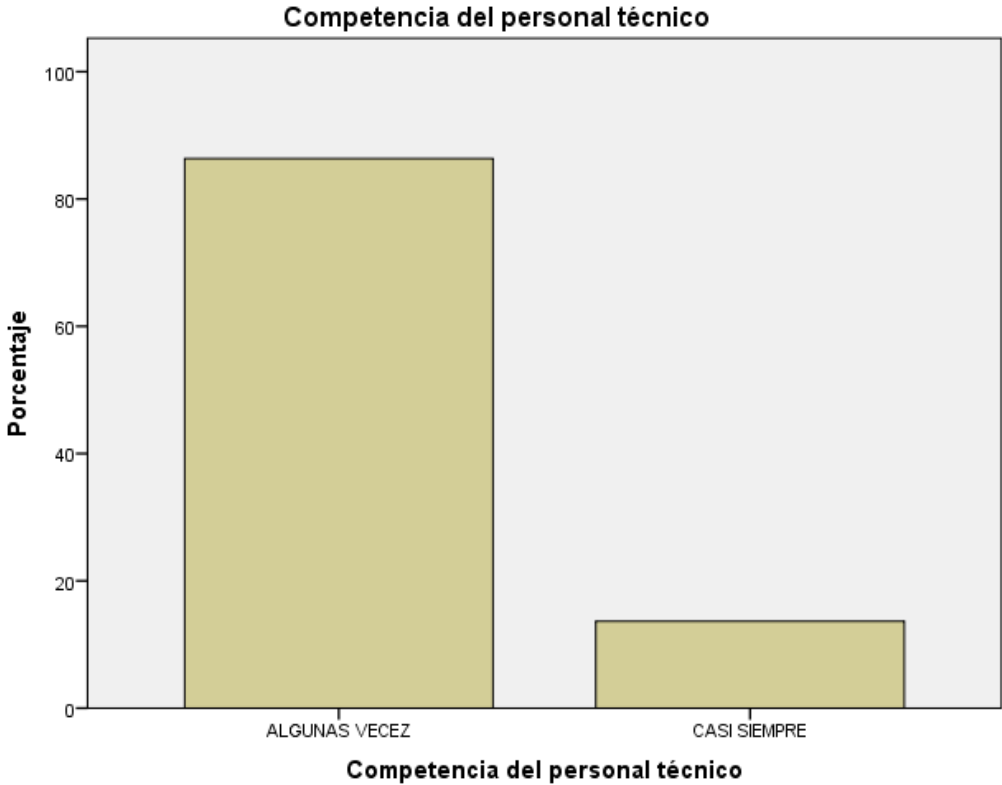
Interpretación:

Con respecto a la pregunta: ¿Considera usted que la empresa Hidrandina toma todas las medidas de seguridad para no causar daños durante la ejecución de los trabajos del servicio?, respondieron algunas veces el 68.20 % (15 usuarios); y casi siempre el 31.80 % (7 usuarios).

P.17 ¿Considera usted que el personal técnico de la empresa Hidrandina es competente en su labor y realizará su trabajo con seguridad para no causar daños?

Competencia del personal técnico

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido ALGUNAS VECEZ	19	86,4	86,4	86,4
CASI SIEMPRE	3	13,6	13,6	100,0
Total	22	100,0	100,0	



Interpretación:

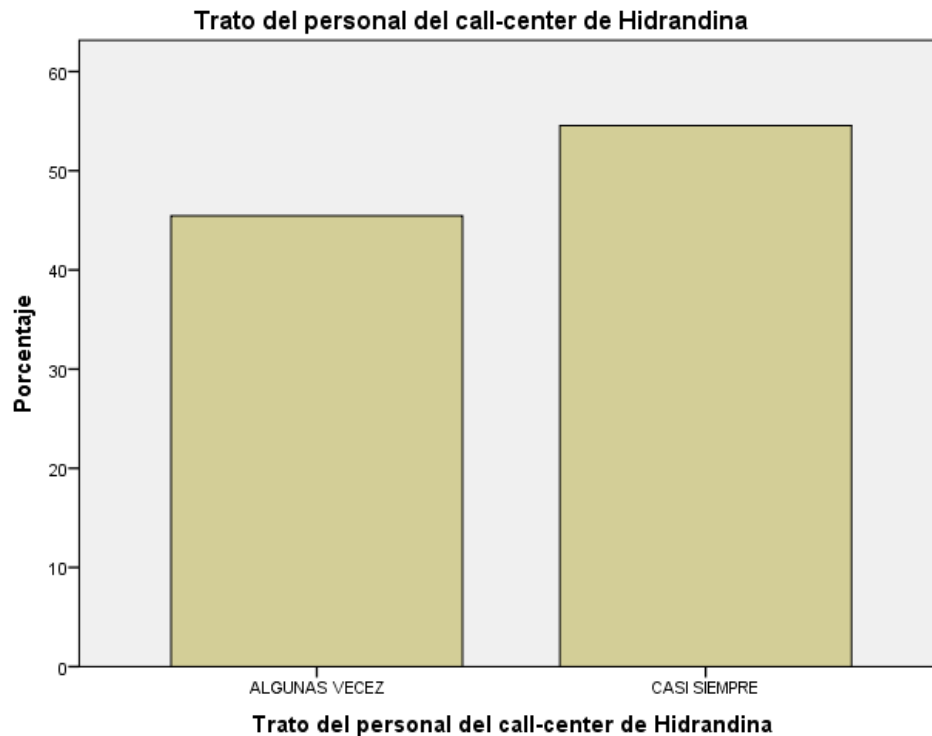
Con respecto a la pregunta: ¿Considera usted que el personal técnico de la empresa Hidrandina es competente en su labor y realizará su trabajo con seguridad para no causar daños?, respondieron algunas veces el 86.40 % (19 usuarios); y casi siempre el 13.60 % (3 usuarios).

Dimensión: Empatía

P.18 ¿El personal de Call Center de Hidrandina, tiene un trato amable con usted cada vez que realiza una llamada telefónica?

Trato del personal del call-center de Hidrandina

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido ALGUNAS VECEZ	10	45,5	45,5	45,5
CASI SIEMPRE	12	54,5	54,5	100,0
Total	22	100,0	100,0	



Interpretación:

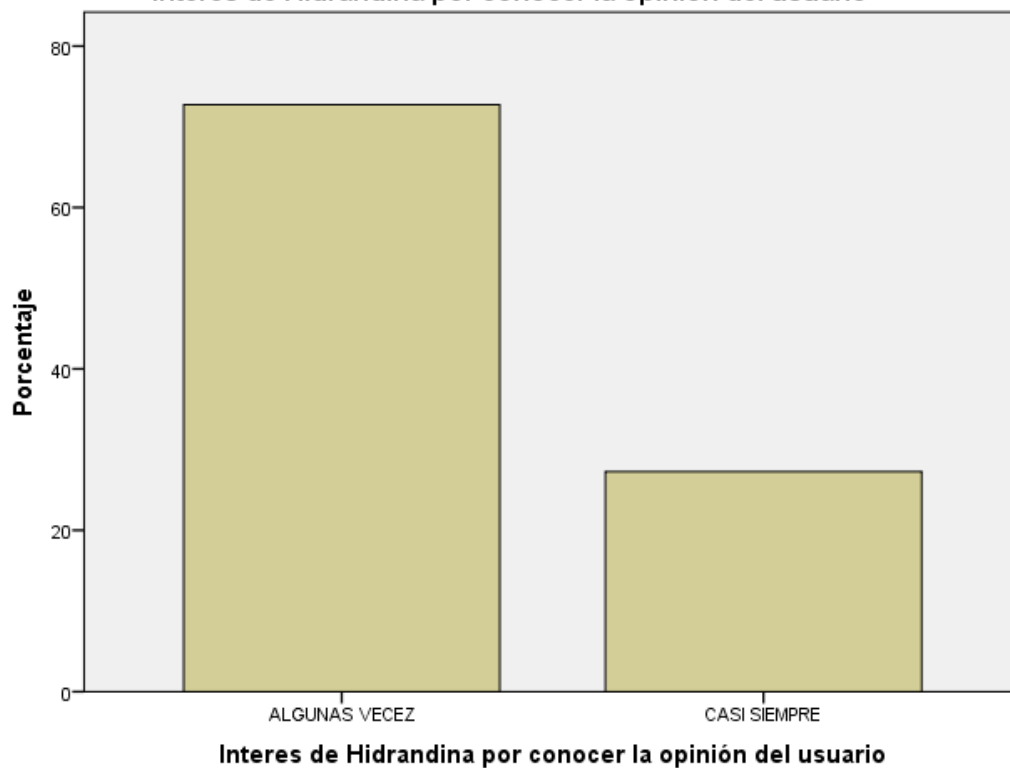
Con respecto a la pregunta: ¿El personal de Call Center de Hidrandina, tiene un trato amable con usted cada vez que realiza una llamada telefónica?, respondieron algunas veces el 45.50 % (10 usuarios); y casi siempre el 54.50 % (12 usuarios).

P.19 ¿Cree usted que la empresa Hidrandina se preocupa por conocer su opinión sobre el servicio para mejorarlo?

Interes de Hidrandina por conocer la opinión del usuario

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	ALGUNAS VECEZ	16	72,7	72,7	72,7
	CASI SIEMPRE	6	27,3	27,3	100,0
	Total	22	100,0	100,0	

Interes de Hidrandina por conocer la opinión del usuario



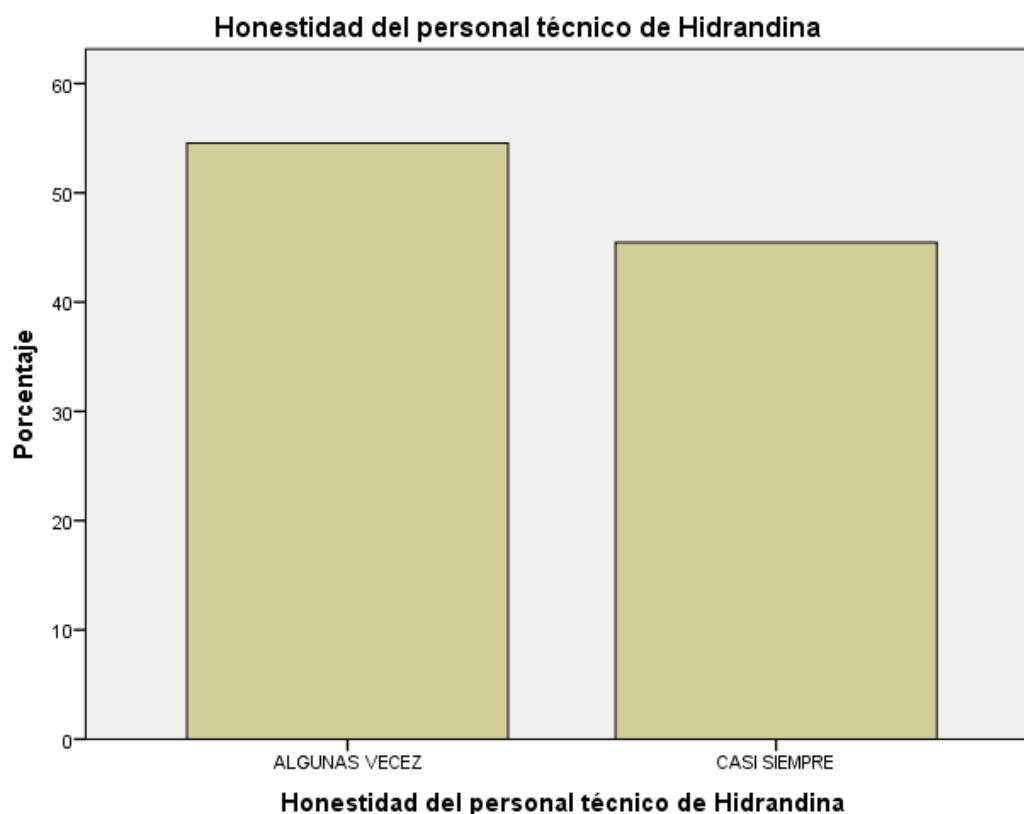
Interpretación:

Con respecto a la pregunta: ¿Cree usted que la empresa Hidrandina se preocupa por conocer su opinión sobre el servicio para mejorarlo?, respondieron algunas veces el 72.70 % (16 usuarios); y casi siempre el 27.30 % (6 usuarios).

P.20 ¿Considera usted que el personal técnico realiza un buen trabajo y demuestra honestidad en su labor?

Honestidad del personal técnico de Hidrandina

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido ALGUNAS VECEZ	12	54,5	54,5	54,5
CASI SIEMPRE	10	45,5	45,5	100,0
Total	22	100,0	100,0	



Interpretación:

Con respecto a la pregunta: ¿Considera usted que el personal técnico realiza un buen trabajo y demuestra honestidad en su labor?, respondieron algunas veces el 54.50 % (12 usuarios); y casi siempre el 45.50 % (10 usuarios).

P.21 ¿Considera que el personal del módulo de atención de Hidrandina, lo atiende de manera amable y se preocupa por absolver todas sus preguntas?

Interes del personal de call-center por absolver las preguntas del usuario

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido ALGUNAS VECEZ	22	100,0	100,0	100,0



Interpretación:

Con respecto a la pregunta: ¿Considera que el personal del módulo de atención de Hidrandina, lo atiende de manera amable y se preocupa por absolver todas sus preguntas?, respondieron algunas veces el 100.00 % (22 usuarios).

P.22 ¿Considera que Hidrandina se esfuerza cada día más por brindarle un mejor servicio?

Hidrandina se esfuerza por brindar un mejor servicio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido ALGUNAS VECEZ	22	100,0	100,0	100,0



Interpretación:

Con respecto a la pregunta: ¿Considera que Hidrandina se esfuerza cada día más por brindarle un mejor servicio?, respondieron algunas veces el 100.00 % (22 usuarios).

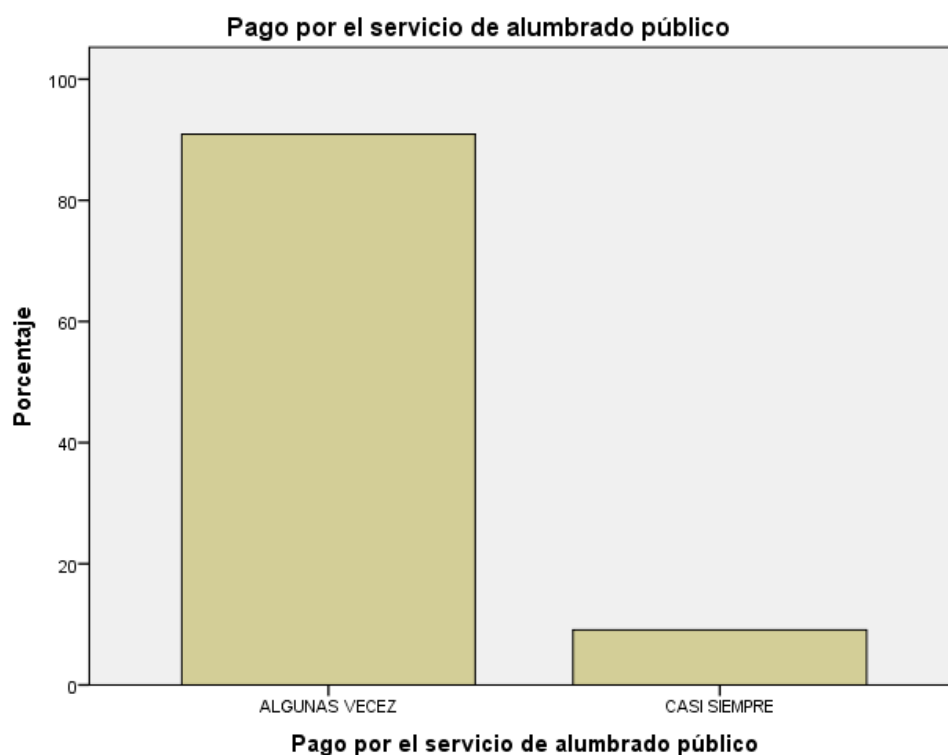
Variable 2: Satisfacción de los usuarios de Hidrandina

Dimensión: Rendimiento percibido

P.1 ¿Considera usted que el monto que paga mensualmente por el servicio de alumbrado público es el adecuado?

Pago por el servicio de alumbrado público

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	ALGUNAS VECEZ	20	90,9	90,9	90,9
	CASI SIEMPRE	2	9,1	9,1	100,0
	Total	22	100,0	100,0	



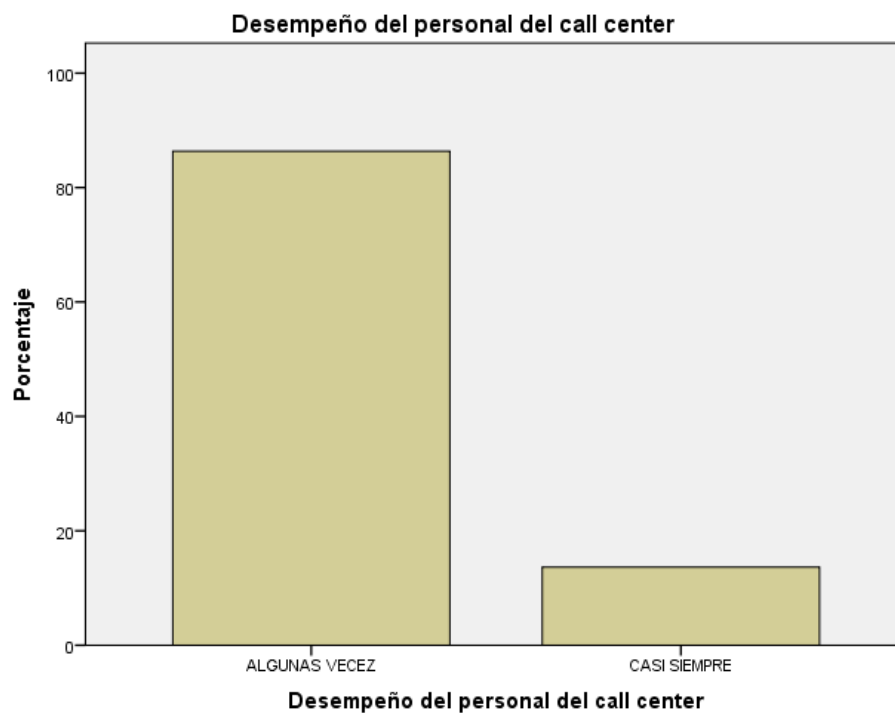
Interpretación:

Con respecto a la pregunta: ¿Considera usted que el monto que paga mensualmente por el servicio de alumbrado público es el adecuado?, respondieron algunas veces el 90.90 % (20 usuarios); y casi siempre el 9.10 % (2 usuarios).

P.2 ¿Considera usted que en líneas generales, el personal del Call Center tiene un buen desempeño en sus labores?

Desempeño del personal del call center

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	ALGUNAS VECEZ	19	86,4	86,4	86,4
	CASI SIEMPRE	3	13,6	13,6	100,0
	Total	22	100,0	100,0	



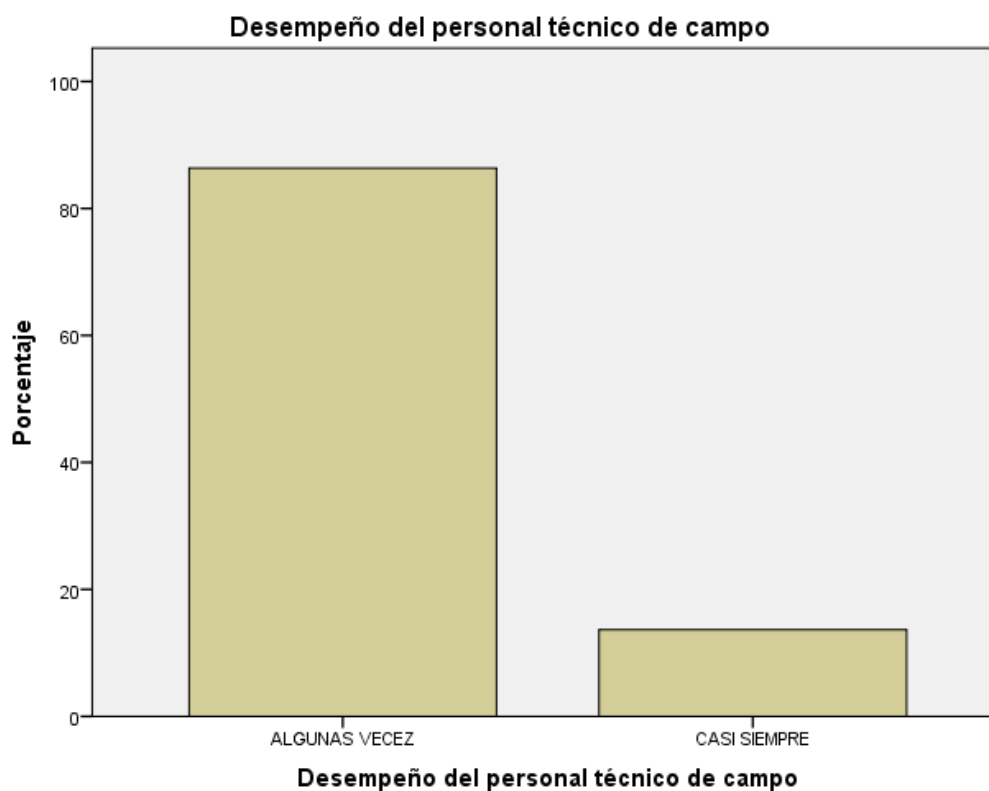
Interpretación:

Con respecto a la pregunta: ¿Considera usted que en líneas generales, el personal del Call Center tiene un buen desempeño en sus labores?, respondieron algunas veces el 86.40 % (19 usuarios); y casi siempre el 13.60 % (3 usuarios).

P.3 ¿Considera usted que el personal técnico que realiza sus labores en las vías públicas tienen un buen desempeño?

Desempeño del personal técnico de campo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido ALGUNAS VECEZ	19	86,4	86,4	86,4
CASI SIEMPRE	3	13,6	13,6	100,0
Total	22	100,0	100,0	



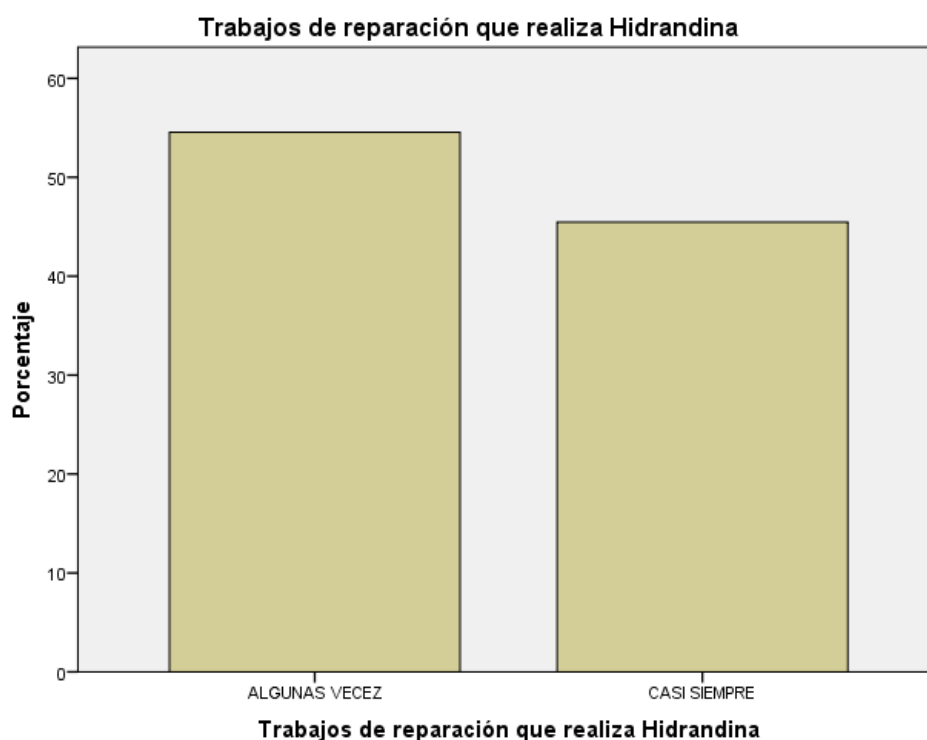
Interpretación:

Con respecto a la pregunta: ¿Considera usted que el personal técnico que realiza sus labores en las vías públicas tienen un buen desempeño?, respondieron algunas veces el 86.40 % (19 usuarios); y casi siempre el 13.60 % (3 usuarios).

P.4 ¿Considera usted que Hidrandina realiza buenos trabajos de reparación de averías ya que no se vuelven a repetir en al menos 6 meses?

Trabajos de reparación que realiza Hidrandina

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	ALGUNAS VECEZ	12	54,5	54,5	54,5
	CASI SIEMPRE	10	45,5	45,5	100,0
	Total	22	100,0	100,0	



Interpretación:

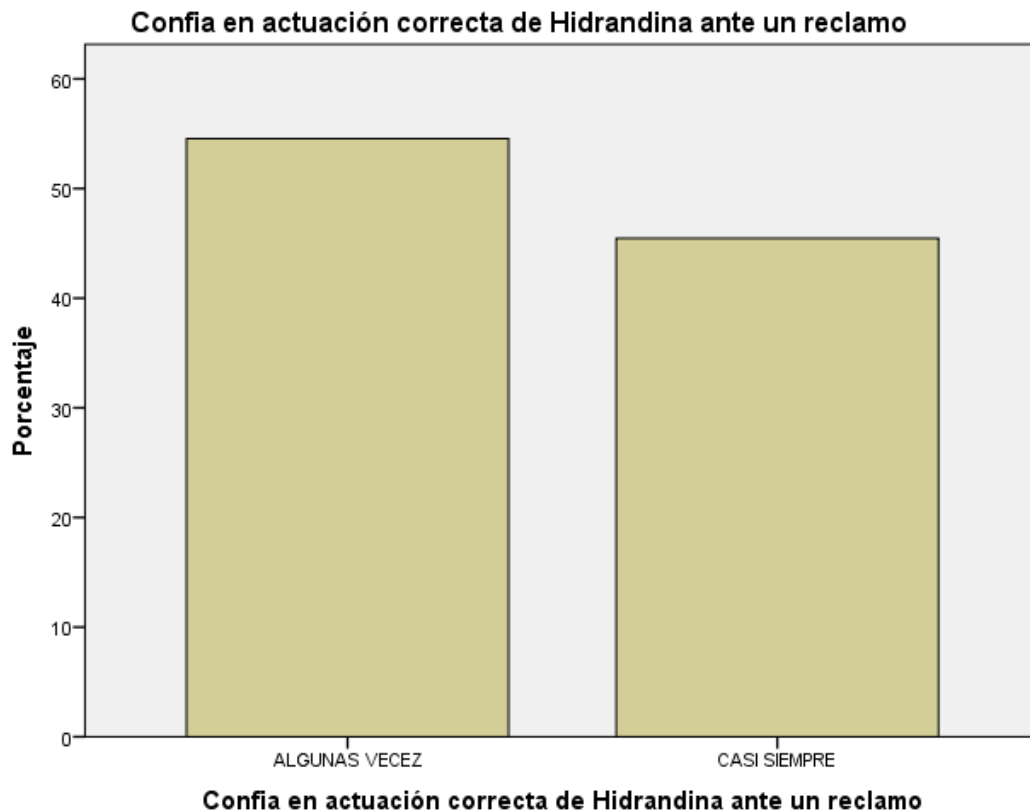
Con respecto a la pregunta: ¿Considera usted que Hidrandina realiza buenos trabajos de reparación de averías ya que no se vuelven a repetir en al menos 6 meses?, respondieron algunas veces el 54.50 % (12 usuarios); y casi siempre el 45.50 % (10 usuarios).

Dimensión: Confianza

P.5 ¿Confía usted que Hidrandina actuará de manera correcta y justa ante una solicitud de reclamo del usuario?

Confía en actuación correcta de Hidrandina ante un reclamo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
ALGUNAS VECEZ	12	54,5	54,5	54,5
CASI SIEMPRE	10	45,5	45,5	100,0
Total	22	100,0	100,0	



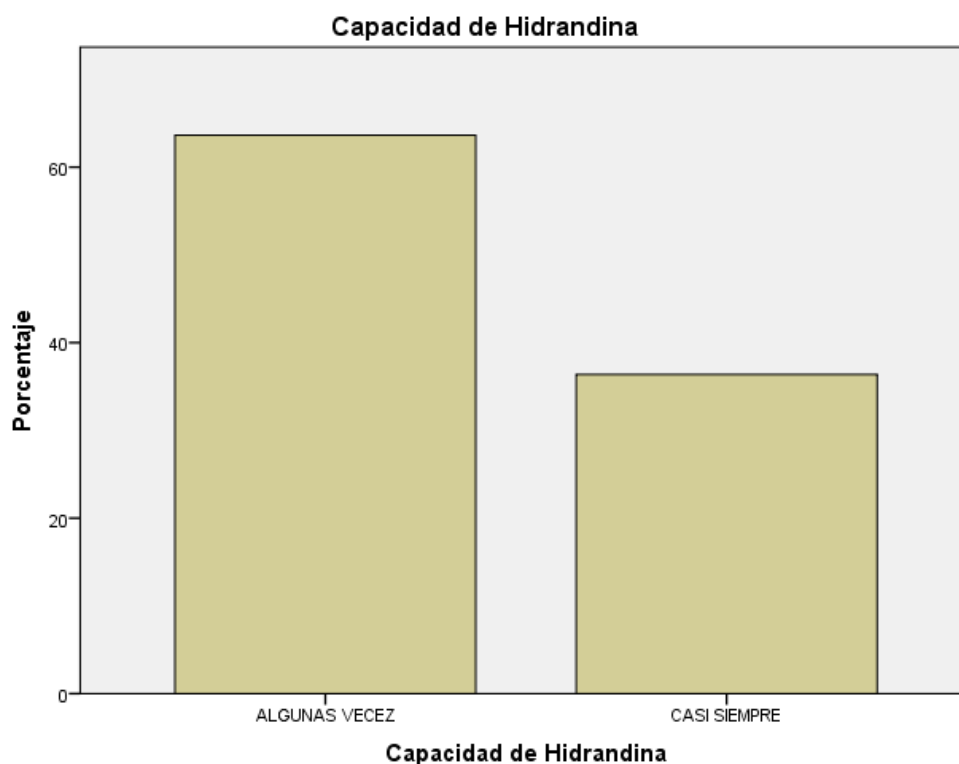
Interpretación:

Con respecto a la pregunta: ¿Confía usted que Hidrandina actuará de manera correcta y justa ante una solicitud de reclamo del usuario?, respondieron algunas veces el 54.50 % (12 usuarios); y casi siempre el 45.50 % (10 usuarios).

P.6 ¿Considera usted que Hidrandina se encuentra capacitada para brindar el servicio de alumbrado público?

Capacidad de Hidrandina

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido ALGUNAS VECEZ	14	63,6	63,6	63,6
CASI SIEMPRE	8	36,4	36,4	100,0
Total	22	100,0	100,0	



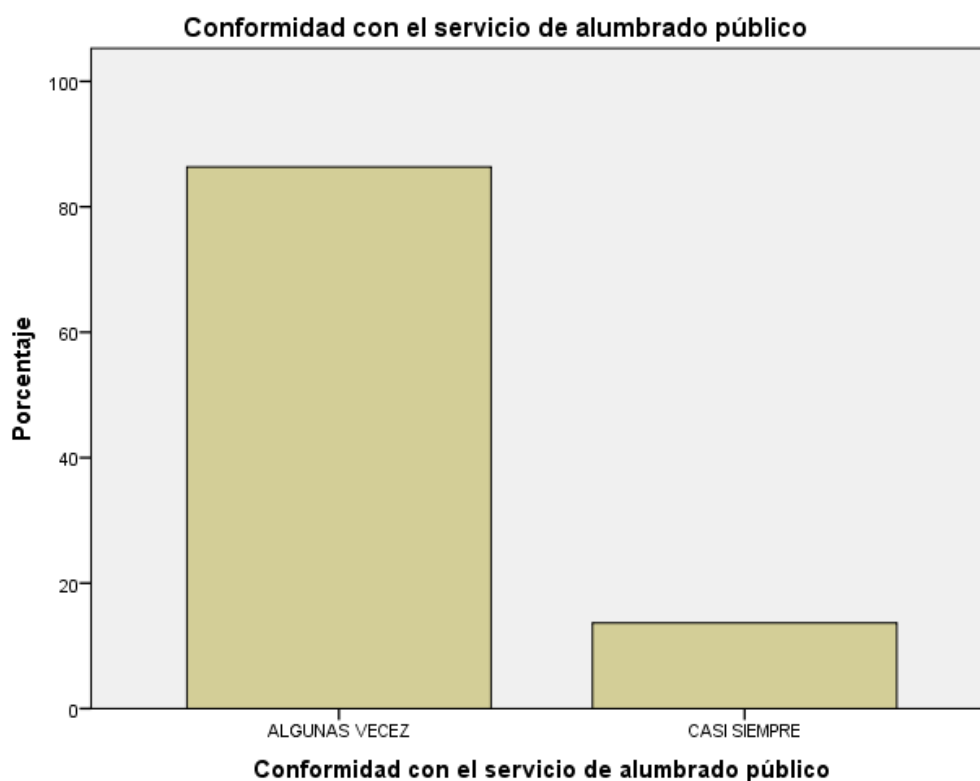
Interpretación:

Con respecto a la pregunta: ¿Considera usted que Hidrandina se encuentra capacitada para brindar el servicio de alumbrado público?, respondieron algunas veces el 63.60 % (14 usuarios); y casi siempre el 36.40 % (8 usuarios).

P.7 ¿Se encuentra conforme con el servicio de alumbrado público que le brinda Hidrandina?

Conformidad con el servicio de alumbrado público

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido ALGUNAS VECEZ	19	86,4	86,4	86,4
CASI SIEMPRE	3	13,6	13,6	100,0
Total	22	100,0	100,0	



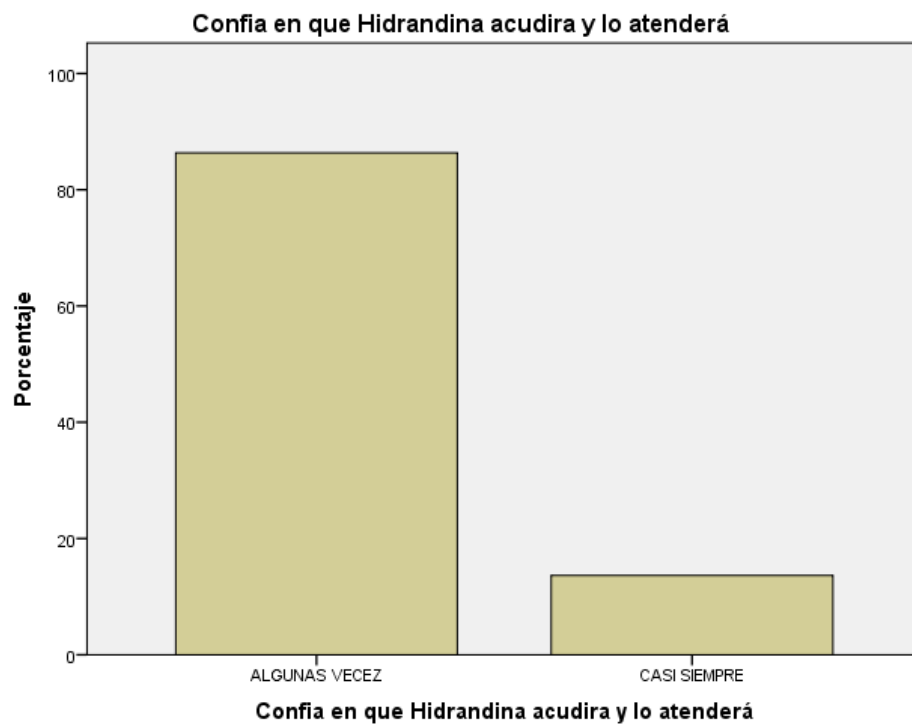
Interpretación:

Con respecto a la pregunta: ¿Se encuentra conforme con el servicio de alumbrado público que le brinda Hidrandina?, respondieron algunas veces el 86.40 % (19 usuarios); y casi siempre el 13.60 % (3 usuarios).

P.8 ¿Confía usted que cada vez que solicite el servicio de alumbrado público, Hidrandina acudirá y le solucionara lo que solicite?

Confía en que Hidrandina acudira y lo atenderá

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	ALGUNAS VECEZ	19	86,4	86,4	86,4
	CASI SIEMPRE	3	13,6	13,6	100,0
	Total	22	100,0	100,0	



Interpretación:

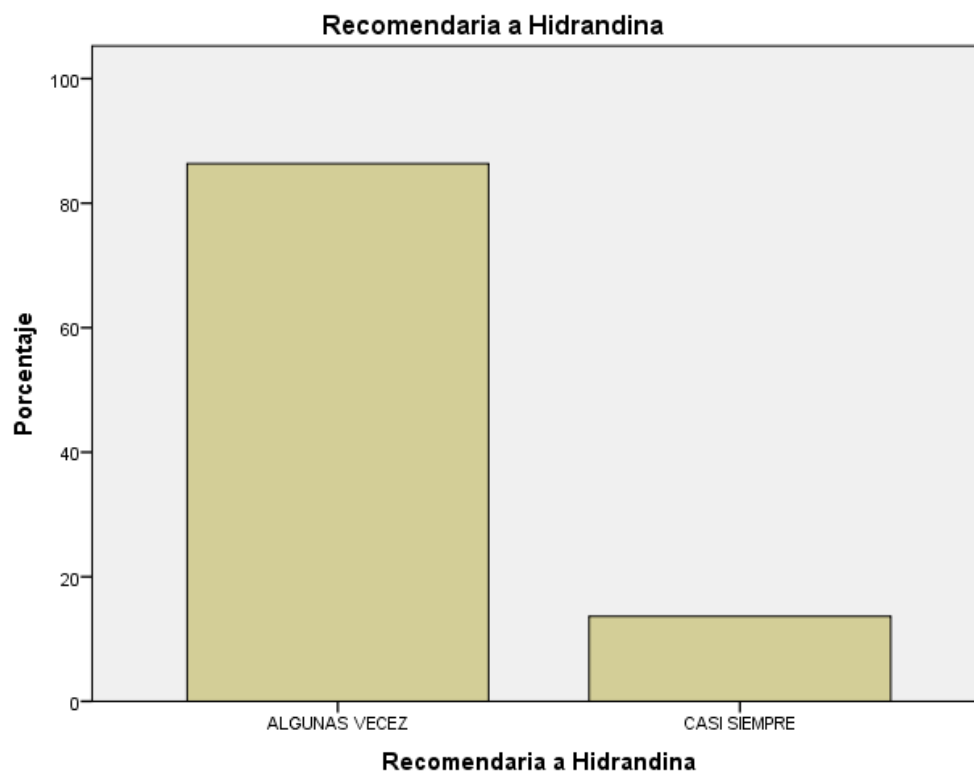
Con respecto a la pregunta: ¿Confía usted que cada vez que solicite el servicio de alumbrado público, Hidrandina acudirá y le solucionara lo que solicite?, respondieron algunas veces el 86.40 % (19 usuarios); y casi siempre el 13.60 % (3 usuarios).

Dimensión: Calidad técnica percibida

P.9 ¿Recomendaría a la empresa Hidrandina para que brinde el servicio de alumbrado público en otros lugares?

Recomendaria a Hidrandina

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido ALGUNAS VECEZ	19	86,4	86,4	86,4
CASI SIEMPRE	3	13,6	13,6	100,0
Total	22	100,0	100,0	



Interpretación:

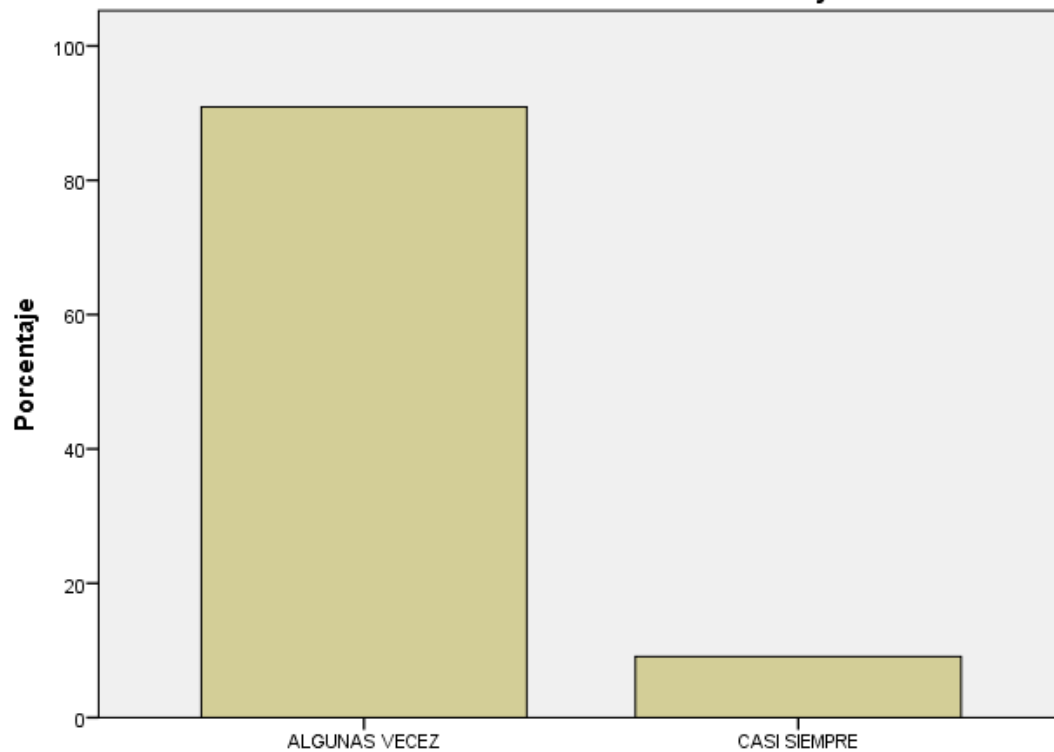
Con respecto a la pregunta: ¿Recomendaría a la empresa Hidrandina para que brinde el servicio de alumbrado público en otros lugares?, respondieron algunas veces el 86.40 % (19 usuarios); y casi siempre el 13.60 % (3 usuarios).

P.10 ¿Considera usted buenos los medios de comunicación entre el usuario e Hidrandina para realizar una solicitud del servicio?

Buenos los medios de comunicación entre Hidrandina y el Usuario

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido ALGUNAS VECEZ	20	90,9	90,9	90,9
CASI SIEMPRE	2	9,1	9,1	100,0
Total	22	100,0	100,0	

Buenos los medios de comunicación entre Hidrandina y el Usuario



Buenos los medios de comunicación entre Hidrandina y el Usuario

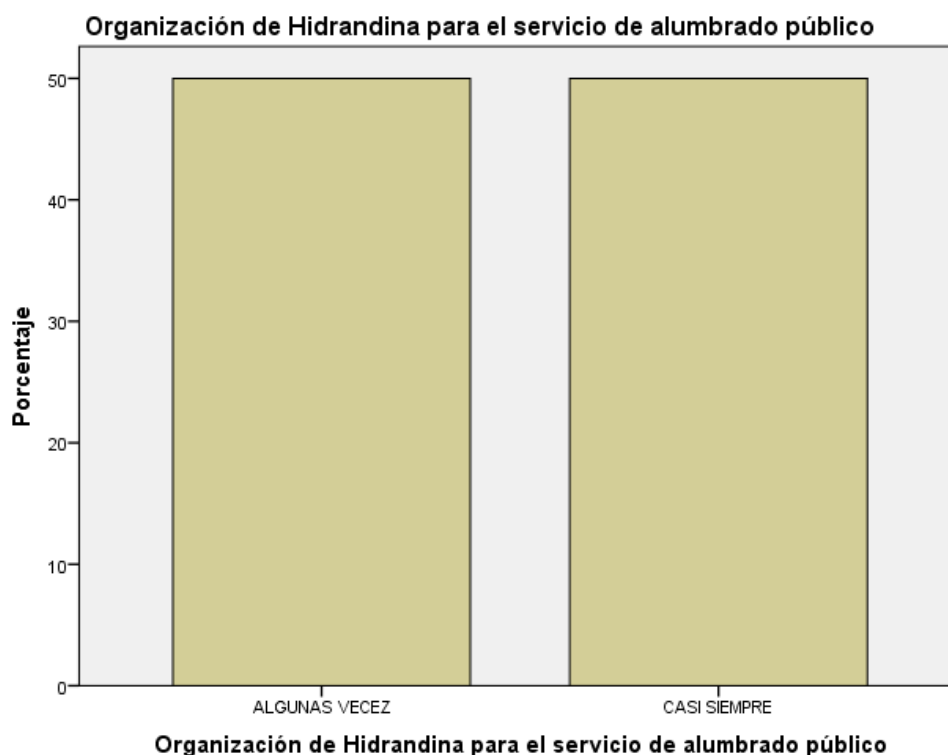
Interpretación:

Con respecto a la pregunta: ¿Considera usted buenos los medios de comunicación entre el usuario e Hidrandina para realizar una solicitud del servicio?, respondieron algunas veces el 90.90 % (20 usuarios); y casi siempre el 9.10 % (2 usuarios).

P.11 ¿Considera usted que Hidrandina se encuentra bien organizada para brindar el servicio de alumbrado público?

Organización de Hidrandina para el servicio de alumbrado público

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	ALGUNAS VECEZ	11	50,0	50,0	50,0
	CASI SIEMPRE	11	50,0	50,0	100,0
	Total	22	100,0	100,0	



Interpretación:

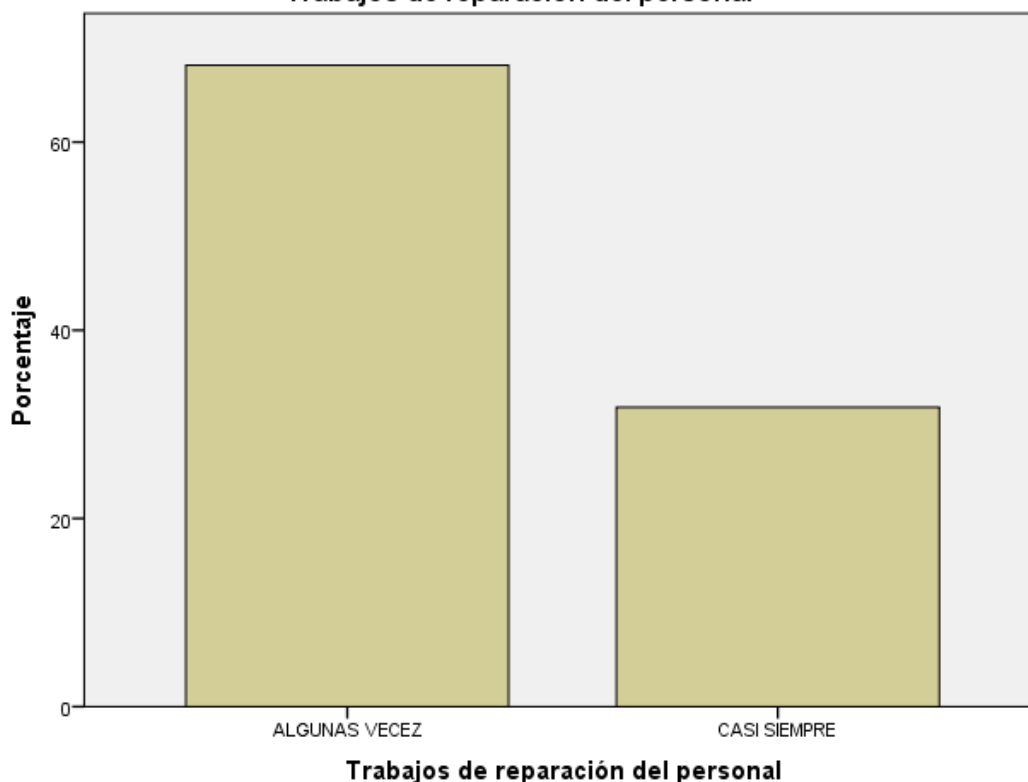
Con respecto a la pregunta: ¿Considera usted que Hidrandina se encuentra bien organizada para brindar el servicio de alumbrado público?, respondieron algunas veces el 50.00 % (11 usuarios); y casi siempre el 50.00 % (11 usuarios).

P.12 ¿Considera usted que el personal técnico realiza buenos trabajos de reparación en el servicio de alumbrado público?

Trabajos de reparación del personal

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido ALGUNAS VECEZ	15	68,2	68,2	68,2
CASI SIEMPRE	7	31,8	31,8	100,0
Total	22	100,0	100,0	

Trabajos de reparación del personal



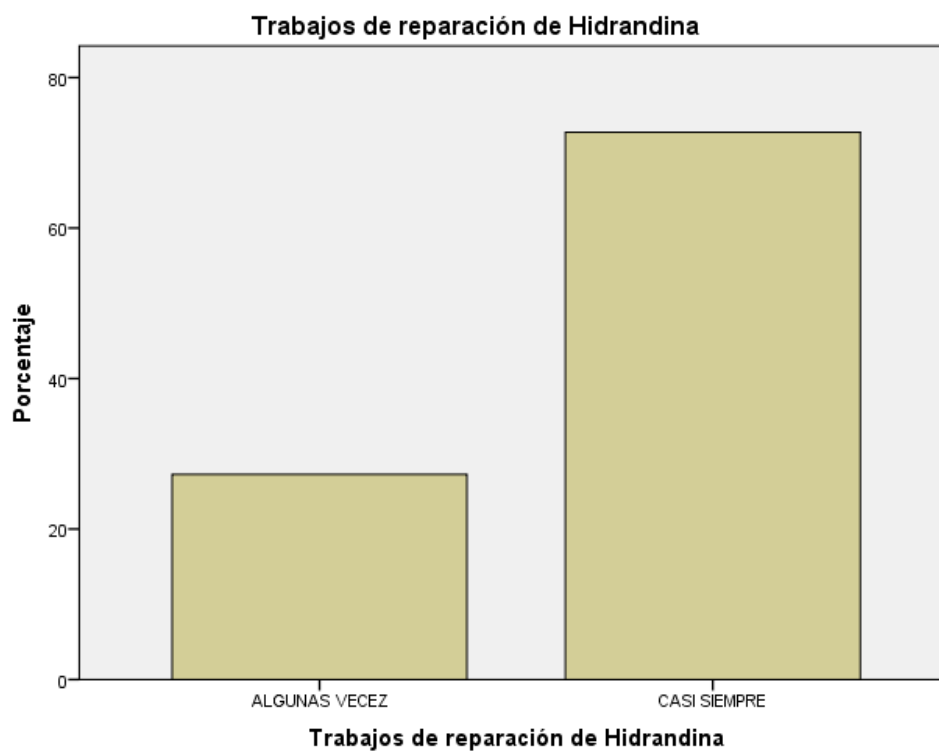
Interpretación:

Con respecto a la pregunta: ¿Considera usted que el personal técnico realiza buenos trabajos de reparación en el servicio de alumbrado público?, respondieron algunas veces el 68.20 % (15 usuarios); y casi siempre el 31.80 % (7 usuarios).

P.13 ¿Considera usted que Hidrandina realiza buenos trabajos de reparación en el servicio de alumbrado público?

Trabajos de reparación de Hidrandina

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido ALGUNAS VECEZ	6	27,3	27,3	27,3
CASI SIEMPRE	16	72,7	72,7	100,0
Total	22	100,0	100,0	



Interpretación:

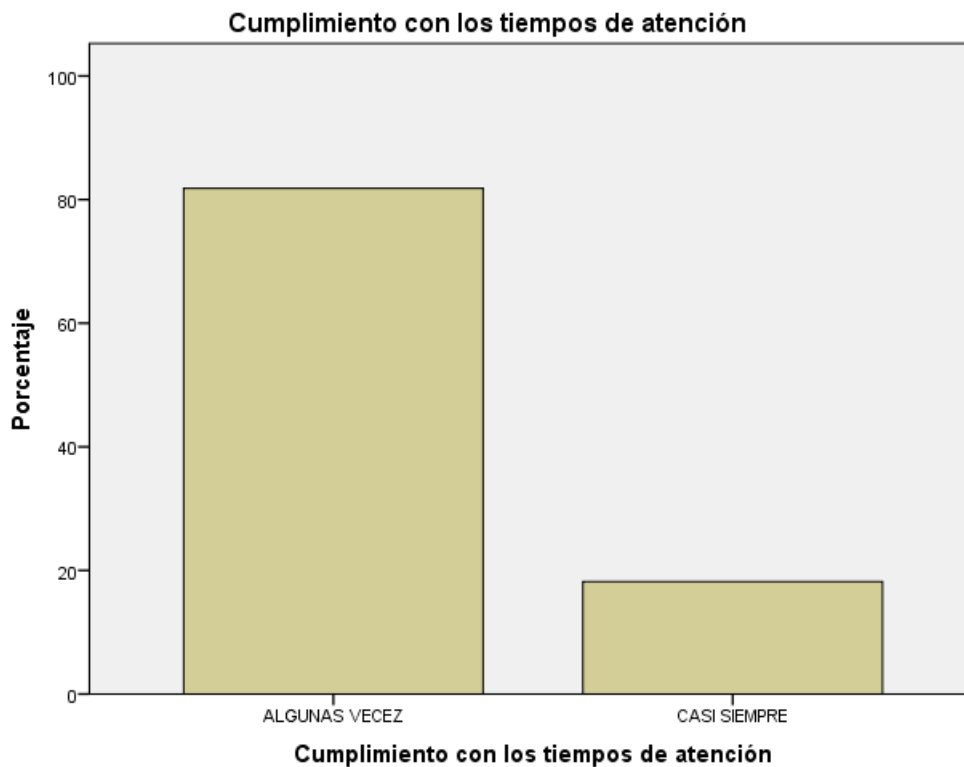
Con respecto a la pregunta: ¿Considera usted que el personal técnico realiza buenos trabajos de reparación en el servicio de alumbrado público?, respondieron algunas veces el 27.30 % (6 usuarios); y casi siempre el 72.70 % (16 usuarios).

Dimensión: Expectativas cumplidas

P.14 ¿Considera usted que la empresa Hidrandina cumple con los tiempos de atención de las solicitudes los usuarios conforme lo publicitado?

Cumplimiento con los tiempos de atención

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido ALGUNAS VECEZ	18	81,8	81,8	81,8
CASI SIEMPRE	4	18,2	18,2	100,0
Total	22	100,0	100,0	



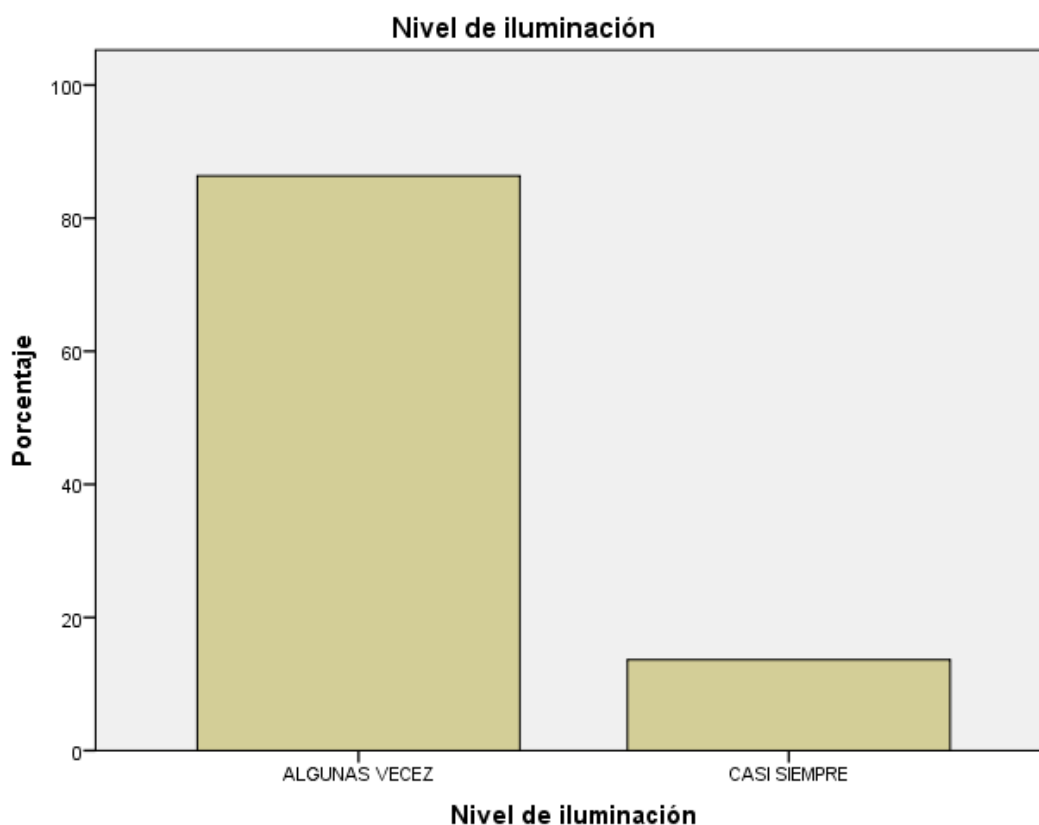
Interpretación:

Con respecto a la pregunta: ¿Considera usted que la empresa Hidrandina cumple con los tiempos de atención de las solicitudes los usuarios conforme lo publicitado?, respondieron algunas veces el 81.80 % (18 usuarios); y casi siempre el 18.20 % (4 usuarios).

P.15 ¿Considera usted que el nivel de iluminación del alumbrado público en su zona es igual o superior al ofrecido por Hidrandina en su publicidad?

Nivel de iluminación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	ALGUNAS VECEZ	19	86,4	86,4	86,4
	CASI SIEMPRE	3	13,6	13,6	100,0
	Total	22	100,0	100,0	



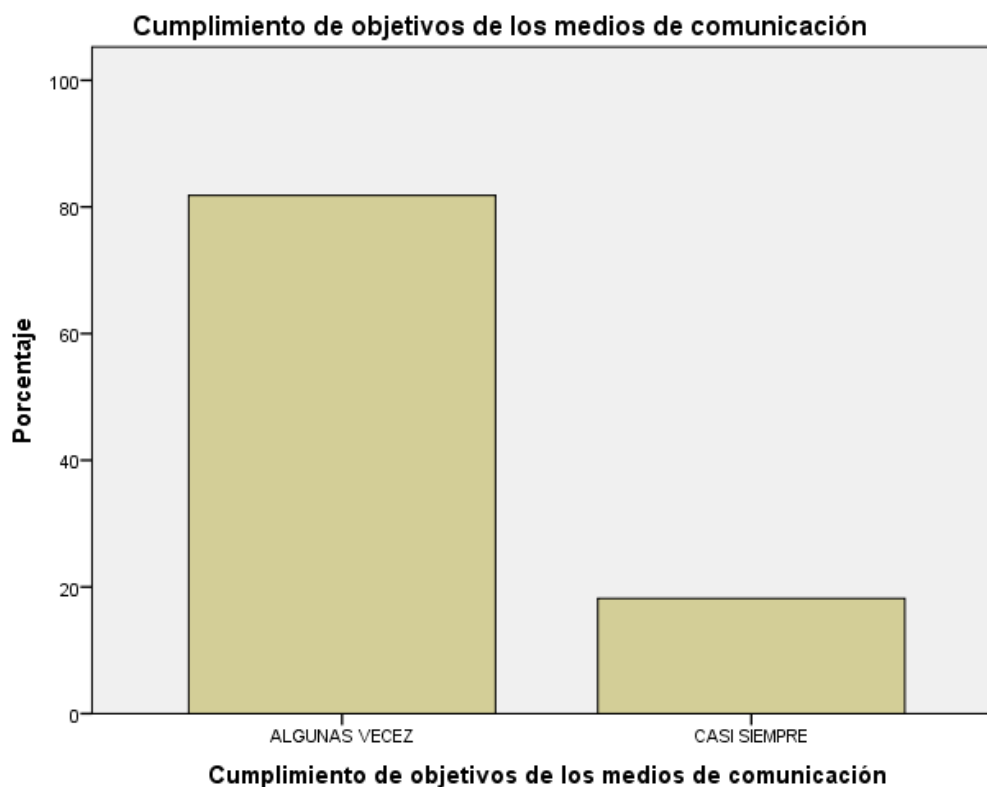
Interpretación:

Con respecto a la pregunta: ¿Considera usted que el nivel de iluminación del alumbrado público en su zona es igual o superior al ofrecido por Hidrandina en su publicidad?, respondieron algunas veces el 86.40 % (19 usuarios); y casi siempre el 13.60 % (3 usuarios).

P.16 ¿Considera usted que los medios de comunicación que tiene Hidrandina para con sus usuarios cumplen su objetivo y son fáciles de utilizar conforme lo publicitado?

Cumplimiento de objetivos de los medios de comunicación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	ALGUNAS VECEZ	18	81,8	81,8	81,8
	CASI SIEMPRE	4	18,2	18,2	100,0
	Total	22	100,0	100,0	



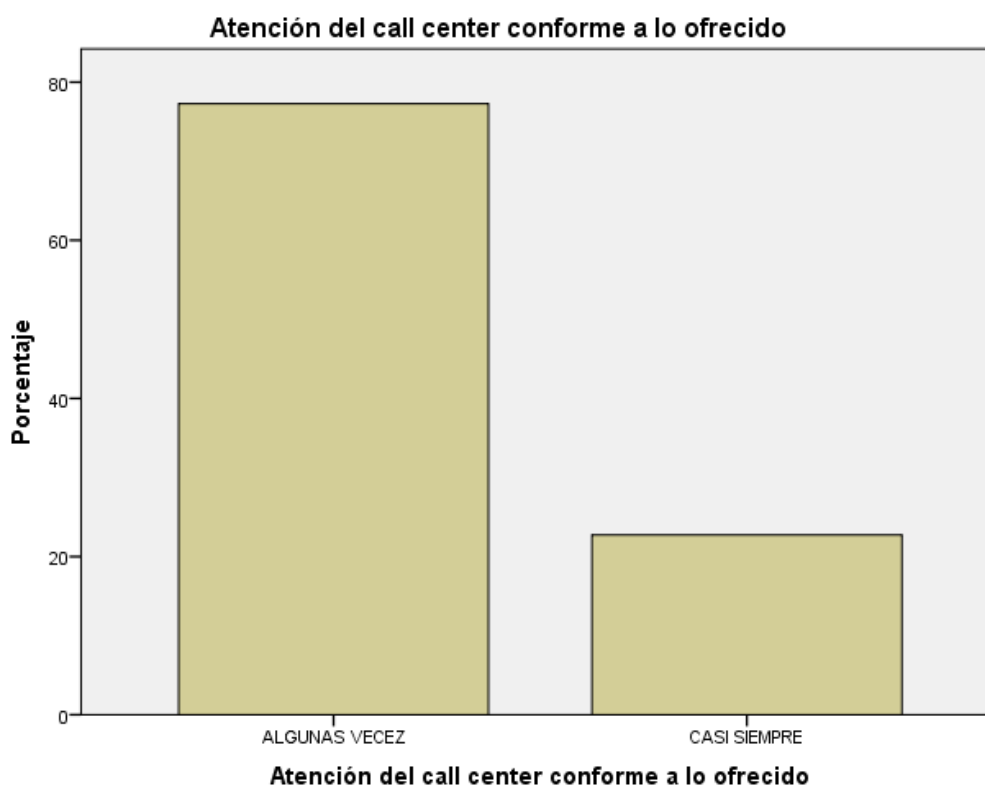
Interpretación:

Con respecto a la pregunta: ¿Considera usted que los medios de comunicación que tiene Hidrandina para con sus usuarios cumplen su objetivo y son fáciles de utilizar conforme lo publicitado?, respondieron algunas veces el 81.80 % (18 usuarios); y casi siempre el 18.20 % (4 usuarios).

P.17 ¿Considera usted que la atención del personal del Call Center es buena tal como lo publicidad Hidrandina?

Atención del call center conforme a lo ofrecido

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido ALGUNAS VECEZ	17	77,3	77,3	77,3
CASI SIEMPRE	5	22,7	22,7	100,0
Total	22	100,0	100,0	



Interpretación:

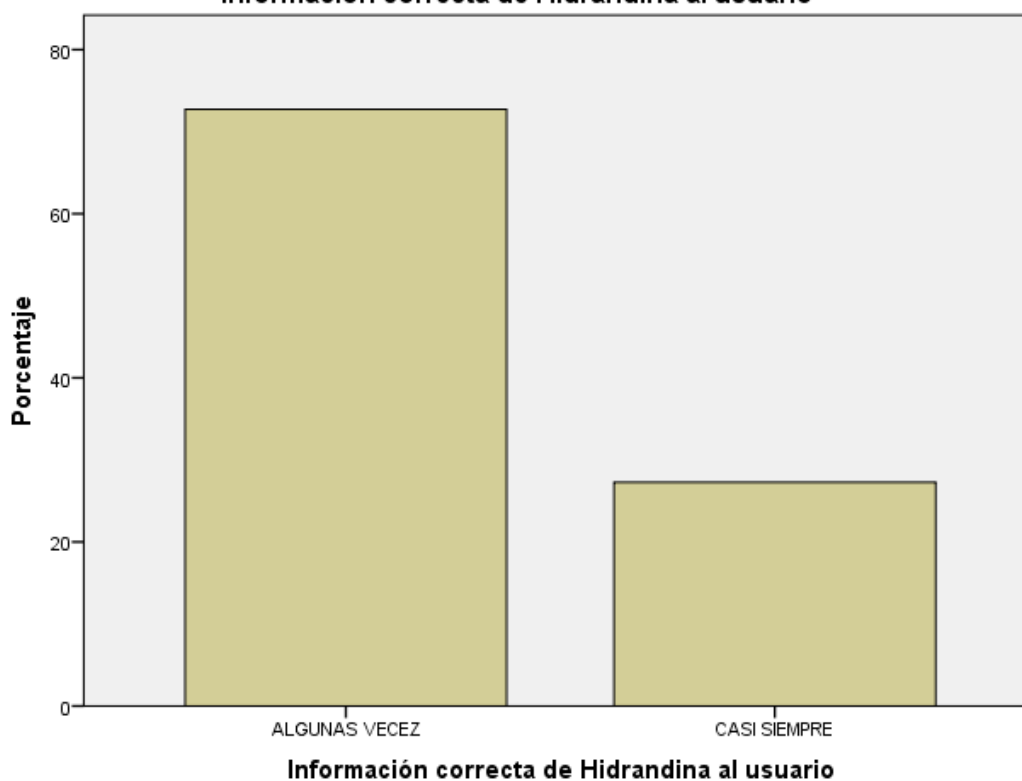
Con respecto a la pregunta: ¿Considera usted que la atención del personal del Call Center es buena tal como lo publicidad Hidrandina?, respondieron algunas veces el 77.30 % (17 usuarios); y casi siempre el 22.70 % (5 usuarios).

P.18 ¿Cree usted que Hidrandina ha cumplido con informarle correctamente sobre el servicio de alumbrado público que le brinda conforme lo publicitado?

Información correcta de Hidrandina al usuario

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
ALGUNAS VECEZ	16	72,7	72,7	72,7
CASI SIEMPRE	6	27,3	27,3	100,0
Total	22	100,0	100,0	

Información correcta de Hidrandina al usuario



Interpretación:

Con respecto a la pregunta: ¿Cree usted que Hidrandina ha cumplido con informarle correctamente sobre el servicio de alumbrado público que le brinda conforme lo publicitado?, respondieron algunas veces el 72.70 % (16 usuarios); y casi siempre el 27.30 % (6 usuarios).

MATRIZ DE TABULACION

MATRIZ DE TABULACION

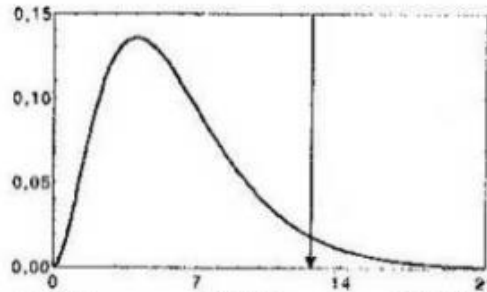
ENCUESTADO	VARIABLE 1: CALIDAD DEL SERVICIO																																				TOTAL									
	ELEMENTOS TANGIBLES									CAPACIDAD DE RESPUESTA								FIABILIDAD								SEGURIDAD								EMPATIA												
	P1	P2	P3	P4	P5	pm	A	E	%	P6	P7	P8	P9	pm	A	E	%	P10	P11	P12	P13	pm	A	E	%	P14	P15	P16	P17	pm	A	E	%	P18	P19	P20	P21	P22	pm	A	E	%	pm	A	E	%
1	3	3	3	3	3	3	15	25	60%	3	3	3	3	3	12	20	60%	3	3	3	3	3	12	20	60%	3	3	3	3	3	12	20	60%	3	3	3	3	3	15	25	60%	3	66	110	60%	
2	3	4	4	3	3	3	17	25	68%	4	4	4	3	4	15	20	75%	4	4	4	3	4	15	20	75%	3	3	4	3	3	13	20	65%	4	4	4	3	3	4	18	25	72%	4	78	110	71%
3	3	3	3	4	4	3	17	25	68%	3	3	3	4	3	13	20	65%	3	3	3	4	3	13	20	65%	3	3	3	3	3	12	20	60%	3	4	4	3	3	3	17	25	68%	3	72	110	65%
4	4	3	3	3	4	3	17	25	68%	3	3	3	4	3	13	20	65%	3	3	3	3	3	12	20	60%	3	3	3	3	3	12	20	60%	4	4	3	3	3	3	17	25	68%	3	71	110	65%
5	4	4	3	3	3	3	17	25	68%	4	3	3	3	3	13	20	65%	3	3	4	3	3	13	20	65%	4	2	3	3	3	12	20	60%	3	3	3	3	3	3	15	25	60%	3	70	110	64%
6	3	3	3	3	3	3	15	25	60%	3	3	3	3	3	12	20	60%	3	3	3	3	3	12	20	60%	3	3	3	3	3	12	20	60%	3	3	3	3	3	3	15	25	60%	3	66	110	60%
7	3	4	4	3	3	3	17	25	68%	4	3	3	3	3	13	20	65%	3	3	3	3	3	12	20	60%	3	3	4	3	3	13	20	65%	4	3	4	3	3	3	17	25	68%	3	72	110	65%
8	3	3	4	3	4	3	17	25	68%	3	3	3	4	3	13	20	65%	3	3	3	4	3	13	20	65%	3	3	3	3	3	12	20	60%	4	3	4	3	3	3	17	25	68%	3	72	110	65%
9	3	4	4	4	3	4	18	25	72%	4	3	3	4	4	14	20	70%	3	3	3	3	3	12	20	60%	3	4	4	4	4	15	20	75%	4	3	4	3	3	3	17	25	68%	3	76	110	69%
10	4	4	3	3	3	3	17	25	68%	4	3	3	3	3	13	20	65%	3	3	4	3	3	13	20	65%	4	3	3	3	3	13	20	65%	3	3	3	3	3	3	15	25	60%	3	71	110	65%
11	3	3	3	3	3	3	15	25	60%	3	3	3	3	3	12	20	60%	3	3	3	3	3	12	20	60%	3	3	3	3	3	12	20	60%	3	3	3	3	3	3	15	25	60%	3	66	110	60%
12	3	4	4	3	3	3	17	25	68%	4	3	3	3	3	13	20	65%	3	3	3	3	3	12	20	60%	3	3	4	3	3	13	20	65%	4	3	4	3	3	3	17	25	68%	3	72	110	65%
13	3	3	3	4	4	3	17	25	68%	3	3	3	4	3	13	20	65%	3	3	3	4	3	13	20	65%	3	3	3	3	3	12	20	60%	4	4	3	3	3	3	17	25	68%	3	72	110	65%
14	4	3	3	3	4	3	17	25	68%	4	4	4	4	4	16	20	80%	3	3	3	3	3	12	20	60%	3	3	3	3	3	12	20	60%	4	4	3	3	3	3	17	25	68%	3	74	110	67%
15	3	3	4	4	3	3	17	25	68%	3	3	3	4	3	13	20	65%	3	3	4	3	3	13	20	65%	4	3	3	3	3	13	20	65%	3	3	3	3	3	3	15	25	60%	3	71	110	65%
16	3	3	3	3	3	3	15	25	60%	3	3	3	3	3	12	20	60%	3	3	3	3	3	12	20	60%	3	3	3	3	3	12	20	60%	3	3	3	3	3	3	15	25	60%	3	66	110	60%
17	3	4	4	3	3	3	17	25	68%	4	3	3	3	3	13	20	65%	3	3	3	3	3	12	20	60%	3	3	4	3	3	13	20	65%	4	3	4	3	3	3	17	25	68%	3	72	110	65%
18	3	4	4	3	3	3	17	25	68%	4	3	3	3	3	13	20	65%	3	3	3	4	3	13	20	65%	3	3	3	3	3	12	20	60%	4	3	4	3	3	3	17	25	68%	3	72	110	65%
19	3	3	4	3	4	3	17	25	68%	4	3	3	3	3	13	20	65%	3	3	3	3	3	12	20	60%	3	4	4	4	4	15	20	75%	4	4	4	3	3	4	18	25	72%	3	75	110	68%
20	3	3	4	3	4	3	17	25	68%	4	3	3	3	3	13	20	65%	3	3	3	4	3	13	20	65%	3	3	3	4	3	13	20	65%	3	3	3	3	3	3	15	25	60%	3	71	110	65%
21	3	3	3	3	3	3	15	25	60%	3	3	3	3	3	12	20	60%	3	3	3	3	3	12	20	60%	3	3	3	3	3	12	20	60%	3	3	3	3	3	3	15	25	60%	3	66	110	60%
22	3	4	4	3	3	3	17	25	68%	4	3	3	3	3	13	20	65%	3	3	3	3	3	12	20	60%	3	3	4	3	3	13	20	65%	4	3	4	3	3	3	17	25	68%	3	72	110	65%

MATRIZ DE TABULACION

ENCUESTADO	VARIABLE 2: SATISFACCION DE LOS USUARIOS																														TOTAL							
	RENDIMIENTO PERCIBIDO								CONFIANZA								CALIDAD TECNICA PERCIBIDA								EXPECTATIVAS CUMPLIDAS													
	P1	P2	P3	P4	pm	A	E	%	P5	P6	P7	P8	pm	A	E	%	P9	P10	P11	P12	P13	pm	A	E	%	P14	P15	P16	P17	P18	pm	A	E	%	pm	A	E	%
1	3	3	3	4	3	13	20	65%	4	3	3	3	3	13	20	65%	3	3	3	3	3	3	15	20	75%	3	3	3	3	3	3	15	20	75%	3	56	90	62%
2	3	4	4	4	4	15	20	75%	4	4	4	4	4	16	20	80%	4	4	4	4	4	4	20	20	100%	4	4	4	4	3	4	19	20	95%	4	70	90	78%
3	3	3	3	4	3	13	20	65%	3	4	3	3	3	13	20	65%	4	4	3	3	3	3	17	20	85%	3	3	3	3	3	3	15	20	75%	3	58	90	64%
4	3	3	3	3	3	12	20	60%	3	3	3	3	3	12	20	60%	3	3	4	3	4	3	17	20	85%	3	3	3	3	3	3	15	20	75%	3	56	90	62%
5	3	3	3	3	3	12	20	60%	3	3	3	3	3	12	20	60%	3	3	4	3	4	3	17	20	85%	3	3	3	3	4	3	16	20	80%	3	57	90	63%
6	3	3	3	3	3	12	20	60%	4	3	3	3	3	13	20	65%	3	3	3	3	3	3	15	20	75%	3	3	3	3	3	3	15	20	75%	3	55	90	61%
7	3	3	3	4	3	13	20	65%	4	3	3	3	3	13	20	65%	3	3	3	4	4	3	17	20	85%	3	4	4	3	3	3	17	20	85%	3	60	90	67%
8	4	3	3	3	3	13	20	65%	3	4	3	3	3	13	20	65%	3	3	4	3	4	3	17	20	85%	3	3	3	3	3	3	15	20	75%	3	58	90	64%
9	4	4	4	3	4	15	20	75%	3	4	4	4	4	15	20	75%	4	3	4	3	4	4	18	20	90%	4	3	3	3	3	3	16	20	80%	4	64	90	71%
10	3	3	3	3	3	12	20	60%	3	3	3	3	3	12	20	60%	3	3	4	3	4	3	17	20	85%	3	3	3	3	4	3	16	20	80%	3	57	90	63%
11	3	3	3	3	3	12	20	60%	4	3	3	3	3	13	20	65%	3	3	3	3	3	3	15	20	75%	3	3	3	3	3	3	15	20	75%	3	55	90	61%
12	3	3	3	4	3	13	20	65%	4	3	3	3	3	13	20	65%	3	3	3	4	4	3	17	20	85%	3	3	4	4	3	3	17	20	85%	3	60	90	67%
13	3	3	3	4	3	13	20	65%	3	4	3	3	3	13	20	65%	3	3	4	3	4	3	17	20	85%	3	3	3	3	3	3	15	20	75%	3	58	90	64%
14	3	4	4	4	4	15	20	75%	3	3	3	3	3	12	20	60%	3	3	4	4	4	4	18	20	90%	4	4	4	4	3	4	19	20	95%	4	64	90	71%
15	3	3	3	3	3	12	20	60%	3	3	3	3	3	12	20	60%	3	3	4	3	4	3	17	20	85%	3	3	3	3	4	3	16	20	80%	3	57	90	63%
16	3	3	3	3	3	12	20	60%	4	3	3	3	3	13	20	65%	3	3	3	3	3	3	15	20	75%	3	3	3	3	3	3	15	20	75%	3	55	90	61%
17	3	3	3	4	3	13	20	65%	4	4	4	4	4	16	20	80%	3	3	3	4	4	3	17	20	85%	3	3	3	4	3	3	16	20	80%	3	62	90	69%
18	3	3	3	4	3	13	20	65%	3	4	3	3	3	13	20	65%	3	3	4	3	4	3	17	20	85%	3	3	3	3	3	3	15	20	75%	3	58	90	64%
19	3	3	3	4	3	13	20	65%	3	4	3	3	3	13	20	65%	3	3	3	4	4	3	17	20	85%	3	3	3	4	4	3	17	20	85%	3	60	90	67%
20	3	3	3	3	3	12	20	60%	3	3	3	3	3	12	20	60%	3	3	4	3	4	3	17	20	85%	3	3	3	3	4	3	16	20	80%	3	57	90	63%
21	3	3	3	3	3	12	20	60%	4	3	3	3	3	13	20	65%	3	3	3	3	3	3	15	20	75%	3	3	3	3	3	3	15	20	75%	3	55	90	61%
22	3	3	3	3	3	12	20	60%	4	3	3	3	3	13	20	65%	3	3	3	4	4	3	17	20	85%	4	3	3	3	4	3	17	20	85%	3	59	90	66%

TABLA CHI-CUADRADO

Tabla de la Distribución de Chi-cuadrado (c2). $P(\chi^2_{(10)} < 12,55) = 0,75$



gl	Valor-p							
	0.5	0.25	0.1	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
1	0.45	1.32	2.71	3.84	5.02	6.63	7.88	10.83
2	1.39	2.77	4.61	5.99	7.38	9.21	10.60	13.82
3	2.37	4.11	6.25	7.81	9.35	11.34	12.84	16.27
4	3.36	5.39	7.78	9.49	11.14	13.28	14.86	18.47
5	4.35	6.83	9.24	11.07	12.83	15.09	16.75	20.52
6	5.35	7.84	10.64	12.59	14.45	16.81	18.55	22.46
7	6.35	9.04	12.02	14.07	16.01	18.48	20.28	24.32
8	7.34	10.22	13.36	15.51	17.53	20.09	21.95	26.12
9	8.34	11.39	14.68	16.92	19.02	21.67	23.59	27.88
10	9.34	12.55	15.99	18.31	20.48	23.21	25.19	29.59
11	10.34	13.70	17.28	19.68	21.92	24.72	26.76	31.26
12	11.34	14.85	18.55	21.03	23.34	26.22	28.30	32.91
13	12.34	15.98	19.81	22.36	24.74	27.69	29.82	34.53
14	13.34	17.12	21.06	23.68	26.12	29.14	31.32	36.12
15	14.34	18.25	22.31	25.00	27.49	30.58	32.80	37.70
16	15.34	19.37	23.54	26.30	28.85	32.00	34.27	39.25
17	16.34	20.49	24.77	27.59	30.19	33.41	35.72	40.79
18	17.34	21.60	25.99	28.87	31.53	34.81	37.16	42.31
19	18.34	22.72	27.20	30.14	32.85	36.19	38.58	43.82
20	19.34	23.83	28.41	31.41	34.17	37.57	40.00	45.31
21	20.34	24.93	29.62	32.67	35.48	38.93	41.40	46.80
22	21.34	26.04	30.81	33.92	36.78	40.29	42.80	48.27
23	22.34	27.14	32.01	35.17	38.08	41.64	44.18	49.73
24	23.34	28.24	33.20	36.42	39.36	42.98	45.56	51.18
25	24.34	29.34	34.38	37.65	40.65	44.31	46.93	52.62
26	25.34	30.43	35.56	38.89	41.92	45.64	48.29	54.05
27	26.34	31.53	36.74	40.11	43.19	46.96	49.64	55.48
28	27.34	32.62	37.92	41.34	44.46	48.28	50.99	56.89
29	28.34	33.71	39.09	42.56	45.72	49.59	52.34	58.30
30	29.34	34.80	40.26	43.77	46.98	50.89	53.67	59.70
40	39.34	45.62	51.81	55.76	59.34	63.69	66.77	73.40
50	49.33	56.33	63.17	67.50	71.42	76.15	79.49	86.66
60	59.33	66.98	74.40	79.08	83.30	88.38	91.95	99.61
70	69.33	77.58	85.53	90.53	95.02	100.43	104.21	112.32
80	79.33	88.13	96.58	101.88	106.63	112.33	116.32	124.84
90	89.33	98.65	107.57	113.15	118.14	124.12	128.30	137.21
100	99.33	109.14	118.50	124.34	129.56	135.81	140.17	149.45