



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSGRADO**

**PROGRAMA ACADÉMICO DE DOCTORADO DE GESTIÓN  
PÚBLICA Y GOBERNABILIDAD**

Calidad del servicio del Centro de Mejor Atención al Ciudadano y su  
incidencia en la satisfacción del usuario, Ventanilla 2019

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:**

Doctora en Gestión Pública y Gobernabilidad

**AUTORA:**

Mgtr. Soledad Lizeth Figueroa Bedon (ORCID: 0000-0002-9453-9810)

**ASESOR:**

Dr. Walter Manuel Vásquez Mondragón (ORCID: 0000-0003-3210-9433)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Reforma y Modernización del Estado

**Lima – Perú**

**2020**

## **Dedicatoria**

A mi madre: Claudina Miranda Vda. De Bedon, porque aun a pesar de su ausencia física, eres mi fortaleza, porque a pesar de ser iletrada vivías orgullosa y feliz de mis logros.

A mis padres: Roberto y Mónica, por su apoyo incondicional. A mis socias y hermanas: Angélica y Karla por su comprensión en mí ajustado tiempo. A mi sobrino Jaren por ser mi aliento cuando siento caer. A mi familia por elección: Francesca, Carmen y Alessio por siempre acogerme en su hogar con amor.

### **Agradecimiento**

A mis asesores por su apoyo y tiempo dedicado al asesoramiento de mi tesis.

Al talento humano del Centro de Mejor Atención al Ciudadano – MAC Ventanilla, por la información facilitada para el desarrollo de esta investigación.

## **Página del jurado**

### **Declaratoria de autenticidad**

Yo, Soledad Lizeth Figueroa Bedon, estudiante del Doctorado de Gestión Pública y Gobernabilidad de la Escuela de Postgrado de la Universidad César Vallejos, identificado con DNI 42985208, con la tesis titulada:

Calidad del servicio del Centro de Mejor Atención al Ciudadano y su incidencia en la satisfacción del usuario Ventanilla, 2019.

Declaro bajo juramento que:

1. La tesis es de mi autoría
2. He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente
3. La tesis no ha sido autoplagiada, es decir no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse el fraude (datos falsos) plagio (información sin citar autores), auto plagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que haya sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente la idea de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normalidad vigente de la Universidad Cesar Vallejo.

Lima, 04 de Enero del 2020.



Soledad Lizeth Figueroa Bedon

DNI 42985208

## Índice

|  | Pág. |
|--|------|
| Carátula   | i    |
| Dedicatoria  | ii   |
| Agradecimiento   | iii  |
| Página del Jurado  | Iv   |
| Declaratoria de autenticidad   | v    |
| Índice   | vi   |
| Índice de tablas   | vii  |
| Índice de figuras  | vii  |
| Resumen  | viii |
| Abstract   | ix   |
| Resumo   | x    |
| I. Introducción  | 1    |
| II. Método   | 11   |
| 2.1 Tipo de investigación  | 11   |
| 2.2 Operacionalización de variables  | 11   |
| 2.3 Población, muestra, muestreo   | 12   |
| 2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad | 12   |
| 2.5 Procedimiento  | 13   |
| 2.6 Método de análisis de datos  | 14   |
| 2.7 Aspectos éticos  | 14   |
| III. Resultados  | 15   |
| IV. Discusión  | 22   |
| V. Conclusiones  | 26   |
| VI. Recomendaciones  | 27   |
| VII. Propuesta   | 28   |
| Referencias  | 30   |
| Anexos   | 35   |

## Índice de tablas

|  | Pág. |
|--|------|
| Tabla 1. Matriz de Operacionalización de la variable calidad de servicio     | 11   |
| Tabla 2. Matriz de Operacionalización de la variable satisfacción al usuario | 11   |
| Tabla 3. Coeficiente de confiabilidad  | 13   |
| Tabla 4. Descriptivos de la variable calidad de servicio y sus dimensiones   | 15   |
| Tabla 5. Descriptivos de la variable calidad de servicio y sus dimensiones   | 16   |
| Tabla 6. Prueba de normalidad de los datos de las variables y dimensiones    | 17   |
| Tabla 7. Pruebas de ajuste de los modelos y pseudo R cuadrado                | 18   |
| Tabla 8. Pruebas de ajuste de los modelos y pseudo R cuadrado                | 19   |
| Tabla 9. Pruebas de ajuste de los modelos y pseudo R cuadrado                | 19   |
| Tabla 10. Pruebas de ajuste de los modelos y pseudo R cuadrado               | 20   |
| Tabla 11. Pruebas de ajuste de los modelos y pseudo R cuadrado               | 21   |
| Tabla 12. Pruebas de ajuste de los modelos y pseudo R cuadrado               | 22   |

## Índice figuras

|  | Pág. |
|--|------|
| Figura 1. Abordaje teórico   | 6    |
| Figura 2. Descriptivos de la variable calidad de servicio y sus dimensiones      | 15   |
| Figura 3. Descriptivos de la variable Satisfacción del usuario y sus dimensiones | 16   |
| Figura 4. Flujo de atención  | 30   |

## Resumen

La presente investigación se desarrolla en la plataforma del Centro MAC Ventanilla, la cual tiene un promedio de atención de 2000 usuarios aproximadamente, es preciso mencionar que la afluencia de público ha ido ascendiendo desde la apertura de la plataforma por tal motivo se creó el sistema de citas el cual generó que la calidad de servicio disminuya y que la satisfacción del usuario suceda lo mismo, por tal motivo en esta investigación se estableció como objetivo determinar si existe incidencia de la calidad de servicio en la satisfacción del usuario.

Este estudio se realizó bajo un enfoque cuantitativo de tipo causal de nivel explicativo, por ello es que se utilizó como instrumento las encuestas basándonos en un cuestionario de preguntas sobre la atención que recibían en la plataforma de atención, buscando que incidencia tenía una variable en la otra, explicando así de esta manera porque la falta, ausencia o decadencia de la variable calidad de servicios, incide o causa cambios en la variable satisfacción al usuario.

Luego de recojo de la información trabajando con una muestra de 62 personas, mediante la contrastación de la hipótesis general se llega a la conclusión que existe una incidencia significativa, positiva y alta entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario.

**Palabras claves:** procedimiento, sistema de citas, afluencia



## **Abstract**

The present investigation is carried out in the MAC Ventanilla Center platform, which has an average attention of approximately 2000 users, it is necessary to mention that the influx of public has been increasing since the opening of the platform for this reason the system was created citations which genre that the quality of service decreases and that the user's satisfaction happens the same, for this reason in this investigation it was established as an objective to determine if there is an incidence of the quality of service in the user's satisfaction.

This study was carried out under a quantitative approach of causal type of explanatory level, which is why the surveys were used as an instrument based on a questionnaire about the questions they received in the care platform, looking for the incidence of a variable in the another, thus explaining this way because the lack, absence or decay of the service quality variable, affects or causes changes in the user satisfaction variable.

After collecting the information working with a sample of 62 people, by contrasting the general hypothesis, it is concluded that there is a significant, positive and high incidence between the quality of service and user satisfaction.

**Keywords:** procedure, dating system, influx

## **Resumo**

A presente investigação é realizada na plataforma MAC Ventanilla Center, que tem uma atenção média de aproximadamente 2.000 usuários. É necessário mencionar que o influxo de público vem aumentando desde a abertura da plataforma, por esse motivo o sistema foi criado citações que dizem que a qualidade do serviço diminui e que a satisfação do usuário acontece da mesma forma; por esse motivo, nesta investigação, foi estabelecido como objetivo determinar se há incidência da qualidade do serviço na satisfação do usuário.

Este estudo foi realizado sob uma abordagem quantitativa do tipo causal de nível explicativo, razão pela qual as pesquisas foram utilizadas como instrumento com base em questionário sobre as questões que receberam na plataforma de atendimento, buscando a incidência de uma variável na outro, explicando assim, porque a falta, ausência ou deterioração da variável qualidade do serviço afeta ou provoca alterações na variável satisfação do usuário.

Após coletar as informações que trabalham com uma amostra de 62 pessoas, contrastando a hipótese geral, conclui-se que há uma incidência significativa, positiva e alta entre a qualidade do serviço e a satisfação do usuário.

**Palavras-chave:** procedimento, sistema de namoro, influxo

## **I. Introducción**

Las plataformas de atención de los diferentes Centro de Atención al Ciudadano (Centro MAC), son de alta afluencia de público de diversos estratos y por diferentes motivos, si viene es cierto cada plataforma tiene sistema de cola lo que ayuda a ordenar el turno y el horario de atención de cada usuario; lo cual funciono exitosamente durante los primeros años de funcionamiento de cada Centro MAC, debemos mencionar que los procedimiento o tramites son automáticos, es decir brindados en el momento, el cual es uno de los motivos principales de que los usuarios prefieran realizar trámites en estas plataformas que en las usuales ya conocidas de cada entidad; con el pasar de los años los centro MAC se hicieron más conocidos entre la población es así que la afluencia promedio de público diario incremento considerablemente en todos los centro MAC; la presente investigación se va desarrollar en el Centro MAC Ventanilla, y con respecto a la afluencia promedio de público en esta plataforma de atención aumento de 800 a 1500 usuarios diarios, aumentando en más del 50%, lo que llevo a este centro MAC realice estrategias de atención, dentro de las cuales podemos mencionar: reconocer horarios de menor afluencia dándoselo a conocer a los usuarios para su comodidad, incremento ventanillas de atención, incremento de personal.

Dichas estrategias funcionó durante el primer año de desarrollo ya que la afluencia del público iba en ascenso, aumentando de 1500 a 2000 usuarios diarios, es así que las estrategias planteadas ya no estaban siendo suficiente, apareciendo nuevos problemas, de tal manera que se incrementó el sistema de citas para los procedimientos de mayor demanda, tales como: tramites de DNI, copias literales (partidas), recojo de DNI, antecedentes policiales, emisión y/o revalidación de pasaporte, es preciso mencionar que estos procedimiento se agrupan en estas tres entidades en las cuales se concentra el 90% de las atenciones del Centro MAC Ventanilla. El sistema de citas consiste en que el usuario se atiende previa cita vía teléfono, las cuales podrían ser mínimo un día después, esta estrategia logro disminuir los tiempos de espera y las colas por los procedimientos de las entidades mencionadas, pero era una visible molestia en los usuarios quienes estaban acostumbrados a la agilidad y rapidez de la atención lo que se veía mellado ahora por las citas telefónicas teniendo que esperar a la disponibilidad de las citas, según sea la entidad; ello genera que en algunos centro MAC con realidades diferentes la calidad de servicio se vea disminuida en puntos porcentuales; por tal motivo en esta investigación vamos a desarrollarla en base a dos variables: calidad del servicio (CS) la cual tendrá cinco dimensiones siendo: elementos tangibles (ET), fiabilidad (F), capacidad de respuesta (CR), seguridad (S) y empatía (E); del

mismo se tiene como segunda variable satisfacción del usuario (SU) de igual manera cuenta con cinco dimensiones: Calidad funciona percibida (CFP), calidad técnica percibida (CTP), valor percibido (VP), confianza (C), expectativas (E). Teniendo en cuenta ello identificaremos entonces los siguiente: Problema general: ¿Cuál es la incidencia de la CS del Centro MAC en la SU, Ventanilla 2019?, así como problemas específicos tales como: Problemas secundarios: (1) ¿Cuál es la incidencia de ET en la SU del Centro MAC, Ventanilla, 2019?, (2) ¿Cuál es la incidencia de la F en la SU del Centro MAC, Ventanilla 2019?, (3) ¿Cuál es la incidencia de la CR en la SU del Centro MAC, Ventanilla, 2019?, (4) ¿Cuál es la incidencia de la S en la SU del Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Ventanilla, 2019?, (5) ¿Cuál es la incidencia de la E en la SU del Centro MAC, Ventanilla, 2019?

Debemos mencionar que durante los últimos años se ha incrementado considerablemente el interés de mejorar la calidad de los servicios y/o productos ofrecidos en el mercado las diferentes empresas y/o instituciones, debido a que existen muchos estudios favorables sobre la incidencia o influencia que tiene la calidad de servicio sobre qué tan satisfecho queda el usuario al concluir el servicio y viceversa; es por ello que Orgambidez y Almeida (2015) indican que mediante la calidad de servicio se puede visualizar la competitividad y la viabilidad de la empresa o entidad, ambos autores desarrollan un estudio que aborda la calidad de servicio en este caso en entidades hoteleras, ellos manifiestan que debe desarrollares un plan de trabajo interno para que con la mejora del público interno ello se vea reflejado en el publico externo, reflejando la satisfacción del usuario por los servicios recibidos en las cadenas hoteleras, es así que resaltan ampliamente el clima laboral y la satisfacción del público interno, ya que de ello depende el 50% o más de lo que reflejen en la atención de contacto externo, los resultados obtenido solo confirmaría la hipótesis planteada.

En previas investigaciones realizada por Moliner (2018), donde se efectúa una investigación sobre la correlación entre la calidad de servicio y satisfacción del usuario de un hospital de Castellón de Plana de España, teniendo como objetivo principal el de garantizar la calidad de servicio de los procesos que en esta entidad hospitalaria se brindan, mediante una evaluación y monitoreo de los principales procedimiento, es así que esta investigación se realiza bajo un tipo de investigación cuantitativa, obteniendo como resultado un alto índice de la correlación entre las variables de estudio, así mismo se identificó algunas falencias en la atención que se brindaba lo que al mejorar incrementaría

los índices de calidad de servicio. Lo descrito estaría sustentado también en el modelo SERVPERF es así que Tavera y Henao (2017) manifestaron en el XXII Congreso Internacional de Contaduría, Administración y Finanzas, que dicho modelo contempla únicamente las percepciones eliminando las expectativas, pero también a la vez indica que sobre el ámbito de las telecomunicaciones en Colombia no hay investigaciones sobre calidad de servicio, por tal motivo dirigen este congreso a la adaptación de dicho el modelo para desarrollarlo en las telecomunicaciones de tal manera que la adaptación se aplicó en 231 personales, teniendo 16 hipótesis sobre la calidad de servicio logrando validar 09 de ellas.

López (2018) realiza en Guayaquil-Ecuador una investigación sobre la el servicio de calidad y la satisfacción de los clientes de un restaurante, debido al crecimiento del mercado en este rubro es que el autor se ve en la necesidad de llevar a cabo este estudio buscando determinar la relación existente entre calidad de servicio y satisfacción, desarrollándolo mediante un enfoque mixto, en lo que respecta al enfoque cualitativo se entrevistó a personal interno del Restaurante. Mediante el desarrollo de este trabajo se identificó evidencias que el servicio del cliente es vital para una empresa, ya que de esto puede depender el éxito o el fracaso de ella, en este caso es ideal que el cliente luego de la visita del restaurante quede satisfecho por el lugar, la comida y servicio; es así que se logró reconocer debilidades que proyectaban un bajo nivel de calidad de servicio tales como: trato personalizado, instalación y respuesta inmediata.

Lascurain (2015) enmarco un estudio en México donde habla de la calidad de servicio, que se brinda en una empresa de energía eléctrica, donde buscan identificar la dependencia que hay entre calidad de servicio y satisfacción del usuario, ellos plantean una energía eléctrica ininterrumpida entre otros condiciones de atención personalizada con los usuarios, debemos mencionar que en este País tienen problemas con la energía eléctrica por lo que los usuarios manifestaban que con energía eléctrica ininterrumpida el servicio mejoraría, es entonces que se proyectó un plan de mejora de plantea ello, es así que luego de un tiempo de llevarse a cabo este plan se toma la proyección de la calidad de servicio mediante la satisfacción del usuario, obteniendo una gran diferencia entre el tes pre plan y el test post plan.

Higuera (2018) desarrollo una pesquisa teniendo de objetivo principal evaluar la calidad de servicio de la Fábrica de Waffles ubicada en Baja California del Sur, desarrollándose mediante un cuestionario, esta herramienta se aplicó en un periodo de tiempo desarrollándose de forma transversal en una muestra de 241 personas identificado

como comensales, permitiendo reconocer las fortalezas y debilidades, lo que coadyuvaría a la optimizar la calidad de servicio que se brinda, mediante la satisfacción de los comensales mejore progresivamente luego de la identificación de las falencias siendo una de ellas el rango de tiempo en la atención y la poca variedad de los productos ofrecidos.

Tal como hemos podido observar en las investigaciones presente a nivel internacional, podemos decir que la relación entre usuario externo y usuario interno es alta, ya que este último son quienes representas a la entidad y/o empresa frente al exterior, para nosotros como usuarios externos si un usuario interno, nos trata con calidez, calidad, eficiencia y eficacia ello nos da a conocer que la entidad se maneja de forma interna de la misma manera; muy por el contrario, si no sucede de esta manera, manifestamos que la entidad no capacita a su persona, no los incentiva, hasta en mucho casos justificamos el accionar del personal manifestando que es producto del estrés laboral. Debemos mencionar también que en lo que respecta al desarrollo específico de la investigación debemos tener como fundamento a estudios desarrollados con realidades más cercanas a las nuestras; de esta manera; en el ámbito nacional podemos mencionar a Padilla (2016) quien desarrollo una investigación en Lima, teniendo como base al usuario, buscando determinar la relación que existe entre satisfacción del usuario y calidad de atención, debido a que en dicha entidad se había recibido muchas quejas por la baja calidad de servicios indicando que el principal motivo eran los colaboradores, de esta manera que al finalizar la investigación descrita se nos da como resultado una alta correlación entre calidad de atención y el usuario, lo que conlleva a que la empresa realice planes de trabajo con enfoques de mejora en cuanto a las capacitaciones, motivaciones u otros factores a los usuarios interno, al fin de dicho plan la diferencia fue notable entre el pre y post, mejorando significativamente las estadísticas en cuanto a calidad de atención.

Si bien es cierto dichos estudios relacionados al cliente y/ usuario interno son escasos, a continuación, se le desea dar a conocer investigaciones desarrolladas en realidades parecidas a la cual se piensa llevar a cabo la investigación en este caso este proyecto ejecuto en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Callao, es así que Rodriguez (2016), efectuó una investigación relacionada con la gestión del servicio que se brinda en la plataforma de dicho Centro MAC, quien desde otro punto de vista estudia la correlación que existe entre gestión del servicio y la conformidad del usuario relacionando estrechamente a ambos se puede decir que hasta una relación dependiente entre una y la otra, a lo que llega a concluir que existe un alta relación significativa y positiva; ratificando así que los usuarios externos

toman muy en cuenta el trato que reciben del usuario interno, como ya se ha mencionado son estos últimos quienes representan a cada entidad frente al usuario externo, sin dejar desmerecer las otras variables que coadyuvan a que la gestión del servicio incremente en los Centros de Mejor Atención al Ciudadano.

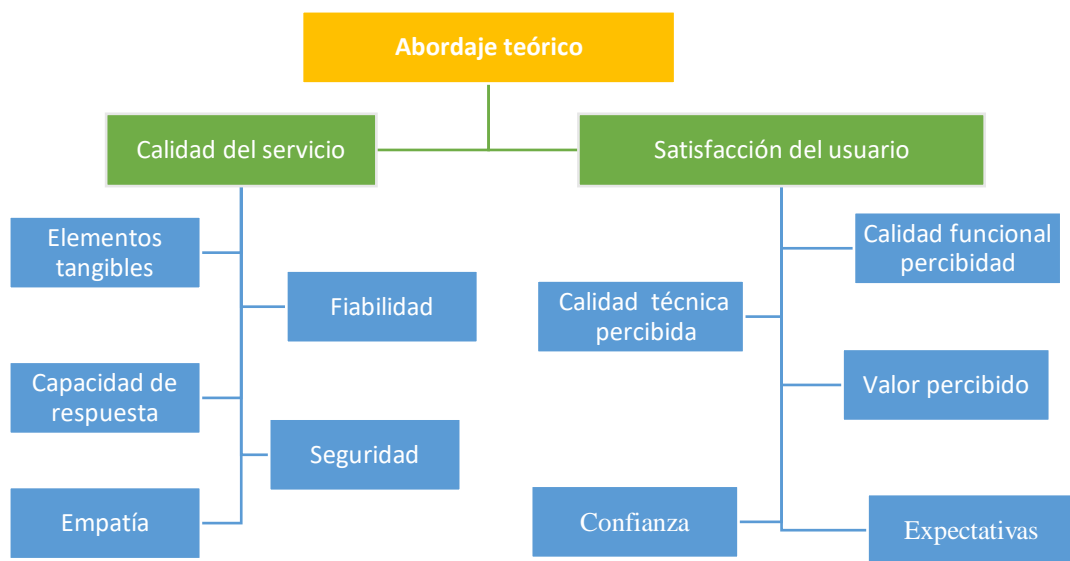
Siguiendo con los estudios con lo que respecta al usuario interno se debe mencionar a Yauri (2018), quien en su análisis tiene como objetivo identificar la relación que existe entre la comunicación interna de la entidad y la influencia que ello tendría en la satisfacción del usuario externo, el autor describe como teoría que considera que ambas variables están estrechamente vinculadas ya que reincidiendo en lo manifestado por otras indagaciones la calidad de servicio que brindamos es reflejada mediante los usuarios interno ya que son ellos quienes tienen el trato directo con los usuarios externos, entonces dicho autor manifiesta que la comunicación que exista internamente en cada empresa y/o entidad debe mantener una línea ascendente y de alto grado, ya que mediante dicha comunicación se van a poder resolver problemas internos que no deben verse reflejados hacia el exterior, por ejemplo si el flujo de algún procedimiento o servicio que se brinde ha sido modificado con el incremento de un requisito adicional ello debe ser comunicado oportunamente a todos los intervinientes en flujo para que en el momento que el usuario externo se apersona a realizar dicho procedimiento o adquirir dicho servicios este comunicado y no tenga inconvenientes, lo que podría generar en malestares y quizás hasta en quejas que pueden ver mellada la calidad de servicio que se presta.

Por otro lado si tomamos otro punto de vista teniendo en cuenta que nuestros usuarios interno están capacitados e informados de todo lo que la empresa y/o entidad brinda pero que no se encuentran satisfechos con la labor que desempeñan porque enfocados en la realidad, en mucho casos por ausencia del personal tratamos de cubrir las lazas o puesto con los que se tiene actualmente, sin consultar con el usuario interno si está conforme con ello y actuado autoritariamente, en sustento a ello es que Rimachi (2016) analiza la percepción de calidad de servicio mediante qué tan satisfecho está el usuario, direccionando su análisis para determinan si existe relación que existen entre ambos a lo que el concluye que cuando el colaborador está insatisfecho ello es reflejado en la mala atención que recibe el usuario ya que ellos no le dan el valor agregado en la atención brindando una atención de calidad y con calidez, en esto caso el trabajo cumple estrictamente su trabajo quizás con educación pero no con calidad, lo que disminuye el índice de calidad de satisfacción ya que los usuarios

externo valoran la calidez con los que se les da el servicios y todo aquello que se le brinda externamente sin ser parte de sus labores se podría decir lo conocido como valor agregado.

Es preciso mencionar que no sería la única entidad que realiza este tipo de análisis, teniendo como antecedentes a investigaciones previas tanto internacionales como nacionales, las cuales serán de vital importancia para nuestro estudio, se ha planteado el siguiente objetivo general: Determinar la incidencia de CS del Centro MAC en la SU, Ventanilla, 2019, así como objetivos específicos: (1) Determinar la incidencia de los ET en la SU del Centro MAC, Ventanilla, 2019, (2) Determinar la incidencia de la F en la SU del Centro MAC, Ventanilla, 2019, (3) Determinar la incidencia de la CR en la SU del Centro MAC, Ventanilla, 2019, (4) Determinar la incidencia de la S en la SU del Centro MAC Ventanilla, 2019, (5) Determinar la incidencia de la E en la SU del Centro MAC, Ventanilla, 2019

En lo que respecta a la teoría que sustenta esta investigación podríamos identificarlo en el siguiente esquema:



*Figura 1: Abordaje teórico*

Como ya se hizo mención anteriormente en esta investigación abordaremos dos variables: CS y SU, es así que a continuación enmarcamos a cada uno de ellos desde el punto de vista conceptual, de esta manera también reconocer los conceptos de cada una de sus dimensiones, según como sigue.



Si nos referimos a calidad del servicio mencionaremos a Zeithaml, (1988) quien indica que calidad es el juicio que da el consumidor sobre la excelencia de un productos o servicio; podríamos manifestar entonces que la CS viene a ser aquella percepción de cada ser humano, la cual no es manipulable. Si hablamos de servicio podríamos citar a Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988), quien manifiesta que vendría a ser una opinión, un juicio que brinda el consumidor, cliente o usuario; diríamos entonces que la calidad es subjetiva. Así mismo conoceremos sobre los conceptos de las dimensiones de la variable en mención, las cuales son ET: dentro de las cuales podríamos mencionar a la infraestructura, instalaciones físicas, equipos multimedia, material de difusión y/o comunicaciones; F: destreza para llevar a cabo un servicio de modo fiable; CR: habilidad, predisposición para realizar servicios en el tiempo adecuado, brindando un servicios adecuado; S: interés mostrados por el personal para realizar un servicio fortaleciendo la credibilidad y confianza en el usuario; E: brindar un servicio con un valor agregado de cortesía y amabilidad hacia los usuarios

Del mismo conceptualizamos a la variable SU, según Hunt (1977) diríamos que es la opinión que se brinda a partir de una experiencia de consumo de un producto y/o servicio, si alcanzo o no las expectativas al respecto; es preciso mencionar las dimensiones abordadas en esta variable las cuales son CFP: la forma de cómo se brinda el servicio; CTP: se enfoca en la característica inherente del servicio; VP: valor económico que el usuario abona por el servicio recibido; C: viene a ser el nivel de credulidad que se implanta en el usuario al brindar un servicio mediante el cual se puede crear la retención del usuario, incluso la recomendación; E: viene a ser lo que el consumidor y/o usuario espera del producto y/o servicio ofrecido antes de realizarlo.

Para el desarrollo de la investigación nos hemos basado en teóricos quienes desarrollaron estudios sobres estas plataformas de atención, es así que debemos conocer los inicios de este tipo de plataforma siendo que los centros de atención al ciudadano tuvieron sus inicios en Brasil como parte del proceso de modernización del sector público, teniendo como plan piloto el centro de atención al ciudadano en Bahia Blanca, convirtiéndose en una plataforma de atención exitosa; por lo que se extendió a los otros estados brasileños, estos centro de atención iniciaron como una feria informática instalando ventanillas únicas de algunas entidades del estado mediante funcionarios capacitados especialmente para este procesos, es así que al tener estadísticas exitosas el gobierno de Bahía decide desarrollar todo un programa de modernización que contenía simplificación administrativa y de

trámites, descentralización de servicios y calificación especializada de funcionarios públicos. Actualmente el modelo está consolidado en más de 300 centro de atención en todo Brasil, siendo reconocidos por los pobladores como centros de excelencia en la atención al ciudadano. (Alza 2013)

Según el informe emitido por el Latino barómetro del 2005, afirmaba que de cada 10 peruanos, solo uno de ellos sabían, reconocían o confiaban en que el dinero de recaudación en base a impuestos eran gastados favorablemente por el estado, llegando a la conclusión que nuestro país, era uno de los que arrojaba menor índice de confianza en la gestión del estados, es decir la gestión pública; de igual maneras los ciudadanos reconocían varios motivos y/o causas de molestia con respecto a los servicios que brindaba el estado, estando dentro de los frecuentes: tiempos y/o colas de espera con el 50%, trato descortés y poco amable del personal con 18% y desconocimiento de formularios gratuitos con 32%.

Por tal motivo se le brinda mayor importancia a la mejoría de la calidad de los servicios de mayor demanda que ofrece el estado dentro de los cuales podremos mencionar: duplicado de DNI, antecedentes penales y policiales, consultas de sunat, entre otros ; es así que se apunta se apunta a ofrecer servicios públicos con eficacia y eficiencia con lo que se lucharía en contra de la informalidad que obstaculiza el desarrollo económico del país; debemos adicionar a ello el tiempo que los ciudadano invertían en realizar los trámites en las entidades del estado, en estudio realizado en el 2009 por Data Digital donde se realizo una entrevista sobre el tiempo promedio de espera para la atención, traslado hacia la entidad para el trámite; arrojando índices altos de espera y un dato muy importante los ciudadanos manifestaron que para realizar un trámite en la mayoría de los casos era en dos visitas, siendo el tiempo total para realizar un trámite en el estado implicaría aproximadamente dos hora. Debemos mencionar también que dicha evaluación nos revelaba también deficiencias en la calidad de atención, información inadecuada o ambigua y maltrato de los funcionarios públicos.

Es por ello que en el marco de la mejora de los servicios del estado y sus entidades se lleva a cabo el plan del Centro MAC; teniendo como objetivo principal la reducción de la brecha entre el ciudadano y el estado, toda vez que se le da prioridad al interés y bienestar del ciudadano; es así como se plantea la propuesta de implementar una plataforma MAC, siendo este el eje principal. Lidera la propuesta la Presidencia de Consejo de Ministros (PCM), para lo cual se aprobaron un acopiado de reglas, políticas y planes, dentro de las cuales estaba la Ley marco de la modernización de la gestión del estado (Ley 27658), que

en los artículos 4 y 11 establece la relevancia de tener un estado con medios y/o canales efectivos, descentralizados y transparentes; esta directrices y bases legales eran sustentatorias para dar inicio al proceso de formalización del estado, así como de todas sus institución e instancias. Seguidamente se aprueba diversas políticas nacionales que serían de obligatorio cumplimiento, dentro de las cuales está la política nacional en materia de simplificación, lo que daría lugar al Plan Nacional de Simplificación Administrativa siendo su principal objetivo: Instaurar diversos canales que permitan el fácil accesos de los procedimientos y/o servicios administrativos, fundamentando así la implementación del Centro MAC en sus tres plataformas (presencial, virtual, telefónica).

La estrategia MAC, radica en el desarrollo de accesos multicanales para erradicar la brecha entre el estado y el ciudadano, lo que se daría a través de las plataformas de atención integrada por multicanales de atención, permitiendo reducir el tiempo y costos que el ciudadano invierte en su interacción con las entidades públicas.

En ese sentido, se implementó progresivamente seis Centros MAC a nivel nacional (cuatro en Lima y dos al interior del país: Arequipa y Piura), estos constarían de una plataforma de atención integrada por diversas entidades del Estado, teniendo como característica principal los procedimientos automáticos y el horario extendido.

El Centro MAC Norte, inicia operación el 2010, a cargo de la Presidencia de Consejo de Ministros (PCM), cuenta con 22 entidades participantes. Centro MAC Callao, inicia operaciones el en 2012, bajo la administración del Gobierno Regional del Callao, cuenta con 13 entidades participantes. Centro MAC Ventanilla, inicia operaciones en el 2014, a cargo de la Municipalidad Distrital de Ventanilla, cuenta con 12 entidades participantes. Centro MAC Piura, inicia operaciones en el 2014, a cargo del Gobierno Regional de Piura, cuenta con 15 entidades participantes. Centro MAC Lima Este inicia operaciones en el 2017, a cargo de la PCM, cuenta con 16 entidades participantes.

Luego de la revisión teórica se plateo como hipótesis general: La CS del Centro MAC incide en la SU, Ventanilla, 2019, así como hipótesis específicas: (1) El uso de los ET incide en la SU del Centro de Mejor Atención al Ciudadano, Ventanilla, 2019, (2) La F incide en la SU del Centro MAC, Ventanilla, 2019, (3) La CR incide en la satisfacción SU del Centro MAC, Ventanilla, 2019, (4) La S incide en la SU del Centro MAC, Ventanilla, 2019, (5) La E incide de la SU del Centro MAC, Ventanilla, 2019.

Es preciso mencionar que esta investigación se desarrolla para debido al aumento de quejas con respecto a la atención de los procedimientos, siendo uno de los factores

importantes el análisis estadístico de las encuestas de satisfacción al usuario realizadas a los usuarios que asisten a la plataforma de atención, dichas encuestas en la mayoría de los casos cuando se les pregunta que tan satisfechos se encuentran ellos responde que poco o casi nada, y cuando se les pide sustentar indican que es debido a que los procedimientos están perdiendo su razón de ser es decir la manera automática que se brindaba en su primer momento, ello mella o disminuye también considerablemente la calidad de servicios, por esta razón es que se toma interés en identificar la incidencia que puede tener la CS en la SU teniendo en cuenta los factores que encierran la calidad de servicio.

## II. Método

### 2.1 Tipo y diseño de investigación

El presente estudio se desarrollará mediante un enfoque cuantitativo, de tipo básico, con diseño no experimental transversal correlacional causal, debemos mencionar que este tipo de investigación tiene como fin evaluar la causalidad que existe entre dos variables; como en el caso de esta investigación se desea medir la incidencia que existe entre las variables CS y SU; de esta manera probar una hipótesis que ya se tiene planteada previamente, se enfoca en la medición estadística para establecer con exactitud el actuar del grupo de personas frente a una situación o problema específico.

### 2.2 Operacionalización de las variables

Tabla 1

*Matriz de Operacionalización de la variable: calidad del servicio*

| Dimensiones            | Indicadores                | Ítem    | Escala y valores                                    | Niveles y rango      |
|------------------------|----------------------------|---------|---|----------------------|
| Elementos tangibles    | Instalaciones, Equipos /PC | 1 y 2   | De acuerdo (3)<br>Indeciso (2)<br>En desacuerdo (1) | Si=20-39<br>No=40-60 |
|                        | Material de publicidad     | 3 y 4   |   |                      |
| Fiabilidad             | Confianza                  | 5 y 6   |   |                      |
|                        | Tiempo de espera           | 7 y 8   |   |                      |
| Capacidad de respuesta | Orientación clara          | 9 y 10  |   |                      |
|                        | Apoyo del personal         | 11 y 12 |   |                      |
| Seguridad              | Absolución de dudas        | 13 y 14 |   |                      |
|                        | Empleados amables          | 15 y 16 |   |                      |
| Empatía                | Atención personalizada     | 17 y 18 |   |                      |
|                        | Horarios de atención       | 19 y 20 |   |                      |

Fuente: elaboración propia

Tabla 2

*Matriz de Operacionalización de la variable; satisfacción del usuario*

| Dimensiones                   | Indicadores                             | Ítem                              | Escala y valores                                    | Niveles y rango                              |
|-------------------------------|---|-----------------------------------|---|--|
| Calidad funcional percibida   | Resolución oportuna de quejas, reclamos | 21 y 22                           | De acuerdo (3)<br>Indeciso (2)<br>En desacuerdo (1) | Alta = 48-60<br>Media = 34-47<br>Baja= 20-33 |
|                               | Calidad técnica percibida.              | Atender los interés y necesidades |   |  |
| Servicio por sistema de citas |   | 25 y 26                           |   |  |
| Valor del servicio            | Servicios automáticos                   | 27 y 28                           |   |  |
|                               | Tasas de los servicios                  | 29 y 30                           |   |  |
|                               | Problemas con los servicios             | 31 y 32                           |   |  |
| Confianza                     | Satisfacción del usuario                | 33 y 34                           |   |  |
|                               | Fidelización de usuarios                | 35 y 36                           |   |  |
| Expectativas                  | Atención rápida                         | 37 y 38                           |   |  |
|                               | Atención de calidad                     | 39 y 40                           |   |  |

Fuente: Elaboración propia

### **2.3 Población, muestra y muestreo**

La población puede estar conformado por un acumulado de personas, animales, objetos de los cuales se requiere conocer algún tema determinante en una investigación; para el caso de esta investigación se podría decir que es un conjunto de personas a los cuales llamaremos usuarios externos que asisten requerir algún tipo de servicio y/o procedimiento en el Centro MAC Ventanilla, lo cual en promedio 1800 usuarios diario.

Si nos referimos a la muestra, diremos que es el subconjunto de la población en el que se realizara la investigación, siendo entonces un fragmento representativo de la población, enfocándonos en este estudio se identificó 62 ciudadanos de muestra.

En lo que respecta al muestreo es el procedimiento usado para elegir a los integrantes de la muestra, en los cuales se verifica una serie de requisitos, reglas y/o criterios, en esta investigación se trabajaron con criterios de exclusión, debemos mencionar que Otzen, y Manterola (2017) manifiestan que los criterios de exclusión son aquellas características que deben cumplir los sujetos, en el caso de este estudio estarán: residente en el Distrito de Ventanilla, asistir mínimo dos veces a la plataforma de atención, realizar más de tres procedimientos en su visita, que realicen su atención entre las 8am a 10am o 6pm a 8pm, que realicen su atención sábados, domingos y/o feriados; es preciso mencionar que los usuarios al realizar su atención se les identifica con número de DNI y/o apellidos y nombre mediante la lectora de DNI, lo que nos ayudaría a identificar los usuarios que cumplan con los criterios mencionados de esta manera se logró identificar 62 personas con los criterios mencionados (ver anexo 4).

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

#### **2.4.1 Técnica**

Para realizar la recolección de datos, nos enfocaremos en la técnica de la encuesta, ella busca conocer la opinión de los encuestados sobre el problema de la investigación.

#### **2.4.2. Instrumentos**

Se utilizó la encuesta, dicho cuestionario se aplicó de manera personal, el cual consta de 40 preguntas; es preciso mencionar que dicho cuestionario se elaboró teniendo como referencia la herramienta service performance – SERVPERF en lo que respecta a la variable CS y el barómetro sueco para la variable SU. El cuestionario calidad de servicio se aplicó según escala de Likert:

- 1=En desacuerdo
- 2=Indeciso

3=De acuerdo

El cuestionario satisfacción del usuario se aplicó según escala de Likert:

1=En desacuerdo

2=Indeciso

3=De acuerdo

Se aplicó el instrumento A (Calidad de servicio) y el instrumento B (Satisfacción del usuario).

### 2.4.3. Confiabilidad

Ambas variables, se efectuó mediante el alfa de Cronbach, el cual comprueba el grado de consistencia y precisión, obteniendo confiabilidad muy alta La escala de confiabilidad está dada por los siguientes valores:

Tabla 3

*Coefficiente de confiabilidad*

| N° de elementos | V1   | V2   |
|-----------------|------|------|
| 25              | ,975 | ,969 |

## 2.5 Procedimiento

El desarrollo de esta investigación, se va llevar a cabo siguiendo un lineamiento metodológico. Es así que se realizara las siguientes acciones: revisión sistemática de la categoría a analizar, interpretación y análisis de las fuentes consultadas, identificación de las subcategorías de análisis, selección de los sujetos participantes en las encuestas, aplicación de la encuesta, consolidación de los resultados producto de las encuestas realizadas, discusión y concluir la investigación.

Se debe mencionar que para identificar la muestra se tuvo que realizar el cruce de información día a día, teniendo en cuenta que la información con la que se trabajó fueron de 300 días, de ahí se tuvo que disgregar las personas que cumplan las condiciones de exclusión, la primera muestra que se obtuvo fue de 105 personas, todas esas personas tenían dirección del DNI, que fue una de las primeras condiciones, al realizar las visitas a estas personas se identificó que mucha de ellas ya no residían en el Distrito por diversos motivos es así que nuestra muestra se fue reduciendo llegando a 62 personas que cumplían con todo los requisitos; es preciso recalcar que durante nuestra primera visita a las personas y/o familiares que ubicamos en sus domicilios se les explicaba un poco de lo que pensaba realizar y del fin de la investigación y en la mayoría de los casos me brindaron información de los días libres

con los cuales podría regresar a realizar la encuesta; durante la siguiente visita se realizó la encuesta con el correspondiente documento.

## **2.6 Método de análisis de datos**

Como lo describe Hernández, Fernández y Baptista (2014) la triangulación de la información obtenida, mediante la convergencia y la divergencia, nos emitirán en análisis de datos, es preciso mencionar lo manifestado por Pulido (2015) quien reconoce que, al optimizar los resultados, mejoraremos la fiabilidad, validez y operatividad de la investigación. Luego de la revisión teórica podemos afirmar entonces que como método de análisis de la información nos basaremos en la triangulación y optimización de datos.

Para el análisis en cuanto a su dimensión inferencial, se procedió al análisis de normalidad mediante la prueba de Kolmogórov-Smirnov, ya que se captaron más de 50 datos como parte de la muestra para ambas variables. Estos supuestos fueron calculados con el 5 % de probabilidad de error y 95 % de confianza. De igual modo, se realizó el mismo proceso con el modelo de regresión tanto para la explicación del modelo como para la significancia en el análisis de regresión.

## **2.7 Aspectos éticos**

Los aspectos éticos considerarán cuestiones tales como: permiso autorizado mediante la entidad competente para realizar las encuestas, veracidad de la información documental, credibilidad de las respuestas emitidas mediante la encuesta, en lo que respecta a los derechos de autor se realizó a través de las citas y referencias según el estilo APA.



### III. Resultados

#### 3.1. Resultados descriptivos de la variable presenta dimensiones

Tabla 4

Descriptivos de la variable: Calidad de servicio y sus dimensiones

|    | Calidad de servicio |       | Elementos tangibles |       | Fiabilidad |       | Capacidad de respuesta |       | Seguridad |       | Empatía |       |
|----|---------------------|-------|---------------------|-------|------------|-------|------------------------|-------|-----------|-------|---------|-------|
| No | 24                  | 38,7% | 29                  | 46,8% | 28         | 45,2% | 31                     | 50,0% | 35        | 56,5% | 26      | 41,9% |
| Si | 38                  | 61,3% | 33                  | 53,2% | 34         | 54,8% | 31                     | 50,0% | 27        | 43,5% | 36      | 58,1% |

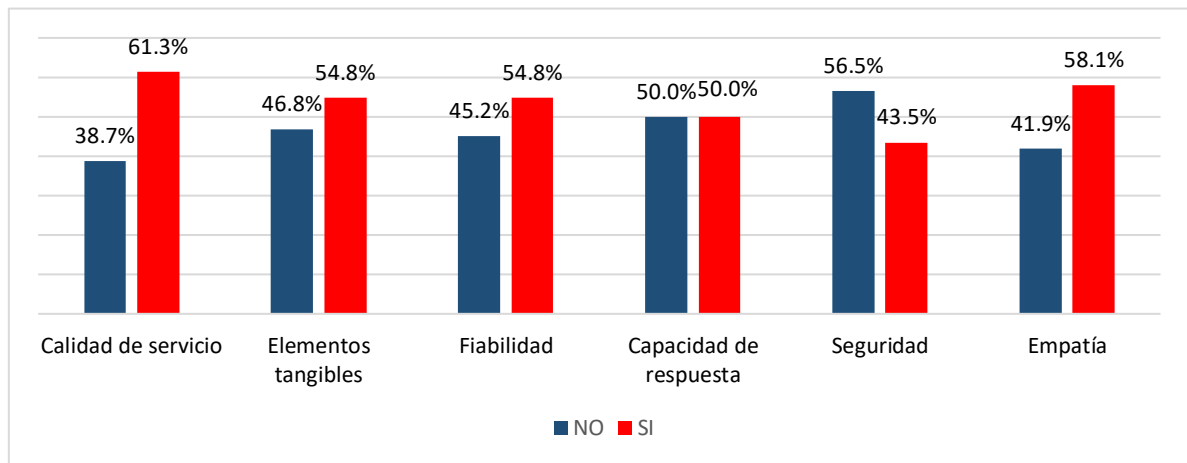


Figura 2. Descriptivos de la variable calidad de servicio y sus dimensiones

De los 62 encuestados la variable CS posee una decisiva superioridad en su nivel Si con el 61,3%, mientras que en el caso de las dimensiones se observa que para, ET tuvo un mayor predominio el nivel Si con un 53,2%, predominante sobre el No que resulto con 46,8%, en lo que respecta a F diremos que el mayor predominio lo obtuvo el nivel Si con un 54,8% y con un menor índice el nivel No de 45,2%; debemos mencionar que en la dimensión CR obtuvo valores iguales tanto en el nivel Si como en el No resultando para ambos con un 50%, si nos referimos a la dimensión S debemos decir que se logró la superioridad en el nivel No con un 56,5% y el nivel Si con 43,5%, para concluir con las dimensiones de la variable en estudio expresaremos que E obtuvo en el nivel Si un 58,1% predominante sobre el nivel No que resulto con 41,9%.

### 3.2. Resultados descriptivos de la variable presenta dimensiones

Tabla 5

Descripciones de la variable satisfacción del usuario y sus dimensiones

|              | Satisfacción del usuario | Calidad funcional percibida | Calidad técnica percibida | Valor percibido | Confianza | Expectativa |
|--------------|--------------------------|-----------------------------|---------------------------|-----------------|-----------|-------------|
| <b>Baja</b>  | 2 3,2%                   | 2 3,2%                      | 2 3,2%                    | 2 3,2%          | 4 6,5%    | 5 8,1%      |
| <b>Media</b> | 24 38,7%                 | 32 51,6%                    | 26 41,9%                  | 28 45,2%        | 25 40,3%  | 20 32,3%    |
| <b>Alta</b>  | 36 58,1%                 | 28 45,2%                    | 34 54,8%                  | 32 51,6%        | 33 53,2%  | 37 59,7%    |

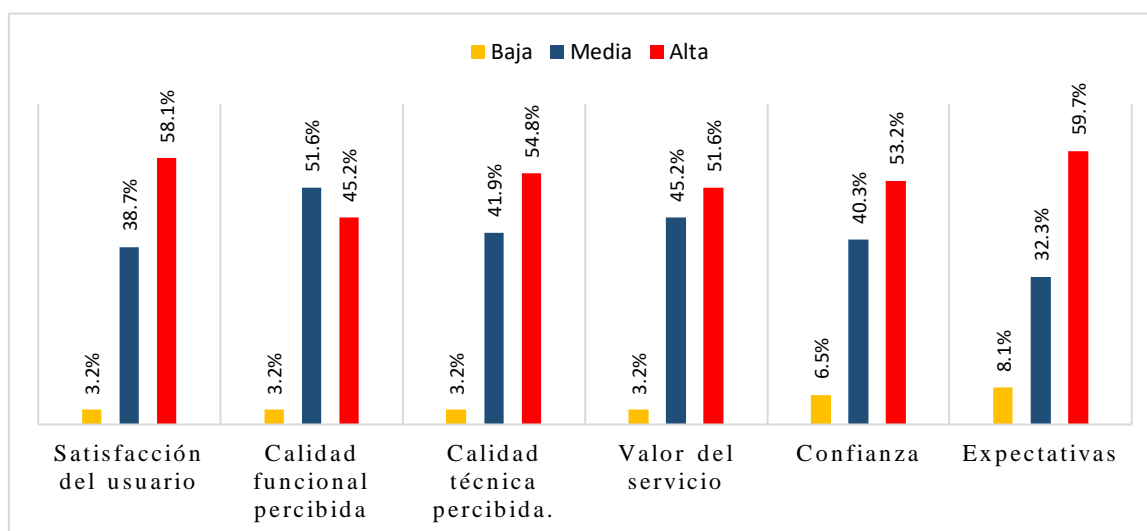


Figura 3. Descriptivos de la variable satisfacción del usuario y sus dimensiones.

Podemos observar que la variable SU tuvo una decisiva superioridad en su nivel Alta con un 58,1%, siguiendo con el nivel media de 38,7% y con un menor índice resulto el nivel baja con un 3,2%; en lo que a las dimensiones se refiere es obtuvo que para CFP tuvo un mayor predominio el nivel media con un 51,6%, continuo el nivel alta 45,2% y con índice mucho menor que los anteriores niveles se encontró el nivel bajo con 3,2%, en la siguiente dimensión que sería CTP tuvo un mayor índice el nivel alta con un 54,8%, continuando con el nivel media con 41,9% cerrando con el nivel bajo con 3,2%; siguiendo con la evaluación de las dimensiones encontramos a VS que tuvo un mayor predominio el nivel alta con un 51,6%, seguido de media con 45,2% y con un menor valor baja con 3,2%, la siguiente dimensión es confianza que resulto un mayor porcentaje en el nivel alta con un 53,2%, luego con el nivel media 40,3% con y por ultimo con el nivel bajo con 6,5%; así terminamos con la dimensión expectativas predominando el nivel Alta con un 59,7%, seguido con el nivel media 32,3% y cerrando con menor valor el nivel baja con un 8,1%.

### 3.3. Resultados previos al análisis de los datos

Tabla 6

*Prueba de normalidad de datos de las variables y dimensiones*

#### **Pruebas de normalidad**

|                             | Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup> |     |      |
|-----------------------------|---------------------------------|-----|------|
|                             | Estadísticos                    | gll | Sig. |
| Elementos tangibles         | ,374                            | 62  | ,000 |
| Fiabilidad                  | ,283                            | 62  | ,000 |
| Capacidad de respuesta      | ,288                            | 62  | ,000 |
| Seguridad                   | ,385                            | 62  | ,000 |
| Empatía                     | ,327                            | 62  | ,000 |
| Calidad de servicio         | ,314                            | 62  | ,000 |
| Calidad funcional percibida | ,322                            | 62  | ,000 |
| Calidad técnica percibida.  | ,344                            | 62  | ,000 |
| Valor del servicio          | ,320                            | 62  | ,000 |
| Confianza                   | ,278                            | 62  | ,000 |
| Expectativas                | ,303                            | 62  | ,000 |
| Satisfacción del usuario    | ,363                            | 62  | ,000 |

a. Corrección de significación de Lilliefors

Para realizar la selección del tipo de prueba estadística para llevar a cabo el análisis de la hipótesis de este estudio, estableceremos tipo de distribución de los datos en el caso de la proveniencia de distribuciones normales, al respecto de muestra esta consta de 62 sujetos es por ello con un nivel de significancia de 0,05 y para ello se plantea lo siguiente:

Ho: La distribución de la variable no difiere de la distribución normal

H1: La distribución de la variable difiere de la distribución normal

Consideramos la regla de decisión:

$p < 0.05$ , se rechaza la Ho

$p < 0.05$ , no se rechaza la Ho

Según lo que se puede observar en la tabla 6, el p\_valor de las variables y de las dimensiones son menores a 0,05, establecido como el nivel de significancia, es decir se rechaza la Ho y se acepta la H1, lo que manifiesta que estos datos no provienen de una distribución normal por lo tanto no corresponde a los estadísticos paramétricos, es decir, en este caso se empleó regresión logística ordinal.

## Prueba de hipótesis

### Hipótesis general

Ho La CS no incide en la SU del Centro MAC, Ventanilla, 2019

Ha. La CS si incide en la SU en el Centro MAC, Ventanilla, 2019.

Tabla 7

#### *Pruebas de ajuste de los modelos y pseudo R cuadrado*

|           | Bondad de ajuste |    |      | Pseudo R cuadrado |      |
|-----------|------------------|----|------|-------------------|------|
|           | Chi-cuadrado     | gl | Sig. |                   |      |
| Pearson   | 11,474           | 2  | ,003 | Cox y Snell       | ,176 |
| Desvianza | 10,502           | 2  | ,005 | Nagelkerke        | ,215 |
|           |                  |    |      | McFadden          | ,114 |

Función de enlace: Logit

De acuerdo a la tabla 6, se observa la prueba de Chi cuadrado, donde se obtiene que  $p: 11,474 > \alpha: ,05$ . Los resultados están declarando la dependencia de ambas variables y la prueba de Nagelkerke nos dice que el 21,5% de la variación del SU esta explicada por la variable independiente CS incluida en el modelo.

Así mismo, se tiene que la puntuación wald indica que la variable dependiente (CS) aporta significativamente a la predicción de la variable dependiente (SU)  $wald7,993; gl:1$  y  $p: ,005 < \alpha: ,05$ , resultado que permite afirma que la CS incide significativamente en el SU del Centro MAC, Ventanilla, 2019; esto se ratifica con lo anteriormente explicado, ya que el área de acuerdo a los datos del sistema, el cual representa el área bajo la curva de COR, indica que, si existe incidencia de CS sobre el SU en un 25,6% del Centro MAC, Ventanilla, 2019. (ver anexo 4)

### Hipótesis específica 1

Ho. Los ET no inciden en la SU del Centro MAC, Ventanilla, 2019.

Ha. Los ET si inciden en la SU del Centro MAC, Ventanilla, 2019.

Tabla 8

#### *Pruebas de ajuste de los modelos y pseudo R cuadrado*

|           | Bondad de ajuste |    |      | Pseudo R cuadrado |      |
|-----------|------------------|----|------|-------------------|------|
|           | Chi-cuadrado     | gl | Sig. |                   |      |
| Pearson   | 12,959           | 2  | ,002 | Cox y Snell       | ,334 |
| Desvianza | 7,261            | 2  | ,026 | Nagelkerke        | ,414 |
|           |                  |    |      | McFadden          | ,247 |

Función de enlace: Logit

Tal como se puede observar en la tabla 8 la prueba de chi cuadrado, nos indica que  $p: 12,959 > \alpha: ,05$ . El modelo y los resultados están explicando la dependencia de ambas variables y la prueba de Nagelkerke, indica que el 41,4% de la variación de la SU esta explicada por la variable independiente ET incluida en el modelo.

Debemos mencionar que la puntuación wald indica que la variable independiente (ET) aporta significativamente a la predicción de la variable dependiente (SU) wald 18,252; gl: 1 y  $p: ,000 < \alpha: ,05$ , resultado que afirma que los ET incide significativamente en el SU del Centro MAC, Ventanilla, 2019; se reafirma lo explicado anteriormente, dado que el área de acuerdo a los datos del sistema el cual representa el área bajo la curva COR, indica que si existe incidencia de ET sobre el SU en un 16,8% del Centro MAC, Ventanilla, 2019 (ver anexo 5).

### Hipótesis específica 2

Ho. La F no incide en la SU del Centro MAC, Ventanilla, 2019.

Ha. La F si incide en la FU del Centro MAC, Ventanilla, 2019.

Tabla 9

#### *Pruebas de ajuste del modelo y pseudo R cuadrado*

|           | Bondad de ajuste |    |      | Pseudo R cuadrado |      |
|-----------|------------------|----|------|-------------------|------|
|           | Chi-cuadro       | gl | Sig. |                   |      |
| Pearson   | 11,072           | 2  | ,001 | Cox y Snell       | ,114 |
| Desvianza | 9,087            | 2  | ,003 | Nagelkerke        | ,136 |
|           |                  |    |      | McFadden          | ,066 |

Función de enlace: Logit

Tal como se ve en la tabla 9, se puede visualizar la prueba de chi cuadrado, donde resulta que  $p: 11,072 > \alpha: ,05$ . El modelo y los resultados están explicando la dependencia de las dos variables y la prueba de Nagelkerke indica que el 13,6% de la variación de satisfacción del usuario SU explicada por la variable independiente F incluida en el modelo.

Del mismo modo se tiene que la puntuación wald, dice que la variable independiente (F) aporta significativamente a la predicción de la variable dependiente (SU) wald 3,939; gl:1 y  $p: ,047 < \alpha: ,05$ , resultado que permite afirmar que la F incide significativamente en la SU del Centro MAC, Ventanilla, 2019, lo que confirma lo anteriormente explicado, dado que el área de acuerdo a los datos del sistema el cual representa el área bajo la curva COR, indica que si existe incidencia de la F sobre la SU en un 34,9% del Centro MAC, Ventanilla, 2019. (ver anexo 6)

### Hipótesis específica 3

H0. La CR no incide en la SU en el Centro MAC, Ventanilla, 2019.

Ha. La CR si incide en la SU del Centro MAC, Ventanilla, 2019.

Tabla 10

*Pruebas de ajuste de los modelos y pseudo R cuadrado*

|           | Bondad de ajuste |    |      | Pseudo R cuadrado |      |
|-----------|------------------|----|------|-------------------|------|
|           | Chi-cuadrado     | gl | Sig. |                   |      |
| Pearson   | 14,933           | 2  | ,001 | Cox y Snell       | ,211 |
| Desvianza | 13,175           | 2  | ,001 | Nagelkerke        | ,246 |
|           |                  |    |      | McFadden          | ,122 |

Función de enlace: Logit

Según lo observado en la tabla 10, podemos ver que la prueba de chi cuadrado donde se tiene que  $p: 14,933 > \alpha: ,05$ . El modelo y los resultados están explicando la dependencia de las variables y la prueba de Nagelkerke indica que el 24,6% de la variación de SU esta explicada por la variable dependiente CR incluida en el modelo.

Debemos saber también que tenemos la puntuación wald que indica que la variable independiente (CR) aporta significativamente a la predicción de la variable dependiente (SU) wald 9,829; gl: 1 y  $p: ,002 < \alpha: ,05$ , resultado que afirma que la Capacidad de respuesta incide significativamente en la SU del Centro MAC, Ventanilla, 2019, se confirma lo anteriormente explicado, dado que el área de acuerdo a los datos del sistema el cual representa el área bajo la curva COR, indica que ,si existe incidencia de CR sobre la satisfacción del usuario en un 21,3% del Centro MAC, Ventanilla, 2019. (ver anexo 7)

### Hipótesis específica 4

Ho. La S no incide en la SU del Centro MAC, Ventanilla, 2019.

Ha. La S si incide en la SU del Centro MAC, Ventanilla, 2019.

Tabla 11

*Prueba de ajuste de los modelos y pseudo R cuadrado*

|           | Bondad de ajuste |    |      | Pseudo R cuadrado |      |
|-----------|------------------|----|------|-------------------|------|
|           | Chi-cuadrado     | gl | Sig. |                   |      |
| Pearson   | 20,157           | 2  | ,000 | Cox y Snell       | ,169 |
| Desvianza | 17,276           | 2  | ,000 | Nagelkerke        | ,214 |
|           |                  |    |      | McFadden          | ,119 |

Función de enlace: Logit.

Tal como se detalla en la tabla 11, se puede observar que la prueba chi cuadrado, obteniendo que  $p: 20,157 > \alpha: ,05$ . El modelo y los resultados están explicando la dependencia de ambas

variables y la prueba de Nagelkerke indica que el 21,4% de la variación de la SU esta explicada por la variable independiente S incluida en el modelo.

De igual manera se tiene la puntuación wald que la variable independiente (S) aporta significativamente a la predicción de la variable dependiente (SU) wald 8,119; gl:1 y p: ,004 <  $\alpha$ :.05, resultado que afirma que S incide significativamente en la SU del Centro MAC, Ventanilla, 2019, confirmandose lo anteriormente explicado, dado que el área de acuerdo a los datos del sistema el cual representa el área bajo la curva COR, indica que, si existe incidencia de S sobre la SU en un 26,1% del Centro MAC, Ventanilla, 2019. (ver anexo 8)

### Hipótesis específico 5

Ho. La E no incide en la SU del Centro MAC, Ventanilla, 2019.

Ha. La E si incide en la SU del Centro MAC, Ventanilla, 2019.

Tabla 12

*Pruebas de ajustes de los modelos pseudos R cuadrado*

|           | Bondad de ajuste |    |      | Pseudo R cuadrado |      |
|-----------|------------------|----|------|-------------------|------|
|           | Chi-cuadrado     | gl | Sig. |                   |      |
| Pearson   | 5,124            | 2  | ,077 | Cox y Snell       | ,128 |
| Desvianza | 5,320            | 2  | ,070 | Nagelkerke        | ,159 |
|           |                  |    |      | McFadden          | ,084 |

Función de enlace: Logit

Tal como se observan los resultados de la tabla 12, se observa la prueba chi cuadrado, donde se obtiene que  $p: 5,124 > \alpha: ,05$ . El modelo y los resultados están dando a conocer la dependencia de ambas variables y la prueba de Nagelkerke indica que el 15,9% de la variación de la SU esta explicada por la variable independiente E incluida en el modelo.

Del mismo se tiene que la puntuación wald indica que la variable independiente (E) aporta significativamente a la predicción de la variable dependiente (SU) wald 5,241; gl:1 y p: ,022 <  $\alpha$ :05, resultado que permite afirmar que E incide significativamente en el SU del Centro MAC, Ventanilla, 2019; se confirma lo anteriormente explicado, dado que el área de acuerdo a los datos del sistema el cual representa el área bajo la curva COR, indica que, si existe incidencia de E sobre la SU en 30,8% del Centro MAC, Ventanilla, 2019. (ver anexo 9)

#### **IV. Discusión**

En esta investigación se realizó una evaluación estadística de los resultados recogidos por la encuesta, el cual fue tomado a la muestra determinada bajo criterios de exclusión, resultando la alta significancia entre las variables de estudio que son: calidad de servicio y satisfacción del usuario, lo que quiere decir que existe alta causalidad entre ambas, demostrando entonces la alta incidencia entre las variables mencionadas, por tal motivo se desarrollada la discusión de resultados para fortalecer dichos resultados.

En lo que respecta a la los resultados descriptivos de la variable calidad de servicio, diríamos que del total de la muestra un 61,3% manifestó que si, mientras que 38,70% indico que no, demostrando entonces que si se tiene calidad de servicio se tendrá satisfacción del usuario, es decir ambas variables son relacionados significativamente y que la variación de una de ellas afecta a la otra, este resultado guarda similitud con el estudio realizado por Orgambidez y Almedia (2015) quienes obtuvieron como resultado la significativa incidencia entre CS y SU.

Del mismo modo Moliner (2018) obtiene como resultado un alto índice de relación y dependencia entre las variables de investigación que al igual que esta investigación aborda la calidad de servicio y satisfacción del usuario, del mismo modo identifico falencia en cuanto a la CS que incidían en la disminución de indices de SU.

En la contrastación de la hipótesis general, se demostró la CS incide en la SU del Centro MAC, Ventanilla, 2019, teniendo como resultado de la prueba de hipótesis a un nivel de significancia de 0.05; mientras que el coeficiente de Nagelkerke se aprecia que el 21,5% de los ciudadanos que asisten al Centro MAC, indicó que la CS si incide en la SU. Así mismo se observó que en el centro de atención tienen un nivel en la CS con respecto a la SU, como se observa en el área determinada por la curva COR al 25,6% que corrobora dicha incidencia.

En lo que se refiere a la dimensión elementos tangibles teniendo como indicadores a los equipos multimedios y material de publicidad; se obtuvo un resultado estrechamente ajustando sin embargo, el 53,2% de los encuestados manifiestan que los elementos tangibles si inciden directamente en la calidad de servicio, mientras que 46,8% opina que no es prescindible los elementos tangibles para una adecuada calidad de servicio; diremos entonces que lo usuarios asistentes a la plataforma MAC consideran que los equipos informáticos que aquí se utilizan son de gran importancia para que se dé una buena calidad de servicio, así mismo que las instalaciones deben ser adecuadas y de igual forma el material de publicidad que aquí se brindan deben ser al detalle y con la mayor información posible.



Los resultados mediante la contrastación de la hipótesis específica 1, los ET inciden en la SU en el Centro MAC, Ventanilla, 2019, obteniendo como resultado de la prueba de hipótesis con un nivel de significancia de 0.00; siendo el coeficiente de Nagelkerke se aprecia que el 16,8% de los ciudadanos que asisten al Centro MAC, indicaron que los ET si incide en la SU. Así mismo se observó que en el centro de atención tienen un nivel en los ET con respecto a la SU, como se observa en el área determinada por la curva COR al 41,4% que corrobora dicha incidencia.

Luego de revisar la primera dimensión de calidad de servicio y la primera hipótesis específica, podríamos decir que esta realidad es sustentada también mediante la investigación realizado por Higuera (2018), donde había factores determinantes de la CS, los que afectaban a la SU, en esta investigación se tiene factores como los ET que pueden afectar directamente la SU.

Respecto a la dimensión fiabilidad con sus indicadores tales como confianza y tiempo de espera, un 54,8% de los encuestados indicaron que si y un 45,2% que no, a lo que se podría afirmar según el resultado y las respuestas vertida por la muestra que a mayor fiabilidad mayor calidad de servicio, y ello podría ser mayor satisfacción del usuario. Mediante la contrastación de hipótesis específica 2, resulto que la F incide en la SU en el Centro MAC, Ventanilla, 2019, teniendo como resultado de la prueba de hipótesis un nivel de significancia de 0.04, y teniendo de coeficiente de Nagelkerke el 13,6% de los ciudadanos que asisten al Centro MAC, indicó que la F si incide en la SU. Así mismo se observó que en el centro de atención tienen un nivel en la F con respecto a la SU, como se observa en el área determinada por la curva COR al 34,9% que corrobora dicha incidencia.

Dicho resultados es igual al de López (2018) quien en su estudio realizado en una realidad diferente pero usando las misma dimensiones del servperf, manifiesta que en un estudio pre test y post test, teniendo en cuenta que el estudio se realizó en un restaurante siendo uno de los ítems importante la respuesta inmediata que está inmersa en lo que viene a ser la F, ello fue factor importante para que los usuarios calificaran la CS mejorando así la SU; del mismo en la plataforma de atención son procedimientos automáticos lo que se brindan por tal motivo el tiempo de espera para el usuario es indispensable, que en muchos casos como en el sistema de citas no se ven cumplido es entonces cuando el usuario pierde confianza en esta plataforma y se ve mellada la CS, obteniendo así la insatisfacción del usuario.

En referencia a la dimensión CR bajo los indicadores de orientación cara y apoyo del personal; se obtuvo los mismos resultados en ambos casos, es decir 50% de los encuestados indicó que no y el 50% que sí; de tal manera que podríamos decir que según los encuestados la orientación y el apoyo del personal no incide en la CS. El resultado obtenido en la contrastación de la hipótesis específica 3, la CR incide en la SU en el Centro MAC, Ventanilla, 2019, resultado de la prueba de hipótesis con un nivel de significancia de 0.02 y coeficiente de Nagelkerke se aprecia que el 24,6% de los ciudadanos que asisten al Centro MAC, indicó que la CR si incide en la SU. Así mismo se observó que en el centro de atención tienen un nivel en la CR con respecto a la SU, como se observa en el área determinada por la curva COR al 21,3% que corrobora dicha incidencia.

Los resultados mencionados difieren grandemente con el estudio llevado a cabo por Lascurain (2015) que en su investigación determinó mediante resultados estadísticos que la atención personalizada a los usuarios dando información clara y precisa influye en la satisfacción del usuario lo que en este caso trajo directamente una considerable mejora en la calidad de servicio.

Con respecto a la dimensión S siguiendo con sus indicadores absolución de dudas y empleados amables; resultó que 56,5% de los encuestados manifiestan que la S no es importancia para una buena CS, mientras que el 43,5% indica que si inciden en la CS, por tal motivo podríamos decir que esta dimensiones no es considerada como predominante para los usuarios, ya que ello no consideran que al mejorar la credibilidad del personal podría mejorar la atención es decir la CS y con ello obtener altos índices de SU. El resultado obtenido en la contrastación de la hipótesis específica 4, la S incide en la SU en el Centro MAC, Ventanilla, 2019, obteniendo como resultado de la prueba de hipótesis con un nivel de significancia de 0.04 y coeficiente de Nagelkerke se aprecia que el 21,4% de los ciudadanos que asisten al Centro MAC, indicó que la S si incide en la SU. Así mismo se observó que en el centro de atención tienen un nivel en la S con respecto a la SU, como se observa en el área determinada por la curva COR al 26,1% que ratifica dicha incidencia.

Estos resultados obtenidos difieren ampliamente de los estudios revisados, donde en la mayoría de los casos tales como Almeida (2015) no indicada que estas dimensiones son para los usuarios de la investigación que desarrollo son importantes, debemos mencionar que el estudio de Almeida y este estudio son realidades diferentes lo que podría ser la razón de la diferencia de resultados; mientras que esta investigación se desarrolla en una

plataforma de atención, la investigación del autor en mención se desarrolla en una cadena de hoteles.

Finalmente en referencia a la dimensión empatía con sus indicadores: atención personalizada y horarios de atención; obtuvimos que el 58,1% considera que la empatía si es factores valido para la calidad de servicio, mientras que el 41,9% considera lo contrario, afirmando entonces que el horario de atención y atención personalizada son factores importantes para que esta plataforma de atención obtenga una buena calidad de servicio; debemos mencionar que los horarios extendidos en estas plataformas de atención son su principal razón de ser ya que las entidades del estado atienden en horario de oficina, mientras que estas plataformas atienden en horario extendido. El resultado que se obtiene de la contrastación de hipótesis específico 5, la E incide en la SU en el Centro MAC, Ventanilla, 2019, tiene como resultado de la prueba de hipótesis con un nivel de significancia de 0.02 y coeficiente de Nagelkerke se aprecia que el 15,9% de los ciudadanos que asisten al Centro MAC, indicó que la E si incide en la SU. Así mismo se observó que en el centro de atención tienen un nivel en la E con respecto a la SU, como se observa en el área determinada por la curva COR al 30,8% que corrobora dicha incidencia.

Debemos mencionar que ello es lo que más resaltan los usuarios, teniendo en cuenta que esta encuesta se realizó de forma personalizadas y en domicilio de cada usuarios, se tomó percepciones en torno a la comunicación que se entabló, las cuales no estarán inmersas en los resultados estadísticos, pero que considero deben ser mencionadas, durante las encuestas realizadas los usuarios mencionaban que este Centro MAC debe ser adecuado en su atención a la realidad que se vive en el Distrito, sin desmerecer la atención que se brinda en la plataforma ya que de igual modo manifiestan que les ayuda con respecto a sus trámites a realizar, en su mayoría trabajan y/o estudian distantes a su domicilio, y antes de la existencia de esta plataforma ello debían tomar sus tiempos libres para realizar trámites en lugar de descansar o el espacio destinado a su familia, lo que ha mejorado con la plataforma de atención.

## V. Conclusiones

**Primera:** En la contrastación de la hipótesis general, se demostró que la CS incide en la SU, obteniendo un nivel de significancia de 0.05. Así mismo se observó que en el centro de atención tienen un nivel en la CS con respecto a la SU, como se observa en el área determinado por la curva de COR al 25,6% que confirma la incidencia.

**Segunda:** En la contrastación de la hipótesis específica 1, los ET inciden en la SU, obteniendo un nivel de significancia de 0.00. Así mismo se observó que en el centro de atención tienen un nivel en los ET con respecto a la SU, como se observa en el área determinado por la curva de COR al 41,4% que afirma la incidencia.

**Tercera:** En la contrastación de la hipótesis específica 2, la F incide en la SU, obteniendo un nivel de significancia de 0.04. Así mismo se observó que en el centro de atención tienen un nivel en la F con respecto a la SU, como se visualiza en el área determinada por la curva de COR al 34,9% que ratifica dicha incidencia.

**Cuarta:** En la contrastación de la hipótesis específica 3, la CR incide en la SU, obteniendo un nivel de significancia de 0.02. Así mismo se observó que en el centro de atención tienen un nivel en la CR con respecto a la SU, como se observa en el área determinado por la curva de COR al 21,3% que afirma dicha incidencia.

**Quinta:** En la contrastación de la hipótesis específica 4, la S incide en la SU, obteniendo un nivel de significación de 0.04. Así mismo se observó que en el centro de atención tienen un nivel en la S con respecto a la SU, como se observa en el área determinado por la curva de COR al 26,1% que revalida dicha incidencia.

**Sexta:** En la contrastación de la hipótesis específica 5, la E incide en la SU, obteniendo un nivel de significancia de 0.02. Así mismo se observó que en el centro de atención tienen un nivel en la E con respecto a la SU, como se observa en el área determinada por la curva de COR al 30,8% que ratifica dicha incidencia.

## **VI. Recomendaciones**

- Primera:** En referencia a los resultantes donde nos indican que existe alta incidencia entre CS y SU, se recomienda desarrollar un plan de mejora para la calidad de servicio, lo que se verá manifestado en las estadísticas de SU.
- Segunda:** La alta significancia entre ET y SU, nos conlleva recomendar el mejoramiento de los equipos, computadoras u otro material tangible que se utilice en la atención que se brinda en la plataforma ya que ello incide directamente en la satisfacción del usuario
- Tercera:** Debemos saber que la confianza que se genera al usuario incide significativamente en la satisfacción del usuario, por ejemplo, si se menciona un tiempo de espera ello debe cumplirse a cabalidad generando fiabilidad en el usuario; por ello se recomienda un estudio a detalle de los tiempos promedios que se demora la atención y/o procedimiento, sobre todo en los momentos de alto índice de afluencia de público.
- Cuarta:** La capacidad de respuesta tiene alta incidencia en la satisfacción del usuario, se recomienda elaborar un plan de capacitación semanal con procedimiento de mayor demanda con detalles precisos y casos prácticos del día a día.
- Quinta:** Siendo una plataforma de atención donde el usuario realiza tramites personales los cuales por algún error pueden generarle problemas incluso hasta legales, la seguridad es un factor determinante que el usuario evalúa para una adecuada satisfacción del usuario, ello se ve reflejado en el resultado obtenido, se recomienda que la seguridad visualizada mediante la absolución de dudas y empleados amables, sea reforzada mediante capacitaciones en habilidades blandas.
- Sexta:** Esta plataforma de atención cuenta con 13 entidades y cada una tiene un mínimo de dos procedimientos, cada uno de ellos tienen requisitos y costos diferentes; dentro del plan de capacitaciones se recomiendo implementar a un asesor de cada entidad para que detalle sus procedimientos y responda las dudas del personal, de esta manera ellos puedan absolver dudas de los usuarios mejorando mediante ello la satisfacción del usuario.

## VII. Propuesta

### MAC Ventanilla a tu servicio

#### 7.1. Descripción

El sistema de citas, se implementó debido a la gran afluencia de público en las entidades de mayor demanda tales como: Reniec, Mininter, Migraciones, es así que el sistema de citas cuenta con dos canales: citas mediante la web y citas telefónicas; debemos mencionar que las citas telefónica tiene son atendidas restringidas a una cantidad menor a las citas por web y que es el asesor telefónico quien te brinda la información de los posibles días y horas para la cita, mientras que en la página web se cuenta con un número mayor de citas, es mucho más rápido la selección de hora y fecha de la cita. Debemos mencionar que la realidad del Centro MAC Ventanilla, es peculiar en referencia a los otros ya que tenemos conocimiento que este sistema de citas funciona muy bien en otros centros MAC, teniendo en cuenta en nivel de estudio, por tal motivo los usuarios asiduos a esta plataforma de atención en su mayoría no manejan en internet por lo que recurren frecuentemente a las citas telefónicas quienes les brindas citas para el día siguiente o días posteriores.

#### 7.2. Ventajas y desventajas

Con esta propuestas se tendría como ventaja mejorar la estadística en lo respecta a la calidad de servicio que se brinda, teniendo en cuenta que según los resultados analizados esta tiene incidencia en la satisfacción del usuario, por tal motivo mejoraríamos ambos factores determinantes para la plataforma de atención; mientras que la desventaja seria que sería que una orientadora y/o anfitriona estaría exclusivamente atendiendo este tipo de procedimiento, sin poder atender otros también que si viene s cierto no son tan demandados por los usuarios también cuentan para las estadísticas de calidad de servicio.

#### 7.3. Justificación y explicación de la propuesta

La propuesta planteada que se presenta como parte de la solución del problema identificado, es una atención personalizada para el sistema de citas, modificando el flujo del proceso de la siguiente manera:



Figura 4. Flujo de atención

Es decir que si usualmente el usuario que solicita uno de los procedimiento que necesitan citas se le brindaba solo los numero y la página web para emisión de citas, en lugar de ello se le implementaría una máquina y un(a) anfitrión(a) y/o orientador(a) para ayudarle al usuario a la emisión de citas, teniendo en cuenta que en muchos casos los usuarios que asisten a este Centro MAC no saben manejar un computadora, de esta manera podrías lograr que el usuario sea atendido el mismo día y lo más pronto posible.

#### **7.4. Planteamiento de actividades y recursos necesarios**

Las actividades que se realizarían para la implementación serian: capacitación, implementación e inicio. Mientras que los recursos a utilizar serian: computadora, personal e internet.

#### **7.5. Cronograma de actividades**

El cronograma de actividades será de la siguiente manera:

Tabla 12

##### *Cronogramas de actividades*

| Año 2020                                       |         |       |       |  |
|--|---------|-------|-------|--|
| Mes / Actividad                                | Febrero | Marzo | Abril |  |
| Capacitación al orientador(a) y/o anfitrión(a) | X       |       |       |  |
| Implementación de computadoras                 |         | X     |       |  |
| Inicio de plan piloto                          |         |       | X     |  |

#### **7.6. Evaluación y control**

El control del plan piloto que se realizara durante el mes de abril, se llevara a cabo mediante encuestas diseñadas específicamente para este público que utiliza el servicio de citas personalizadas, con dichos resultados se realizar una evaluación estadística para ver la modificación que se haya obtenido.

## Referencias

- Alza C. (2013) Aprender de la experiencia ocho estudios de caso para enseñar políticas públicas y gestión pública. *Escuela de Gobierno y Politicos Publicas*,
- Cáceres M. (2017) Gestión de la Calidad en las Empresas de Transmisión de Energía Eléctrica.
- Contreras M. (2015) Estrategia de mejor atención al ciudadano: caso de éxito en el Perú. XX Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública.
- Decreto Supremo N° 091-2011-PCM, Aprueba la Estrategia “Mejor Atención al Ciudadano (MAC)” a través de accesos multicanal, plataformas presenciales, plataforma telefónica y plataforma virtual.
- Del Canto, E, Silva A. (2015). *Metodología cuantitativa: abordaje desde la complementariedad en ciencias sociales*
- Dias, C., Ferreira, A., Pereira, A. R., y Fonseca, A. M. (2019). Examining the relationship between perceived service quality, satisfaction, and renewal intention in Portuguese fitness centers. *Revista de Psicología Del Deporte*, 28(2), 49–58. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=138406881&lang=es&site=eds-live>
- El Barómetro Sueco de la Satisfacción del Cliente (SCSB)
- Hernández, Fernández & Baptista (2014). *Metodología de la investigación sexta edición*
- Hernández Gracia, J. F. (2018). Tipos de Investigación. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsbas&AN=edsbas.4C177D9F&lang=es&site=eds-live>
- Higuera (2018) Evaluación de la calidad en el servicio de “la fábrica de waffles”
- Informe latinobarómetro ( 2005)
- Lascurain (2015) Diagnostico y propuesta de mejora de calidad en el servicio de una empresa de unidades de energía eléctrica ininterrumpida



Ley N° 27658, Ley Marco de Modernización de la gestión del Estado

López D. (2018). Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil

López & Vega (2016) Hacia servicios públicos centrados en el ciudadano: Desafíos pendientes de la Estrategia “Mejor Atención al Ciudadano” – MAC.

López (2004). población muestra y muestreo. Punto Cero, 09(08), 69-74. Recuperado en 24 de noviembre de 2019, de [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-02762004000100012&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012&lng=es&tlng=es).

Manrique, S (2015). Dimensiones de la satisfacción de clientes bancarios universitarios: una aproximación mediante el análisis de factores

Manuel Torres-Rodríguez, R., Rafael Caballero-Mero, D., Fernández-Sanabria, B., & Viera-Manzo, E. (2018). La calidad de los servicios gastronómicos en el balneario San clemente, Manabí, Ecuador. Retos Turísticos, 17(2), 76–84. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fua&AN=130844195&lang=es&site=eds-live>

Matsumoto, R. (2014). Desarrollo del Modelo Servperf para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto. Revista Perspectivas, (34), 181-209. Recuperado en 03 de enero de 2020, de [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1994-37332014000200005&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1994-37332014000200005&lng=es&tlng=es).

Mejía M. (2015) Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Mejías, A., Godoy, E., y Piña, R. (2018). Impacto de la calidad de los servicios sobre la satisfacción de los clientes en una empresa de mantenimiento. Compendium, 21(40), 1–17. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fua&AN=132331730&lang=es&site=eds-live>

Moliner R. (2018). Análisis de la relación entre calidad y satisfacción en el ámbito hospitalario en función del modelo de gestión establecido

Orgambidez & Almeida (2015). Organizational antecedents of service quality: a model of structural equations

Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *International Journal of Morphology*, 35(1), 227–232. <https://doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>

Política y plan nacional de simplicación administrativa

Ponencia: “SERVPERF: Evaluación de la calidad en el servicio en las áreas de Catastro e Ingresos del H. Ayuntamiento de Cajeme”

Presidencia de Consejo de Ministro (2016) Informe anual de la estrategia de mejor atención al ciudadano (MAC)

Pulido M (2015). Validez y confiabilidad de un instrumento para medir adicción al cibersexo

Revista data digital (2009)

Rimachi S. (2016). Percepción de la calidad de servicio y la satisfacción laboral de los trabajadores de la municipalidad de San Martín de Porres- Lima, 2015.

Ramírez V. (2016). Calidad de servicio y satisfacción del usuario del área de Farmacia del Hospital Santa Gema de Yurimaguas, 2016”

Rodriguez (2016) La gestión del servicio y la conformidad del usuario en el Centro MAC, Sede Callao.

Rodríguez C. (2015) Interamic, Metodología de la investigación

Romero Fernández, A. J. arromero1970@yahoo. co., Álvarez Gómez, G. A. vierreectorado@uniandes. edu. e., & Álvarez Gómez, S. (2018). Evaluación de la satisfacción del cliente en empresas de servicio. (Spanish). *Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 1–19. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=eue&AN=132932889&lang=es&site=eds-live>

Salustio (2016) Recolección de los datos cuantitativos

Secretaría de Gestión Pública - Presidencia del Consejo de Ministros. Manuales del Centro de Mejor Atención al Ciudadano - MAC. Aprobado con Resolución N° 004-2012-PCM-SGP, Lima 2012.

Tipos de Investigación. (2018). Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsbas&AN=edsbas.FC881AC5&lang=es&site=eds-live>

Tavera, J & Henao L. (2017). XXII congreso internacional de contaduría, administración e informática

Tourism & Management Studies, (2015). Antecedentes organizacionales de la calidad de servicio: un modelo de relaciones estructurales

Monroy m. (2018). Evaluación de la calidad en el servicio de “la fábrica de waffles”

Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores (2018)

Mejia A. (2018) Impact of the quality of services on customer satisfaction in a maintenance company

Jimenez P. (2017). incidencia de la calidad del servicio en la satisfacción de los usuarios de la línea 2 de metrobús en la cdmx en el 2017

Rodriguez R. (2018). La calidad de los servicios gastronómicos en el balneario San clemente, Manabí, Ecuador

Armas D. (2015). La satisfacción del usuario como indicador de calidad en el servicio municipal de deportes. percepción, análisis y evolución

Samira M. (2017). La satisfacción del consumidor de café de comercio justo a partir del valor percibido y su contribución en la lealtad del cliente.

López P. (2015). Población muestra y muestreo

Morillo M. (2016). Satisfacción del usuario y calidad del servicio en alojamientos turísticos del estado Mérida, Venezuela

- Ros A. (2016). Calidad percibida y satisfacción del usuario en los servicios prestados a personas con discapacidad intelectual
- Farias, P., & Porrúa, M. (2016). Reconstruyendo la relación: el nuevo protagonismo del ciudadano en la gestión pública
- Flumian, M. (2016). La gestión de la prestación de servicios integrados: los ciudadanos
- Wiseman, J., Porrúa, M., Castillo, P. (2016). Gobiernos que sirven: innovaciones que están mejorando la entrega de servicios a los ciudadanos.
- IPSOS. (2014). Informe de Avance N°5: evaluación de la Experiencia del Usuario con los Servicios de Chileatiende para los canales presencial y telefónico.
- Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Telecomunicaciones (2011). Guía para la caracterización de usuarios de entidades públicas
- Presidencia del Consejo de Ministros. (2016). Plan Operativo Institucional 2017. Lima: PCM.
- Robinson, M. (2015). From Old Public Administration to the New Public Service. Implications for Public Sector Reform in Developing Countries. Singapore: UNDP Global Centre for Public Service Excellence.
- Secretaría de Gestión Pública (2017). Manuales del Centro de Mejor Atención al Ciudadano MAC.
- Secretaría de Gestión Pública (2015). Estrategia de Mejor Atención al Ciudadano (MAC).
- Secretaría de Gestión Pública (2017). Boletín anual 2016 Centro MAC Ventanilla.
- Secretaría de Gestión Pública (2018). Boletín anual 2017 Centro MAC Ventanilla.
- Secretaría de Gestión Pública (2019). Boletín anual 2018 Centro MAC Ventanilla.

**Anexo 1**  
**Matriz de consistencia**

| <b>TÍTULO:</b> Calidad del servicio del Centro de Mejor Atención al Ciudadano y su incidencia en la satisfacción del usuario, Ventanilla, 2019  |   |   |   |
|---|---|---|---|
| <b>AUTOR:</b> Soledad Lizeth Figueroa Bedon   |   |   |   |
| <b>PROBLEMA</b>   | <b>OBJETIVOS</b>  | <b>HIPÓTESIS</b>  | <b>VARIABLES E INDICADORES</b>  |
| <p><b>Problema principal:</b><br/>¿Cuál es la incidencia de la calidad de servicio del Centro de Mejor Atención al Ciudadano en la satisfacción del usuario, Ventanilla, 2019?</p> <p><b>Problemas secundarios:</b><br/>1.¿Cuál es la incidencia del uso de elementos tangibles en la satisfacción del usuario, Ventanilla, 2019?<br/>2.¿Cuál es la incidencia de la fiabilidad en la satisfacción del usuario del Centro MAC Ventanilla, 2019?<br/>3.¿Cuál es la incidencia de la capacidad de respuesta en la satisfacción del usuario del Centro MAC Ventanilla, 2019?</p> | <p><b>Objetivo general:</b><br/>Determinar la incidencia de la calidad de servicio en la satisfacción del usuario del centro MAC Ventanilla, 2019</p> <p><b>Objetivos específicos:</b><br/>1.Determinar la incidencia por el uso de elementos tangibles en la satisfacción del usuario del centro MAC Ventanilla, 2019<br/>2.Determinar la incidencia de la fiabilidad en la satisfacción del usuario del Centro MAC Ventanilla, 2019<br/>3.Determinar la incidencia de la capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario del centro MAC Ventanilla, 2019<br/>4.Determinar la incidencia de la seguridad de la satisfacción del usuario del Centro MAC Ventanilla, 2019</p> | <p><b>Hipótesis general:</b><br/>La calidad de servicio en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano incide en la satisfacción del usuario, Ventanilla, 2019</p> <p><b>Hipótesis específicas:</b><br/>1. El uso de los elementos tangibles incide en la satisfacción del usuario, Ventanilla, 2019<br/>2. La fiabilidad incide en la satisfacción del usuario, Ventanilla, 2019<br/>3. La capacidad de respuesta incide en la satisfacción la satisfacción del usuario, Ventanilla, 2019<br/>4. La seguridad incide en la satisfacción la satisfacción del usuario, Ventanilla, 2019</p> | <b>Variable I: CALIDAD DE SERVICIO.</b>   |
|   |   |   | <b>Dimensiones</b>  |
|   |   |   | <p><b>X<sub>1</sub></b> Elementos tangibles<br/><b>X<sub>2</sub></b> Fiabilidad<br/><b>X<sub>3</sub></b> Capacidad de respuesta<br/><b>X<sub>4</sub></b> Seguridad<br/><b>X<sub>5</sub></b> Empatía</p> |
| <b>Variable D: SATISFACCIÓN DEL USUARIO</b>   |   |   |   |

|   |  |  |  |                           |                     |                                |
|---|--|--|--|---------------------------|---------------------|--------------------------------|
| <p>4.¿Cuál es la incidencia la seguridad de la satisfacción del usuario del Centro MAC Ventanilla, 2019?</p> <p>5.¿Cuál es la incidencia la empatía en la satisfacción del usuario del Centro MAC Ventanilla, 2019?</p> | <p>5.Determinar la incidencia de la empatía en la satisfacción del usuario del centro MAC Ventanilla, 2019</p> | <p>5. La empatía incide de la satisfacción la satisfacción del usuario, Ventanilla, 2019</p> | <p><b>Dimensiones</b></p> <p><b>X<sub>1</sub></b> Calidad funcional percibida</p> <p><b>X<sub>2</sub></b> Calidad técnica percibida.</p> <p><b>X<sub>3</sub></b> Valor del servicio</p> <p><b>X<sub>4</sub></b> Confianza</p> <p><b>X<sub>5</sub></b> Expectativas</p> | <p><b>Indicadores</b></p> | <p><b>Ítems</b></p> | <p><b>Niveles o rangos</b></p> |
|   |  |  |  |                           |                     |                                |

Anexo 2

CALIDAD DEL SERVICIO DEL CENTRO DE MEJOR ATENCIÓN AL CIUDADANO Y SU  
INCIDENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO, VENTANILLA, 2019

**ENCUESTA**

Estimado(a) ciudadano, la presente encuesta tiene como finalidad conocer la calidad de servicio y su incidencia en la satisfacción del usuario.

Sus respuestas son totalmente confidenciales, agradecemos su participación.

| N°   | ÍTEMS   | RESPUESTAS |          |               |
|--|---|------------|----------|---------------|
|  |   | De acuerdo | Indeciso | En desacuerdo |
| <b>Variable 1: Calidad de Servicio</b>     |   |            |          |               |
| 1  | Las instalaciones del Centro MAC Ventanilla, son adecuadas para los servicios que se brindan  |            |          |               |
| 2  | El Centro MAC Ventanilla, cuenta con equipos multimedios (PVM, tótem digital) modernos  |            |          |               |
| 3  | La publicidad (folletos, volantes) del Centro MAC Ventanilla, son visualmente atractivos  |            |          |               |
| 4  | La publicidad (folletos, volantes) del Centro MA, son necesarias  |            |          |               |
| 5  | Durante su experiencia más reciente en el Centro MAC Ventanilla, cuando tuvo alguna duda o presencio alguna duda en algún usuario, fue resuelto con facilidad y rapidez |            |          |               |
| 6  | El servicios que se brinda en el Centro MAC Ventanilla, respondió a lo que usted esperaba   |            |          |               |
| 7  | Durante sus visitas al Centro MAC Ventanilla , se cumplió el tiempo de espera indicado por el orientador  |            |          |               |
| 8  | Durante sus visitas al Centro MAC Ventanilla , se cumplió el tiempo atención que usted esperaba   |            |          |               |
| 9  | La orientación recibida, por el personal de orientación del Centro MAC Ventanilla, fue la que necesitaba para el procedimiento a realizar.                              |            |          |               |
| 10   | Los orientadores(as) del Centro MAC Ventanilla le brindaron información clara de acuerdo al procedimiento que deseaba realizar  |            |          |               |
| 11   | En el Centro MAC Ventanilla, hay disponibilidad del personal para atenderlo   |            |          |               |
| 12   | El personal en general del Centro MAC Ventanilla, brinda apoyo a los usuarios   |            |          |               |
| 13   | El comportamiento de los asesores del Centro MAC Ventanilla, inspira confianza  |            |          |               |
| 14   | Las transacciones económicas realizadas en el Centro MAC Ventanilla, son seguras  |            |          |               |
| 15   | Las orientadoras del Centro MAC Ventanilla, son amables al atenderlo  |            |          |               |
| 16   | El personal del Centro MAC Ventanilla demostró amabilidad y buen trato al atenderlo   |            |          |               |
| 17   | En el Centro MAC Ventanilla se brinda orientación personalizada por cada procedimiento que se brinda  |            |          |               |
| 18   | En el Centro MAC Ventanilla se brinda atención personalizada para las personas con Discapacidad o habilidades diferentes  |            |          |               |
| 19   | El Centro MAC Ventanilla ofrece horarios convenientes para los usuarios   |            |          |               |
| 20   | El Centro MAC Ventanilla deberían variar y/o ampliar los horarios de atención   |            |          |               |
| <b>Variable 2: Satisfacción al usuario</b> |   |            |          |               |
| 21   | En el Centro MAC Ventanilla, el personal resuelve satisfactoriamente sus quejas   |            |          |               |
| 22   | En el Centro MAC Ventanilla, el personal resuelve satisfactoriamente sus reclamos   |            |          |               |
| 23   | El personal del Centro MAC Ventanilla, reconoce sus intereses   |            |          |               |
| 24   | El Centro MAC Ventanilla, ayuda a resolver sus necesidades  |            |          |               |
| 25   | El Centro MAC Ventanilla, le dio a conocer el sistema de citas  |            |          |               |
| 26   | El Centro MAC Ventanilla, brinda un servicio apropiado mediante el sistema de citas   |            |          |               |

|    |   |  |  |  |
|----|---|--|--|--|
| 27 | El Centro MAC Ventanilla, brinda servicios automáticos de calidad   |  |  |  |
| 28 | Los servicios automáticos se brindan en el tiempo esperado  |  |  |  |
| 29 | La calidad de los servicios prestados en este Centro MAC son buenos, dadas sus tasas y tarifas                          |  |  |  |
| 30 | El Centro MAC Ventanilla, debería tener exoneración de algunas tasas  |  |  |  |
| 31 | Al acudir a este Centro MAC Ventanilla está seguro que no tendrá problemas o inconvenientes con los servicios recibidos |  |  |  |
| 32 | Los problemas que presenta este Centro MAC Ventanilla son resueltos en un tiempo adecuado                               |  |  |  |
| 33 | Los servicios prestados por el Centro MAC Ventanilla, están cerca de los ideales para una entidad de este tipo          |  |  |  |
| 34 | Los servicios prestados en este Centro MAC Ventanilla, generan confianza.   |  |  |  |
| 35 | Si otro Centro MAC le ofrece los mismos servicios prefiero regresar a este Centro MAC                                   |  |  |  |
| 36 | Recomendaría a sus familiares, conocidos, amigos este Centro MAC  |  |  |  |
| 37 | El personal en general del Centro MAC Ventanilla, cumple con sus funciones a cabalidad                                  |  |  |  |
| 38 | Recibe explicaciones y/o orientación claras de parte del personal del Centro MAC Ventanilla                             |  |  |  |
| 39 | El personal de orientación tiene conocimiento de los horarios y/o servicios que se brindan en el Centro MAC Ventanilla  |  |  |  |
| 40 | Los asesores de las entidades del Centro MAC Ventanilla conocen los procedimientos ajenos a su entidad                  |  |  |  |



Anexo 3

Matriz de datos

|        | V1 CALIDAD DE SERVICIO |   |   |   |    |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |
|--------|------------------------|---|---|---|----|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
|        | D1                     |   |   |   | D2 |   |   |   | D3 |    |    |    | D4 |    |    |    | D5 |    |    |    |
|        | 1                      | 2 | 3 | 4 | 5  | 6 | 7 | 8 | 9  | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 |
| ENC 1  | 3                      | 1 | 2 | 3 | 3  | 1 | 1 | 3 | 1  | 3  | 3  | 2  | 3  | 2  | 2  | 1  | 1  | 2  | 3  | 3  |
| ENC 2  | 2                      | 2 | 1 | 1 | 3  | 2 | 1 | 3 | 3  | 3  | 2  | 1  | 1  | 3  | 1  | 3  | 1  | 2  | 3  | 3  |
| ENC 3  | 1                      | 1 | 2 | 2 | 1  | 2 | 1 | 1 | 1  | 2  | 3  | 1  | 3  | 2  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 2  |
| ENC 4  | 3                      | 1 | 1 | 1 | 1  | 1 | 2 | 1 | 1  | 2  | 2  | 1  | 1  | 1  | 2  | 1  | 3  | 1  | 1  | 1  |
| ENC 5  | 3                      | 3 | 3 | 2 | 3  | 3 | 1 | 3 | 3  | 3  | 2  | 1  | 1  | 2  | 2  | 3  | 2  | 3  | 2  | 3  |
| ENC 6  | 2                      | 1 | 1 | 2 | 1  | 1 | 1 | 3 | 1  | 1  | 1  | 1  | 2  | 2  | 1  | 2  | 1  | 1  | 2  | 2  |
| ENC 7  | 3                      | 3 | 3 | 2 | 3  | 1 | 2 | 2 | 2  | 2  | 3  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  |
| ENC 8  | 1                      | 2 | 2 | 3 | 2  | 2 | 2 | 2 | 2  | 2  | 3  | 1  | 3  | 1  | 1  | 2  | 3  | 3  | 3  | 2  |
| ENC 9  | 3                      | 2 | 1 | 2 | 1  | 2 | 3 | 1 | 3  | 2  | 3  | 3  | 3  | 2  | 1  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  |
| ENC 10 | 1                      | 2 | 3 | 2 | 1  | 3 | 1 | 1 | 3  | 1  | 3  | 1  | 1  | 2  | 2  | 2  | 2  | 3  | 3  | 3  |
| ENC 11 | 3                      | 1 | 2 | 2 | 3  | 1 | 3 | 2 | 2  | 2  | 2  | 1  | 1  | 3  | 2  | 2  | 2  | 1  | 1  | 3  |
| ENC 12 | 3                      | 3 | 2 | 2 | 3  | 3 | 3 | 3 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 1  | 1  | 2  | 3  | 2  | 1  |
| ENC 13 | 1                      | 3 | 1 | 1 | 1  | 3 | 1 | 2 | 1  | 2  | 2  | 1  | 2  | 1  | 1  | 3  | 2  | 1  | 1  | 1  |
| ENC 14 | 3                      | 2 | 3 | 3 | 3  | 2 | 1 | 2 | 3  | 3  | 3  | 1  | 1  | 2  | 3  | 2  | 2  | 1  | 3  | 3  |
| ENC 15 | 2                      | 1 | 1 | 3 | 3  | 3 | 3 | 3 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 2  | 2  | 3  | 2  | 2  | 2  |
| ENC 16 | 1                      | 1 | 2 | 1 | 1  | 2 | 1 | 2 | 1  | 3  | 1  | 1  | 1  | 2  | 1  | 2  | 1  | 2  | 1  | 1  |
| ENC 17 | 3                      | 1 | 3 | 1 | 3  | 1 | 1 | 3 | 1  | 3  | 1  | 1  | 3  | 1  | 1  | 1  | 3  | 3  | 3  | 3  |
| ENC 18 | 3                      | 1 | 1 | 2 | 2  | 1 | 2 | 1 | 1  | 1  | 2  | 3  | 1  | 1  | 2  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  |
| ENC 19 | 3                      | 3 | 1 | 1 | 3  | 1 | 3 | 1 | 3  | 1  | 3  | 3  | 1  | 3  | 2  | 3  | 2  | 3  | 2  | 3  |
| ENC 20 | 3                      | 3 | 1 | 1 | 3  | 3 | 3 | 3 | 3  | 3  | 3  | 3  | 1  | 3  | 1  | 1  | 1  | 3  | 3  | 1  |
| ENC 21 | 1                      | 1 | 1 | 3 | 3  | 1 | 1 | 2 | 1  | 3  | 2  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 3  |
| ENC 22 | 1                      | 1 | 2 | 2 | 1  | 3 | 2 | 1 | 1  | 3  | 2  | 1  | 1  | 1  | 2  | 2  | 1  | 1  | 3  | 2  |
| ENC 23 | 3                      | 1 | 1 | 1 | 1  | 1 | 1 | 3 | 2  | 1  | 1  | 1  | 2  | 1  | 1  | 2  | 1  | 3  | 1  | 1  |
| ENC 24 | 3                      | 3 | 3 | 2 | 3  | 3 | 3 | 3 | 1  | 3  | 1  | 1  | 1  | 3  | 3  | 1  | 2  | 1  | 3  | 2  |
| ENC 25 | 2                      | 2 | 1 | 2 | 1  | 2 | 1 | 3 | 1  | 3  | 1  | 2  | 1  | 2  | 1  | 3  | 1  | 1  | 2  | 3  |
| ENC 26 | 3                      | 3 | 3 | 2 | 3  | 2 | 3 | 3 | 2  | 3  | 3  | 1  | 3  | 1  | 1  | 1  | 2  | 3  | 2  | 1  |
| ENC 27 | 1                      | 1 | 3 | 3 | 3  | 1 | 3 | 3 | 1  | 3  | 3  | 3  | 2  | 3  | 2  | 2  | 2  | 2  | 3  | 3  |
| ENC 28 | 3                      | 1 | 1 | 2 | 3  | 1 | 1 | 1 | 1  | 1  | 1  | 3  | 1  | 2  | 3  | 1  | 1  | 3  | 1  | 1  |
| ENC 29 | 2                      | 2 | 2 | 2 | 3  | 3 | 2 | 3 | 3  | 3  | 1  | 3  | 1  | 3  | 1  | 1  | 1  | 2  | 3  | 3  |
| ENC 30 | 3                      | 1 | 1 | 1 | 3  | 1 | 2 | 1 | 2  | 1  | 2  | 1  | 2  | 1  | 1  | 1  | 2  | 1  | 1  | 1  |
| ENC 31 | 2                      | 1 | 2 | 2 | 3  | 3 | 3 | 3 | 3  | 1  | 2  | 2  | 3  | 3  | 1  | 1  | 1  | 1  | 3  | 3  |
| ENC 32 | 3                      | 3 | 2 | 1 | 1  | 1 | 3 | 3 | 1  | 1  | 2  | 2  | 1  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  |
| ENC 33 | 3                      | 3 | 3 | 1 | 1  | 3 | 3 | 1 | 3  | 3  | 1  | 1  | 3  | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 3  |
| ENC 34 | 1                      | 2 | 1 | 1 | 1  | 1 | 2 | 3 | 1  | 1  | 2  | 1  | 2  | 1  | 2  | 1  | 1  | 1  | 3  | 1  |
| ENC 35 | 3                      | 1 | 2 | 3 | 3  | 1 | 1 | 3 | 1  | 3  | 3  | 2  | 3  | 2  | 2  | 1  | 1  | 2  | 3  | 3  |

|        |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|--------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ENC 36 | 2 | 2 | 1 | 1 | 3 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 1 | 3 | 1 | 3 | 1 | 2 | 3 | 3 |
| ENC 37 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 3 | 1 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 |
| ENC 38 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 |
| ENC 39 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 |
| ENC 40 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| ENC 41 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| ENC 42 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 1 | 3 | 1 | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 |
| ENC 43 | 3 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 3 | 1 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| ENC 44 | 1 | 2 | 3 | 2 | 1 | 3 | 1 | 1 | 3 | 1 | 3 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 |
| ENC 45 | 3 | 1 | 2 | 2 | 3 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 3 |
| ENC 46 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 | 2 | 3 | 2 | 1 |
| ENC 47 | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 |
| ENC 48 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 |
| ENC 49 | 2 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 |
| ENC 50 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 |
| ENC 51 | 3 | 1 | 3 | 1 | 3 | 1 | 1 | 3 | 1 | 3 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| ENC 52 | 3 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 3 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| ENC 53 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 1 | 3 | 1 | 3 | 1 | 3 | 3 | 1 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 |
| ENC 54 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 1 |
| ENC 55 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 1 | 1 | 2 | 1 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 |
| ENC 56 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 3 | 2 | 1 | 1 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 3 | 2 |
| ENC 57 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 3 | 1 | 1 |
| ENC 58 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 1 | 2 | 1 | 3 | 2 |
| ENC 59 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 3 | 1 | 3 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 3 | 1 | 1 | 2 | 3 |
| ENC 60 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 | 2 | 3 | 2 | 1 |
| ENC 61 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 |
| ENC 62 | 3 | 1 | 1 | 2 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 2 | 3 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 |

| V2 SATISFACCIÓN DEL USUARIO |    |   |   |   |    |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |
|-----------------------------|----|---|---|---|----|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
|                             | D1 |   |   |   | D2 |   |   |   | D3 |    |    |    | D4 |    |    |    | D5 |    |    |    |
|                             | 1  | 2 | 3 | 4 | 5  | 6 | 7 | 8 | 9  | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 |
| ENC 1                       | 3  | 3 | 3 | 3 | 3  | 3 | 3 | 3 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  |
| ENC 2                       | 3  | 3 | 3 | 3 | 3  | 2 | 3 | 3 | 3  | 3  | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 3  | 3  |
| ENC 3                       | 3  | 1 | 2 | 2 | 3  | 2 | 1 | 3 | 1  | 2  | 3  | 3  | 3  | 1  | 1  | 3  | 1  | 3  | 1  | 3  |
| ENC 4                       | 1  | 3 | 3 | 1 | 3  | 1 | 2 | 3 | 3  | 2  | 1  | 3  | 3  | 1  | 2  | 3  | 3  | 2  | 1  | 3  |
| ENC 5                       | 3  | 3 | 3 | 2 | 3  | 3 | 1 | 3 | 3  | 3  | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  |
| ENC 6                       | 2  | 2 | 2 | 2 | 3  | 1 | 2 | 3 | 1  | 1  | 3  | 3  | 1  | 1  | 2  | 1  | 1  | 1  | 3  | 3  |
| ENC 7                       | 3  | 1 | 3 | 2 | 3  | 2 | 2 | 3 | 3  | 3  | 1  | 3  | 1  | 1  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 3  |
| ENC 8                       | 3  | 1 | 1 | 3 | 2  | 3 | 1 | 3 | 2  | 3  | 2  | 3  | 3  | 3  | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  |
| ENC 9                       | 3  | 3 | 3 | 3 | 3  | 3 | 3 | 3 | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  |
| ENC 10                      | 1  | 1 | 3 | 2 | 3  | 3 | 1 | 3 | 3  | 2  | 3  | 2  | 2  | 3  | 3  | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  |
| ENC 11                      | 3  | 3 | 3 | 2 | 3  | 2 | 2 | 2 | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 3  | 3  | 1  | 1  | 2  | 3  |
| ENC 12                      | 3  | 3 | 2 | 2 | 3  | 3 | 3 | 3 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  |
| ENC 13                      | 3  | 1 | 2 | 3 | 3  | 3 | 2 | 2 | 1  | 3  | 2  | 3  | 1  | 3  | 2  | 2  | 2  | 2  | 3  | 3  |
| ENC 14                      | 3  | 2 | 3 | 3 | 3  | 2 | 1 | 2 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  |
| ENC 15                      | 2  | 3 | 3 | 3 | 3  | 3 | 3 | 3 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  |
| ENC 16                      | 3  | 3 | 2 | 1 | 3  | 1 | 1 | 3 | 3  | 3  | 1  | 1  | 3  | 3  | 1  | 1  | 1  | 3  | 3  | 1  |
| ENC 17                      | 3  | 1 | 3 | 1 | 3  | 3 | 2 | 3 | 3  | 3  | 3  | 1  | 2  | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  |
| ENC 18                      | 3  | 3 | 3 | 2 | 3  | 3 | 2 | 3 | 3  | 1  | 1  | 3  | 3  | 3  | 1  | 1  | 2  | 3  | 2  | 2  |
| ENC 19                      | 3  | 3 | 1 | 1 | 3  | 3 | 3 | 1 | 3  | 1  | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  |
| ENC 20                      | 3  | 3 | 3 | 3 | 3  | 3 | 3 | 3 | 3  | 2  | 2  | 2  | 3  | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  |
| ENC 21                      | 3  | 3 | 1 | 1 | 3  | 2 | 1 | 2 | 2  | 3  | 2  | 1  | 3  | 3  | 1  | 1  | 1  | 3  | 3  | 1  |
| ENC 22                      | 3  | 1 | 1 | 3 | 3  | 3 | 2 | 1 | 3  | 3  | 1  | 1  | 3  | 3  | 2  | 1  | 1  | 2  | 3  | 1  |
| ENC 23                      | 3  | 2 | 1 | 1 | 1  | 3 | 1 | 3 | 3  | 1  | 1  | 3  | 3  | 2  | 1  | 1  | 3  | 3  | 1  | 1  |
| ENC 24                      | 3  | 3 | 3 | 2 | 3  | 3 | 3 | 3 | 1  | 3  | 3  | 3  | 2  | 3  | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  |
| ENC 25                      | 2  | 1 | 3 | 3 | 1  | 2 | 1 | 3 | 1  | 1  | 3  | 3  | 3  | 1  | 1  | 2  | 2  | 1  | 1  | 2  |
| ENC 26                      | 1  | 1 | 1 | 1 | 1  | 2 | 1 | 1 | 2  | 1  | 1  | 1  | 1  | 2  | 1  | 1  | 2  | 1  | 1  | 1  |
| ENC 27                      | 3  | 2 | 3 | 3 | 3  | 1 | 3 | 3 | 1  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  |
| ENC 28                      | 3  | 3 | 1 | 1 | 3  | 1 | 1 | 3 | 1  | 1  | 3  | 3  | 1  | 3  | 3  | 1  | 3  | 1  | 3  | 1  |
| ENC 29                      | 3  | 3 | 2 | 3 | 3  | 3 | 2 | 3 | 3  | 3  | 1  | 3  | 3  | 3  | 2  | 3  | 1  | 3  | 3  | 3  |
| ENC 30                      | 3  | 2 | 2 | 2 | 3  | 1 | 1 | 3 | 3  | 3  | 1  | 1  | 3  | 3  | 1  | 1  | 2  | 1  | 2  | 1  |
| ENC 31                      | 3  | 3 | 3 | 1 | 3  | 3 | 3 | 3 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  |
| ENC 32                      | 3  | 2 | 3 | 2 | 3  | 3 | 3 | 3 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 1  | 3  | 3  | 3  | 3  |
| ENC 33                      | 3  | 3 | 3 | 1 | 1  | 3 | 3 | 3 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 1  | 1  | 3  | 3  | 3  | 2  | 3  |
| ENC 34                      | 3  | 3 | 1 | 2 | 3  | 2 | 1 | 3 | 3  | 3  | 2  | 1  | 2  | 3  | 2  | 1  | 3  | 3  | 3  | 1  |
| ENC 35                      | 3  | 3 | 3 | 3 | 3  | 3 | 3 | 3 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  |
| ENC 36                      | 3  | 3 | 3 | 3 | 3  | 2 | 3 | 3 | 3  | 3  | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 3  | 3  |
| ENC 37                      | 3  | 1 | 2 | 2 | 3  | 2 | 1 | 3 | 1  | 2  | 3  | 3  | 3  | 1  | 1  | 3  | 1  | 3  | 1  | 3  |
| ENC 38                      | 1  | 3 | 3 | 1 | 3  | 1 | 2 | 3 | 3  | 2  | 1  | 3  | 3  | 1  | 2  | 3  | 3  | 2  | 1  | 3  |

|        |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|--------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ENC 39 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| ENC 40 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 |
| ENC 41 | 3 | 1 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 |
| ENC 42 | 3 | 1 | 1 | 3 | 2 | 3 | 1 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| ENC 43 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| ENC 44 | 1 | 1 | 3 | 2 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| ENC 45 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 1 | 1 | 2 | 3 |
| ENC 46 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| ENC 47 | 3 | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 2 | 3 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 |
| ENC 48 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| ENC 49 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| ENC 50 | 3 | 3 | 2 | 1 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 1 |
| ENC 51 | 3 | 1 | 3 | 1 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| ENC 52 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 |
| ENC 53 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| ENC 54 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| ENC 55 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 1 | 3 | 3 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 1 |
| ENC 56 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 2 | 1 | 1 | 2 | 3 | 1 |
| ENC 57 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 2 | 1 | 1 | 3 | 3 | 1 | 1 |
| ENC 58 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| ENC 59 | 2 | 1 | 3 | 3 | 1 | 2 | 1 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 |
| ENC 60 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 |
| ENC 61 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| ENC 62 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 1 | 3 | 1 | 3 | 1 |

## Anexo 4

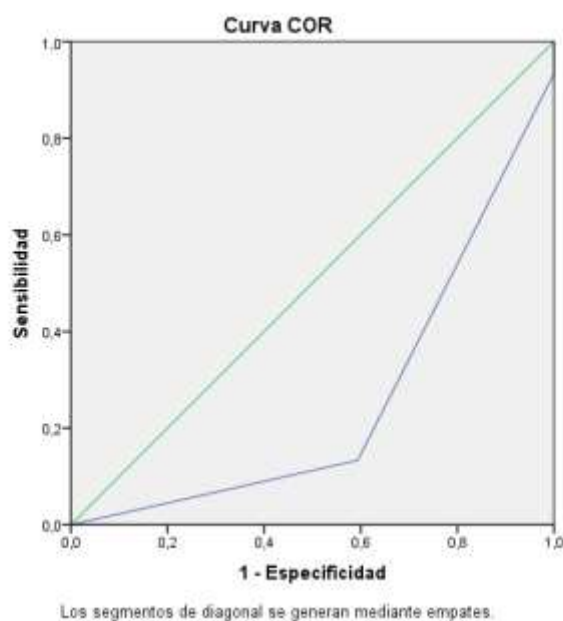
Pruebas de incidencia de Calidad de servicio en el Satisfacción del usuario en el Centro de Mejor Atención al ciudadano, Ventanilla, 2019.

Estimaciones de parámetro

|                  | Estimación     | Error estándar | Wald   | gl | Sig. | Intervalo de confianza al 95% |                 |
|------------------|----------------|----------------|--------|----|------|-------------------------------|-----------------|
|                  |                |                |        |    |      | Límite inferior               | Límite superior |
| Umbral [V1 = 1]  | -1,101         | ,467           | 5,563  | 1  | ,018 | -2,016                        | -,186           |
| [V1 = 2]         | 2,295          | ,646           | 12,623 | 1  | ,000 | 1,029                         | 3,561           |
| Ubicación [V2=1] | -20,228        | ,000           | .      | 1  | .    | -20,228                       | -20,228         |
| [V2=2]           | -1,613         | ,570           | 7,993  | 1  | ,005 | -2,731                        | -,495           |
| [V2=3]           | 0 <sup>a</sup> | .              | .      | 0  | .    | .                             | .               |

Función de enlace: Logit.

a. Este parámetro está establecido en cero porque es redundante.



Curva COR entre la variable dependiente Satisfacción del usuario y la independiente, Calidad de servicio en el Centro de Mejor Atención al ciudadano, Ventanilla, 2019.

Área bajo la curva: ,256

## Anexo 5

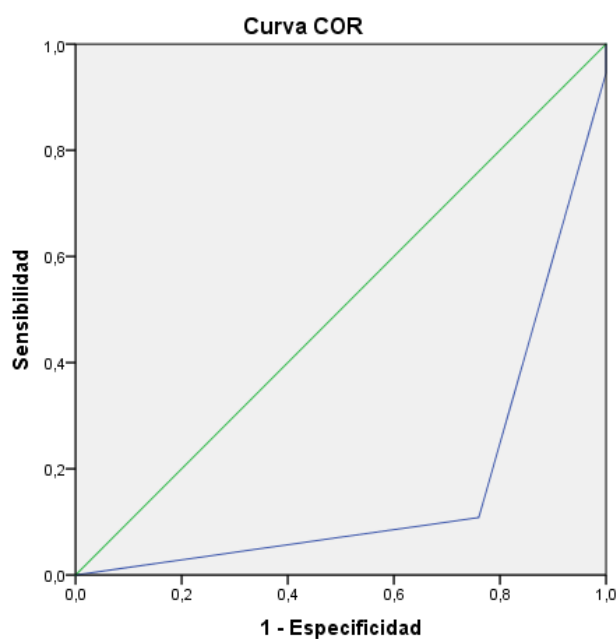
Pruebas de incidencia de Elementos tangibles en la Satisfacción del usuario en el Centro de Mejor Atención al ciudadano, Ventanilla, 2019.

### Estimaciones de parámetro

|                  | Estimación | Error estándar | Wald   | gl | Sig. | Intervalo de confianza al 95% |                 |
|------------------|------------|----------------|--------|----|------|-------------------------------|-----------------|
|                  |            |                |        |    |      | Límite inferior               | Límite superior |
| Umbral [d11 = 1] | -1,198     | ,486           | 6,085  | 1  | ,014 | -2,151                        | -,246           |
| [d11 = 2]        | 2,086      | ,638           | 10,702 | 1  | ,001 | ,836                          | 3,336           |
| Ubicación [V2=1] | -20,411    | ,000           | .      | 1  | .    | -20,411                       | -20,411         |
| [V2=2]           | -2,783     | ,651           | 18,252 | 1  | ,000 | -4,060                        | -1,506          |
| [V2=3]           | 0a         | .              | .      | 0  | .    | .                             | .               |

Función de enlace: Logit.

a. Este parámetro está establecido en cero porque es redundante.



Los segmentos de diagonal se generan mediante empates.

Curva COR entre la variable dependiente Satisfacción del usuario y la independiente, Elementos tangibles en el Centro de Mejor Atención al ciudadano, Ventanilla, 2019.

Área bajo la curva: ,168

## Anexo 6

Tabla 10

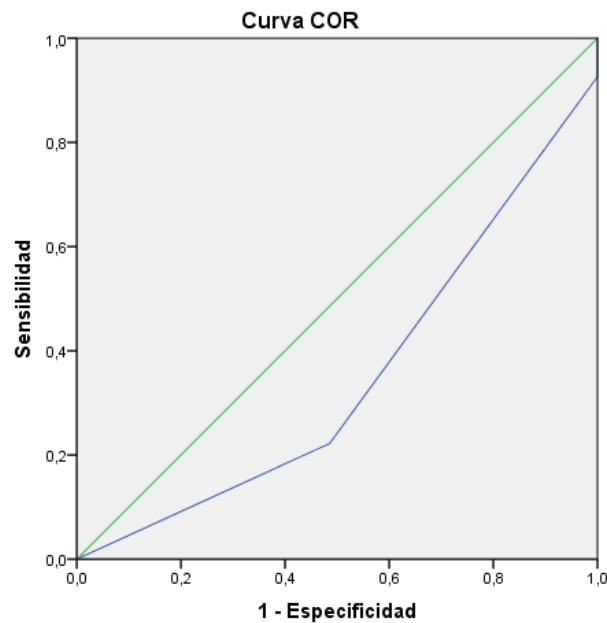
Pruebas de incidencia de Fiabilidad en la Satisfacción del usuario en el Centro de Mejor Atención al ciudadano, Ventanilla, 2019.

Estimaciones de parámetro

|                  | Estimación     | Error estándar | Wald   | gl | Sig. | Intervalo de confianza al 95% |                 |
|------------------|----------------|----------------|--------|----|------|-------------------------------|-----------------|
|                  |                |                |        |    |      | Límite inferior               | Límite superior |
| Umbral [d12 = 1] | -1,021         | ,447           | 5,226  | 1  | ,022 | -1,897                        | -,146           |
| [d12 = 2]        | 1,857          | ,530           | 12,281 | 1  | ,000 | ,818                          | 2,895           |
| Ubicación [V2=1] | -21,100        | ,000           | .      | 1  | .    | -21,100                       | -21,100         |
| [V2=2]           | -1,069         | ,538           | 3,939  | 1  | ,047 | -2,124                        | -,013           |
| [V2=3]           | 0 <sup>a</sup> | .              | .      | 0  | .    | .                             | .               |

Función de enlace: Logit.

a. Este parámetro está establecido en cero porque es redundante.



Los segmentos de diagonal se generan mediante empates.

Curva COR entre la variable dependiente Satisfacción del usuario y la independiente, Fiabilidad en el Centro de Mejor Atención al ciudadano, Ventanilla, 2019.

Área bajo la curva: ,349

### Anexo 7

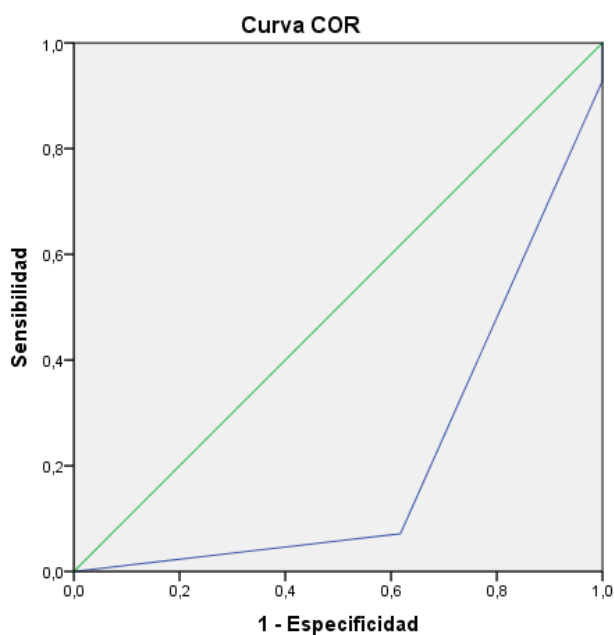
Pruebas de incidencia de Capacidad de respuesta en la Satisfacción del usuario en el Centro de Mejor Atención al ciudadano, Ventanilla, 2019.

**Estimaciones de parámetro**

|                  | Estimación     | Error estándar | Wald  | gl | Sig. | Intervalo de confianza al 95% |                 |
|------------------|----------------|----------------|-------|----|------|-------------------------------|-----------------|
|                  |                |                |       |    |      | Límite inferior               | Límite superior |
| Umbral [d13 = 1] | -1,327         | ,475           | 7,805 | 1  | ,005 | -2,259                        | -,396           |
| [d13 = 2]        | 1,327          | ,475           | 7,805 | 1  | ,005 | ,396                          | 2,259           |
| Ubicación [V2=1] | -21,365        | ,000           | .     | 1  | .    | -21,365                       | -21,365         |
| [V2=2]           | -1,780         | ,568           | 9,829 | 1  | ,002 | -2,892                        | -,667           |
| [V2=3]           | 0 <sup>a</sup> | .              | .     | 0  | .    | .                             | .               |

Función de enlace: Logit.

a. Este parámetro está establecido en cero porque es redundante.



Los segmentos de diagonal se generan mediante empates.

Curva COR entre la variable dependiente Satisfacción del usuario y la independiente, Capacidad de respuesta en el Centro de Mejor Atención al ciudadano, Ventanilla, 2019.

Área bajo la curva: ,213



## Anexo 8

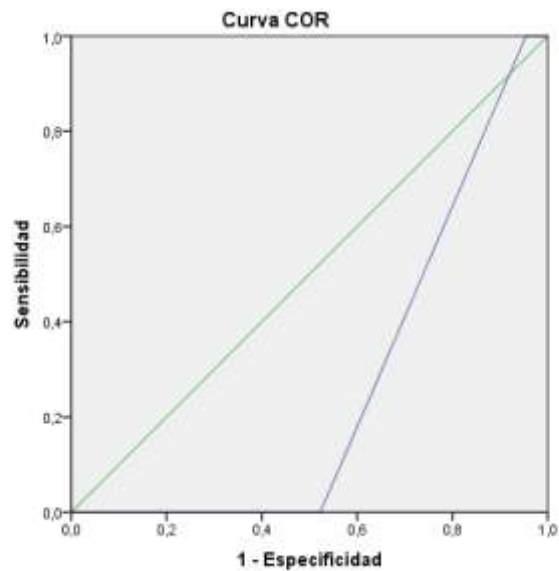
Pruebas de incidencia de Seguridad en la Satisfacción del usuario en el Centro de Mejor Atención al ciudadano, Ventanilla, 2019.

**Estimaciones de parámetro**

|                  | Estimación     | Error estándar | Wald   | gl | Sig.  | Intervalo de confianza al 95% |                 |
|------------------|----------------|----------------|--------|----|-------|-------------------------------|-----------------|
|                  |                |                |        |    |       | Límite inferior               | Límite superior |
| Umbral [d14 = 1] | -2,279         | ,661           | 11,879 | 1  | ,001  | -3,574                        | -,983           |
| [d14 = 2]        | 2,279          | ,661           | 11,879 | 1  | ,001  | ,983                          | 3,574           |
| Ubicación [V2=1] | -1,916E-16     | 1,885          | ,000   | 1  | 1,000 | -3,695                        | 3,695           |
| [V2=2]           | -2,071         | ,727           | 8,119  | 1  | ,004  | -3,495                        | -,646           |
| [V2=3]           | 0 <sup>a</sup> | .              | .      | 0  | .     | .                             | .               |

Función de enlace: Logit.

a. Este parámetro está establecido en cero porque es redundante.



Curva COR entre la variable dependiente Satisfacción del usuario y la independiente, Seguridad en el Centro de Mejor Atención al ciudadano, Ventanilla, 2019.

Área bajo la curva: ,261

## Anexo 9

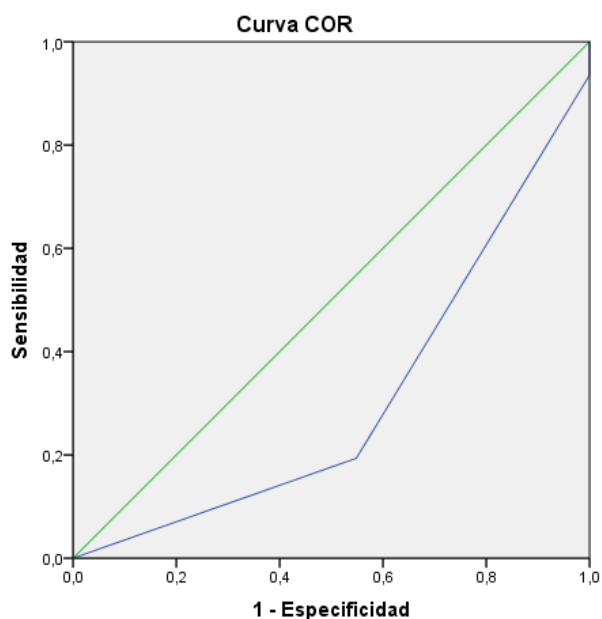
Pruebas de incidencia de Empatía en la Satisfacción del usuario en el Centro de Mejor Atención al ciudadano, Ventanilla, 2019.

**Estimaciones de parámetro**

|                  | Estimación     | Error estándar | Wald   | gl | Sig. | Intervalo de confianza al 95% |                 |
|------------------|----------------|----------------|--------|----|------|-------------------------------|-----------------|
|                  |                |                |        |    |      | Límite inferior               | Límite superior |
| Umbral [d15 = 1] | -,832          | ,445           | 3,496  | 1  | ,062 | -1,704                        | ,040            |
| [d15 = 2]        | 2,800          | ,765           | 13,406 | 1  | ,000 | 1,301                         | 4,298           |
| Ubicación [V2=1] | -19,986        | ,000           | .      | 1  | .    | -19,986                       | -19,986         |
| [V2=2]           | -1,265         | ,553           | 5,241  | 1  | ,022 | -2,349                        | -,182           |
| [V2=3]           | 0 <sup>a</sup> | .              | .      | 0  | .    | .                             | .               |

Función de enlace: Logit.

a. Este parámetro está establecido en cero porque es redundante.



Los segmentos de diagonal se generan mediante empates.

COR entre la variable dependiente Satisfacción del usuario y la independiente, Empatía en el Centro de Mejor Atención al ciudadano, Ventanilla, 2019.

Área bajo la curva: ,308