



**ESCUELA DE POSGRADO**

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**Calidad de servicio y satisfacción del asegurado en la  
oficina de normalización previsional, centro de atención  
Lima Centro**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:  
MAESTRA EN GESTION PÚBLICA**

**AUTORA:**

B. Luz Aydee Suyo Cruz

**ASESOR:**

Dr. Seminario León Huamán Quispe

**SECCIÓN:**

Administración

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

Dirección

**PERÚ – 2017**

**Página del jurado**

**Dra. Tamara Pando Escurra**  
**Presidente**

**Dr. Miguel Giraldo Quispe**  
**Secretario**

**Mgtr. Ricardo Pauta Guevara**  
**Vocal**

**Dedicatoria**

A mis queridos padres por su amor, comprensión y apoyo durante toda mi maestría y sus valiosas enseñanzas en el camino de mi vida.

A todos los servidores de la Maestría quienes, contribuyen con sus consejos y conocimientos para mi desarrollo profesional.

### **Agradecimiento**

A mi Dios padre por guiarme y ser mi fortaleza para salir adelante, A los expertos y asesor que me apoyaron y guiaron en este largo camino.

A todos quienes hicieron posible el desarrollo de esta investigación, a los jefes de las áreas por el tiempo ofrecido durante la aplicación del estudio.

## Declaratoria de autenticidad

### Declaración Jurada

Yo Luz Aydee Suyo Cruz, estudiante del Programa Maestría en Gestión Pública de la Escuela de Postgrado de la Universidad César Vallejo, identificada con DNI: 09838475, con la tesis titulada: "Calidad de servicio y satisfacción del asegurado en la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014".

Se declara bajo juramento:

- 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 auto plagiado; 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 fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), auto plagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.

Ate, diciembre del 2016

Luz Aydee Suyo Cruz

DNI: 09838475

## Presentación

Señores miembros del Jurado:

Dando cumplimiento a los dispositivos vigentes que establece el proceso de graduación de la Universidad César Vallejo, con el fin de optar el grado de Maestro en Gestión Pública, presento la tesis titulada Calidad de servicio y satisfacción del asegurado en la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014.

En este trabajo de investigación y a la aplicación de los procesos del análisis y construcción de los datos obtenidos, presento esta tesis, esperando que sirva de soporte para investigaciones futuras y nuevas propuestas que contribuyan en el mejoramiento de la calidad de gestión e innovación en la educación.

La tesis está conformada por los siguientes capítulos:

En el Capítulo I se considera la introducción, los antecedentes, fundamentos teóricos, las justificaciones, el problema de investigación, la hipótesis y los objetivos. En el Capítulo II se considera en el aspecto metodológico de la investigación. En el Capítulo III se describieron e interpretaron los datos recogidos, se procesó la información y se organizaron los resultados. En el Capítulo IV se analizan los resultados. En el Capítulo V se da respuesta a las interrogantes expuestas. En el Capítulo VI se proponen dar solución al problema investigado o sugerencias. En el Capítulo VII se muestra las referencias del material bibliográfico utilizado, instrumentos de recolección de datos, validación de los instrumentos, la confiabilidad de los instrumentos, las autorizaciones para la investigación y la data.

Esperando cumplir con los requisitos de aprobación.

La autora

## Lista de contenidos

	Página
Página del jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Presentación	vi
Índice	vii
Lista de tablas	ix
Lista de figuras	xi
Resumen	xii
Abstract	xiii
<b>I. Introducción</b>	
1.1 Antecedentes	15
1.2 Fundamentos teórico científicos de las variables	20
1.3 Justificación del estudio	44
1.4 Problema	46
1.5 Hipótesis	49
1.6 Objetivos	50
<b>II. Marco metodológico</b>	
2.1 Variables	53
2.2 Operacionalización de variables	54
2.3 Metodología	55
2.4 Tipos de estudio	56
2.5. Diseño	57
2.6 Población, muestra y muestreo	58
2.7 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	59
2.8 Métodos de análisis de datos	61
2.9 Aspectos éticos	62
<b>III. Resultados</b>	
3.1. Resultado descriptivo	64

3.2. Resultado Inferencial	71
<b>IV. Discusión</b>	
Discusión	80
<b>V. Conclusiones</b>	83
<b>VI. Recomendaciones</b>	86
<b>VII. Referencias bibliográficas</b>	88
<b>ANEXOS</b>	96
Anexo 1. Matriz de consistencia	98
Anexo 2. Matriz de Operacionalización de variables	100
Anexo 3. Instrumento de recolección de datos	101
Anexo 4. Base de datos	103
Anexo 5. Validación de instrumentos	110
Anexo 4. Artículo	134



## Lista de tablas

		Página
Tabla 1.	Operacionalización Variable 1: Calidad de servicio	54
Tabla 2.	Operacionalización Variable 2: Satisfacción del usuario.	55
Tabla 3.	Confiabilidad del instrumento para la sección expectativas y Percepciones por dimensiones y global (N = 42).	60
Tabla 4.	Validez de contenido por juicio de expertos.	61
Tabla 5.	Puntajes promedios de expectativas y percepciones por dimensiones (N =201).	64
Tabla 6.	Puntajes promedios de expectativas, percepciones y diferencias de los ítems de la dimensión elementos tangibles.	65
Tabla 7.	Puntajes promedios de expectativas, percepciones y diferencias de los ítems de la dimensión fiabilidad.	66
Tabla 8.	Puntajes promedios de expectativas, percepciones y diferencias de los ítems de la dimensión capacidad de respuesta.	67
Tabla 9.	Puntajes promedios de expectativas, percepciones y diferencias de los ítems de la dimensión seguridad.	67
Tabla 10.	Puntajes promedios de expectativas, percepciones y diferencias de los ítems de la dimensión empatía.	68

Tabla 11.	Satisfacción e insatisfacción de los asegurados y por dimensiones y global (N=201).	69
Tabla 12.	Prueba de diferencias para muestras relacionadas.	69
Tabla 13.	Calidad percibida por los asegurados (N=201).	70
Tabla 14.	Relación entre calidad de servicio y la satisfacción del asegurado.	72
Tabla 15.	Relación entre elementos tangibles de calidad de servicio y la satisfacción del asegurado	74
Tabla 16.	Relación entre fiabilidad de calidad de servicio y la satisfacción del asegurado.	74
Tabla 17.	Relación entre capacidad de respuesta de calidad de servicio y la satisfacción del asegurado.	75
Tabla 18.	Relación entre seguridad de calidad de servicio y la satisfacción del asegurado.	77
Tabla 19.	Relación entre empatía de calidad de servicio y la satisfacción del asegurado.	78

## Lista de figuras

	Página
Figura 1. Satisfacción de los asegurados (N=201) por dimensiones de la calidad.	70
Figura 2. Número de asegurados (N=201) según calidad percibida y por dimensiones	70
Figura 3. Calidad percibida versus la satisfacción de los asegurados (N = 201) participantes	71

## Resumen

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo principal determinar la relación entre la Calidad de servicio y satisfacción del asegurado en la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014.

Es una investigación sustantiva, trata de responder a los problemas teóricos o sustantivos, está orientada a describir, explicar, predecir o retrodecir la realidad con lo cual se va en búsqueda de principios y leyes generales que permita organizar una teoría científica. El diseño fue no experimental, transversal y correlacional; la muestra se obtuvo por muestreo aleatorio simple, conformada por 201 asegurados de la Oficina de normalización previsional de centro de atención Lima Centro. Se aplicó la técnica de la encuesta, se usó como instrumento el cuestionario SERVQUAL creado por Parasuraman, Zeithaml y Berry en 1988 que mide la calidad de servicio percibida a través de la satisfacción de los usuarios, basado en el cálculo de la diferencia de sus percepciones y expectativas, instrumento adaptado y validado para ser utilizado. Para la calificación de los enunciados se utilizó las puntuaciones de la escala de Likert (del 1 al 7), de forma tal que permite medir el nivel de actitud por cada una de las 5 dimensiones de la Escala SERVQUAL.

La conclusión indica que: existe relación positiva entre la calidad de servicio que brinda la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro 2014 y la satisfacción de sus asegurados con un coeficiente de correlación rho Spearman  $r=0.703$ , con una  $p=0.001$  ( $p < .05$ ), a un nivel de significancia de 5% estadísticamente significativa.

**Palabras clave:** Calidad de servicio y satisfacción del asegurado.

## Abstract

This research aimed to determine the relationship between service quality and satisfaction assured in the office of Social Security Standardization, spotlight Lima Center, 2014.

It is a substantive research attempts to answer the theoretical or substantive problems , is oriented to describe, explain , predict or retrodict reality with which he goes in search of general principles and laws that allow organize a scientific theory. The design was not experimental, transversal and correlational; the sample was obtained by simple random sampling, consisting of 201 policyholders of the Office for Social Security Standardization of Lima Center spotlight. The survey technique was applied, was used as an instrument SERVQUAL questionnaire created by Parasuraman, Zeithaml and Berry in 1988 that measures the quality of service perceived by the user satisfaction, based on the calculation of the difference in their perceptions and expectations, instrument adapted and validated for use scores Likert scale (1 to 7), so as to measure the level of attitude for each of the five dimensions of SERVQUAL Scale was used for qualifying statements.

The conclusion indicates that: there is a positive relationship between the quality of service provided by the Office for Social Security Standardization, spotlight Lima Center 2014 and the satisfaction of its policyholders with rho correlation coefficient Spearman  $r = 0.703$ , with  $p = 0.001$  ( $p < .05$ ), at a significance level of 5 % statistically significant.

**Keywords:** Quality of service and satisfaction assured.

## **I. Introducción**

## 1.1 Antecedentes

Antecedentes internacionales

Cifuentes (2012) presento la investigación titulada, *Satisfacción laboral en enfermería en una Institución de salud de cuarto nivel de atención*. Tesis. Programa de Maestría en Enfermería. Universidad Nacional de Colombia, Bogotá. Cuyo objetivo fue, evaluar el grado de satisfacción laboral de los profesionales de enfermería que trabajan en una institución de salud de cuarto nivel de atención e identificar las características socios demográficos y laborales que tienen relación con los factores determinantes de la misma. Estudio descriptivo de corte transversal, con una población de 105 profesionales de enfermería que trabajan en el área asistencial en una institución de salud de cuarto nivel de atención de la ciudad de Bogotá. Se utilizó el cuestionario Font-Roja: Un instrumento de medida de satisfacción laboral en el medio hospitalario de Aranaz y Mira. La información se analizó por medio del programa estadístico SPSS versión 15.0 se calculó el test de ANOVA y se exploraron fuerzas de asociación entre las variables. Conclusiones: No se hallaron relaciones estadísticamente significativas entre la satisfacción laboral de los profesionales de enfermería en relación con el género, la edad, formación académica y el servicio al cual se hallan asignados.

Ponce y Gómez (2011) presentaron la tesis titulada *Satisfacción laboral y calidad de atención de enfermería en una unidad médica de alta especialidad*. Tesis. Maestría en Enfermería. Escuela Nacional de Enfermería y Obstetricia, UNAM. México. El objetivo fue, describir los factores que intervienen en la percepción de la calidad de atención de enfermería y los que influyen en la satisfacción laboral de la enfermera. Para la evaluación de la satisfacción laboral de la enfermera se utilizó el instrumento índice de satisfacción laboral 66 (ISL\* 66), y para la medición de la satisfacción del paciente por la atención recibida del personal de enfermería, se empleó un instrumento para evaluar la calidad de la atención médica. El tamaño de la muestra calculada para proporciones fue de 91 enfermeras y 182 pacientes cuya selección se realizó al azar, en los tres turnos. Para el análisis de los datos se obtuvieron frecuencias absolutas y relativas. Las conclusiones indican que: La satisfacción laboral tiene relación con aspectos de

desarrollo, capacitación y actualización para el desempeño; así como condiciones laborales.

Shekarchizadeh, RashiyHon-Tat (2011) en el estudio que realizó acerca de *las perspectivas de los asegurados extranjeros: SERVQUAL en las instituciones públicas de Malasia*. La elaboración del trabajo fue realizada con la finalidad de evaluar las percepciones y expectativas de calidad servicio de asegurados extranjeros de posgrado en instituciones públicas seleccionadas de Malasia. Haciendo un análisis de las discrepancias (brechas) sobre la base del instrumento SERVQUAL modificado, se aplicó en 522 asegurados extranjeros de posgrado que fueron seleccionados por muestreo estratificado de cinco instituciones públicas de Malasia. El estudio empezó con el análisis descriptivo, seguido por análisis de factores y de confiabilidad. Media simple de prueba-t se hizo para evaluar la significancia del análisis de la discrepancia basado en tres métodos: análisis ítem por ítem; análisis constructo por constructo, y cálculo de una medida única de la calidad del servicio. Concluyen: Cinco factores en la forma de profesionalismo, confiabilidad, hospitalidad, tangibles, y compromiso fueron descubiertos.

Mite (2012) en la investigación titulada *Plan estratégico para mejorar la calidad de servicio del departamento de orientación y bienestar estudiantil de la Unidad Pública "Liceo Cristiano" de Guayaquil, período 2007 – 2011*. Presento el objetivo de diseñar un plan estratégico para mejorar la calidad de servicio del Departamento de Orientación y Bienestar Estudiantil de La Unidad Pública "Liceo Cristiano" de Guayaquil, en la cual se utilizó los métodos a utilizarse para mejorar la calidad de servicio del departamento son teóricos e empíricos, el empleo de métodos particulares de la investigación cualitativa (Historias de Vida, Observación de participantes y entrevistas en su profundidad; asimismo se elaboró la matriz FODA y se afianzó la visión, misión, políticas y estrategias. Las conclusiones indican que: La mayoría de los estudiantes dan a conocer que el DOBE les ha brindado la ayuda oportuna en sus problemas de rendimiento; lo que nos demuestra que el departamento a pesar de contar con poco personal cubre las necesidades básicas.



Benavente y Figueroa (2012) en la investigación titulada *Medición del grado de satisfacción de los Clientes Bancarios de Puerto Montt basada en la Escala Servqual*. Tesina para optar al Grado de Licenciado en Administración, Universidad Austral de Chile. Cuyo objetivo fue determinar el grado de satisfacción de los clientes bancarios de Puerto Montt medido por medio de una nueva escala, basada en la escala SERVQUAL, la cual refleja la percepción que tiene el cliente con respecto al servicio ofrecido. Para medir la calidad de los servicios prestados por las instituciones bancarias, se utilizó el método SERVQUAL, basado en el modelo clásico de evaluación al cliente, que considera que todo cliente que adquiere un servicio genera unas expectativas del servicio que va a recibir a través de distintos canales y una vez recibido hay una serie de factores, dimensiones, que le permite tener una percepción del servicio recibido. La muestra se llevó a cabo bajo la perspectiva de muestreo no probabilístico por conveniencia constituida por los clientes Banca Empresa de los cuatro bancos a investigar. Se realizó bajo esta perspectiva ya que la obtención de datos certeros sobre la cantidad exacta de clientes que utilizan el servicio bancario durante un mes es dificultosa y se hizo complicado hacer los cálculos estadísticos para la obtención de muestras probabilísticas. Se concluyó que los clientes no se encuentran lo bastante satisfechos con respecto al servicio entregado por su ejecutivo bancario, esto en general a los clientes de la Banca Empresa, analizadas todas las dimensiones podemos afirmar y demostrar que existen diferencias entre bancos siendo el Banco del Estado el mejor evaluado y por lo tanto el con mayor grado de satisfacción de los clientes de Banca Empresa y menores brechas entre lo esperado y lo obtenido por los servicios brindados a los clientes.

#### Antecedentes nacionales

Peláez (2010) realizó una tesis titulada, *Relación entre el Clima Organizacional y la Satisfacción del Cliente en una empresa de servicios telefónicos*, cuyo objetivo principal fue determinar la relación directa que existe entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente en la empresa telefónica, de manera tal que a medida que se incremente el nivel del clima organizacional aumentarán los niveles de satisfacción de los clientes. La investigación que se realizó es de

tipo descriptivo – explicativo – correlacional. Con una muestra conformada por 200 empleados de la empresa Telefónica del Perú a los que se les aplicó una encuesta sobre el Clima Organizacional y sus respectivos 200 clientes a los que se les aplicó el cuestionario de satisfacción del cliente. Concluyendo podemos decir que existe relación directa entre el clima organizacional (Área de Estabilidad) y la satisfacción del cliente en la empresa Telefónica del Perú.

Asimismo, Meléndez y Hidalgo (2013) realizaron una tesis titulada: *Calidad percibida de la atención de enfermería y su relación con la satisfacción de los pacientes hospitalizados en el INCOR Jesús María – 2013*, con el objetivo de determinar qué relación existe entre las variables de estudio. El tipo de investigación básico o pura, con enfoque cuantitativo, de nivel correlacional y el diseño es no experimental. La muestra de la investigación estuvo conformada por 150 pacientes hospitalizados en los meses de abril y mayo de 2014 en el servicio de hospitalización de INCOR, quedando demostrado que la calidad percibida de la atención de enfermería tiene relación significativa con la satisfacción del paciente hospitalizado en el INCOR - Jesús María.

Tumba y Terrones (2014) realizaron una tesis titulada, *Gestión administrativa y la satisfacción del cliente en el área de créditos del BCP – Lima*, cuyo objetivo era determinar la relación entre la gestión administrativa y la satisfacción del cliente en el área de créditos del BCP – Lima. El estudio es de tipo descriptivo correlacional, con enfoque cuantitativo, y se clasifica dentro del diseño de investigación no experimental - transversal. La muestra de la investigación estuvo conformada por 31 trabajadores que laboran en el área de créditos de la BCP- Lima; concluyéndose que si existe una correlación directa y significativa entre las dos variables: Gestión Administrativa y satisfacción del cliente.

Uceda (2013) realizó una tesis titulada *Influencia entre el nivel de satisfacción laboral y el nivel de satisfacción del cliente externo en las pollerías del distrito de la Victoria en la ciudad de Chiclayo*, cuyo objetivo era determinar la influencia existente entre el nivel de satisfacción laboral y externo en las pollerías

del distrito de la Victoria en la ciudad de Chiclayo durante el periodo 2012. El tipo y diseño se ajusta a una investigación de campo descriptivo ya que se refiere a la caracterización de grupo de pollerías con el fin de establecer su relación, también es bibliográfica, ya que está centrada en la recopilación de información tanto en libros, revistas, tesis, artículos e internet. La muestra de la investigación estuvo conformada por dos cálculos, el de los clientes externos e internos, proporcionando el dato de 17 pollerías existentes la Municipalidad de la Victoria. Para fines más precisos se tomó una muestra de 19 clientes externos por pollería. El muestreo se realizó en una semana determinada de lunes a domingo, en determinadas horas y con intervalos de tiempo, con el fin de un eficiente recojo de información. Asimismo, para el cálculo de los clientes internos se realizó en las 17 pollerías del distrito de la Victoria y se encontró un total de 86 clientes internos. La muestra a tomar es de tipo probabilístico, aleatorio y estratificada, para cada pollería. Concluyéndose que el nivel de satisfacción laboral influye con la satisfacción de los clientes, determinando que el éxito de una depende de la otra y viceversa.

Roldan, Balbuena y Muñoz (2010) realizaron una tesis titulada *Calidad de servicio y lealtad de compra del consumidor en supermercados limeños*, cuyo objetivo era medir el grado de asociación entre la calidad de servicio percibida por los consumidores y su lealtad de compra en supermercados de Lima. Es una investigación cuantitativa de corte transversal, del tipo descriptivo-correlacional, en cuanto a la muestra, se diseñó una muestra probabilística con la finalidad de tener representatividad de la población y tener resultados confiables que sustenten los hallazgos de esta investigación, cuyas conclusiones fueron: 1. Una fuerte asociación entre la calidad de servicio percibida por el cliente y su lealtad de compra, lo cual no se pudo demostrar a nivel de cada supermercado limeño, debido a que las características de la muestra no permitieron realizar algún tipo de análisis comparativo. 2. El estudio permitió concluir que la calidad de servicio tiene mayor asociación con la lealtad como intención de comportamiento, frente a la lealtad como comportamiento efectivo. 3. Los consumidores de los supermercados limeños mostraron una percepción favorable hacia la calidad de

servicio recibida, así como altos niveles de lealtad, considerando la amplia oferta existente y manifestando la intención de volver a su supermercado.

## **1.2. Fundamento teórico de las variables**

### **Calidad de servicio**

La American Society for Quality (ASQ) pionera en el campo de la gestión de calidad a nivel mundial, aun cuando señala que:

Calidad es un término subjetivo para el cual cada persona tiene su propia definición, le da dos significados desde una perspectiva técnica: por un lado señala que: es la totalidad de las características de un producto o servicio que determinan su capacidad para satisfacer necesidades establecidas o implícitas, y por otro como un producto o un servicio libre de deficiencias (ASQ, 2007, p. 76).

Esta definición se apoya en enfoques basados en el producto y en el usuario, y se impulsa por la necesidad de entregar valor al cliente y, por lo tanto, de influir en su satisfacción y preferencia.

Asimismo, la International Organization for Standardization (ISO) con la norma internacional ISO-9000, define a la calidad como el “grado en que un conjunto de características inherentes, cumple una necesidad o expectativa establecida, generalmente implícita u obligatoria” (ISO, 2005, p. 41).

En 1972, Levitt propone aplicar a la producción de los servicios definiciones y técnicas de control de calidad similares a las de la manufactura. A este enfoque de la calidad se le conoce como “calidad objetiva, que se refiere a la superioridad medible y verificable del servicio frente a un estándar ideal” (Zeithaml, 2007, p. 54).

La visión objetiva de la calidad del servicio se cambia a partir de Grönroos (2004), quien manifiesta que por su “inmaterialidad, los servicios requieren una activa interacción entre el comprador y el proveedor” (p. 08).

Zeithaml (2007), define la calidad como “superioridad o excelencia; por extensión, la calidad percibida se puede entender como el juicio de un usuario acerca de la excelencia total o superioridad de un producto o servicio” (p. 13).

Este concepto es diferente de la calidad objetiva, ya que vincula la perspectiva del usuario/comprador; hace referencia a un nivel superior de abstracción, más que a un atributo específico del producto o servicio; es una evaluación global similar a una actitud, relacionada pero no equivalente a la satisfacción.

La conceptualización y medición de la calidad de servicio “ha sido uno de los tópicos objeto de mayores debates y controversias en la literatura de mercadeo de servicio” (Brady & Cronin, 2001, p. 78) por tanto, existe una gran cantidad de definiciones de calidad de servicio, y no se ha llegado a un consenso sobre el tema.

La multidimensionalidad de la calidad del servicio está justificada teóricamente de forma extensa; no obstante, falta consenso respecto a sus dimensiones constitutivas. “En consecuencia, son múltiples los trabajos teóricos y empíricos en diferentes contextos de servicios que reportan resultados diferentes en la composición del constructo” (Grönroos, 2004, p. 64).

El servicio que se debe de brindar a los usuarios deben ser el mejor, de ello va depender la atención que los clientes reciban para decir que ellos recibieron una buena atención, solo así podemos decir que si existe una buena calidad de servicio.

La filosofía de William Edwards Deming. En el texto de Soto (2009), analiza las características de William Edwards Deming, él nos relata acerca y sobre que es la palabra calidad, quien también fue un estadístico estadounidense, que sentó una de las principales bases en lo referente al control estadístico de la calidad. Las principales aportaciones de Deming encontradas en las páginas 45 y 52) fueron:

Los 14 puntos de Deming. 1. Crear constancia en el propósito de mejorar el producto y el servicio, con el objetivo de llegar a ser competitivos, de permanecer en el negocio y de proporcionar puestos de trabajo. 2. Adoptar la nueva filosofía. Nos encontramos en una nueva era económica y los diferentes objetivos deben ser conscientes del reto, deben aprender sus responsabilidades y hacerse cargo del liderazgo para cambiar. 3. Dejar de depender de la inspección para lograr la calidad. Eliminar la necesidad de la inspección en masas, incorporando la calidad dentro del producto en primer lugar desde una buena capacitación al trabajador hasta la post-venta. 4. Acabar con la práctica de hacer negocios sobre la base del precio. En vez de ello, minimizar el costo total. Tender a tener un sólo proveedor para cualquier artículo, con una relación a largo plazo de lealtad y confianza.

Deming, nos hace mención en la relación que hay en los 14 puntos que el señala detalladamente, haciéndonos saber sobre la calidad del servicio que debe de haber en cada institución del estado, debe de existir una buena atención hacia el usuario para poder decir que si recibe un buen servicio. Las instituciones deben de contar con personal idóneo y que esté capacitado para poder brindar un buen servicio a los clientes y este pueda salir satisfecho del trato que recibió y de la calidad de servicio que recibió.

De acuerdo a dicha transcripción se comprende que la calidad es satisfacer las necesidades de los usuarios, esto trae como consecuencia que surja en las organizaciones la importancia de tener calidad en todas ellas.

Del mismo modo, Soto (2009), presenta la filosofía de Joseph M. Juran quien basó sus estudios en los procesos para llegar a la calidad, a través del liderazgo y planificación como aspectos más resaltantes. La filosofía de Juran consta de cinco puntos, que son: 1. Medir el costo de tener una calidad pobre. Al identificar en forma total los costos que nos acarrearía tener una mala calidad, hacer conciencia a todos para tratar de lograr siempre la mejor calidad en todos los aspectos. 2. Adecuar el producto para el uso. Fabricar un producto o servicio ideal que satisfaga las necesidades del usuario plenamente. También se aplica

de dos maneras: a. El efecto principal se acusa en las ventas, por lo general la mayor calidad cuesta más. b. El efecto principal se acusa en los costos, por lo general la mayor calidad cuesta menos. 3. Lograr conformidad con especificaciones. Estar en trato constante con el usuario final para saber si se han cumplido sus expectativas con el producto o servicio ofrecido. 4. Mejorar proyecto por proyecto. Se refiere que al realizar un servicio o producto se haga con la mejor calidad posible y al efectuar el próximo servicio o producto se supere la calidad. 5. La calidad es el mejor negocio. Invertir en la calidad es un excelente negocio, por los magníficos resultados que trae consigo, como son: ser competitivos, aumentar las ganancias, satisfacer al usuario, reducir los desechos, etc.

De los principios señalados por Juran según Soto (2009), indican lo siguiente:

- a. Crear conciencia de la necesidad y oportunidad para la mejoría.
- b. Establecer metas para la mejoría.
- c. Organizar para lograr las metas (establecer un consejo de calidad, identificar los problemas, seleccionar proyectos, nombrar equipos, etc.)
- d. Proporcionar entrenamiento.
- e. Realizar proyectos para solucionar problemas.
- f. Informar sobre el progreso.
- g. Otorgar reconocimientos.
- h. Comunicar los resultados.
- i. Mantener registro de los resultados.
- j. Mantener el impulso al hacer que la mejoría anual sea parte de los sistemas y procesos regulares de la compañía. (p. 17)

Para Soto, (2009), en materia de gestión sus principales aportaciones han sido la configuración actual del diagrama causa-efecto, para efectuar análisis de causalidad, llamado en su honor diagrama de Ishikawa y la estructuración actual de los círculos de calidad tal como funcionan en Japón.

La filosofía de ishikawa consta de cinco puntos a continuación descritos: 1. primero la calidad, no a las utilidades de corto plazo. Lo importante en toda institución pública es la calidad y no a las utilidades que se generen rápidamente. 2. orientación hacia el

usuario. Los servicios y productos deben estar encaminados siempre hacia la satisfacción de las necesidades del usuario. 3. el proceso siguiente es el usuario. La prioridad de todos los que conforman en la oficina de normalización previsional centro de atención debe estar orientada continuamente hacia el usuario. 4. respeto a la humanidad. Debe existir una consideración completa hacia todos los individuos, de igual forma involucrar a todos los miembros en la responsabilidad y realización de los resultados a lograr. 5. administración interfuncional. Cuenta con comités interfuncional de apoyo, puede suministrar la vía necesaria para fomentar las relaciones en toda en la oficina de normalización previsional centro de atención y además hace posible el desarrollo eficiente de la garantía de calidad. (Soto, 2009, p. 60)

Según Soto (2009), para Crosby, el proceso de mejoramiento de calidad debe partir de un comportamiento de la alta dirección, y de una filosofía de la que todas las personas de en la oficina de normalización previsional centro de atención comprendan sus propósitos.

Esto trae como consecuencia que los miembros de la oficina de normalización previsional centro de atención estén de acuerdo con mejorar su actuación dentro de la oficina de normalización previsional centro de atención y para lograr este cambio, Crosby se basa en cuatro principios:

a. "Calidad se define como cumplir con los requisitos". Todos los miembros de en la oficina de normalización previsional centro de atención deben estar conscientes de que todo se debe hacer bien a la primera vez. b. "El sistema de calidad es la prevención". Es más fácil y menos costoso prevenir las cosas que corregirlas. c. "El estándar de realización es cero defectos". Es tomar en serio los requisitos, es hacer las cosas bien y a la primera, es hacer lo acordado en el momento acordado. d. "La medida de la calidad es el precio del cumplimiento". Una forma de evaluar la calidad dentro de en la oficina de normalización previsional centro de atención. (Soto, 2009, p. 167)



En el sistema de gestión pública peruano, la servicios tiene que ser un proceso cotidiano, para que todos comprendan los cuatro principios, el proceso de mejoramiento de la calidad y lo que implica propiciar la calidad dentro de la oficina de normalización previsional centro de atención, de acuerdo con American Society for Quality (2007), Crosby establece un Proceso de Mejoramiento de la Calidad en catorce pasos, los cuales nos habla sobre los compromisos de la calidad de mejora, formación de equipos, tener una buena medición de la calidad y tener un costo de actividades, todo ello nos llevara alcanzar el mejoramiento de la calidad de servicio que vamos a brindar a los usuarios.

Al revisar estas filosofías se puede inferir, que aun cuando cada autor tiene percepciones y le da nombre diferentes, tienen una relación estrecha y conjugan los mismos términos, y se tiene que: la alta gerencia, la gerencia media y el resto del personal de la oficina de normalización previsional centro de atención Lima Centro, tienen un alto grado de comprensión de lo que significa la calidad. Y sobre todo, sus implicaciones cuando se está dispuesto a mejorarla basada en la atención al usuario, y nunca es suficiente, el proceso de mejora debe ser continuo.

### Dimensiones de la Calidad de servicio

#### Dimensión Elementos tangibles

Según el diccionario de la Real Academia Española (RAE):“Proviene de la palabra en latín tangibilis; adj, “Que se puede tocar”. En la escala SERVQUAL, los elementos tangibles están relacionados con la apariencia de las instalaciones físicas, equipo, personal y material de comunicación. Son los aspectos físicos que el cliente percibe en la organización. Cuestiones tales como limpieza y modernidad son evaluadas en los elementos personas, infraestructura y objetos.

Zeithman, Valerie A. y Jo Bitner (2002:103) define elementos tangibles:“(…) a la apariencia de las instalaciones físicas, el equipo, el personal y los materiales de comunicación.

Es decir, son los elementos físicos; equipos, personal, dinero, materiales de comunicación etc., que sirven para una mejor comodidad, precisión y rapidez, así como una debida utilidad de ellos. Podemos entonces decir que es la ubicación y acceso a la ventanilla de atención, la información que brinda el personal del centro de atención Lima Centro, el equipo que emplea durante la consulta y el material de comunicación.

Entre la bibliografía consultada se encontraron varios filósofos de la calidad, los cuales definen e infieren algunos principios, sin embargo en esta sección se considerará a la American Society for Quality(2007), que dice que la calidad se establece por 13 principios:

1. Hacer bien las cosas desde la primera vez.
2. Satisfacer las necesidades del usuario (tanto externo como interno ampliamente).
3. Buscar soluciones y no estar justificando errores.
4. Ser optimista a ultranza.
5. Tener buen trato con los demás.
6. Ser oportuno en el cumplimiento de las tareas.
7. Ser puntual.
8. Colaborar con amabilidad con sus compañeros de equipo de trabajo.
9. Aprender a reconocer nuestros errores y procurar enmendarlos.
10. Ser humilde para aprender y enseñar a otros.
11. Ser ordenado y organizado con las herramientas y equipo de trabajo.
12. Ser responsable y generar confianza en los demás.
13. Simplificar lo complicado, desburocratizando procesos. (p. 87).

Todo lo anterior conduce a la oficina de normalización previsional centro de atención de ofrecer un servicio con calidad, al tener más calidad se tiene un mejor servicio, por lo consiguiente, se cumpliría la misión que tiene la institución de brindar seguridad previsional otorgando pensiones mediante un servicio público eficiente, predecible y transparente. Asimismo la visión es ser líderes del servicio público en materia previsional. Por ello la oficina de normalización previsional reconoce que como responsable de brindar servicios previsionales, en la relación con los asegurados, debe construir credibilidad y confianza

mediante la entrega de resultados que cumplan estándares satisfactorios en tiempo y calidad.

American Society fo Quality (2007), sostiene que la calidad de servicio es una de las palancas competitivas de los negocios en la actualidad. “Prácticamente en todos los sectores de la economía se considera el servicio al usuario como un valor adicional en el caso de los productos tangibles, y por supuesto es la esencia en los casos de instituciones públicas de servicio”. (p. 76)

#### Dimensión: Fiabilidad

Para la Real Academia Española (RAE) es la “Cualidad de fiable (seguridad y buenos resultados), probabilidad del buen funcionamiento de algo”. Farfán M. Yheni (2007:11) precisa que: “La fiabilidad de un sistema es hacer un producto o proceso sin fallos y evitando el riesgo mínimo, con un factor esencial para la competitividad de una industria, va desde (...), hasta el seguimiento del final de la producción”.

Según la revista ABB Nueva Zelanda (2009:35): “Una definición habitual de fiabilidad relaciona a esta con la disminución de las averías en los equipos. Por mejorar la fiabilidad se entiende tener la capacidad de identificar los problemas y reparar los equipos antes de que el departamento de operaciones advierta que hay algo que no funciona”.

En consecuencia es la capacidad para identificar los problemas, disminuir errores y buscar soluciones con la finalidad de evitar riesgos; mediante la mejora de los procesos, innovación de la tecnología y capacitación del personal, el abastecimiento de los insumos, ejecutándose el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa. La fiabilidad es claramente un factor esencial en la seguridad de un producto que asegure un adecuado rendimiento de los objetivos funcionales.

#### Objetivos de la fiabilidad

En cualquier estudio de fiabilidad, hay la necesidad de definir objetivos o metas las cuales son: Determinar si un sistema ha logrado un nivel específico de

rendimiento, definir en que dirección deben de encaminarse las fuentes para la obtención de un resultado óptimo, calcular el logro de las estimaciones por el método de máxima verosimilitud.

Como ya se ha mencionado la calidad, es un proceso constante de mejora continua, por lo tanto American Society for Quality (2007), expresan que, en una institución pública encaminada hacia la calidad, se deben tomar en cuenta los siguientes requisitos para lograrla:

- a. Se debe ser constante en el propósito de mejorar el servicio y el producto.
- b. Al estar en una nueva era económica, estamos obligados a ser más competentes.
- c. El servicio o producto desde su inicio debe hacerse con calidad.
- d. El precio de los productos debe estar en relación con la calidad de los mismos.
- e. Se debe mejorar constantemente el sistema de producción y de servicio, para mejorar la calidad y la productividad para abatir así los costos.
- f. Hay que establecer métodos modernos de capacitación y entrenamiento.
- l. Se debe impulsar el servicio de todo el personal y su autodesarrollo. (p. 134)

Los siguientes requisitos ya mencionados se deben de tomar en cuenta, para poder obtener un buen servicio en las instituciones públicas y así poder brindar un servicio de calidad que es lo que desean los usuarios de las instituciones a las cuales va a buscar una buena atención. Es obligación del estado dar esa calidad puesto que es el compromiso de ellos brindarlo.

No solo debe de quedar en papel los requisitos mencionados sino que se deben de ejecutar y aplicarlos en las diferentes instituciones del estado para que así el cliente cuente con un buen servicio de calidad.

Dimensión: Capacidad de respuesta

Para la Real Academia Española (RAE) Capacidad es Cualidad de capaz, Capacidad para el cargo que se desempeña, Capacidad intelectual y

Respuesta es Satisfacción a una pregunta, duda o dificultad, Acción con que alguien corresponde a la de otra persona, efecto que se pretende conseguir con una acción.

Al respecto American Society for Quality (2007), expone que las características más importantes de la capacidad de respuesta deben tener la atención al usuario son:

- a). La labor debe ser institucional con espíritu de servicio eficiente, sin desgano y con cortesía.
- b). El empleado debe ser accesible, no permanecer ajeno al público que lo necesita.
- c) El público se molesta enormemente cuando el empleado que tiene frente a él no habla con claridad y utiliza un vocabulario técnico para explicar las cosas.
- d). Se debe procurar adecuar el tiempo de servir no a su propio tiempo, sino al tiempo que dispone el usuario, es decir, tener rapidez. (p. 43).

En los siguientes aspectos mencionados, si se considera en cada uno de ellos, para así poder captar la atención del usuario y exista una buena mejora en cada función de la cual cada una se va desempeñar o va requerir. Se debe de seguir los lineamientos señalados para atender a los usuarios teniendo en cuenta las pautas y las normas de las instituciones establecidas, porque el único objetivo de las empresas es hacer que el cliente este y salga satisfecho del lugar donde va ser atendido.

#### Dimensión: Seguridad

Según el Diccionario de la Real Academia Española (RAE) su significado es el siguiente: “cualidad de seguro, certeza (conocimiento seguro y claro de algo)”

Castillo (2005) profesor de la universidad del BIOBIO de Chile menciona que la “Seguridad, como el conocimiento de los empleados sobre lo que hacen, su cortesía y su capacidad de transmitir confianza”.

En conclusión, se puede decir que la seguridad es una cualidad, habilidad y aptitud del conocimiento que tienen las personas para poder brindar un conjunto de información acerca de un servicio que se ofrece de una manera fácil, sencilla y precisa a los usuarios que buscan ser atendidos oportunamente a una Institución. También podemos decir, del mismo modo que es la capacidad de transmitir confianza a las personas o usuarios, para que así ellos nos puedan indicar sus necesidades y dudas de la actividad que deseen realizar en la institución donde van a realizar un trámite, y finalizada la actividad que van a realizar los usuarios salgan satisfechos.

Para toda institución del estado, el usuario es el agente principal y el más importante de los procesos de mejoramientos, y esto debe manifestarse en el cumplimiento o superación de sus expectativas, relativas al producto o servicio que requiere.

En tal sentido American Society for Quality (2007) indica que “la seguridad en la calidad no es lo que se pone dentro de un servicio, es lo que el usuario obtiene de él y por lo que está dispuesto a pagar” (p. 26).

La seguridad, viene hacer el sentimiento que va tener el usuario o cliente cuando este pone sus problemas en manos de una institución pública y confía que serán resueltos de la mejor manera posible, todos los inconvenientes o problemas que este tenga a la hora de realizar una diligencia en alguna institución, ya que el solo busca ser atendido como debe de ser y salir satisfecho de haber sido atendido como él se merece y sin problema alguno. Seguridad implica credibilidad, que a su vez incluye integridad, confiabilidad y honestidad. (p. 61)

Por lo general, los clientes o usuarios evalúan de la seguridad que ellos van a recibir en el desenvolvimiento y de la atención que recibirán en la oficina

de normalización previsional del centro de la institución a la cual el usuario asistirá para ser atendido, de acuerdo con el nivel de satisfacción que obtuvo al compararlo con sus expectativas, ya que el es el agente muy importante de la asistencia en la institución y diagnosticará si fue atendido como se lo merece y resolviendo sus problemas que tenia.

#### Dimensión Empatía:

Según Zeithman, Valarie A. y Jo Bitner, (2002:103) empatía es “Brindar a los clientes atención individualizada y cuidadosa”. Autores como Mead y Piaget (citados por Aliny Lobo Sierra et al, y Otras Autoras) quienes definen empatía como: “La habilidad cognitiva, propia de un individuo, de tomar la perspectiva del otro o de entender algunas de sus estructuras de mundo, sin adoptar necesariamente esta misma perspectiva”. La empatía es una habilidad propia del ser humano, nos permite entender a los demás, poniéndonos en su lugar para poder entender su forma de pensar así como comprender y experimentar su punto de vista mejorando las relaciones interpersonales que permiten la buena comunicación, generando sentimientos de simpatía, comprensión y ternura.

Para que esta habilidad pueda desarrollarse de la mejor manera se deben tomar en consideración algunas capacidades del comportamiento tales como: la calidad de interrelación, el desarrollo moral, buena comunicación y el altruismo (generosidad).

También debemos tener en cuenta las respuestas emocionales, el bienestar que orientamos hacia las otras personas y algunos sentimientos empáticos (simpatía, compasión y ternura). Pero la empatía cumple también las funciones de motivación e información ya que va dirigida a aliviar la necesidad de otra persona, permitiendo obtener información acerca de la manera en la cual se debe valorar el bienestar de los demás. Podemos decir que una persona es empática cuando sabe escuchar con atención a los demás pero mejor aún sabe cuándo debe hablar y está dispuesto a discutir de los problemas para así encontrar una solución a ellos. Así que ser empático es simplemente ser

capaces de entender emocionalmente a las personas, lo cual es la clave del éxito en las relaciones interpersonales.

Por consiguiente la empatía es un valor propio del ser humano que le permite ponerse en el lugar de otras personas, de ese modo poder entender los problemas que lo aquejan y así ayudarlo de una manera más eficiente.

Para American Society for Quality (2007) Empatía significa la disposición para ofrecer a los usuarios cuidado y atención personalizada. (p. 62), este concepto quiere decir que no solamente se debe ser cortés con el usuario que asiste a una institución pública, aunque la cortesía es parte importante de la empatía que se tiene que demostrar hacia el usuario, como también es parte de la seguridad, requiere un fuerte compromiso e implicación con el usuario ya que es el agente importante de toda institución.

En resumen, conocer las necesidades del usuario es parte fundamental para la oficina de normalización previsional centro de atención, para ello se deben cumplir los puntos anteriores con el hecho de mejorar las necesidades reales que requiere el usuario, todo esto con el único fin de brindar un buen servicio y satisfacer al usuario.

#### Fundamentos teóricos de la Satisfacción del asegurado

En la actualidad de la atención se sostiene que:

La satisfacción del asegurado es referida como elemento clave en la valoración de la calidad de los servicios, se considera que uno de los indicadores más importantes para medir la calidad de la enseñanza tiene que ver con el grado de satisfacción de las personas involucradas en el proceso de gestión pública. (Jiménez, Terriquez y Robles, 2011, p. 76)

En tal sentido puede explicarse que la satisfacción del usuario, empleado, asegurado constituye un indicador de calidad.



Siguiendo el mismo análisis se encontró que esto no es casual dado que se establece que “la satisfacción es el resultado de un proceso que se inicia en el sujeto, y termina en él mismo, por lo que se hace referencia a un fenómeno esencialmente subjetivo desde su naturaleza hasta la propia medición e interpretación”. (Zas, 2002, p. 56)

La satisfacción es un concepto que se refiere a algo o alguien, que tiene que ver, a su vez con lo que se quiere, se espera, o se desea y está en relación a un cierto resultado. Para lograr la satisfacción, como algo sentido en un sujeto, debe haber al menos una intención en otro sujeto de realizar una acción determinada que provoque resultado, el cual será valorado como positivo o no.

Hay un creciente interés por la satisfacción del cliente como un aspecto esencial en la evaluación de la calidad (Kotler, 1999) sugiere que cotas altas de satisfacción del cliente pueden constituir el mejor indicador de beneficios futuros de una empresa.

Para Kotler (1999) la satisfacción, deriva de la evaluación de la calidad, posterior a la compra de un producto, en función de las expectativas creadas antes de dicha compra (Oliver, 2006) argumenta que la satisfacción (o insatisfacción) de un cliente viene determinada por la impresión que un cliente experimenta después de una compra como resultado de la disconformidad (positiva o negativa) entre las expectativas y los sentimientos derivados de su experiencia. Se diferencia de la "actitud" de un cliente, en que ésta es "una orientación afectiva perdurable hacia un producto", mientras que la satisfacción proviene de "una reacción emocional a la disconformidad experimentada".

En consecuencia, se puede considerar que “la satisfacción del cliente influye en su evaluación de la calidad de servicio, en sus intenciones futuras de mantener una relación con la empresa de servicios y en su comportamiento (Llorens y Fuentes, 1995).

El paradigma de la disconformidad (Llorens y Fuentes, 1995) propone que, antes de la compra o prestación de servicio, el cliente se formará .expectativas

respecto al nivel de desempeño y, posteriormente, estas expectativas se compararán con el desempeño percibido. Esta comparación puede resultar en conformidad (cuando el servicio logra las expectativas) o disconformidad (cuando el servicio no logra las expectativas). Más específicamente, el cliente puede experimentar una disconformidad positiva si el servicio recibido excede las expectativas, y una disconformidad negativa si el servicio falla en el logro de las expectativas. Los niveles de satisfacción o insatisfacción del cliente con el servicio son, por consiguiente, una función de los niveles de conformidad o disconformidad.

Mientras que hay un consenso general en que la disconformidad “es un importante antecedente de la satisfacción, existe confusión en cuanto a si las expectativas afectan directamente a la satisfacción” (Caetano, 2003) propone que la calidad percibida, en lugar de las expectativas, afecta directamente a la satisfacción para bienes durables; mientras que para bienes no durables, es función de los tres componentes. Consecuentemente, según Caetano, “las expectativas, la evaluación de los desempeños, y la disconformidad (positiva o negativa)”, son antecedentes potenciales de la satisfacción con un servicio. Llorens y Fuentes (1995), encuentran que tanto la disconformidad como “la calidad percibida tienen un impacto más fuerte en la satisfacción que las expectativas”. A pesar de su anotación, ellos sugieren que las expectativas de uno sirven para fijar el estado de satisfacción en momentos posteriores, mediante la provisión de una base de tratamiento posterior. Buttle (1996) anotó una sugerencia similar a la de Caetano y Llorens mediante la hipótesis de que “ligeras” diferencias entre expectativas y desempeño tienden a causar una mayor confianza en las expectativas previas, mientras que diferencias “grandes” producen el empleo de tratamientos alternativos, tales como la adaptación “en la forma de contrastar los efectos”. Sin embargo, la mayoría de la literatura sobre satisfacción defiende la posición en la que las expectativas y los desempeños percibidos afectan a la satisfacción o insatisfacción tanto directa como indirectamente vía disconformidad.

Llorens & Fuentes (1995) han creado un modelo en el que:

La satisfacción es función del desempeño percibido y de la disconformidad. De igual forma que en el paradigma de la disconformidad, se espera que las expectativas tengan un efecto positivo directo en el desempeño percibido. Sin embargo, las expectativas afectarán a la satisfacción sólo indirectamente, vía desempeño percibido y disconformidad. El modelo dicotomiza la disconformidad en dos componentes, uno positivo y otro negativo, que ejercen efectos separados sobre la satisfacción. (p. 65)

Además, proponen que la facilidad en la evaluación del desempeño, puede constituir un importante moderador en el nivel de influencia de la disconformidad. Si un producto (bien o servicio) es difícil de juzgar (alta ambigüedad), se incrementa el posible "margen de aceptación" y es menos probable que ocurra la disconformidad; e inversamente, si la calidad de un producto es fácil de juzgar (existe una baja ambigüedad), el margen de aceptación decrecerá y será más probable que la disconformidad tenga lugar. Finalmente, esperan que la satisfacción tenga un impacto positivo en las intenciones futuras de compra.

Llorens & Fuentes (1995), han contrastado empíricamente su modelo, y han extraído algunas conclusiones: primero, las empresas que, consistentemente, comercializan productos de alto desempeño es más probable que tengan clientes satisfechos y, además, sean retenidos; segundo, un importante componente en la gestión de la satisfacción es la habilidad para controlar el impacto de la disconformidad negativa por medio de la resolución eficaz de las quejas y una orientación efectiva hacia el cliente; tercero, cuando la disconformidad negativa hacia una empresa es superior a la disconformidad positiva, las empresas deberían tomar medidas para mantener la fiabilidad; y cuarto, estiman que la rentabilidad futura de las empresas depende de la satisfacción de los clientes en el presente. Si una alta provisión de satisfacción conduce a unas mayores intenciones de compra, el número esperado de ocasiones en que un comprador vuelva a comprar aumentará acordeamente.

Además, si los costes de adquisición de nuevos clientes son altos, las empresas deberían de ser más eficientes en alcanzar objetivos de satisfacción y calidad.

Son los asegurados los principales usuarios de los servicios de gestión pública, los destinatarios de la servicios, son ellos los que mejor pueden valorarla, y, aunque pueden tener una visión parcial, sus opiniones no dejan de ser fruto de sus percepciones, influenciadas por expectativas, necesidades y por diversos factores, que sirven como indicador de mejoramiento de la gestión.

Por ello en un fundamento se consideran que:

La evaluación de la satisfacción de la atención de los asegurados es uno de los indicadores importantes que determinan la eficacia institucional, el éxito de la gestión e institucional, la utilidad del servicio, control de la modernización de la gestión y estos como punto de partida para la mejora de la calidad de los servicios. (Hernández, 2010, p. 176)

Asimismo se precisa que se han realizado investigaciones en torno a la evaluación del nivel de satisfacción de los asegurados, con el propósito de contribuir al mejoramiento de la calidad de la formación profesional y de indagar en la percepción del éxito de la gestión respectivamente.

Ahora bien, también se encontró que:

Considerando, la creciente importancia que ha tomado la evaluación de la calidad de la servicios, institucionalmente se considera de suma importancia conocer el nivel de satisfacción de la atención que tienen los asegurados y en el contexto de las políticas de evaluación de la calidad del servicio estos índices son considerados relevantes en los procesos de evaluación y acreditación por parte de organismos externos. (Egido y Haug, 2006).

Hernández, (2010), manifiesta que en la literatura especializada, el concepto de satisfacción de la atención es constantemente referida como un

elemento clave en la valoración de la calidad de los servicios. De esta manera, López (1996) refiere que el punto de vista del destinatario de los servicios, los asegurados, y en su defecto quienes los representan, se está convirtiendo en referencia fundamental a la hora de establecer lo que tiene calidad y lo que no la tiene. Existen actualmente diferentes modelos y enfoques en torno a las dimensiones que definen la satisfacción.

Evaluación de la satisfacción de la atención de los asegurados, es definida por Arias y Flores (2005), como el sentido de gusto por la atención recibida. Para otros autores el término de satisfacción está asociado con los modelos de la calidad total y en algunas instituciones de diferentes países el asegurado es considerado como un usuario del servicio de gestión pública. En este sentido, se han utilizado diversos modelos relacionados con teorías administrativas para analizar el constructo de la satisfacción de la atención; entre ellos, el de la calidad total (Caballero, y Gento, 2003).

La satisfacción del usuario con respecto al funcionamiento y a los atributos de un sistema de información está directamente relacionada con el uso del sistema. Algunos autores sugieren que existe un nivel de satisfacción, por debajo del cual los usuarios dejan de utilizar un sistema de información y buscan fuentes alternativas. Al respecto, se manifiesta que “también puede afirmarse que el nivel de uso de un sistema de información es un indicativo de la satisfacción de los usuarios con ese sistema, sobre todo, cuando principalmente su uso es opcional y no obligatorio, como es el caso de la biblioteca” (García, 2005, p. 79)

En el contexto de los sistemas de información, se entiende por satisfacción de usuarios la medida en la que estos creen que el sistema de información cumple con sus requisitos informativos. Como bien se sostiene “La satisfacción es un resultado que el sistema desea alcanzar, y busca que dependa tanto del servicio prestado, como de los valores y expectativas del propio usuario, además

de contemplarse otros factores, tales como el tiempo invertido, el dinero, si fuera el caso, el esfuerzo o sacrificio” (García, 2005, p. 81).

En tal sentido es el usuario quien determina diferentes niveles de satisfacción, a partir de la combinación de dos aspectos mencionados anteriormente, prestación del servicio y sacrificio.

Dimensión: satisfacción

Según el diccionario de la Real Academia Española (RAE): “Es el sentimiento de bienestar que se obtiene cuando se ha cubierto una necesidad”, en este caso es la respuesta acertada hacia una queja, consulta o duda. Para Atalaya P. María C. (1995:23): “La satisfacción es un fenómeno que no se da en abstracto siempre está ligado a aspectos objetivos que directamente afectan al usuario en su percepción”. Según Oliver, Richard L. (2009:40) define: “Satisfacción es la respuesta de saciedad del cliente”. El concepto de satisfacción, se ha matizado a lo largo del tiempo según el avance de su investigación, enfatizando distintos aspectos y variando su concepto. Satisfacción, es la evaluación que realiza el cliente respecto de un producto o servicio, en términos de si ese producto o servicio responde a sus necesidades y expectativas. La satisfacción del cliente es influida por las características específicas del producto o servicio y las percepciones de la calidad, También actúan sobre la satisfacción las respuestas emocionales. Es el juicio acerca de los rasgos del producto o servicio en si mismo, que proporciona un nivel placentero del consumo actuando también las emociones del cliente.

En la literatura se encuentra que la satisfacción del usuario se refiere a “la evaluación de vivencias y resultados que provienen de las experiencias de consumo, lo que influye directamente sobre la lealtad de los usuarios y el auge de las organizaciones o instituciones” Jiménez, Terriquez y Robles (2011).

La satisfacción del usuario como resultado podría definirse como el estado psicológico resultante en el que los sentimientos confirman o no, las expectativas percibidas sobre la experiencia que supuso consumir en base a las impresiones

iniciales Jiménez, Terriquez y Robles (2011). Estas emociones se generan automáticamente y no siempre requieren de un procesamiento exhaustivo de la información recibida. La satisfacción del usuario vista como proceso implica una evaluación de la experiencia y en ese sentido es proceso y no resultado.

Por un lado, el primer tipo de definición considera que la Satisfacción del usuario es una respuesta emocional acerca de las experiencias, sin realizar evaluación alguna de las expectativas. Por otro lado, el segundo tipo de definición considera que la satisfacción del usuario es una evaluación de las expectativas y los resultados efectivos, que también están considerados dentro de la perspectiva cognoscitiva. Para efectos de esta investigación, adoptaremos esta segunda definición, ya que se busca medir la satisfacción entendida como un proceso evaluativo.

Podemos decir, pues, que la satisfacción del usuario supone una valoración subjetiva del éxito alcanzado por el sistema de información, y puede servir como elemento sustitutivo de medidas más objetivas de eficacia que, a menudo, no están disponibles. Podemos considerar que la satisfacción es un indicador blando, con un marcado componente subjetivo, porque está enfocado más hacia las percepciones y actitudes que hacia criterios concretos y objetivos.

En cierta manera, la satisfacción proporciona una valoración sobre la visión del sistema que tienen sus usuarios, más que sobre la calidad técnica de los mismos, y puede conducir a situaciones en las que, si un sistema de información es percibido por sus usuarios como malo, deficiente o insatisfactorio, constituirá para ellos un mal sistema de información. Por lo que la visión del usuario será determinante para el éxito o fracaso de un sistema de información.

Desde el punto de vista del usuario, la satisfacción de sus necesidades de información es la medida de eficacia del sistema por excelencia. La opinión de los usuarios sobre la satisfacción o insatisfacción, deriva directamente de la calidad de un servicio, de sus características o de la información que le proporciona y constituye una información muy importante acerca del éxito o

fracaso del sistema para cubrir sus expectativas. No es suficiente con que el sistema funcione, es necesario que el servicio que se presta sea satisfactorio para el usuario y que éste así lo perciba.

Relacionando con la satisfacción de la atención es el grado en la cual la persona alcanza sus expectativas respecto a una necesidad es preciso citar una experiencia que pueda fundamentar mejor el análisis, así tenemos lo siguiente:

Cuando existe un usuario que expone sus quejas, y manifiesta que está insatisfecho, el bibliotecario tiene la oportunidad de corregir la situación. La meta que debería alcanzar cualquier biblioteca es que sus usuarios sean positivos reales, satisfechos material y emocionalmente, aunque existe otro problema, la existencia de lo que se denomina positivos falsos, sin satisfacción material. Esta puede generar comportamientos negativos, una falta de quejas, el silencio o el comentario a terceras personas. En la Biblioteconomía un área importante de estudio y aplicación consiste en saber cómo satisfacer las necesidades de información de los usuarios. Las investigaciones sobre la satisfacción emocional son un intento de medir el actual sentimiento de satisfacción del usuario, más que el intento simple de deducir su presencia. (Payano, 2007, p. 128)

Trabajos más explícitos sobre este tema corresponden a los de D'Elia y Walsh (2004, p. 76). Centrados en la satisfacción de la atención, distinguen dos tipos de satisfacción: satisfacción subjetiva del usuario, que se corresponde a la satisfacción emocional antes mencionada, y las medidas objetivas que se corresponden a la satisfacción material.

Consecuentemente la satisfacción subjetiva puede ser una medida apropiada de evaluación de las bibliotecas. Y ello, con tres propósitos: descriptivo, para determinar el rendimiento académico como un todo; como diagnóstico, para determinar el rendimiento de aspectos individuales



### Dimensión: Insatisfacción

Desde el punto de vista psicológico se cita a Jiménez, Terriquez y Robles (2011), quien refiriéndose a la emotividad expresa que la felicidad de los usuarios depende no sólo de las preguntas que se responden (satisfacción material), sino también de otros factores como la situación y las expectativas acerca del servicio. Este tercer modelo de satisfacción permite la comprensión de la satisfacción emocional, denominada "positiva falsa", que corresponde a usuarios satisfechos aunque el resultado de sus consultas haya sido infructuoso. Las tres variables que afectan a la satisfacción son: la disconformidad, la ubicación del producto, y el rendimiento del producto (satisfacción material).

También desde la postura sociológica de Jiménez, Terriquez y Robles (2011) se concibe que la disconformidad es una idea que procede del marketing, y que se refiere a la diferencia entre lo que uno espera del rendimiento del producto y el mismo rendimiento. La ubicación del producto hace referencia a una serie de variables, como la presencia de intermediarios y el efecto "aura" del servicio en general, mientras que el rendimiento del producto puede medirse con las variables tradicionales del concepto de satisfacción. Es interesante la definición de dos variables: usuario y situación. La variable de usuario es de dos tipos: de organismo y adquiridas.

Las primeras son aquellas características que el usuario aporta en el proceso de búsqueda de información; mientras que las adquiridas son características que el usuario adopta en el propio proceso de búsqueda. Se establece una relación directa entre las expectativas y la satisfacción. Cuando existe una discrepancia entre las expectativas y el resultado obtenido, los individuos ajustan retroactivamente sus expectativas con la finalidad de reducir la tensión psicológica. Este proceso se denomina teoría de la acomodación.

Otro concepto, estrechamente relacionado con las características antes mencionadas, es el de equidad; muestra que un componente importante de la satisfacción es la calidad percibida entre los costos y los beneficios de los usuarios o clientes que creen les está ofreciendo el prestador. Si el producto o el

servicio cumplen las expectativas, pero el usuario cree que los beneficios del prestador son desproporcionados, el usuario se mostrará insatisfecho. La disconformidad es la diferencia entre las expectativas y el rendimiento del producto; la confirmación se daría si fueran iguales. La disconformidad positiva o negativa se da cuando el producto funciona mejor o peor de lo que se esperaba.

Desde la postura cognoscitiva, se encuentra que la satisfacción del usuario es definida como una evaluación emocional post-compra o post-uso como resultado de un procesamiento de información relevante como bien lo mencionan Cronin y Taylor (1992). Este procesamiento consiste en la comparación entre las expectativas de los individuos y el rendimiento que perciben o en un balance de costo-beneficio así como en los procesos de atribución que realizan los sujetos como es sostenido por Zeithaml, (2007).

En este caso, cuando las expectativas resultan mayores que la realidad, el individuo se encontrará insatisfecho, por el contrario, estará satisfecho si logra resultados que van más allá de sus expectativas. Por ello, es importante tomar en cuenta el tipo de expectativas que puede crear una institución pública en sus usuarios, teniendo cuidado de no generar expectativas demasiado altas y que después no pueda cumplir y que por tanto podrían producir insatisfacción con respecto a la servicios brindada.

Adicionalmente, agregan que las expectativas generan una estructura de referencia con la cual uno hace un juicio comparativo. Para Oliver (2006), las expectativas son creencias de lo que será la consecuencia de un acontecimiento o evento futuro. En contraste, Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988) definen las expectativas en términos de lo que los clientes creen que se les debe ofrecer. De esto, se puede decir que en la oficina de normalización previsional centro de atención oferta sus servicios y es el cliente quien se genera expectativas sobre el resultado de su formación profesional en base a aquello que le ha sido ofertado.

En el modelo de disconfirmación de expectativas de Oliver (2006) se plantea que los sentimientos de satisfacción surgen cuando los usuarios hacen una comparación post-compra entre las expectativas de pre compra y el desempeño percibido. Si perciben desempeños que excedan las expectativas del usuario experimentarán una disconfirmación positiva, por tanto los usuarios es estarán satisfechos.

Pero si perciben desempeños inferiores a sus expectativas experimentarán una disconfirmación negativa, y por ello, los usuario es estarán insatisfechos. La confirmación se dará cuando el desempeño corresponde a las expectativas. La satisfacción, por lo tanto, podría ser vista como una función del nivel de expectativas y las percepciones de confirmación o disconfirmación.

Para Llorens y Fuentes (1995), la disconfirmación se puede definir como la diferencia entre las expectativas y el rendimiento percibido, y las expectativas como predicciones de rendimiento futuro. La inclusión de expectativas sugiere que los productos sobre los que se tienen altas expectativas generarán mayor satisfacción en el usuario, en comparación con aquellos productos sobre los que se tiene bajas expectativas. Para estos autores, si hay un grado de disconfirmación después de que se consuma un producto, éste debe disminuir en un cierto plazo, ya que el usuario gana experiencia y aprende más acerca de lo que se puede esperar del producto en sí mismo. Es decir, la satisfacción se da como resultado de comparar las expectativas con la percepción del rendimiento del producto o servicio, donde se asume que la disconfirmación tiene un efecto más fuerte que las expectativas para explicar la satisfacción.

Se asume con el modelo de la disconfirmación de expectativas, que los individuos asimilan la realidad observada para ir ajustándola a sus propios estándares de comparación, y la satisfacción vendría a ser el resultado de la diferencia entre los propios estándares y la percepción de rendimiento del servicio de consumo. Zeithaml (2007) sostiene que los clientes reconocen que el funcionamiento del servicio puede variar, así como el grado en el cual están dispuestos a aceptar, esta variación que es llamada la zona de tolerancia.

Teóricamente estos autores han asumido que el servicio podría corresponder a cualquier objetivo que se adecue con un servicio deseado, pero es más probable que caiga entre los dos y por lo tanto, dentro de la zona de tolerancia. La zona de tolerancia es vista como el rango en el cual los usuarios no notan particularmente el funcionamiento del servicio.

Cuando el funcionamiento cae fuera del rango, cualquiera entre muy alto o muy bajo, el usuario expresa satisfacción o insatisfacción. Es decir, las zonas de tolerancia del usuario están pensadas para variar las diversas cualidades del servicio y cuanto más importante es el servicio, más estrecha será la zona de tolerancia probable.

En el plano de los servicios, Arambewela y Hall (2006), mencionan que la valoración y evaluación de la satisfacción respecto al proceso y resultado de gestión pública, están contenidas en las motivaciones, percepciones y actitudes de los asegurados, que también están en relación con sus propias experiencias, expectativas y necesidades personales. De acuerdo con esto, Bullón (2007), señalan que la valoración que hace el individuo acerca de la calidad de un servicio, depende de la magnitud y dirección de la brecha entre las expectativas de dicho individuo acerca del servicio y la evaluación (confirmación o disconfirmación de expectativas) del servicio realmente recibido. Es importante tomar en cuenta, para determinar si el asegurado se encuentra satisfecho, la experiencia que ha tenido con el producto de gestión pública, el nivel de su implicación y la valoración que realiza sobre el servicio de gestión pública recibido.

### **1.3. Justificación del estudio**

En el aspecto teórico, el estudio aportó a los fundamentos teóricos mediante la prueba de hipótesis, relacionado al campo de la calidad de servicio así como para considerar los principios de satisfacción de la atención de los asegurados, asimismo el estudio sirve como fuente de referencia para la satisfacción de los asegurados en la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014, así como para otras instituciones que asuman con seriedad la

satisfacción del cliente que en este caso son los asegurados de la Oficina de normalización previsional.

En la base teórica de la administración y el marketing, se pretende aportar en el área de la calidad de servicio, con un enfoque de calidad percibida y en la satisfacción de los asegurados como beneficiarios directos del servicio. Considerando que la calidad es uno de los pilares en la administración y gestión de una institución pública.

Asimismo se considera que permite conocer, analizar y tomar decisiones sobre la verdadera misión de los servidores, tal y como se manifiesta la forma en que los funcionarios integran su estilo de gestión y mejore su nivel de satisfacción de los usuarios con los demás miembros de la institución, determinará la eficacia de su gestión. Por ello, es importante conocer los niveles que presentan las variables calidad de servicio y satisfacción del asegurado, teniendo en consideración la percepción de una inadecuada calidad de servicio que recae en la forma como se atiende y orienta sobre los servicios que reciben sobre el trámite documentario.

De acuerdo a los resultados prácticos, los estudios son importantes en la medida que los resultados del presente estudio de trabajo, se espera patentizar discrepancias o brechas de satisfacción del servicio y brindar oportunidades de mejora institucional y satisfacción de los asegurados de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014, por lo tanto, se beneficiarán tanto los servidores como los usuarios.

En consecuencia la relevancia del estudio relaciona la política de calidad que se difunde en la Oficina de normalización previsional, considera la calidad como un factor transversal en todos los ámbitos del quehacer diario, orientando sus actividades a la mejora continua de los procesos, con la finalidad de satisfacer las necesidades de sus clientes, los requisitos legales y de su sistema de gestión de la calidad, basándose en las competencias de su personal académico y administrativo.

En el aspecto metodológico, la aplicación del instrumento elaborado por Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988) tiene importancia dado que sus cinco dimensiones evalúa la calidad de un servicio: fiabilidad, seguridad, elementos tangibles, capacidad de respuesta, y empatía, percibida de los servicios por los usuarios. En ese sentido, si bien la escala SERVQUAL emerge en los años 80 y 90, como un instrumento para evaluar la calidad percibida global en diversos sectores de servicios, así como en el sector servicios, a nivel nacional y local la evidencia de su aplicación es escasa, por lo que la propuesta de adaptarlo y validarlo será un aporte al estudio metodológico de la calidad percibida de servicio previsional en nuestro medio.

#### **1.4. Problema**

En la actualidad se observa que el desarrollo y crecimiento de las naciones están sustentados en gran medida por la calidad de sus servicios, ante ello, la preocupación por la calidad, eficiencia, productividad y competitividad que existe hoy en día en todos los ámbitos del sistema de gestión pública, es el resultado de un proceso de equidad y globalización. En ese sentido, los servidores de los organismos públicos tienen un papel relevante en el desarrollo económico, político y social de un país ya que se enfocan al estudio y solución de problemáticas específicas o complejas, nacionales o regionales, privada o pública, lo cual les permite diseñar e implementar estrategias de solución acordes al contexto en el que se desenvuelven.

Ahora bien, considerando que los asegurados son los beneficiarios directos de los servicios que brinda la oficina de normalización previsional. Por lo tanto, que el asegurado perciba la calidad del servicio, ha resultado ser un tema sumamente importante para la institución pública y su gestión.

La presente investigación se realizó considerando que el manejo de la calidad de servicio en la oficina de normalización previsional del centro de atención Lima Centro 2014, como resultado de varios factores, uno de ellos es la efectividad de los servicios que se da a los usuarios; por ello se hace prioritario establecer la relación que existe entre reconocer las condiciones de eficiencia en

los procesos administrativos referidos al control de personal, evaluación de procesos y resultados de la gestión para poder entender y mejorar el nivel de desarrollo institucional, la misma que lleva a percibir un ambiente afable, claro de desarrollo institucional que determina la satisfacción de los asegurados referidos al nivel de servicio de pensiones.

Analizando las bases teóricas relacionadas a la gestión en servicios se considera que: “Uno de los grandes problemas sociales en la actualidad es el sistema de gestión pública y con ello la servicios considerada como uno de los pilares de desarrollo de toda la sociedad” (Anderson, 2007, p. 90)

Por ello, los trabajadores de la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro 2014, buscan mejorar sus competencias dado que el sistema actual promueve que los profesionales mejor preparados contribuyan en la eficacia del servicio empeñados en ser cada vez mejores, recurriendo a todos los medios disponibles para cumplir con sus objetivos. En dicho contexto, la óptima administración del factor humano tiene singular importancia dado que la satisfacción referente al logro también es importante.

En relación a lo anterior se busca optimizar la calidad del servicio de atención al asegurado, elevando el nivel de satisfacción de los mismos, no obstante se percibe que uno de los problemas más latentes en la oficina de normalización previsional centro de atención Lima Centro es la inadecuada gestión para hacer frente a la creciente demanda de los asegurados que solicitan su pensión; esto puede deberse a la falta del principio de continuidad dado que existen constantes rotaciones de los funcionarios públicos y del personal administrativo, repercutiendo en la forma de atención, orientación y recepción de los documentos presentados por los asegurados por parte del personal del centro de atención, teniendo como consecuencia una larga espera de respuesta en el proceso de calificación y un largo periodo de tiempo entre el cese del asegurado y el pensionamiento.

En ese contexto, el estudio analiza, la percepción de la satisfacción del servicio considerando que es uno de los elementos principales en el desarrollo institucional así como es uno de los aspectos que debe permitir el crecimiento hacia el logro de la calidad de gestión dado que el usuario es quien determina el nivel de eficiencia y eficacia, más aun cuando, la aplicación de los planes y programas de gestión pública lo que incide directamente en la percepción de los usuarios que en la mayoría de los casos precisan que implica en el nivel de satisfacción del asegurado.

Por ello, con el presente trabajo, se buscó conocer la relación existente entre las variables de estudio que es la calidad de servicio y la satisfacción del asegurado en la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, con el fin de aplicar una mejor estrategia para la satisfacción de la atención a los asegurados en el marco de la modernización de la gestión, lo cual se refleje en el nivel de satisfacción.

#### Problema General

¿Qué relación existe entre la calidad del servicio y la satisfacción del asegurado en la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014?

#### Problemas específicos

¿Qué relación existe entre los elementos tangibles de calidad de servicio y la satisfacción del asegurado en la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014?

¿Qué relación existe entre la fiabilidad de calidad de servicio y la satisfacción del asegurado en la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014?



¿Qué relación existe entre la capacidad de respuesta de calidad de servicio y la satisfacción del asegurado, oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014?

¿Qué relación existe entre la seguridad de calidad de servicio y la satisfacción del asegurado en la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014?

¿Qué relación existe entre la empatía de calidad de servicio y la satisfacción del asegurado en la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014?

## **1.5. Hipótesis**

### **Hipótesis principal**

Existe relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del asegurado en la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014.

### **Hipótesis específicos**

Existe relación significativa entre los elementos tangibles de calidad de servicio y la satisfacción del asegurado en la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014.

Existe relación significativa entre la fiabilidad de calidad de servicio y la satisfacción del asegurado en la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014.

Existe relación significativa entre la capacidad de respuesta de calidad de servicio y la satisfacción del asegurado, en la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014.

Existe relación significativa entre la seguridad de calidad de servicio y la satisfacción del asegurado en la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014.

Existe relación significativa entre la empatía de calidad de servicio y la satisfacción del asegurado en la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014.

## **1.6. Objetivos**

### Objetivo general

Determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del asegurado en la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014.

### Objetivos específicos

Determinar la relación entre los elementos tangibles de calidad de servicio y la satisfacción del asegurado en la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014.

Determinar la relación entre la fiabilidad de calidad de servicio y la satisfacción del asegurado en la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014.

Determinar la relación entre la capacidad de respuesta de calidad de servicio y la satisfacción del asegurado, en la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014.

Determinar la relación entre la seguridad de calidad de servicio y la satisfacción del asegurado en la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014.

Determinar la relación entre la empatía de calidad de servicio y la satisfacción del asegurado en la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014.

## **II. Marco metodológico**

## **2.1. Variables**

### **Variable1: Calidad de servicio**

La idea básica para entender el sentido de la palabra calidad debe ser el de satisfacer las necesidades y expectativas. La calidad de un producto o servicio es satisfactoria cuando responde a las necesidades del usuario, es decir, es lo que esperaba o más de lo que esperaba el usuario. Calidad es un término subjetivo para el cual cada persona tiene su propia definición, le da dos significados desde una perspectiva técnica: por un lado señala que: “es la totalidad de las características de un producto o servicio que determinan su capacidad para satisfacer necesidades establecidas o implícitas”, y por otro como “un producto o un servicio libre de deficiencias (ASQ, 2007, p. 76).

En conclusión la calidad de servicio es la satisfacción que va tener el usuario cada vez que asiste a una institución pública y sea atendido como él se lo merece, teniendo una atención oportuna y adecuada en la institución, la capacidad del buen trato es muy importante para poder hablar de calidad.

### **Variable 2: Satisfacción del asegurado**

En concordancia con Jiménez, Terriquez y Robles (2011), para la investigación la satisfacción de la atención de los asegurados es uno de los indicadores más importantes para medir la valoración de la calidad de los servicios. Sus opiniones y percepciones son influenciadas por expectativas, necesidades y por diversos factores, que sirven como indicador de mejoramiento de la gestión, de su eficacia y el desarrollo de los programas académicos en las cuales realizan su crecimiento profesional adicionado al tipo y calidad de servicio que reciben. La satisfacción está ligada a las expectativas iniciales de una persona, más específicamente, las expectativas individuales son confirmadas cuando el servicio se comporta de la manera esperada, o bien cuando las expectativas iniciales son positivamente confirmadas porque el servicio funciona mejor de lo que se esperaba.

## 2.2. Operacionalización de variables

Conjunto de procedimientos y actividades que se desarrollaron para medir una variable, Hernández, Fernández y Baptista, (2010). Para el presente estudio se consideró a las variables: calidad de servicio y la satisfacción del asegurado.

### Variable1: Calidad de servicio

En el presente estudio, la calidad de servicio, es una variable de naturaleza cualitativa, multidimensional con cinco dimensiones (elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía).

**Tabla 1**

*Operacionalización de la variable calidad de servicio*

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala	
Elementos tangibles	1. Atracción visual de instalaciones físicas.			
	2. Apariencia de equipos.	E1, E2, E3, E4		
	3. Apariencia o aspecto del personal.	P1, P2, P3, P4		
	4. Materiales asociados al servicio.			
Fiabilidad	5. Cumplir lo prometido.			
	6. Sincero interés en resolver problemas.			
	7. Realizar buen servicio desde la primera vez.	E5, E6, E7, E8, E9 P5, P6, P7, P8 P9		
Capacidad de respuesta	8. Brindar el servicio en tiempo prometido.		Escala de calificación: 1,2,3,4,5,6,7 1= extremadamente malo 2= muy malo 3= malo 4= regular 5= bueno 6= muy bueno 7= extremadamente bueno	
	9. Servicio sin errores.			
	10. Cumplir plazos prometidos.			
	11. Prontitud en el servicio.			
Seguridad	12. Disponibilidad para ayudar siempre.	E10, E11, E12 E13 P10, P11, P12 P13		
	13. Disposición para aclarar dudas.			
	14. Inspirar confianza.			
Empatía	15. Inspirar seguridad.	E14, E15, E16 E17		
	16. Cortesía.	P14, P15, P16 P17		
	17. Conocimiento para responder preguntas.			
	18. Horarios convenientes.			
	19. Atención personalizada.	E18, E19, E20 E21, E22		
	20. Enfocados en el servicio.			
	21. Interés y preocupación genuina.	P18, P19, P20 P21, P22		
	22. El personal entiende las necesidades.			

Se medirá en forma indirecta, para lo cual se usará la escala multidimensional SERVQUAL (adaptada y validada) creada por Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988.

La cual considera cinco dimensiones: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. Con 22 indicadores repartidos: 4 para elementos tangibles, 5 para fiabilidad, 4 para capacidad de respuesta, 4 para seguridad y 5 para empatía.

**Tabla 2**

*Operacionalización de la variable satisfacción del asegurado*

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Rangos
Satisfacción	$E - P = 0$	E1, P1, ... E22, P22	De 0 a + 6
	$E - P > 0$	E1, P1, ... E22, P22	
Insatisfacción	$E - P < 0$	E1, P1, ... E22, P22	De - 6 a - 1

### **Variable 2: Satisfacción del asegurado**

Es una variable cualitativa, multidimensional, de medición indirecta. Basado en el paradigma de la confirmación / Desconfirmación de las expectativas:

1. Confirmación: El desempeño del servicio cumple con las expectativas. Lo que el usuario pensaba que el servicio haría, realmente lo hace. Tanto en el cumplimiento de un alto, como una baja performance esperada.
2. Desconfirmación positiva: El desempeño del servicio supera las expectativas y, en consecuencia, se produce una Desconfirmación placentera de las expectativas que se tenían inicialmente. Es posible que ello ocurra porque las expectativas fuesen muy bajas o porque el desempeño real del servicio sea excepcionalmente alto.
3. Desconfirmación negativa: El desempeño del servicio cae por debajo de las expectativas. Puede tener un desempeño peor del que se esperaba. Es la situación que causa una más baja satisfacción de los usuarios.

### **2.3. Metodología**

En la investigación se empleó como método general el **hipotético deductivo**, es decir se procedió a formular las hipótesis de trabajo, a probarlas y deducir las

conclusiones. Se procedió de acuerdo a la descripción del método establecido por Karl Popper, el cual rechaza la posibilidad de elaborar leyes generales a partir de la inducción como tradicionalmente consideraba la ciencia, es decir que por observación repetida de fenómenos comparables, se extraían las leyes generales que gobiernan esos fenómenos. Popper sostuvo que en realidad esas leyes generales son hipótesis que formula el científico y que se utiliza el método deductivo para elaborar predicciones de fenómenos individuales.

El método hipotético deductivo fundamenta el enfoque cuantitativo, establece teorías y preguntas iniciales de investigación, de las cuales se derivan hipótesis; éstas se someten a prueba, utilizando diseños de investigación apropiados; mide las variables en un contexto determinado, analiza las mediciones, y establece conclusiones. Si los resultados corroboran las hipótesis, se genera confianza en la teoría, si no es refutada y se descarta para buscar mejores, es reduccionista y utiliza la medición numérica, el conteo, la estadística, encuestas, experimentación, patrones, recolección de datos. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p.46).

Esta consiste en el conjunto de creencias, presuposiciones, experiencias subjetivas de las personas (y del investigador). Sin embargo, sus estudios profundizan en la realidad objetiva, siendo esta objetiva e independiente de creencias, y más susceptible de conocerse. Y es necesario conocerla a través de información. La recolección y el análisis de datos que se siguen son confiables. Se asocia con experimentos. Tiene como objetivo lograr que las creencias del investigador se acerquen a la realidad del ambiente.

## **2.4. Tipos de estudio**

### Investigación Sustantiva

El presente estudio es una investigación sustantiva, como lo señala Sanchez y Reyes (2015, p 45), trata de responder a los problemas teóricos o sustantivos, está orientada a describir, explicar, predecir o retrodecir la realidad con lo cual se



va en búsqueda de principios y leyes generales que permita organizar una teoría científica.

Siguiendo los aportes de Hernández et al (2014) la presente investigación es tipo descriptivo – correlacional.

Descriptivo: En la medida que se buscará registrar los hechos tal como ocurren mediante el uso de los instrumentos elaborados para tal fin.

Correlacional: en la medida que se buscará alguna forma de correlación entre las variables bajo estudio. De acuerdo a la orientación: aplicada Se pretende lograr un nuevo conocimiento relacionando a la calidad de servicio y la satisfacción de la atención. De acuerdo a la técnica de contrastación: explicativa: Se analizaron dos variables.

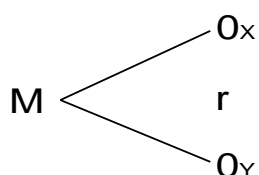
## **2.5. Diseño**

Este estudio tiene un diseño no experimental, transversal o transaccional y correlacional.

En concordancia con Hernández et al, (2010, p. 213), el diseño es no experimental porque se realizó sin la manipulación deliberada de las variables y sólo se observó los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos; transversal o transaccional porque recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.

Asimismo, afirma que en el caso de los diseños transversales o transaccionales, quien investiga sólo observa y reporta. Por ello se considera que el diseño de investigación desarrollado fue descriptivo, ya que durante el desarrollo de la investigación las características de las variables fueron establecidas y luego presentadas en su estado natural, para posteriormente relacionar la influencia de una variable sobre la otra.

El diseño se resume en el siguiente gráfico:



Dónde:

M = Es la muestra de estudio.

O = Las observaciones en cada una de las dos variables.

X = Variable 1 = Calidad de servicio.

Y = Variable 2 = Satisfacción del asegurado

r = Coeficiente de Correlación

## 2.6. Población, muestra y muestreo

### Población

La población estuvo constituida por 416 asegurados de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, correspondiente al primer semestre del año de 2015. La unidad de análisis fue el asegurado. Los criterios de inclusión y exclusión considerados para delimitar la población fueron los siguientes:

Criterios de inclusión: asegurados con asistencia regular. Criterios de exclusión: asegurados que no aceptaron participar en la investigación.

### Muestra

La muestra para éste estudio fue extraída de la población de asegurados de la oficina de normalización previsional de Lima centro correspondiente al primer semestre del 2015. Se aplicó un muestreo probabilístico simple. Para calcular la muestra se aplicó la fórmula para variables cualitativas y poblaciones finitas:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{e^2(N - 1) + Z^2 pq}$$

n = Tamaño de la muestra

Z = Nivel de confianza (1.96 para un nivel de confianza del 95%)

p = Probabilidad a favor (0.5)

q = Probabilidad en contra (0.5)

e = Error de estimación (0.05 = 5% de error muestral)

N = Población.

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)(416)}{(0.05)^2(416 - 1) + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{(3.8416)(0.25)(416)}{(0.0025)(416 - 1) + (3.8416)(0.25)} = 201$$

Después del cálculo correspondiente, tuvimos una muestra constituida por 201 usuarios que fueron extraídos de los asegurados de la oficina de normalización previsional, correspondiente al primer semestre 2015. Para extraer la muestra se hizo un listado y se asignó un número a cada asegurado de la población, luego se seleccionó a los sujetos de la muestra aleatoriamente a través del programa computacional SPSS.

## 2.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica: Encuesta

Se realizó una encuesta de forma individual a 201 asegurados de la oficina de normalización previsional, Centro de Atención de Lima Centro, seleccionados por muestreo probabilístico simple para explorar la calidad de servicio y la satisfacción del asegurado.

Instrumento:

El instrumento se elaboró tomando como base el cuestionario multidimensional SERVQUAL, usado por aproximadamente tres décadas para medir la calidad de servicio en empresas prestadoras de servicios, con un alto nivel de confiabilidad y validez, creado por Parasuraman, Zeithaml, y Berry en 1988. El cuestionario consta de dos secciones: la primera para explorar expectativas y la segunda para explorar percepciones de calidad de servicio. Cada sección tiene 22 ítems, dividida en cinco dimensiones: Aspectos tangibles (4 ítems), fiabilidad (5 ítems), capacidad de respuesta (4 ítems), seguridad (4 ítems) y empatía (5 ítems).

Para la calificación de los enunciados se utilizó las puntuaciones de la escala de Likert (del 1 al 7), de forma tal que permite medir el nivel de actitud por cada una de las 5 dimensiones de la Escala SERVQUAL, siendo las puntuaciones como sigue:

- 1 Extremadamente malo
- 2 Muy malo
- 3 Malo
- 4 Regular
- 5 Bueno
- 6 Muy bueno
- 7 Extremadamente bueno

El cuestionario ha sido adaptado para medir la calidad de servicio de los asegurados, la validación de contenido se sometió a juicio de expertos con demostrada capacidad y experiencia en el tema para calificar la pertinencia y claridad de las preguntas. La confiabilidad de la encuesta se exploró mediante la determinación del coeficiente alfa de Cronbach el cual fue de 0.94, interpretándose como buena confiabilidad valores  $\geq 0.7$  (Hair, 2009).

Validez de contenido

### Tabla 3

*Confiabilidad del instrumento para la sección expectativas y percepciones por dimensiones y global (N = 42)*

Dimensión	Número de ítems	Coeficiente de confiabilidad	
		Expectativas	Percepciones
Tangibles	4	0,72	0,88
Fiabilidad	5	0,64	0,78
Capacidad de Respuesta	4	0,53	0,86
Seguridad	4	0,84	0,72
Empatía	5	0,84	0,80
Global	22	0,92	0,94

**Tabla 4***Validez de contenido por juicio de expertos de la sección expectativas*

<b>Criterios</b>	<b>J1</b>	<b>J2</b>	<b>J3</b>	<b>Valoración</b>	<b>IA</b>	<b>Dictamen</b>
Claridad	si	si	si	Bueno	SI	Aplicable
Coherencia	si	si	si	Bueno	SI	Aplicable
Pertinencia	si	si	si	Bueno	SI	Aplicable

Nota. J1, J2, J3 jueces. IA índice de aceptabilidad. V validez

## 2.8. Métodos de análisis de datos

Para la prueba de hipótesis se utilizó el estadístico de correlación de Spearman por tratarse de dos variables cualitativas ordinales. Se realizó la introducción de los datos de cada instrumento en la “matriz base”, se procesó y analizó la información de manera automática utilizando, además del software señalado anteriormente, una computadora de última generación.

### Prueba de correlación

La prueba de correlación se determina mediante el coeficiente de correlación de rho de Spearman. El estadístico  $\rho$  viene dado por la expresión:

$$\rho = 1 - \frac{6 \sum D^2}{N(N^2 - 1)}$$

Donde D es la diferencia entre los correspondientes estadísticos de orden de x - y. N es el número de parejas, esto a razón del objetivo e hipótesis de investigación que busca determinar la relación entre dos variables.

### Nivel de significación

Para los cálculos estadísticos a partir de los datos de las muestras se ha utilizado un nivel de significación de 0,05. Se hizo uso del Software estadístico SPSS en su versión 21, para hallar las frecuencias descriptivas, y la prueba rho spearman con la finalidad de analizar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del asegurado de la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014.

## **2.9. Aspectos éticos**

En el estudio se considera guardar la reserva de los datos de los participantes así como el compromiso del tratamiento objetivo en el análisis de los resultados de tal manera que esto pueda informarse de manera oportuna a los participantes en carácter confidencial y agradecer sus aportes al estudio.

### **III. Resultados**

### 3.1. Análisis descriptivo

#### Análisis de la variable calidad de servicio.

De acuerdo con Buttle (1996), la brecha, gap o diferencia entre percepciones y expectativas, obtenida mediante la encuesta SERVQUAL puede ser determinada en base a tres métodos:

1. Análisis ítem por ítem (ejem. P1 - E1, P2 - E2,...P22 - E22)
2. Análisis dimensión por dimensión (ejem.  $(P1 + P2 + P3 + P4)/4 - (E1 + E2 + E3 + E4)/4$ ), donde P1 hasta P4 y E1 hasta E4 representan las cuatro declaraciones relativas a las percepciones y expectativas de una dimensión en particular)
3. Cálculo de una medida global de la calidad del servicio  $[(P1 + P2 + P3 + P22)/22] - [(E1 + E2 + E3 + \dots + E22)/22]$ .

#### Análisis Global

En el presente estudio se encontró una brecha de insatisfacción y por ende deficiencia de calidad percibida de -1,28 dentro un rango de 0 a -2.

**Análisis por dimensiones.** Se consideran las siguientes dimensiones de la calidad de servicio:

1. Elementos tangibles
2. Fiabilidad
3. Capacidad de respuesta
4. Seguridad
5. Empatía (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988, p. 23).

Para analizarlas se sigue la sugerencia planteada por Buttle (1996).

**Tabla 5**

*Puntajes promedios de expectativas y percepciones por dimensiones (N = 201)*

Dimensiones	Expectativas <i>M</i>	Percepciones <i>M</i>	P-E
Tangibles	6,06	4,75	-1,31
Fiabilidad	5,84	4,45	-1,39
Capacidad de respuesta	6,07	4,92	-1,15
Seguridad	6,11	5,00	-1,11
Empatía	6,13	4,69	-1,44
Promedio	6,04	4,76	-1,28

*M* media. P-E = diferencia de percepciones menos expectativas



En forma global las mayores expectativas de los asegurados encuestados son hacia empatía y seguridad con puntajes promedios de 6,13 y 6,11 respectivamente, y las menores hacia fiabilidad con puntaje promedio de 5,84 considerando un promedio global 6,04. Pero sus percepciones del servicio califican mejor hacia seguridad y capacidad de respuesta con puntajes 5,00 y 4,92 respectivamente, con menor puntuación para fiabilidad y empatía con 4,45 y 4,69 con un promedio global de las cinco dimensiones de 4,76 como se muestra en la tabla 5

### **Dimensión elementos tangibles.**

Apariencia de las instalaciones físicas, equipo, personal y material de comunicación.

**Tabla 6**

*Puntajes promedios de expectativas, percepciones y diferencias de los ítems de la dimensión elementos tangibles*

N°	Ítem	E	P	P-E
1	Que la ONP debería poseer instalaciones físicas modernas, cómodas, limpias, agradables y atractivas.	5.96	4.51	-1.44
2	Que la ONP debería tener equipos modernos y actualizados de acuerdo a los servicios que brinda.	6.08	4.46	-1.62
3	Que el personal de la ONP debe caracterizarse por estar bien vestidos, limpios y aseados de acuerdo a su posición o cargo.	6.14	5.21	-0.93
4	Que los materiales asociados con los servicios que brinde la ONP deben ser actualizados, confiables y de buena apariencia.	6.05	4.80	-1.26

*Nota.* E= expectativas. P = percepciones. P-E = diferencia de percepciones menos expectativas

Como se muestra en la Tabla 6, podemos apreciar los cuatro ítems que exploraron la dimensión elementos tangibles de la calidad percibida del servicio en la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014, apreciamos brechas importantes en los ítems 1 y 2, llegando a -1.62 que corresponde “que la ONP debería tener equipos modernos y actualizados de acuerdo a los servicios que brinda” y “debería poseer instalaciones físicas modernas, cómodas, limpias, agradables y atractivas” lo cual indica que los

usuarios perciben falencias en lo referente al equipamiento y a infraestructura física.

**Dimensión fiabilidad.** Capacidad para realizar el servicio prometido de forma fiable y precisa.

**Tabla 7**

*Puntajes promedios de expectativas, percepciones y diferencias de los ítems de la dimensión fiabilidad*

N°	Ítem	E	P	P-E
5	Que cuando la ONP promete hacer algo planificado, lo haga en el tiempo prometido.	5.90	4.33	-1.57
6	Que cuando un asegurado tiene un problema, la ONP debe mostrar interés sincero en solucionarlo.	5.91	4.36	-1.55
7	Que el personal de la ONP brinde un buen servicio desde la primera vez y mantenga éste accionar evitando cometer errores.	5.77	4.37	-1.40
8	Que el personal de la ONP concluya el servicio en el tiempo prometido.	5.94	4.56	-1.38
9	Que el personal de la ONP procure mantener el servicio exento de errores.	5.66	4.63	-1.03

*Nota.* E= expectativas. P = percepciones. P-E = diferencia de percepciones menos expectativas

En la Tabla 7 se aprecia los ítems correspondientes a la dimensión fiabilidad con los puntajes promedio correspondientes a expectativas y percepciones expresados por los participantes y las diferencias, siendo las brechas más significativas las correspondientes a los ítems 5 y 6 que se refieren a que “cuando la ONP promete hacer algo, lo haga en el tiempo prometido” y que “cuando un asegurado tiene un problema, la ONP, debe mostrar interés sincero en solucionarlo” lo cual muestra deficiencias en cumplir lo prometido y el interés en resolver los problemas de los asegurados.

**Dimensión capacidad de respuesta.** Disposición para ayudar a los asegurados y proveerles un servicio rápido y oportuno.

**Tabla 8**

*Puntajes promedios de expectativas, percepciones y diferencias de los ítems de la dimensión capacidad de respuesta*

N°	Ítem	E	P	P-E
10	Que los funcionarios de la ONP prometan a sus asegurados, brindarles servicios en plazos que ellos son capaces de cumplir.	5.87	4.89	-0.99
11	Que los funcionarios de la ONP estén dispuestos y disponibles durante la entrega del servicio.	6.07	4.83	-1.24
12	Que los funcionarios de la ONP siempre tengan voluntad sincera en ayudar a sus asegurados.	6.17	5.04	-1.12
13	Que los empleados (funcionarios) de la ONP siempre estén dispuestos para aclarar dudas de sus asegurados.	6.16	4.93	-1.23

*Nota.* E= expectativas. P = percepciones. P-E = diferencia de percepciones menos expectativas

La Tabla 8 muestra los ítems 10 al 13, referentes a la dimensión capacidad de respuesta, los promedios correspondientes a las expectativas, percepciones y las diferencias o brechas de calidad percibida, siendo las más significativas las correspondientes a los ítems 11 y 13 con -1.24 y -1.23 respectivamente, que se refieren a que los funcionarios y empleados estén disponibles y dispuestos durante el servicio y para aclarar dudas.

### **Dimensión seguridad.**

Es destreza para transmitir credibilidad en la atención sin amenazas, riesgos o dudas.

**Tabla 9**

*Puntajes promedios de expectativas, percepciones y diferencias de los ítems de la dimensión seguridad*

N°	Ítem	E	P	P-E
14	Que el comportamiento de los funcionarios de la ONP debe inspirar confianza en los asegurados.	6.16	5.10	-1.06
15	Que los asegurados de la ONP se sientan seguros en sus gestiones y/o transacciones en la ONP.	5.94	4.56	-1.38
16	Que los funcionarios de la ONP deben tratar con cortesía a los asegurados.	6.11	5.03	-1.08
17	Que los funcionarios de la ONP precisan tener información y conocimientos necesarios para responder las preguntas de los asegurados.	6.23	5.28	-0.95

*Nota.* E= expectativas. P = percepciones. P-E = diferencia de percepciones menos expectativas

**Dimensión empatía.** Capacidad para situarse en la posición del asegurado, pensar primero en él y atenderlo según características y situaciones particulares.

En la tabla 10, muestra los puntajes promedios de las expectativas, percepciones y diferencias de esta dimensión, con mayor compromiso en los ítems 22 y 21 correspondientes a “mostrar interés en los asegurados y tomarlos en cuenta en las decisiones, actividades y proyectos de la ONP” y que “entienda las necesidades específicas de sus asegurados” lo cual indica que perciben que la ONP no los toma en cuenta y no entiende algunas de sus necesidades específicas.

**Tabla 10**

*Puntajes promedios de expectativas, percepciones y diferencias de los ítems de la dimensión empatía*

N°	Ítem	E	P	P-E
18	Que la ONP deba ofrecer horarios de funcionamiento convenientes para todos sus asegurados.	6.12	4.75	-1.38
19	Que la ONP precisa tener funcionarios que brinden atención personalizada a sus asegurados cuando sea requerida.	6.08	4.66	-1.42
20	Que la ONP deba esmerarse en brindar el mejor servicio a sus asegurados.	6.18	4.89	-1.29
21	Que la ONP entienda las necesidades específicas de sus asegurados.	6.09	4.58	-1.51
22	Que la ONP muestre interés en los asegurados y los tomen en cuenta en las decisiones, actividades y proyectos de la ONP	6.17	4.59	-1.58

*Nota.* E= expectativas. P = percepciones. P-E = diferencia de percepciones menos expectativas

### **Análisis descriptivo de la variable satisfacción del asegurado**

Asegurado satisfecho

**Tabla 11**

*Satisfacción e insatisfacción de los asegurados y por dimensiones y global (N=201)*

	Satisfechos		Insatisfechos	
	N	%	n	%
Tangibles	25	12.43	176	87.56
Fiabilidad	42	20.89	159	79.10
Capacidad de respuesta	51	26.37	150	73.31
Seguridad	47	23.38	154	76.61
Empatía	36	17.91	165	82.09
Total	28	13.94	173	86.06

*Nota.* P-E diferencia promedio entre percepciones y expectativas.

Con un nivel de significancia de 5%, hay evidencia estadística que las diferencias entre los puntajes promedios de las percepciones y expectativas en las dimensiones tangibles, fiabilidad, responsabilidad, seguridad y empatía; además, de forma global son significativas, como se muestra en la tabla 11

**Tabla 12**

*Prueba de diferencias para muestras relacionadas*

	Diferencias relacionadas				Sig. (bilateral)
	Media	Desviación típica.	95% Intervalo de confianza para la diferencia		
			Inferior	Superior	
Tangibles	-1.31	1.31	-1.49	-1.13	.000
Fiabilidad	-1.38	1.54	-1.60	-1.17	.000
Capacidad de Respuesta	-1.15	1.39	-1.34	-0.95	.000
Seguridad	-1.12	1.33	-1.30	-0.93	.000
Empatía	-1.44	1.46	-1.64	-1.23	.000
Global	-1.29	1.22	-1.46	-1.12	.000

Con un nivel de significancia de 5%, hay evidencia estadística que la diferencia entre el puntaje promedio de las percepciones y las expectativas es significativa.

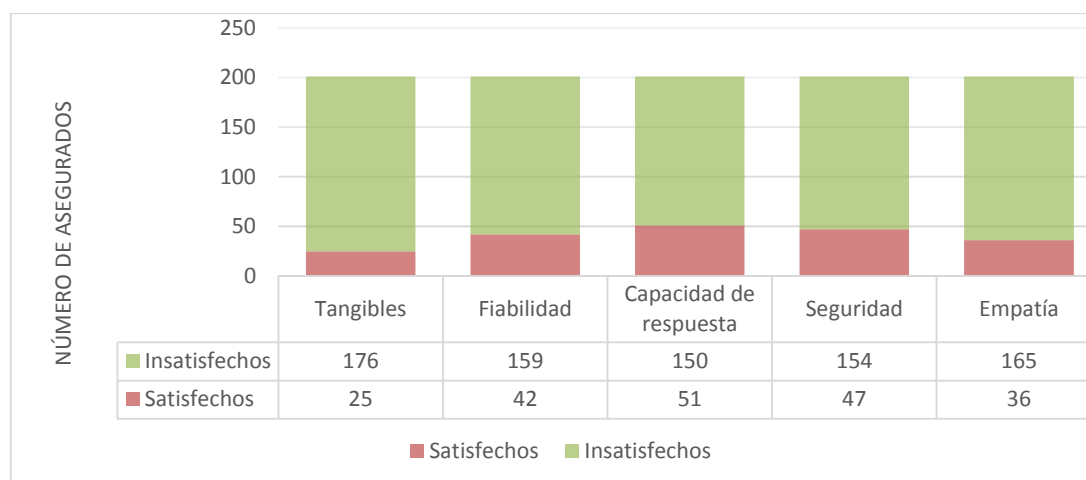


Figura 1. Satisfacción de los asegurados (N=201) por dimensiones de la calidad

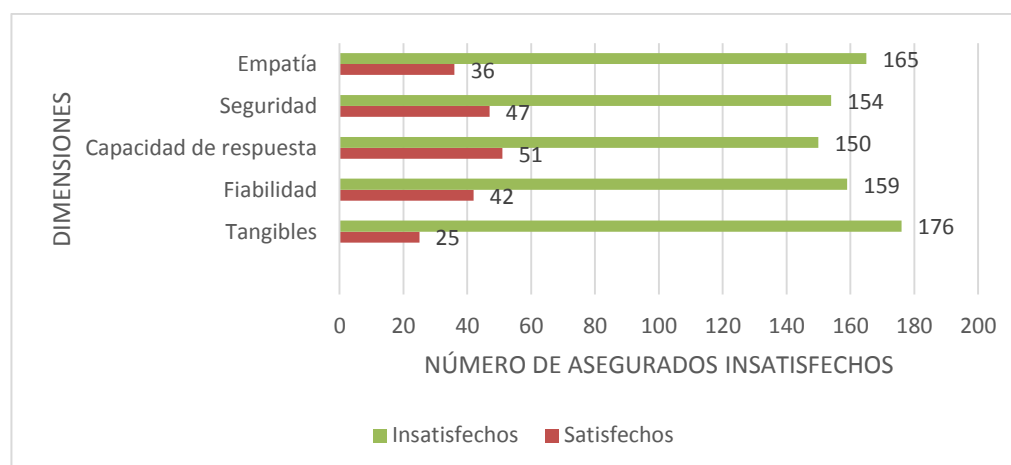


Figura 2. Número de asegurados (N=201) según calidad percibida y por dimensiones.

**Tabla 13**

*Calidad percibida por los asegurados (N=201)*

Calidad	<i>n</i>	%
Mejor	23	11,4
Esperada	5	2,5
Deficiente	173	86,1
Total	201	100,0

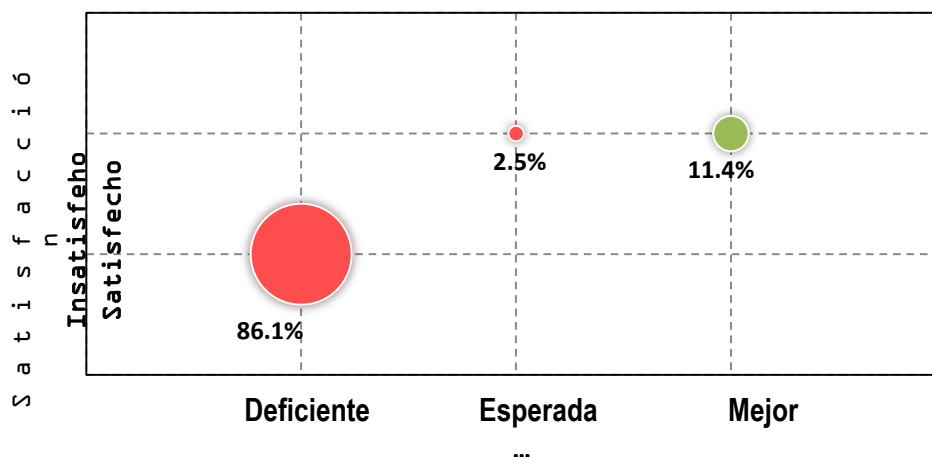


Figura 3. Calidad percibida versus la satisfacción de los asegurados ( $N = 201$ ) participantes.

En la figura 3, se observa que los asegurados estaban insatisfechos (86,1%) cuando percibían la calidad de servicio como deficiente, percibiendo satisfacción cuando valoraban la calidad como esperada (2,5%) o como mejor de lo esperado (11,4%); siendo estos hallazgos significativos tal como se demostró en la prueba anterior.

### 3.2. Análisis inferencial

#### Prueba de hipótesis

##### Hipótesis general

Para el estudio se planteó lo siguiente:

Zona de rechazo de la hipótesis nula:

$$\text{Spearman: } \{r_{xy} / 0.5 \leq r_{xy} \leq 1\}$$

Nivel de confianza al 95%

Valor de significancia:  $\alpha = 0.05$

**H<sub>0</sub>**: No existe relación significativa entre la calidad de servicio y el nivel de satisfacción de los asegurados en la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014.

**Hi:** Existe relación significativa entre la calidad de servicio y el nivel de satisfacción de los asegurados en la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014.

En la tabla 14, se obtuvo un coeficiente de correlación de  $r=0.703$ , con una  $p=0.000$  ( $p < .05$ ), con el cual se acepta la hipótesis alterna y se debe rechazar la hipótesis nula. Por lo tanto, se puede afirmar que existe relación directa y significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción de la atención. Finalmente, cabe señalar que el coeficiente de correlación hallado es de una magnitud alta.

**Tabla 14**

*Relación entre calidad de servicio y la satisfacción del asegurado*

			Calidad de servicio	Satisfacción del asegurado
Rho de Spearman	Calidad de servicio	Coeficiente de correlación	1,000	,703**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	201	201
	Satisfacción del asegurado	Coeficiente de correlación	,703**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	201	201

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

Al contrastar las hipótesis planteadas, se evidencia que el valor de la probabilidad ( $p$ -valor = 0.000) es menor al nivel de significancia ( $\alpha = 0.05$ ), entonces se rechaza a la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Se concluye que a un nivel de significancia de 5% y con la información recopilada podemos afirmar que existe relación entre calidad de servicio que brinda la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014 y la satisfacción del asegurado, estadísticamente significativa mediante la prueba no paramétrica rho spearman.



### Hipótesis específica 1

**Ho:** No existe relación significativa entre elementos tangibles de la calidad de servicio y la satisfacción de los asegurados de la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014

**Hi:** Existe relación significativa entre elementos tangibles de la calidad de servicio y la satisfacción de los asegurados de la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014.

En la tabla 15, se obtuvo un coeficiente de correlación rho spearman  $r=0.453$ , con una  $p=0.000$  ( $p < .05$ ), con el cual se acepta la hipótesis alterna y se debe rechazar la hipótesis nula. Por lo tanto, se puede afirmar que existe relación directa y significativa entre elementos tangibles de la calidad de servicio y la satisfacción del asegurado. Finalmente, cabe señalar que el coeficiente de correlación hallado es de una magnitud alta.

**Tabla 15**

*Relación entre elementos tangibles de calidad de servicio y la satisfacción del asegurado*

			Nivel de calidad en dimensión tangibilidad	Satisfacción del asegurado
Rho de Spearman	Nivel de calidad en dimensión tangibilidad	Coeficiente de correlación	1,000	,453**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	201	201
	Satisfacción del asegurado	Coeficiente de correlación	,453**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	201	201

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

Al contrastar las hipótesis planteadas, se evidencia que el valor de la probabilidad ( $p$ -valor = 0.000) es menor al nivel de significancia ( $\alpha = 0.05$ ), entonces se rechaza a la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Concluyendo que a un nivel de significancia de 5% y con la información recopilada podemos afirmar que existe relación entre elementos tangibles de la

calidad de servicio brindado por la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015 y el la satisfacción de los asegurados, siendo estadísticamente significativa.

### Hipótesis específica 2

**Ho:** No existe relación significativa entre fiabilidad de la calidad de servicio y la satisfacción de los asegurados en la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014.

**Hi:** Existe relación significativa entre fiabilidad de la calidad de servicio y la satisfacción de los asegurados de la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014.

En la tabla 16, se obtuvo un coeficiente de correlación rho spearman  $r=0.475$ , con una  $p=0.000$  ( $p < .05$ ), con el cual se acepta la hipótesis alterna y se debe rechazar la hipótesis nula. Por lo tanto, se puede afirmar que existe relación directa y significativa entre fiabilidad de la calidad de servicio y la satisfacción del asegurado. Finalmente, cabe señalar que el coeficiente de correlación hallado es de una magnitud moderada.

**Tabla 16**

*Relación entre fiabilidad de calidad de servicio y la satisfacción del asegurado*

			Nivel de calidad en dimensión fiabilidad	Satisfacción del asegurado
Rho de Spearman	Nivel de calidad en dimensión fiabilidad	Coeficiente de correlación	1,000	,475**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	201	201
	Satisfacción del asegurado	Coeficiente de correlación	,475**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	201	201

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

Al contrastar las hipótesis planteadas, se evidencia que el valor de la probabilidad ( $p$ -valor = 0.000) es menor al nivel de significancia ( $\alpha = 0.05$ ), entonces se rechaza a la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Se concluye que a un nivel de significancia de 5% y con la información recopilada

podemos afirmar que existe relación entre fiabilidad de la calidad de servicio y la satisfacción del asegurado en la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014, siendo estadísticamente significativa.

### Hipótesis específica 3

**Ho:** No existe relación significativa entre capacidad de respuesta de la calidad de servicio y la satisfacción de los asegurados de la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014.

**Hi:** Existe relación significativa entre capacidad de respuesta de la calidad de servicio y la satisfacción de los asegurados de la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014.

En la tabla 17, se obtuvo un coeficiente de correlación rho spearman  $r=0.641$ , con una  $p=0.000$  ( $p < .05$ ), con el cual se acepta la hipótesis alterna y se debe rechazar la hipótesis nula. Por lo tanto, se puede afirmar que existe relación directa y significativa entre capacidad de respuesta de la calidad de servicio y la satisfacción del asegurado. Finalmente, cabe señalar que el coeficiente de correlación hallado es de una magnitud moderada.

**Tabla 17**

*Relación entre capacidad de respuesta de calidad de servicio y la satisfacción del asegurado*

			Nivel de calidad en dimensión capacidad de respuesta	Satisfacción del asegurado
Rho de Spearman	Nivel de calidad en dimensión capacidad de respuesta	Coeficiente de correlación	1,000	,641**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	201	201
	Satisfacción del asegurado	Coeficiente de correlación	,641**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	201	201

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

Al contrastar las hipótesis planteadas, se evidencia que el valor de la probabilidad ( $p$ -valor = 0.000) es menor al nivel de significancia ( $\alpha$  = 0.05), entonces se rechaza a la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Se concluye que a un nivel de significancia de 5% y con la información obtenida se puede afirmar que existe relación entre capacidad de respuesta de la calidad de servicio o y la satisfacción de los asegurados de la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014, siendo estadísticamente significativa.

#### **Hipótesis específica 4**

**Ho:** No existe relación significativa entre seguridad de la calidad de servicio y la satisfacción de los asegurados de la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014.

**Hi:** Existe relación significativa entre seguridad de la calidad de servicio y la satisfacción de los asegurados de la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014.

En la tabla 18, se obtuvo un coeficiente de correlación de  $r=0.513$ , con una  $p=0.000$  ( $p < .05$ ), con el cual se acepta la hipótesis alterna y se debe rechazar la hipótesis nula. Por lo tanto, se puede afirmar que existe relación directa y significativa entre seguridad de la calidad de servicio y la satisfacción de la atención. Finalmente, cabe señalar que el coeficiente de correlación hallado es de una magnitud moderada.

**Tabla 18***Relación entre seguridad de calidad de servicio y la satisfacción del asegurado*

			Nivel de calidad en dimensión seguridad	Satisfacción del asegurado
Rho de Spearman	Nivel de calidad en dimensión seguridad	Coefficiente de correlación	1,000	,513**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	201	201
	Satisfacción del asegurado	Coefficiente de correlación	,513**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	201	201

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

Al contrastar las hipótesis planteadas, se evidencia que el valor de la probabilidad ( $p$ -valor = 0.000) es menor al nivel de significancia ( $\alpha$  = 0.05), entonces se rechaza a la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Se concluye que a un nivel de significancia de 5% y con la información obtenida se puede afirmar que existe relación entre seguridad de la calidad de servicio y la satisfacción de los asegurados de la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014, siendo estadísticamente significativa.

### Hipótesis específica 5.

**Ho:** No existe relación directa entre la empatía en la calidad de servicio y el nivel de satisfacción del asegurado de la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014.

**Hi:** Existe relación directa entre la empatía en la calidad de servicio y el nivel de satisfacción de los asegurados de la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014.

En la tabla 19, se obtuvo un coeficiente de correlación de  $r=0.678$ , con una  $p=0.000$  ( $p < .05$ ), con el cual se acepta la hipótesis alterna y se debe rechazar la hipótesis nula. Por lo tanto, se puede afirmar que existe relación directa y significativa entre la empatía de la calidad de servicio y la satisfacción de la atención. Finalmente, cabe señalar que el coeficiente de correlación hallado es de una magnitud alta.

**Tabla 19***Relación entre empatía de calidad de servicio y la satisfacción del asegurado*

			Nivel de calidad en dimensión empatía	Satisfacción del asegurado
Rho de Spearman	Nivel de calidad en dimensión empatía	Coefficiente de correlación	1,000	,678**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	201	201
	Satisfacción del asegurado	Coefficiente de correlación	,678**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	201	201

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

Al contrastar las hipótesis planteadas, se evidencia que el valor de la probabilidad ( $p$ -valor = 0.000) es menor al nivel de significancia ( $\alpha$  = 0.05), entonces se rechaza a la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Se concluye que a un nivel de significancia de 5% y con la información adquirida podemos afirmar que existe relación entre empatía de la calidad de servicio y la satisfacción de los asegurados la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014, siendo estadísticamente significativa.

## **IV. Discusión**

Analizando la metodología SERVQUAL ya referida y de acuerdo con lo propuesto por Buttle (1996), el análisis global se obtuvo puntajes promedio de 6,04 y 4,75 puntos correspondientes a las expectativas y percepciones respectivamente, con una brecha (P - E), negativa de - 1.28 dentro de un rango de - 6 a 6, expresando una percepción global de insatisfacción, y por lo tanto deficiencias en el servicio de la oficina de normalización previsional centro de atención Lima Centro que no satisface las necesidades ni las expectativas de los asegurados.

En relación al análisis por dimensiones de la encuesta SERVQUAL, como se muestra en la tabla 5, los puntajes promedios de las expectativas de los asegurados (dimensiones sobre las cuales enfocan sus necesidades y expectativas) estuvieron dirigidos a empatía y seguridad con 6,14 y 6,11 puntos respectivamente. Los puntajes promedio que calificaron mejor su percepción del rendimiento del servicio fueron en las dimensiones de empatía y capacidad de respuesta con puntajes de 5,00 y 4,92 respectivamente, no obstante percibieron un pobre rendimiento en la dimensión fiabilidad con 4,45 puntos. Las mayores brechas de satisfacción y por consiguiente compromiso en la calidad de servicio, se muestran en relación a empatía (-1,44), tangibles (-1,31) y fiabilidad (-1,39).

Analizando los ítems de las opiniones de los encuestados en la tabla 5, la satisfacción es la variable que más influye sobre la recomendación del servicio a familiares y amigos y para el regreso a ese mismo servicio en caso de ser necesario. Como ya se ha comentado, calidad y satisfacción también muestran un efecto indirecto sobre la fiabilidad a través de la confianza. Así, en los servicios de emergencia la confianza es un factor clave que lleva a los asegurados y sus familiares a hablar bien sobre el servicio a los demás y a preferir acudir a dicho servicio cuando vuelva a necesitarlo. Al respecto se concuerda con lo encontrado por Cifuentes, (2012) quien concluye que las relaciones estadísticamente significativas entre la edad y la satisfacción laboral, se evidencio que las/los enfermeras/os que tienen edades mayor o igual a los 37 años se mostraron más insatisfechos respecto a su trabajo, la competencia profesional y la relación interpersonal con sus jefes. Asimismo existe



sostenimiento en la conclusión de Ponce y Gómez (2011), quienes manifiestan que la satisfacción laboral tiene relación con aspectos de desarrollo, capacitación y actualización para el desempeño; así como condiciones laborales. Y la satisfacción del usuario está ligada con el trato del personal. Se concluye que a mayor satisfacción laboral existe mayor calidad de atención por parte del personal de enfermería y por lo tanto satisfacción del paciente.

Los resultados de nuestro estudio tienen una serie de implicaciones importantes para los gestores de los servicios, en primer lugar, debe hacerse un esfuerzo importante en mejorar la calidad del servicio prestado considerando que la mejora en la calidad percibida puede ser lograda mediante la mejora de la eficacia y de la eficiencia en la prestación del servicio. En la tabla 14, con el coeficiente de correlación de  $r=0.703$ , con una  $p=0.001$  ( $p < .05$ ), se afirma que existe relación directa y significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción del asegurado.

En la tabla 15, con un coeficiente de correlación de  $r = 0.453$ , y una  $p = 0.000$  ( $p < .05$ ), se acepta la hipótesis alterna confirmándose que existe relación directa y significativa entre elementos tangibles de la calidad de servicio y la satisfacción de la atención, En la tabla 16, con un coeficiente de correlación de  $r=0.475$ , y una  $p=0.000$  ( $p < .05$ ), se acepta la hipótesis alterna afirmándose que existe relación directa y significativa entre fiabilidad de la calidad de servicio y la satisfacción de la atención. En ese sentido se fundamenta con el trabajo de Shekarchizadeh, RashiyHon-Tat (2011), quienes consideran que la confiabilidad, hospitalidad, tangibles, y compromiso fueron descubiertos. Las pruebas t para de media simple para los tres métodos de análisis de las discrepancias (gaps) indicaron que todos los ítems de percepción fueron percibidas como significativamente negativas en comparación con las expectativas. Del mismo modo, Mite (2012), asegura que la mayoría de los estudiantes dan a conocer que el DOBE les ha brindado la ayuda oportuna en sus problemas de rendimiento; lo que nos demuestra que el departamento a pesar de contar con poco personal cubre las necesidades básicas.

En la tabla 17, con un coeficiente de correlación de  $r=0.641$ , y una  $p=0.000$  ( $p < .05$ ), se acepta la hipótesis alterna afirmándose que existe relación directa y significativa entre capacidad de respuesta de la calidad de servicio y la satisfacción de la atención. En la tabla 18, con un coeficiente de correlación de  $r=0.513$ , y una  $p=0.000$  ( $p < .05$ ), se acepta la hipótesis alterna confirmando que existe relación directa y significativa entre seguridad de la calidad de servicio y la satisfacción de la atención. En la tabla 19, con un coeficiente de correlación de  $r=0.678$ , y una  $p=0.000$  ( $p < .05$ ), con el cual se acepta la hipótesis alterna confirmando que existe relación directa y significativa entre la empatía de la calidad de servicio y la satisfacción de la atención, en este resultado se considera que Peláez (2010), fundamenta al concluir que existe relación directa entre el clima organizacional (Área de Estabilidad) y la satisfacción del cliente en la empresa Telefónica del Perú. A medida que se incrementa la sensación de estabilidad laboral mejora correlativamente la satisfacción del cliente. Asimismo, Uceda (2013), considera que el nivel de satisfacción laboral influye con la satisfacción de los clientes, determinando que el éxito de una depende de la otra y viceversa, esto mismo es precisado por, Roldan, Balbuena y Muñoz (2010), quienes aseguran que los factores de calidad de servicio que se encuentran más relacionados con la lealtad, medida como intención de comportamiento, son las dimensiones de políticas y evidencias físicas.

## **V. Conclusiones**

**Primera:** En general, existe relación positiva entre la calidad de servicio que brinda la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014 y la satisfacción de sus asegurados con un coeficiente de correlación rho Spearman  $r=0.703$ , con una  $p=0.001$  ( $p < .05$ ), a un nivel de significancia de 5% estadísticamente significativa por tanto se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alterna.

**Segunda:** Específicamente podemos decir que existe relación positiva entre elementos tangibles de la calidad de servicio y la satisfacción del asegurado brindado por la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014 con un coeficiente de correlación rho Spearman  $r=0.453$ , y una  $p=0.000$  ( $p < .05$ ), de 5%, siendo estadísticamente significativa. Por tanto se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alterna.

**Tercera:** Específicamente podemos decir que existe relación positiva entre fiabilidad de la calidad de servicio brindado por la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014 y la satisfacción de sus asegurados con un coeficiente de correlación de rho Spearman  $=0.475$ , y una  $p=0.000$  ( $p < .05$ ), de 5%, siendo estadísticamente significativa. Por tanto se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alterna.

**Cuarta:** Específicamente podemos decir que existe relación positiva entre capacidad de respuesta de la calidad de servicio brindado por la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014 y la satisfacción de sus asegurados con un coeficiente de correlación de rho Spearman  $=0.641$ , y una  $p=0.000$  ( $p < .05$ ), siendo estadísticamente significativa. Por tanto se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alterna.

**Quinta:** Existe Específicamente podemos decir que existe relación positiva entre seguridad de la calidad de servicio brindado por la oficina de

normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014 y la satisfacción de sus asegurados de la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015 con un coeficiente de correlación rho Spearman  $r=0.513$ , y una  $p=0.000$  ( $p < .05$ ), siendo estadísticamente significativa. Por tanto se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alterna.

**Sexta:** Existe relación positiva entre empatía de la calidad de servicio y la satisfacción de los asegurados la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014 con un coeficiente de correlación rho Spearman  $r=0.678$ , y una  $p=0.000$  ( $p < .05$ ), siendo estadísticamente significativa. Por tanto se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alterna.

## **VI. Recomendaciones**

**Primera.** A los funcionarios y empleados se recomienda aplicar políticas preventivas como efectivas para evitar la percepción de la baja Calidad de servicio de modo tal que pueda incrementarse la satisfacción de la atención de los asegurados, en la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014.

**Segunda.** Se recomienda a las autoridades, y asegurados, en la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014 que las percepciones de las características de la calidad de servicio determinan el grado de satisfacción, por lo que deben intensificar las relaciones humanas afectivas de así como el cumplimiento de metas establecidas.

**Tercera.** Se recomienda a los funcionarios, en la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014, reflexionar sobre la capacidad gerencial que se está desarrollando dado que la percepción de la calidad de servicio determina el nivel de satisfacción de la atención de los asegurados.

**Cuarta.** Se sugiere a los funcionarios de la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014 promover investigación con las variables de este estudio en diferentes niveles y con otras características muestrales, de modo tal que pueda conocerse la intensidad de la influencia entre las variables analizadas.

## **VII. Referencias bibliográficas**



- Albrecht, P. (2001). *Liderazgo en la Gestión De la atención- Administrativa de las Instituciones públicas de la Región Huánuco Año 1998-2003*. Tesis magistral. UNHEVAL. Huánuco. Perú. 2003
- Albrech, M., y Carson, J.(2001).*La Participación en las Administraciones Públicas. ¿Cooperar O enfrentamiento?* Publicado; Ed. Univ. Politéc. Valencia
- Alves, M.,y Raposo, K. (2004).*Los caminos de la gestión en la oficina de normalización previsional centro de atención pública*. Lima Editorial PIEDI.
- Anderson, C. (2007).*Liderazgo y Gestión por 8 hábitos*. Madrid: Díaz de Santos
- Arambewela, N., y Hall, P. (2006).*Desempeño Organizacional, mejora, creación*. Fundación Lucís United México.
- Arias, F., y Flores, A. (2005).*Satisfacción de los usuarios y la rentabilidad en la encuesta*. Centro de Documentación de la Biblioteca de Medicina Centralizzata di de Turín ", Información en Salud y Bibliotecas.
- ASQ, G. (2007).*Manual del Director* 1° Edición. Lima: Edit. B .Honorio Perú
- Benavente y Figueroa (2012), *Medición del grado de satisfacción de los clientes bancarios del Puerto Mont en la Escala Serqual*, Tesina para optar el Grado de Licenciado en Administración, Universidad Austral de Chile.
- Bernal, D. (2007). *La Gerencia por Objetivos y su Influencia en la Calidad de la Administración de la Investigación Educativa*. Antenor Rizo Patrón Lequerica. –Pasco. PUCP
- Brady, M., y Cronin, J. (2001). Some New Thoughts on Conceptualizing Perceived Service Quality: A Hierarchical Approach. *The Journal of Marketing*, 65(3), 34-49
- Bullón, G. (2007).*Gestión de Calidad en los Centros De gestión públicas*: Madrid. Narcea
- Buttle, F. (1996). SERVQUAL: review, critique, research agenda. *European Journalk of Marketing*, 30(1), 8-32
- Caballero, P., y Gento, L. (2003).*Satisfacción de los usuarios con el Servicio de Biblioteca-A Medida de la Biblioteca Pública de Performan-ce?* "In Library Quaterly
- Caetano Alvés, G. N. (2003). *Marketing en los servicios de servicios: modelos de percepción de calidad*. Madrid: Tesis Doctoral - Complutense de Madrid.

- Carilli, P. (2000). *La Servicios Superior*. México: Prentice Hall
- Castillo, M. (2005), E. *Marketing de servicios. Profesor de la universidad del BÍO-BÍO de Chile*.
- Castro, P. (2010). Adapting the SERVQUAL Scale to Hospital Services An Empirical Investlgatlon. 26(6), 767-786
- Cifuentes, M. (2012). *Satisfacción laboral en enfermería en una Institución de salud de cuarto nivel de atención*. Tesis. Programa de Maestría en Enfermería. Universidad Nacional de Colombia, Bogotá
- Colunga, W. (2005). *La Evaluación como aporte a la calidad de la servicios*” Buenos Aires: Editorial Kapeluz
- Cronin, J., y Taylor, S. (1992). Measuring service quality: A re-examination and extension. *Journal of Marketing*
- D’Elia y S.Walsh (2004). *Currículo Universitario basado en Competencia*. Argentina: Kapeluz
- Druker, P. (1990). *Guía temática de política*. Colombia: Edición Original.
- Dutra, M., y Oliveira, J. (2009). *Administración general*. Un enfoque de la gestión empresarial. Lima: Mantaro
- Egido y Haug, (2006). *La satisfacción del Asegurado*. En la nueva revisión de Biblioteconomía De la atención.
- Farfán Machaco Yheni. *La fiabilidad Editorial moderna, Cusco - Perú, 2007*.
- Flores, T. (2006). *Calidad Total y Productividad*, (2º edición). Editorial Mc Graw Hill
- Freitas, A., Rodrigues, C. (2007). *Administración de recursos humanos*. Revista de “Servicios y Cultura “de la sección.
- Gallegos, L. (2004). *Conjunto de acciones de planeamiento, organización, dirección, control y evaluación necesarios para una conducción eficaz de la labor educativa*. Barcelona: Paidos
- Garcés, P. (2004). *Grado de satisfacción de los usuarios con los servicios prestados por la Biblioteca Gerner de Roznava, P. Dobsinsky "en Kniznice un Informacie*
- García, J. (2005). *Patron satisfacción a cualquier precio*. Un estudio de casodepréstamo interbibliotecarioen2 USbibliotecas de investigación”.EnJournal ofLibraryAdministration

- Grönroos, G. (2004). *Administración de la Servicios. Visión del planeamiento estratégico*. En <http://www.monografias.com/trabajos25/administracion-centro-de-gestion-publica/administracion-centro-de-gestion-publica.shtml#defin>. Tomado el 8 de agosto del 2012 hora: 12:15 Pm Pág. 08
- Hair et al, (2009). *Gestión Educativa*. Fondo Editorial FACHSE. Univ. Pedro Ruíz Gallo. Chiclayo
- Harrington, (2004). *Reclutamiento y selección de Recursos humanos en* <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/rrhh1/admonrrhh1ari.htm> tomado el 30 de julio del 2012 hora: 9:19 Pm
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: McGrawHill
- Imai, P. (2008). *Evaluación de la satisfacción de la atención de los asegurados de la licenciatura en didáctica del francés*. México D.F.: RED
- ISO T. (2005). *Sistemas de gestión de la calidad - Fundamentos y vocabulario*. Ginebra: Secretaría Central de ISO
- Jiménez H. Terriquez F. y Robles, M. (2011). *Evaluación de la satisfacción de la atención de los asegurados*. Nayarit: UAN
- Juran, J. (2007). *Teoría y diseño organizacional*. Sexta Edición. México: Thomson Editores
- Karl, H. (2001). *Service Quality in Higher Education - Case study: Measuring service quality of Islamic Azad University, Firoozkooh branch*. *Interdisciplinary Journal of Research in Business*
- Kotler, P. (1999). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control* (Novena ed.). Englewood Cliffs NJ: Prentice-Hall Inc
- Larrea, L. (2001). *Administración y Gerencia en* <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/rrhh/relacioneshumanas1.htm> tomado el 2 de Julio 2015. Hora 1:30 a.m
- Levitt, P. (1972). en <http://www.degerencia.com/articulo/efectividad-y-liderazgo> Recuperado el 22 de 07 del 2010.hora 10.30 p.m
- Llorens, F. J., y Fuentes, M. M. (1995). *Calidad versus satisfacción: una evaluación de independencia, mediante un análisis factorial confirmatorio*. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*

- López M. (1996). *Los cambios en la perspectiva etnometodológica*. Editorial Cooperativa. Editorial Magisterio
- Marín T. (2006). *Modelos de satisfacción de los usuarios: comprender usuarios falsos positivos que son felices con malas búsquedas en línea, ensayo bibliográfico*, en RQ, 1993, 32, p.525-539
- Meléndez, R., y Hidalgo, P. (2013). *Calidad percibida de la atención de enfermería y su relación con la satisfacción de los pacientes hospitalizados en el INCOR Jesús María – 2013*. Tesis de Maestría. Universidad San Martín de Porres.
- Mite, K. (2012). *Plan estratégico para mejorar la calidad de servicio del departamento de orientación y bienestar estudiantil de la Unidad Educativa "Liceo Cristiano" de Guayaquil, período 2007 – 2011*. Tesis de maestría. Universidad Estatal de Bolívar
- Muller, E. (2009). *Administración una perspectiva global*, Editorial Mc Graw-Hill.
- Oliver, R. L. (2006). Customer satisfaction research. En R. Grover, & M. Vriens, *The Handbook of Marketing Research: Uses, Misuses, and Future Advances* (pág. Chapter 27). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications
- Pael, F. (2001). *CRM como herramienta para la e-Institución educativa*. [Página Web en línea]. Disponible: <http://www.netmedia.info/netmedia/articulos>. (Consulta Abril 18, 2006)
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., y Berry, L. (1988). SERVQUAL- A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1),
- Payano, Y. (2007). *Satisfacción del usuario y el servicio de préstamo interbibliotecario: un estudio en Louisiana State University* "en RQ, Otoño.
- Peláez, P. (2010). *Relación entre el Clima Organizacional y la Satisfacción del Cliente en una empresa de servicios telefónicos*. Tesis de maestría. Universidad Nacional del Santa.
- Ponce y Gómez (2011). *Satisfacción laboral y calidad de atención de enfermería en una unidad médica de alta especialidad*. Tesis. Maestría en Enfermería. Escuela Nacional de Enfermería y Obstetricia, UNAM. México.

- Revista ABB (2009) *Making reliability sustainable Barry Kleine* ("El cambio del paradigma de fiabilidad") Nueva Zelanda.
- Roldan, P., Balbuena, J., y Muñoz, H. (2010). *Calidad de servicio y lealtad de compra del consumidor en supermercados limeños*. Tesis de Maestría. Universidad Cesar Vallejo. Lima Perú.
- Shaw, D. (2007). *Gestión Educativa* Tomo I 1º Edición. Edit. IDH Instituto de Desarrollo Humano Pag.24
- Shekarchizadeh, A., Rashi, A., y Hon-Tat, H. (2011). SERVQUAL in Malaysian universitONP: perspectives of international students. *Business Process Management, 17*(1)
- Soto, P. (2009). *El Equipo Directivo*. Caracas Venezuela. Laboratorio De gestión pública;
- Stoner, J.(2006). *La investigación científica: Su estrategia y filosofía*. México: Siglo XXI Editores
- Tejedor, K. (2002). *satisfacción De la atención: experiencia en Leicester* "revisión de Nueva De la atención Librarianship
- Tureta, R.,y Oliveira, B. (2007). *Instituciones públicas Competitivas. Una estrategia de cambio para el éxito* .México: Editorial McGraw Hill
- Tumba, M., y Terrones, D. (2014). *Gestión administrativa y la satisfacción del cliente en el área de créditos del BCP – Lima*. Tesis de maestría. Universidad Nacional Federico Villarreal.
- Uceda, L. (2013). *Influencia entre el nivel de satisfacción laboral y el nivel de satisfacción del cliente externo en las pollerías del distrito de la Victoria en la ciudad de Chiclayo*. Tesis de maestría. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.
- William, M. (2002). *Exposición en el Congreso de la Republica*. Nieto, A. (2008). El desgobierno de lo público. Ariel
- Zas, B. (2002). *La satisfacción como indicador de excelencia en la calidad de los servicios de salud*. Publicado en la revista electrónica psicología científica en el 2002. <http://psicologiacientifica.com>. Consultada en febrero de 2010
- Zeithaml, (2007). *One more time: How do you motivate employees?* Harvard businessreview.

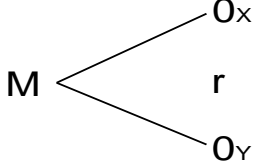
Zeithaml Valarie A. y Bitner Jo. *Marketing de servicio. II Edición, Editorial, Fic Graw-Hill Interamericana 2002.*

## **ANEXOS**

## ANEXO MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	DIMENSIONES E INDICADORES																																	
<p><b>Problema General</b> ¿Qué relación existe entre la calidad del servicio y la satisfacción de los asegurados en la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014?</p> <p><b>Problemas específicos</b></p> <p><b>1</b> ¿Qué relación existe entre los elementos tangibles de calidad de servicio y la satisfacción del asegurado en la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014?</p> <p><b>2</b> ¿Qué relación existe entre la fiabilidad de calidad de servicio y la satisfacción del asegurado en la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014?</p> <p><b>3</b> ¿Qué relación existe entre la capacidad de respuesta de calidad de servicio y la satisfacción del asegurado, en la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014?</p> <p><b>4</b> ¿Qué relación existe entre la seguridad de calidad de servicio y la satisfacción del asegurado en la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014?</p> <p><b>5</b> ¿Qué relación existe entre la empatía de calidad de servicio y la satisfacción del asegurado en la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014?</p>	<p><b>Objetivo general</b> Determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción de los asegurados en la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014.</p> <p><b>Objetivos específicos</b></p> <p><b>1</b> Determinar la relación entre los elementos tangibles de calidad de servicio y la satisfacción del asegurado en la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014.</p> <p><b>2</b> Determinar la relación entre la fiabilidad de calidad de servicio y la satisfacción del asegurado en la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014.</p> <p><b>3</b> Determinar la relación entre la capacidad de respuesta de calidad de servicio y la satisfacción del asegurado, en la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014.</p> <p><b>4</b> Determinar la relación entre la seguridad de calidad de servicio y la satisfacción del asegurado en la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014.</p> <p><b>5</b> Determinar la relación entre la empatía de calidad de servicio y la satisfacción del asegurado en la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014.</p>	<p><b>Hipótesis principal</b> Existe relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción de los asegurados en la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014.</p> <p><b>Hipótesis específicos</b></p> <p><b>1</b> Existe relación significativa entre los elementos tangibles de calidad de servicio y la satisfacción del asegurado en la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014.</p> <p><b>2</b> Existe relación significativa entre la fiabilidad de calidad de servicio y la satisfacción del asegurado en la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014.</p> <p><b>3</b> Existe relación significativa entre la capacidad de respuesta de calidad de servicio y la satisfacción del asegurado, en la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014.</p> <p><b>4</b> Existe relación significativa entre la seguridad de calidad de servicio y la satisfacción del asegurado en la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014.</p> <p><b>5</b> Existe relación significativa entre la empatía de calidad de servicio y la satisfacción del asegurado en la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014.</p>	<p><b>Variable 1: Calidad de servicio</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Dimensiones</th> <th>Indicadores</th> <th>Ítems</th> <th>Escala</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Elementos tangibles</td> <td>1. Atracción visual de instalaciones físicas. 2. Apariencia de equipos. 3. Apariencia o aspecto del personal. 4. Materiales asociados al servicio.</td> <td>E1, E2, E3, E4 P1, P2, P3, P4</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Fiabilidad</td> <td>5. Cumplir lo prometido. 6. Sincero interés en resolver problemas. 7. Realizar buen servicio desde la primera vez. 8. Brindar el servicio en tiempo prometido. 9. Servicio sin errores.</td> <td>E5, E6, E7, E8, E9 P5, P6, P7, P8 P9</td> <td rowspan="5">Escala de calificación: 1,2,3,4,5,6,7 1= extremadamente malo 2= muy malo 3= malo 4= regular 5= bueno 6= muy bueno 7= extremadamente bueno</td> </tr> <tr> <td>Capacidad de respuesta</td> <td>10. Cumplir plazos prometidos. 11. Prontitud en el servicio. 12. Disponibilidad para ayudar siempre. 13. Disposición para aclarar dudas.</td> <td>E10, E11, E12 E13 P10, P11, P12 P13</td> </tr> <tr> <td>Seguridad</td> <td>14. Inspirar confianza. 15. Inspirar seguridad. 16. Cortesía. 17. Conocimiento para responder preguntas.</td> <td>E14, E15, E16 E17 P14, P15, P16 P17</td> </tr> <tr> <td>Empatía</td> <td>18. Horarios convenientes. 19. Atención personalizada. 20. Enfocados en el servicio. 21. Interés y preocupación genuina. 22. El personal entiende las necesidades.</td> <td>E18, E19, E20 E21, E22 P18, P19, P20 P21, P22</td> </tr> </tbody> </table> <p><b>Variable 2: Satisfacción del asegurado</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Dimensiones</th> <th>Indicadores</th> <th>Ítems</th> <th>Rangos</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Satisfacción</td> <td><math>E - P = 0</math> <math>E - P &gt; 0</math></td> <td>E1, P1, ... E22, P22 E1, P1, ... E22, P22</td> <td>De 0 a +6</td> </tr> <tr> <td>Insatisfacción</td> <td><math>E - P &lt; 0</math></td> <td>E1, P1, ... E22, P22</td> <td>De -6 a -1</td> </tr> </tbody> </table>	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala	Elementos tangibles	1. Atracción visual de instalaciones físicas. 2. Apariencia de equipos. 3. Apariencia o aspecto del personal. 4. Materiales asociados al servicio.	E1, E2, E3, E4 P1, P2, P3, P4		Fiabilidad	5. Cumplir lo prometido. 6. Sincero interés en resolver problemas. 7. Realizar buen servicio desde la primera vez. 8. Brindar el servicio en tiempo prometido. 9. Servicio sin errores.	E5, E6, E7, E8, E9 P5, P6, P7, P8 P9	Escala de calificación: 1,2,3,4,5,6,7 1= extremadamente malo 2= muy malo 3= malo 4= regular 5= bueno 6= muy bueno 7= extremadamente bueno	Capacidad de respuesta	10. Cumplir plazos prometidos. 11. Prontitud en el servicio. 12. Disponibilidad para ayudar siempre. 13. Disposición para aclarar dudas.	E10, E11, E12 E13 P10, P11, P12 P13	Seguridad	14. Inspirar confianza. 15. Inspirar seguridad. 16. Cortesía. 17. Conocimiento para responder preguntas.	E14, E15, E16 E17 P14, P15, P16 P17	Empatía	18. Horarios convenientes. 19. Atención personalizada. 20. Enfocados en el servicio. 21. Interés y preocupación genuina. 22. El personal entiende las necesidades.	E18, E19, E20 E21, E22 P18, P19, P20 P21, P22	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Rangos	Satisfacción	$E - P = 0$ $E - P > 0$	E1, P1, ... E22, P22 E1, P1, ... E22, P22	De 0 a +6	Insatisfacción	$E - P < 0$	E1, P1, ... E22, P22	De -6 a -1
Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala																																	
Elementos tangibles	1. Atracción visual de instalaciones físicas. 2. Apariencia de equipos. 3. Apariencia o aspecto del personal. 4. Materiales asociados al servicio.	E1, E2, E3, E4 P1, P2, P3, P4																																		
Fiabilidad	5. Cumplir lo prometido. 6. Sincero interés en resolver problemas. 7. Realizar buen servicio desde la primera vez. 8. Brindar el servicio en tiempo prometido. 9. Servicio sin errores.	E5, E6, E7, E8, E9 P5, P6, P7, P8 P9	Escala de calificación: 1,2,3,4,5,6,7 1= extremadamente malo 2= muy malo 3= malo 4= regular 5= bueno 6= muy bueno 7= extremadamente bueno																																	
Capacidad de respuesta	10. Cumplir plazos prometidos. 11. Prontitud en el servicio. 12. Disponibilidad para ayudar siempre. 13. Disposición para aclarar dudas.	E10, E11, E12 E13 P10, P11, P12 P13																																		
Seguridad	14. Inspirar confianza. 15. Inspirar seguridad. 16. Cortesía. 17. Conocimiento para responder preguntas.	E14, E15, E16 E17 P14, P15, P16 P17																																		
Empatía	18. Horarios convenientes. 19. Atención personalizada. 20. Enfocados en el servicio. 21. Interés y preocupación genuina. 22. El personal entiende las necesidades.	E18, E19, E20 E21, E22 P18, P19, P20 P21, P22																																		
Dimensiones	Indicadores	Ítems		Rangos																																
Satisfacción	$E - P = 0$ $E - P > 0$	E1, P1, ... E22, P22 E1, P1, ... E22, P22	De 0 a +6																																	
Insatisfacción	$E - P < 0$	E1, P1, ... E22, P22	De -6 a -1																																	



TIPO Y DISEÑO	POBLACION Y MUESTRA	TECNICAS E INSTRUMENTOS	ESTADISTICA DE ANALISIS
<p><b>Tipos de estudio</b> Investigación Sustantiva El presente estudio es una investigación sustantiva, como lo señala Sanchez y Reyes (2015, p 45), trata de responder a los problemas teóricos o sustantivos, está orientada a describir, explicar, predecir o retrodecir la realidad con lo cual se va en búsqueda de principios y leyes generales que permita organizar una teoría científica. Siguiendo los aportes de Hernández et al (2010) la presente investigación es tipo descriptivo – correlacional.</p> <p><b>Diseño</b> Este estudio tiene un diseño no experimental, transversal o transaccional y correlacional. En concordancia con Hernández et al, (2015, p. 213), el diseño es no experimental porque se realizó sin la manipulación deliberada de las variables y sólo se observó los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos; transversal o transaccional porque recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.</p> <p>El diseño se resume en el siguiente gráfico:</p>  <p>Dónde: M = Es la muestra de estudio. O = Las observaciones en cada una de las dos variables. X = Variable 1 = Calidad de servicio. Y = Variable 2 = Satisfacción del asegurado r = Coeficiente de Correlación</p>	<p>La población estuvo constituida por 416 asegurados de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, correspondiente al primer semestre del año de 2015. La unidad de análisis fue el asegurado</p> <p><b>Muestra</b> La muestra para éste estudio fue extraída de la población de asegurados de la oficina de normalización previsional de Lima centro correspondiente al primer semestre del 2015. Se aplicó un muestreo probabilístico simple. Para calcular la muestra se aplicó la fórmula para variables cualitativas y poblaciones finitas:</p> $n = \frac{Z^2pqN}{e^2(N - 1) + Z^2pq}$ <p>Después del cálculo correspondiente, tuvimos una muestra constituida por 201 usuarios que fueron extraídos de los asegurados de la oficina de normalización previsional centro de atención Lima Centro, correspondiente al primer semestre 2015. Para extraer la muestra se hizo un listado y se asignó un número a cada asegurado de la población, luego se seleccionó a los sujetos de la muestra aleatoriamente a través del programa computacional SPSS</p>	<p><b>Técnica: Encuesta</b> Se realizó una encuesta de forma individual a 201 asegurados de la oficina de normalización previsional centro de atención Lima Centro, seleccionados por muestreo probabilístico simple para explorar la calidad de servicio percibida por los asegurados y la satisfacción de los mismos.</p> <p><b>Instrumento:</b> El instrumento se elaboró tomando como base el cuestionario multidimensional SERVQUAL, usado por aproximadamente tres décadas para medir calidad de servicio en empresas prestadoras de servicios, con un alto nivel de confiabilidad y validez, creado por Parasuraman, Zeithaml, y Berry en 1988. El cuestionario consta de dos secciones: la primera para explorar expectativas y la segunda para explorar percepciones de calidad de servicio. Cada sección tiene 22 enunciados, dividida en cinco dimensiones: Aspectos tangibles (4 ítems), fiabilidad (5 ítems), capacidad de respuesta (4 ítems), seguridad (4 ítems) y empatía (5 ítems).</p>	<p>Para poder encontrar los resultados estadísticos, se utilizó, Spearman que es para hallar las correlaciones entre las variables, ya que por tratarse de dos variables cualitativas ordinales, era necesario utilizar este estadístico.</p> <p>Se elaboró la introducción de los datos de cada uno de los instrumento en la “matriz de base de datos”, se procesó y analizó la información de manera automática utilizando, además del software señalado anteriormente, una computadora de última generación. Prueba de correlación. La prueba de correlación se determina mediante el coeficiente de correlación de rho de Spearman. El estadístico <math>\rho</math> viene dado por la expresión:</p> $\rho = 1 - \frac{6 \sum D^2}{N(N^2 - 1)}$ <p>Donde D es la diferencia entre los correspondientes estadísticos de orden de x - y. N es el número de parejas, esto a razón del objetivo e hipótesis de investigación que busca determinar la relación entre dos variables.</p> <p><b>Nivel de significación</b> Para los cálculos estadísticos a partir de los datos de las muestras se ha utilizado un nivel de significación de 0,05.</p> <p>Se hizo uso del Software estadístico SPSS en su versión 21, con la finalidad de analizar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de la atención de los asegurados de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014.</p>

## OPERACIONALIZACION DE LA VARIABLE. CALIDAD DE SERVICIO

Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala	Nivel y Rango
La calidad de un producto o servicio es satisfactoria cuando responde a las necesidades del usuario, es decir, es lo que esperaba o más de lo que esperaba el usuario. Calidad es un término subjetivo para el cual cada persona tiene su propia definición, le da dos significados desde una perspectiva técnica: por un lado señala que: "es la totalidad de las características de un producto o servicio que determinan su capacidad para satisfacer necesidades establecidas o implícitas", y por otro como "un producto o un servicio libre de deficiencias (ASQ, 2007, p. 76)	En el presente estudio, se menciona la calidad de servicio, la cual es importante en la presente investigación, es una variable de naturaleza cualitativa, multidimensional con cinco dimensiones (elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía).	Elementos tangibles	Atracción visual de instalaciones físicas	E1, P1	Escala de calificación: 1,2,3,4,5,6,7 1= extremadamente malo 2= muy malo 3= malo 4= regular 5= bueno 6= muy bueno 7= extremadamente bueno	
			Apariencia de equipos	E2, P2		
			Apariencia o aspecto del personal	E3, P3		
			Materiales asociados al servicio	E4, P4		
		Fiabilidad	Cumplir lo prometido	E5, P5		
			Sincero interés en resolver problemas	E6, P6		
			Realizar buen servicio desde la primera vez	E7, P7		
			Brindar el servicio en tiempo prometido	E8, P8		
			Servicio sin errores	E9, P9		
		Capacidad de respuesta	Cumplir plazos prometidos	E10, P10		
			Prontitud en el servicio	E11, P11		
			Disponibilidad para ayudar siempre.	E12, P12		
			Disposición para aclarar dudas	E13, P13		
		Seguridad	Inspirar confianza	E14, P14		
			Inspirar seguridad	E15, P15		
			Cortesía	E16, P16		
			Conocimiento para responder pregunta	E17, P17		
		Empatía	Horarios convenientes	E18, P18		
			Atención personalizada	E19, P19		
			Enfocados en el servicio	E20, P20		
			Interés y preocupación genuina	E21, P21		
			El personal entiende las necesidades	E22, P22		

## OPERACIONALIZACION DE LA VARIABLE: SATISFACCION DEL ASEGURADO

Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Rangos
Jiménez, Terriquez y Robles (2011), para la investigación la satisfacción de la atención de los asegurados es uno de los indicadores más importantes para medir la valoración de la calidad de los servicios. Sus opiniones y percepciones son influenciadas por expectativas, necesidades y por diversos factores, que sirven como indicador de mejoramiento de la gestión, de su eficacia y el desarrollo de los programas académicos en las cuales realizan su crecimiento profesional adicionado al tipo y calidad de servicio que reciben. La satisfacción está ligada a las expectativas iniciales de una persona, más específicamente, las expectativas individuales son confirmadas cuando el servicio se comporta de la manera esperada, o bien cuando las expectativas iniciales son positivamente confirmadas porque el servicio funciona mejor de lo que se esperaba.	Es una variable cualitativa, multidimensional, de medición indirecta. Basado en el paradigma de la confirmación / Desconfirmación de las expectativas: 1. Confirmación: El desempeño del servicio cumple con las expectativas. Lo que el usuario pensaba que el servicio haría, realmente lo hace. Tanto en el cumplimiento de una alta, como una baja performance esperada. 2. Desconfirmación positiva: El desempeño del servicio supera las expectativas y, en consecuencia, se produce una Desconfirmación placentera de las expectativas que se tenían inicialmente. Es posible que ello ocurra porque las expectativas fuesen muy bajas o porque el desempeño real del servicio sea excepcionalmente alto. 3. Desconfirmación negativa: El desempeño del servicio cae por debajo de las expectativas. Puede tener un desempeño peor del que se esperaba. Es la situación que causa una más baja satisfacción de los usuarios.	Satisfacción	$E - P = 0$	E1, P1, ... E22, P22	De 0 a +6
			$E - P > 0$	E1, P1, ... E22, P22	
		Insatisfacción	$E - P < 0$	E1, P1, ... E22, P22	De -6 a -1

### EXPECTATIVAS

Estimado asegurado:

Califique entre 1 a 7 a cada una de las siguientes preguntas relacionadas con el servicio que usted recibe en la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro.

- 1) Extremadamente malo    2) muy malo    3) malo    4) regular    5) bueno    6) muy bueno  
7) extremadamente bueno.

E1	Que la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014 debería poseer instalaciones físicas modernas, cómodas, limpias, agradables y atractivas.	1	2	3	4	5	6	7
E2	Que la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014 debería tener equipos modernos y actualizados de acuerdo a los servicios que brinda.	1	2	3	4	5	6	7
E3	Que el personal profesional y administrativo de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014 deben caracterizarse por estar bien vestidos, limpios y aseados de acuerdo a su posición o cargo.	1	2	3	4	5	6	7
E4	Que los materiales asociados con los servicios que brinde la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014 deben ser actualizados, confiables y de buena apariencia.	1	2	3	4	5	6	7
E5	Que cuando la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014 promete hacer algo planificado, lo haga en el tiempo prometido.	1	2	3	4	5	6	7
E6	Que cuando un asegurado tiene un problema, la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014 debe mostrar interés sincero en solucionarlo.	1	2	3	4	5	6	7
E7	Que el personal de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014 brinde un buen servicio desde la primera vez y mantenga éste accionar evitando cometer errores.	1	2	3	4	5	6	7
E8	Que el personal de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014 concluya el servicio en el tiempo prometido.	1	2	3	4	5	6	7
E9	Que el personal de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014 procure mantener el servicio exento de errores.	1	2	3	4	5	6	7
E10	Que los funcionarios y servidores de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014 prometan a sus asegurados, brindarles servicios en plazos que ellos son capaces de cumplir.	1	2	3	4	5	6	7
E11	Que los funcionarios y servidores de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014, estén dispuestos y disponibles durante la entrega del servicio.	1	2	3	4	5	6	7
E12	Que los funcionarios y servidores de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014 siempre tengan voluntad sincera en ayudar a sus usuarios.	1	2	3	4	5	6	7
E13	Que los empleados (funcionarios) de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014 siempre estén dispuestos para aclarar dudas de sus usuarios.	1	2	3	4	5	6	7
E14	Que el comportamiento de los funcionarios y servidores de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014 debe inspirar confianza en los asegurados.	1	2	3	4	5	6	7
E15	Que los asegurados de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014 se sientan seguros en sus gestiones y/o transacciones en la institución.	1	2	3	4	5	6	7
E16	Que los funcionarios y servidores de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014 deben tratar con cortesía a los asegurados.	1	2	3	4	5	6	7
E17	Que los funcionarios y servidores de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014 precisan tener información y conocimientos necesarios para responder las preguntas de los asegurados.	1	2	3	4	5	6	7
E18	Que la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014 deba ofrecer horarios de funcionamiento convenientes para todos sus asegurados.	1	2	3	4	5	6	7
E19	Que la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014 precisa tener funcionarios y servidores que brinden atención personalizada a sus usuarios cuando sea requerida.	1	2	3	4	5	6	7
E20	Que la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014 deba esmerarse en brindar el mejor servicio a sus asegurados.	1	2	3	4	5	6	7
E21	Que la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014 entienda las necesidades específicas de sus asegurados.	1	2	3	4	5	6	7
E22	Que la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014 muestre interés en los asegurados y los tomen en cuenta en las decisiones, actividades y proyectos de la institución.	1	2	3	4	5	6	7

## PERCEPCIONES

Estimado asegurado:

Califique entre 1 a 7 a cada una de las siguientes preguntas relacionadas con el servicio que usted recibe en la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro.

1) Extremadamente malo    2) muy malo        3) malo                    4) regular                5) bueno                6) muy bueno  
7) extremadamente bueno.

P1	La Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014 posee instalaciones físicas modernas, cómodas, limpias, agradables y atractivas	1	2	3	4	5	6	7
P2	La Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014 tiene equipamiento moderno y actualizado de acuerdo a los servicios que brinda.	1	2	3	4	5	6	7
P3	El personal profesional y administrativo de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014 se caracterizan por estar bien vestidos, limpios y aseados de acuerdo a su posición o cargo.	1	2	3	4	5	6	7
P4	Los materiales asociados con los servicios que brinda la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014 son actualizados, confiables y de buena apariencia	1	2	3	4	5	6	7
P5	Cuándo la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014 promete hacer algo planificado, lo hace en el tiempo prometido.	1	2	3	4	5	6	7
P6	Cuándo un asegurado tiene un problema, la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014 muestra un interés sincero en solucionarlo.	1	2	3	4	5	6	7
P7	El personal de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014 brinda buen servicio desde la primera vez y mantiene éste accionar evitando cometer errores.	1	2	3	4	5	6	7
P8	El personal de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014 concluye el servicio en el tiempo prometido.	1	2	3	4	5	6	7
P9	El personal de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014 procura mantener el servicio exento de errores.	1	2	3	4	5	6	7
P10	Los funcionarios y servidores de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014 prometen a sus asegurados, brindarles servicios en plazos que ellos son capaces de cumplir.	1	2	3	4	5	6	7
P11	Los funcionarios y servidores de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014 están dispuestos y disponibles durante la entrega del servicio.	1	2	3	4	5	6	7
P12	Los funcionarios y servidores de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014 siempre tienen voluntad sincera en ayudar a los usuarios.	1	2	3	4	5	6	7
P13	Los empleados (funcionarios) de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014 siempre están dispuestos para aclarar dudas de los usuarios.	1	2	3	4	5	6	7
P14	El comportamiento de los funcionarios y servidores de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014 inspiran confianza en los asegurados.	1	2	3	4	5	6	7
P15	Los asegurados de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014 se sienten seguros en sus gestiones y/o trámites en la institución.	1	2	3	4	5	6	7
P16	Los funcionarios y servidores de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014 tratan con cortesía a los asegurados.	1	2	3	4	5	6	7
P17	Los funcionarios y servidores de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014 tienen los conocimientos necesarios para responder a las preguntas de los asegurados.	1	2	3	4	5	6	7
P18	La Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014 tiene horarios de funcionamiento convenientes para sus asegurados.	1	2	3	4	5	6	7
P19	La Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014 tiene funcionarios y servidores que dan atención individualizada a cada alumno cuando es requerida.	1	2	3	4	5	6	7
P20	La Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014 está enfocada en brindar el mejor servicio a sus asegurados.	1	2	3	4	5	6	7
P21	La Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014 entiende las necesidades específicas de sus asegurados.	1	2	3	4	5	6	7
P22	La Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014 muestra interés en los asegurados y los toma en cuenta en las decisiones, actividades y proyectos de la institución.	1	2	3	4	5	6	7

PERCEPCIONES DE LA SATISFACCION DE LA ATENCION																												
N°	ELEMENTOS TANGIBLES					FIABILIDAD					CAPACIDAD DE RESPUESTA					SEGURIDAD					EMPATIA					TOTAL		
	P1	P2	P3	P4	ST	P5	P6	P7	P8	P9	ST	P10	P11	P12	P13	ST	P14	P15	P16	P17	ST	P18	P19	P20	P21		P22	ST
1	4	2	5	3	14	2	2	2	2	2	10	4	4	4	3	15	3	3	5	5	16	4	4	2	2	2	14	69
2	5	4	6	5	20	4	4	4	4	5	21	5	5	6	6	22	5	4	5	6	20	4	4	5	4	4	21	104
3	7	5	6	6	24	3	1	3	6	6	19	6	5	7	5	23	5	6	6	6	23	7	6	6	7	1	27	116
4	4	5	6	5	20	3	3	3	5	5	19	5	4	5	4	18	4	5	5	6	20	3	2	4	3	2	14	91
5	5	5	6	4	20	4	3	4	3	5	19	4	5	5	6	20	6	6	5	6	23	4	5	6	4	6	25	107
6	4	3	4	2	13	3	3	3	3	3	15	3	3	5	5	16	4	4	5	5	18	4	1	3	4	4	16	78
7	5	2	7	5	19	6	6	7	7	7	33	7	7	7	7	28	7	7	7	7	28	5	2	7	5	7	26	134
8	6	6	6	5	23	5	4	6	6	5	26	5	5	4	4	18	4	5	6	6	21	6	5	6	5	4	26	114
9	4	3	7	4	18	4	3	4	3	4	18	6	5	6	3	20	4	4	4	3	15	4	4	4	4	4	20	91
10	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	4	5	5	19	5	5	5	5	20	5	5	5	6	6	27	111
11	3	6	7	4	20	6	4	3	3	5	21	5	6	7	5	23	7	5	7	4	23	5	6	5	4	4	24	111
12	4	4	6	7	21	3	3	6	5	4	21	7	5	6	6	24	7	3	6	7	23	3	5	5	5	4	22	111
13	6	6	7	5	24	6	6	6	7	5	30	5	5	4	6	20	5	4	5	5	19	5	5	5	5	5	25	118
14	3	7	5	3	18	4	3	2	4	3	16	5	4	3	5	17	4	4	6	7	21	6	4	5	4	3	22	94
15	5	5	6	3	19	6	6	6	6	4	28	3	6	6	5	20	5	5	5	5	20	2	5	5	5	5	22	109
16	6	6	4	3	19	6	6	6	6	6	30	5	5	5	5	20	6	6	6	4	22	6	6	6	6	6	30	121
17	5	5	6	5	21	5	5	6	5	5	26	6	6	6	5	23	6	6	5	6	23	6	5	6	5	6	28	121
18	4	5	6	6	21	6	6	4	6	4	26	5	6	5	5	21	4	4	6	6	20	6	6	6	4	5	27	115
19	6	6	4	6	22	6	6	5	5	5	27	4	5	5	5	19	6	5	3	6	20	6	6	5	4	3	24	112
20	6	6	6	7	25	6	3	4	3	3	19	5	5	5	5	20	6	5	5	6	22	4	6	5	3	5	23	109
21	6	4	7	6	23	6	4	6	7	7	30	7	6	6	6	25	6	6	7	6	25	6	6	4	3	3	22	125
22	5	3	6	6	20	3	5	6	7	6	27	6	5	6	6	23	6	5	6	7	24	3	6	6	5	5	25	119
23	5	6	6	4	21	3	2	4	4	5	18	6	6	6	6	24	5	5	7	7	24	4	5	6	6	5	26	113
24	6	4	7	6	23	4	5	4	4	5	22	3	5	4	3	15	6	4	5	5	20	1	4	4	3	3	15	95
25	5	5	7	6	23	4	6	6	5	6	27	7	7	7	7	28	7	7	7	7	28	4	7	6	6	5	28	134
26	5	6	6	6	23	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	30	131
27	3	3	6	3	15	3	4	4	3	3	17	4	5	6	6	21	6	6	5	6	23	5	5	5	4	4	23	99
28	3	2	7	3	15	1	1	1	1	3	7	2	4	3	2	11	4	1	3	5	13	5	6	5	3	4	23	69
29	7	3	3	5	18	4	5	6	6	5	26	5	6	6	6	23	5	7	7	7	26	5	5	7	5	6	28	121
30	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24	6	6	6	6	24	6	6	5	5	5	27	129
31	5	5	5	5	20	5	6	4	5	6	26	6	6	6	6	24	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	30	124
32	5	4	4	5	18	5	6	3	4	3	21	4	5	6	4	19	4	4	6	7	21	7	5	4	4	6	26	105
33	7	6	7	7	27	1	7	7	1	2	18	7	7	7	5	26	7	7	6	7	27	6	7	7	6	7	33	131
34	5	5	5	3	18	5	5	3	3	3	19	4	3	3	4	14	3	3	4	2	12	3	4	5	5	5	22	85
35	4	4	5	5	18	3	4	3	2	4	16	4	4	4	4	16	3	4	4	5	16	5	4	5	4	6	24	90
36	5	3	7	3	18	5	5	5	5	5	25	7	7	4	6	24	4	6	6	5	21	5	5	6	3	4	23	111
37	4	4	7	5	20	4	4	5	3	5	21	5	3	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	93
38	4	5	5	4	18	4	4	4	4	5	21	4	4	4	5	17	6	4	6	6	22	5	5	5	5	3	23	101
39	4	4	5	5	18	3	3	4	4	4	18	5	5	5	6	21	4	3	3	5	15	5	4	4	5	5	23	95
40	6	6	5	6	23	2	1	3	5	2	13	6	4	6	5	21	5	2	6	6	19	3	5	5	3	5	21	97
41	4	4	6	5	19	4	3	3	4	5	19	5	4	5	5	19	6	6	5	5	22	2	4	5	5	5	21	100
42	6	6	4	6	22	6	5	6	5	5	27	5	5	6	6	22	6	6	6	6	24	6	2	6	6	6	26	121
43	4	4	4	5	17	5	3	3	5	4	20	4	6	7	5	22	5	2	5	4	16	4	4	5	4	4	21	96
44	7	1	1	4	13	1	3	2	2	2	10	2	2	2	1	7	4	4	5	3	16	1	5	1	1	1	9	55
45	5	6	7	6	24	5	5	5	4	5	24	6	7	6	5	24	6	6	7	7	26	6	5	5	4	5	25	123
46	6	5	7	7	25	5	5	5	5	5	25	5	6	6	6	23	7	7	5	5	24	6	6	6	5	6	29	126
47	3	3	7	3	16	3	3	2	3	5	16	5	5	4	4	18	4	6	6	6	22	6	3	3	6	4	22	94
48	7	7	7	3	24	5	5	5	5	3	23	5	5	5	5	20	4	5	5	7	21	4	2	1	1	1	9	97
49	4	5	6	5	20	4	5	4	5	5	23	4	5	4	2	15	3	3	4	4	14	5	4	5	4	4	22	94
50	5	5	7	6	23	6	5	5	5	5	26	5	6	6	5	22	5	5	6	6	22	6	6	6	6	6	30	123
51	4	5	4	5	18	3	6	6	4	6	25	6	6	7	7	26	6	4	6	7	23	2	6	6	4	2	20	112
52	4	4	5	4	17	5	5	4	5	5	24	5	5	5	5	20	4	4	4	5	17	3	4	4	3	4	18	96
53	4	4	7	4	19	3	3	5	5	6	22	5	4	4	4	17	5	4	5	6	20	6	5	5	5	5	26	104
54	4	4	5	4	17	3	2	2	2	6	15	2	6	7	6	21	6	6	6	5	23	6	2	5	5	4	22	98
55	4	3	6	5	18	4	6	5	4	6	25	7	6	6	4	23	5	5	6	6	22	3	4	4	3	3	17	105
56	7	7	7	7	28	6	5	4	6	6	27	6	6	6	6	24	7	7	7	6	27	6	7	7	7	7	34	140
57	5	5	5	5	20	1	2	5	5	5	18	5	5	6	6	22	5	2	5	6	18	6	4	4	5	3	22	100
58	2	3	6	6	17	6	6	6	6	6	30	6	6	6	5	23	6	5	6	6	23	6	5	2	2	1	16	109
59	6	6	6	6	24	6	5	3	2	3	19	5	3	3	4	15	4	6	6	5	21	4	2	3	6	6	21	100
60	5	5	5	4	19	2	6	6	6	6	26	6	6	6	3	21	3	1	4	4	12	4	3	1	1	4	13	91
61	5	6	4	6	21	7	4	3	7	7	28	3	5	6	6	20	6	7	7	7	27	7	7	6	6	6	32	128
62	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15	4	5	4	4	17	4	3	3	3	13	3	3	3	3	3	15	72
63	4	5	4	4	17	4	5	4	4	5	22	5	5	5	5	20	6	5	5	5	21	5	4	5	5	4	23	103
64	5	5	5	4	19	6	6	5	6	6	29	6	5	6	6	23	6	6	5	5	22	5	5	5	5	5	25	118
65	7	6	6	5	24	6	6	3																				

71	5	5	4	5	19	4	6	4	5	5	24	3	4	5	4	16	4	3	4	4	15	3	5	3	4	4	19	93
72	4	5	5	5	19	5	4	5	6	5	25	5	5	6	6	22	7	7	7	5	26	5	6	5	6	7	29	121
73	1	3	5	5	14	1	1	1	2	5	10	3	3	3	1	10	1	1	1	2	5	2	2	1	1	1	7	46
74	3	3	2	2	10	1	1	1	2	3	8	1	1	4	3	9	3	2	4	3	12	4	5	3	3	3	18	57
75	4	2	4	4	14	1	2	2	2	1	8	1	1	1	1	4	2	2	1	2	7	3	2	2	1	2	10	43
76	6	6	6	6	24	3	4	4	6	6	23	6	6	6	5	23	6	4	6	6	22	6	4	6	4	5	25	117
77	5	6	7	6	24	7	7	7	6	7	34	5	6	4	5	20	3	1	2	5	11	4	5	6	5	6	26	115
78	3	2	4	3	12	2	2	2	2	3	11	5	4	4	4	17	1	1	4	4	10	1	5	4	4	2	16	66
79	4	6	6	6	22	4	1	4	2	2	13	4	1	2	2	9	4	1	4	4	13	2	1	4	4	3	14	71
80	4	4	6	6	20	3	3	5	5	3	19	4	4	4	3	15	6	5	6	6	23	6	5	6	5	4	26	103
81	2	2	2	2	8	2	2	2	2	5	13	3	2	2	2	9	3	3	2	5	13	4	3	4	3	4	18	61
82	4	5	5	6	20	5	5	6	6	5	27	6	5	6	6	23	7	5	5	6	23	4	5	6	6	7	28	121
83	2	3	3	3	11	3	2	3	3	3	14	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15	64
84	5	6	7	5	23	5	5	5	6	5	26	5	6	6	6	23	6	5	6	6	23	6	6	6	6	5	29	124
85	5	5	7	6	23	6	6	6	6	5	29	4	6	6	6	23	6	6	7	7	26	6	7	7	7	6	33	134
86	5	6	5	5	21	4	4	5	4	5	22	3	4	5	4	16	6	5	5	6	22	5	5	5	5	3	23	104
87	5	5	6	5	21	2	4	5	4	4	19	6	4	5	6	21	6	7	7	6	26	6	6	4	4	4	24	111
88	5	4	5	4	18	3	3	4	4	4	18	4	4	4	5	17	5	5	5	5	20	4	5	5	5	4	23	96
89	4	5	5	6	20	4	5	5	5	6	25	6	6	5	5	22	6	5	6	6	23	5	5	5	5	5	25	115
90	4	5	5	4	18	6	5	4	5	4	24	4	5	5	5	19	5	3	4	5	17	2	1	3	3	3	12	90
91	4	5	6	5	20	4	5	4	6	5	24	3	3	4	4	14	5	4	4	4	17	5	5	5	4	5	24	99
92	5	5	6	5	21	6	5	5	5	6	27	6	7	7	6	26	6	5	6	6	23	6	6	6	6	6	30	127
93	6	5	5	6	22	6	6	5	7	6	30	6	6	6	7	25	6	6	5	6	23	6	6	6	6	5	29	129
94	6	3	4	5	18	6	4	3	5	4	22	6	3	5	4	18	6	4	3	5	18	3	5	7	5	3	23	99
95	7	5	5	4	21	7	6	5	4	5	27	6	5	6	6	23	6	5	6	7	24	5	5	6	7	6	29	124
96	7	7	7	7	28	6	7	5	7	4	29	7	3	2	2	14	7	1	4	5	17	3	4	3	5	4	19	107
97	5	4	4	5	18	4	5	5	4	6	24	4	5	5	4	3	17	5	4	5	4	18	5	4	5	5	24	101
98	5	4	5	4	18	5	6	3	3	4	21	4	3	4	5	16	4	5	6	3	18	4	3	5	3	4	19	92
99	5	4	4	3	16	3	3	6	6	5	23	5	5	4	6	20	6	5	4	4	19	6	5	5	6	6	28	106
100	5	6	5	5	21	6	5	5	6	5	27	7	6	6	6	25	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	136
101	5	7	7	7	26	5	5	4	6	4	24	5	4	5	6	20	4	5	5	4	18	4	5	5	5	6	25	113
102	5	5	5	5	20	5	5	7	7	5	29	5	5	6	6	22	7	4	5	7	23	6	5	6	6	7	30	124
103	5	5	5	5	20	4	4	5	5	5	23	5	4	6	5	20	5	5	5	5	20	5	5	6	5	5	26	109
104	5	5	6	5	21	6	6	4	7	6	29	7	5	6	6	24	6	7	7	7	27	7	6	6	6	6	31	132
105	3	3	4	5	15	4	4	3	3	3	17	6	6	6	7	25	6	5	5	6	22	6	7	4	5	6	28	107
106	4	5	6	5	20	5	5	5	5	3	23	5	6	7	7	25	6	2	4	4	16	2	3	5	4	1	15	99
107	5	5	7	6	23	5	5	6	5	5	26	5	6	5	6	22	6	6	5	6	23	5	5	5	5	5	25	119
108	4	4	4	5	17	5	6	5	5	5	26	4	5	6	5	20	6	5	4	5	20	5	5	5	5	5	25	108
109	5	5	3	5	18	5	5	6	4	5	25	6	5	3	4	18	6	4	5	6	21	5	5	6	5	6	27	109
110	6	7	6	6	25	6	6	6	6	6	30	6	6	7	7	26	6	7	6	7	26	7	7	7	7	7	35	142
111	5	5	5	6	21	6	5	4	4	5	24	5	5	4	6	20	6	5	6	6	23	5	6	6	5	6	28	116
112	5	5	4	4	18	1	1	2	2	2	8	2	2	2	3	9	4	5	6	3	18	3	1	5	3	3	15	68
113	4	4	6	6	20	4	4	5	6	5	24	5	4	5	5	19	6	5	6	5	22	5	5	5	4	6	25	110
114	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	7	7	7	7	28	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	154
115	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	7	7	7	7	28	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	154
116	5	5	5	6	21	6	7	7	7	7	34	7	7	7	6	27	5	6	5	6	22	6	6	6	6	6	30	134
117	3	4	7	4	18	4	4	5	5	4	22	5	6	6	6	23	5	4	6	6	21	6	6	5	5	6	28	112
118	6	5	6	6	23	5	4	5	5	6	25	5	6	5	6	22	6	5	6	5	22	6	6	5	6	5	28	120
119	6	7	7	7	27	7	7	5	5	5	29	5	5	5	5	20	4	7	7	7	25	7	6	5	5	4	27	128
120	1	3	3	3	10	5	5	5	6	6	27	6	6	7	5	24	6	5	6	4	21	5	2	3	3	3	16	98
121	4	4	6	4	18	2	3	3	3	4	15	4	4	4	4	16	5	4	5	5	19	6	5	5	4	4	24	92
122	6	6	7	6	25	6	6	6	6	6	30	7	7	7	7	28	6	5	5	6	22	6	7	7	7	7	34	139
123	7	6	7	7	27	5	6	6	7	7	31	6	7	7	7	27	6	7	7	7	27	6	7	6	6	7	32	144
124	3	2	4	3	12	3	1	3	1	2	10	2	2	2	2	8	2	2	2	2	8	2	2	2	2	2	10	48
125	5	4	3	4	16	3	3	4	4	5	19	3	6	6	4	19	5	4	4	5	18	3	6	5	6	5	25	97
126	4	3	4	3	14	4	4	4	4	4	20	6	6	6	4	22	7	6	5	6	24	3	4	5	4	3	19	99
127	5	5	5	5	20	5	5	6	6	6	28	5	5	5	5	20	6	5	5	6	22	5	4	5	5	5	24	114
128	4	4	4	4	16	4	2	2	3	3	14	3	4	4	3	14	5	4	4	2	15	2	4	4	3	2	15	74
129	4	4	7	5	20	5	3	6	5	7	26	7	6	6	7	26	7	5	7	7	26	5	4	6	5	6	26	124
130	3	4	3	7	17	4	6	7	4	3	24	7	5	3	7	22	3	5	4	5	17	3	5	4	7	3	22	102
131	4	4	4	3	15	4	2	4	4	4	18	5	4	4	5	18	4	3	2	3	12	4	4	5	4	4	21	84
132	4	4	3	4	15	3	4	5	5	4	21	4	4	4	5	17	5	5	4	4	18	5	4	5	4	4	22	93
133	2	2	3	2	9	3	4	3	4	4	18	4	3	6	6	19	5	5	6	7	23	1	4	2	2	4	13	82
134	5	6	6	6	23	5	6	6	5	6	28	5	6	7	7	25	6	6	6	7	25	6	4	5	7	6	28	129
135	6	6	5	6	23	6	6	6	4	6	28	5	6	6	5	22	6	6	5	7	24	7	6	6	6	6	31	128
136	6	6	6	5	23	4	6	6	4	5	25	4	7	7	7	25	6	7	7	7	27	6	6	7				

146	4	4	7	7	22	7	7	4	5	5	28	5	4	6	6	21	6	4	4	4	18	7	7	7	7	35	124	
147	5	7	7	6	25	6	6	6	6	6	30	6	6	7	6	25	7	7	6	6	26	6	5	6	6	6	29	135
148	2	3	5	6	16	2	3	3	3	4	15	4	6	3	4	17	4	3	4	5	16	5	5	4	5	6	25	89
149	4	4	5	5	18	3	2	3	4	4	16	5	4	5	7	21	6	5	5	7	23	7	3	4	4	5	23	101
150	3	3	4	5	15	3	3	3	4	4	17	5	5	5	3	18	5	4	4	6	19	5	4	6	4	4	23	92
151	2	2	4	6	14	4	4	4	6	4	22	4	5	6	5	20	5	5	5	6	21	3	4	4	4	4	19	96
152	3	1	6	5	15	4	1	3	7	5	20	7	7	5	7	26	4	1	5	7	17	2	3	7	2	1	15	93
153	5	6	6	5	22	6	5	6	5	5	27	6	5	4	5	20	4	6	5	6	21	4	5	6	5	6	26	116
154	2	3	7	1	13	4	7	3	7	5	26	7	7	7	7	28	7	1	7	4	19	7	7	7	7	2	30	116
155	4	4	5	5	18	3	3	3	5	4	18	5	4	4	5	18	5	5	5	6	21	5	3	4	4	5	21	96
156	4	4	6	4	18	3	5	4	2	2	16	3	3	3	5	14	5	2	6	6	19	6	6	4	4	5	25	92
157	4	4	5	4	17	3	3	3	4	4	17	3	4	4	4	15	4	3	4	5	16	6	4	3	3	4	20	85
158	4	4	3	4	15	2	2	2	2	2	10	2	2	2	3	9	3	3	3	4	13	4	2	3	3	2	14	61
159	7	5	5	5	22	5	5	5	5	5	25	6	6	5	6	23	5	6	5	6	22	5	5	6	5	5	26	118
160	5	4	5	5	19	5	5	5	4	4	23	5	5	4	4	18	4	5	5	5	19	5	4	5	5	4	23	102
161	2	3	1	2	8	2	2	2	2	2	10	2	1	1	1	5	1	1	1	2	5	2	2	2	2	1	9	37
162	4	3	2	3	12	1	7	4	6	6	24	1	2	1	3	7	4	2	4	5	15	6	4	1	1	3	15	73
163	3	3	4	3	13	4	2	3	5	5	19	1	2	2	3	8	4	4	4	4	16	5	3	3	2	2	15	71
164	3	5	5	4	17	4	4	4	5	5	23	5	5	4	4	18	4	4	5	5	18	5	5	5	5	5	25	101
165	6	5	7	5	23	7	6	7	6	5	31	7	7	7	7	28	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	145
166	4	5	6	5	20	3	3	3	5	5	19	5	4	5	4	18	4	5	5	6	20	3	2	4	3	2	14	91
167	7	7	7	7	28	5	7	7	6	6	31	7	6	7	7	27	7	6	7	7	27	7	6	7	7	7	34	147
168	6	6	7	6	25	4	5	3	4	5	21	4	5	6	7	22	5	4	4	5	18	3	6	7	5	6	27	113
169	3	3	5	5	16	3	5	4	5	5	22	5	5	5	4	19	5	4	5	5	19	6	4	4	5	4	23	99
170	4	4	5	4	17	5	5	4	4	5	23	5	5	5	6	21	6	5	5	5	21	6	5	5	5	5	26	108
171	4	4	3	4	15	4	6	6	5	5	26	4	4	4	4	16	4	5	5	4	18	3	4	2	5	4	18	93
172	1	2	7	7	17	5	4	4	2	3	18	4	2	4	2	12	3	2	3	1	9	2	6	4	3	6	21	77
173	6	2	4	6	18	5	3	2	4	5	19	6	5	1	2	14	2	1	2	4	9	3	3	5	4	3	18	78
174	6	5	6	2	19	3	3	3	4	3	16	4	3	5	2	14	5	4	5	4	18	6	1	6	3	3	19	86
175	1	2	3	4	10	1	3	4	5	3	16	4	2	3	2	11	3	4	5	3	15	4	2	4	3	3	16	68
176	5	5	5	5	20	4	4	4	5	5	22	5	5	5	5	20	5	5	6	22	5	4	5	5	5	5	24	108
177	5	5	3	5	18	5	5	2	2	4	18	5	5	5	4	19	6	6	4	4	20	4	4	4	3	4	19	94
178	5	4	7	7	23	6	7	6	6	6	31	7	7	7	7	28	7	6	6	6	25	7	6	7	7	7	34	141
179	3	3	3	3	12	4	3	2	4	4	17	3	4	3	4	14	5	5	4	5	19	6	5	5	5	7	28	90
180	2	3	6	6	17	6	6	6	6	6	30	6	6	6	5	23	6	5	6	6	23	6	5	2	2	5	20	113
181	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15	4	5	4	4	17	4	3	3	3	13	3	3	3	3	3	15	72
182	5	5	5	5	20	4	3	3	4	4	18	4	4	5	5	18	5	5	5	4	19	4	5	5	5	5	24	99
183	4	5	5	6	20	3	3	5	6	4	21	6	7	7	6	26	6	3	3	4	16	3	4	3	5	4	19	102
184	3	3	2	2	10	6	6	5	2	3	22	5	5	4	3	17	3	2	4	3	12	4	5	3	3	3	18	79
185	3	2	4	3	12	2	2	2	2	3	11	5	4	4	4	17	3	6	4	4	17	6	5	4	4	2	21	78
186	4	5	5	6	20	5	5	6	6	5	27	6	5	6	6	23	7	5	5	6	23	4	5	6	6	7	28	121
187	5	6	5	5	21	4	4	5	4	5	22	3	4	5	4	16	6	5	5	6	22	5	5	5	5	3	23	104
188	4	5	5	4	18	6	5	4	5	4	24	4	5	5	5	19	5	3	4	5	17	2	6	3	3	3	17	95
189	6	3	4	5	18	6	4	3	5	4	22	6	3	5	4	18	6	4	3	5	18	3	5	7	5	3	23	99
190	5	4	5	4	18	5	6	3	3	4	21	4	3	4	5	16	4	5	6	3	18	4	3	5	3	4	19	92
191	5	5	5	5	20	5	5	7	7	5	29	5	5	6	6	22	7	4	5	7	23	6	5	6	6	7	30	124
192	4	5	6	5	20	5	5	5	5	3	23	5	6	7	7	25	6	2	4	4	16	2	3	5	4	1	15	99
193	6	7	6	6	25	6	6	6	6	6	30	6	6	7	7	26	6	7	6	7	26	7	7	7	7	7	35	142
194	5	6	6	5	22	6	5	6	5	5	27	6	5	4	5	20	4	6	5	6	21	4	5	6	5	6	26	116
195	3	4	7	4	18	4	4	5	5	4	22	5	6	6	6	23	5	4	6	6	21	6	6	5	5	6	28	112
196	4	4	6	4	18	2	3	3	3	4	15	4	4	4	4	16	5	4	5	5	19	6	5	5	4	4	24	92
197	7	6	7	7	27	5	6	6	7	7	31	6	7	7	7	27	6	7	7	7	27	6	7	6	6	7	32	144
198	5	5	5	5	20	5	5	6	6	6	28	5	5	5	5	20	6	5	5	6	22	5	4	5	5	5	24	114
199	1	1	4	3	9	4	2	1	2	4	13	5	2	4	5	16	6	3	2	6	17	6	2	5	6	4	23	78
200	6	6	5	6	23	6	6	6	4	6	28	5	6	6	5	22	6	6	5	7	24	7	6	6	6	6	31	128
201	4	3	2	3	12	5	7	4	6	6	28	6	2	6	3	17	4	2	4	5	15	6	4	6	6	6	28	100

EXPECTATIVAS DE LA CALIDAD																												
N°	ELEMENTOS TANGIBLES					FIABILIDAD					CAPACIDAD DE RESPUESTA					SEGURIDAD					EMPATÍA					TOTAL		
	E1	E2	E3	E4	ST	E5	E6	E7	E8	E9	ST	E10	E11	E12	E13	ST	E14	E15	E16	E17	ST	E18	E19	E20	E21		E22	ST
1	7	7	7	7	28	7	6	5	5	5	28	7	7	7	5	26	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	145
2	6	6	5	7	24	6	6	5	6	6	29	7	6	7	5	25	7	6	7	7	27	7	7	7	6	6	33	138
3	7	7	6	7	27	7	7	7	7	7	35	7	7	7	7	28	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	153
4	6	6	7	6	25	7	4	6	7	5	29	5	4	7	6	22	7	6	6	7	26	6	4	5	6	7	28	130
5	7	7	6	6	26	5	6	5	6	5	27	6	6	7	6	25	6	5	6	6	23	7	7	6	7	7	34	135
6	7	7	7	7	28	7	7	7	7	6	34	7	7	7	7	28	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	153
7	7	7	7	7	28	5	7	7	5	5	29	7	5	7	7	26	7	7	6	7	27	7	7	7	6	7	34	144
8	7	7	5	5	24	5	6	6	5	4	26	5	5	6	6	22	6	6	6	5	23	5	5	6	5	5	26	121
9	7	7	4	6	24	7	7	7	7	6	34	6	7	7	7	27	7	7	7	6	27	7	7	7	6	6	33	145
10	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	4	7	7	7	25	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	151
11	7	7	7	6	27	7	6	7	4	3	27	7	7	5	7	26	6	5	7	5	23	7	6	7	6	4	30	133
12	6	7	5	7	25	6	6	5	6	5	28	5	7	6	7	25	7	6	6	6	25	7	7	6	7	6	33	136
13	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	110
14	7	7	7	7	28	7	7	5	7	7	33	7	5	7	7	26	6	7	7	5	25	5	5	7	7	7	31	143
15	5	7	7	6	25	4	5	5	5	5	24	1	6	6	7	20	7	5	7	6	25	5	7	7	7	7	33	127
16	7	7	7	6	27	6	7	5	6	6	30	6	7	7	7	27	6	6	7	6	25	6	6	7	6	7	32	141
17	7	7	6	6	26	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24	7	6	7	6	26	7	6	7	7	7	34	140
18	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	7	7	7	7	28	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	154
19	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24	6	5	6	6	23	6	6	6	6	6	30	131
20	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	30	132
21	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	30	132
22	7	7	7	7	28	7	6	7	7	2	29	6	7	6	7	26	7	7	6	7	27	7	7	7	7	6	34	144
23	7	7	6	7	27	6	6	6	6	7	31	7	6	5	6	24	6	7	7	7	27	6	6	7	6	7	32	141
24	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	30	132
25	6	7	6	4	23	5	5	6	5	6	27	7	7	7	7	28	7	7	7	7	28	5	6	7	6	5	29	135
26	6	7	6	7	26	7	7	6	7	6	33	6	6	6	6	24	6	6	6	7	25	6	5	6	6	6	29	137
27	4	7	7	7	25	7	7	7	7	7	35	7	7	7	7	28	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	151
28	6	6	5	7	24	6	7	6	6	5	30	4	6	6	6	22	7	7	7	7	28	7	7	7	6	6	33	137
29	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	7	7	7	7	28	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	154
30	6	5	7	7	25	7	5	7	6	7	32	6	7	6	7	26	6	7	7	7	27	6	7	7	6	7	33	143
31	5	5	5	5	20	5	5	5	7	7	29	5	5	5	6	21	6	5	7	7	25	6	6	6	5	5	28	123
32	7	7	6	7	27	7	6	6	7	6	32	7	7	7	7	28	6	6	7	7	26	6	6	6	7	7	32	145
33	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	7	7	7	7	28	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	154
34	5	6	5	6	22	5	4	5	6	6	26	5	7	6	7	25	7	6	4	7	24	6	6	7	6	6	31	128
35	6	5	4	5	20	5	4	5	4	5	23	5	5	7	6	23	6	6	6	6	24	5	6	6	5	6	28	118
36	5	5	5	6	21	6	5	5	5	6	27	6	6	5	5	22	5	6	6	6	23	6	6	5	5	6	28	121
37	7	7	7	5	26	6	7	6	7	6	32	7	7	7	6	27	6	6	7	7	26	7	7	7	6	7	34	145
38	7	6	7	7	27	6	7	5	5	6	29	6	6	6	5	23	5	5	5	5	20	4	5	4	5	4	22	121
39	7	7	6	7	27	7	6	7	6	6	32	6	7	7	7	27	6	7	7	6	26	7	6	7	7	7	34	146
40	7	7	7	7	28	7	7	7	7	6	34	7	7	7	7	28	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	153
41	6	6	6	5	23	5	6	4	6	5	26	5	6	5	6	22	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	30	125
42	5	5	5	6	21	6	6	5	5	3	25	6	6	6	6	24	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	30	124
43	7	6	6	7	26	7	6	7	7	7	34	6	7	6	7	26	6	7	7	7	27	7	7	7	7	7	35	148
44	3	4	7	1	15	1	2	3	5	3	14	6	6	4	2	18	4	2	3	2	11	4	1	3	5	2	15	73
45	6	4	5	6	21	5	4	5	6	5	25	6	5	4	5	20	6	6	6	7	25	6	6	5	4	6	27	118
46	6	6	5	5	22	6	7	6	5	5	29	5	6	6	6	23	6	6	7	7	26	6	6	7	7	7	33	133
47	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	30	132
48	7	7	7	7	28	7	7	7	6	5	32	7	6	7	7	27	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	150
49	5	5	7	6	23	7	6	7	7	5	32	6	7	7	7	27	6	7	7	7	27	6	7	7	7	6	33	142
50	5	7	6	7	25	7	7	6	6	5	31	5	6	6	6	23	7	5	6	6	24	6	6	7	6	7	32	135
51	7	5	6	7	25	7	6	6	1	1	21	7	6	6	2	21	6	7	6	7	26	6	7	6	7	7	33	126
52	5	7	6	6	24	6	6	6	7	6	31	6	6	6	7	25	7	7	6	7	27	6	6	7	7	7	33	140
53	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	7	7	7	7	28	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	154
54	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	7	7	7	7	28	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	154
55	4	5	4	6	19	3	3	3	7	7	23	7	7	7	7	28	6	6	6	7	25	7	6	6	6	7	32	127
56	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	7	7	7	7	28	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	154
57	7	7	7	5	26	5	5	5	7	6	28	6	6	6	6	24	7	7	7	6	27	6	7	7	7	7	34	139
58	5	6	7	7	25	7	7	7	7	7	35	7	7	7	7	28	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	151
59	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	7	7	7	7	28	7	7	7	7	28	7	7	7	6	7	34	153
60	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	30	132
61	5	7	5	6	23	7	7	7	7	7	35	7	7	7	7	28	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	149
62	3	4	5	5	17	4	3	4	4	4	19	3	3	3	4	13	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	85
63	7	6	6	6	25	5	6	6	5	6	28	6	5	6	6	23	5	6	6	6	23	6	5	6	5	5	27	126
64	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	30	132
65	7	7	7	5	2																							



72	5	6	6	5	22	6	7	3	4	3	23	5	5	6	6	22	5	4	7	7	23	7	5	7	7	5	31	121	
73	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	7	7	7	7	28	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	7	35	154
74	7	7	6	7	27	5	7	7	7	5	31	6	6	7	7	26	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	7	35	147
75	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	7	7	7	7	28	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	7	35	154
76	7	7	7	6	27	7	6	7	7	7	34	7	7	7	7	28	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	7	35	152
77	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	7	7	7	7	28	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	7	35	154
78	7	7	7	7	28	7	6	6	6	6	31	6	7	7	7	27	7	6	7	7	27	7	7	7	7	7	7	35	148
79	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	7	7	7	7	28	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	7	35	154
80	7	6	7	6	26	7	6	7	6	7	33	6	7	6	7	26	6	7	6	7	26	6	7	6	7	6	32	143	
81	5	6	6	6	23	6	6	5	6	5	28	6	5	5	6	22	6	6	5	6	23	6	6	6	6	6	30	126	
82	7	7	7	7	28	7	7	7	7	6	34	7	7	7	7	28	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	7	35	153
83	4	3	3	3	13	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12	3	3	3	7	16	7	7	7	7	7	7	35	91
84	7	6	7	6	26	6	7	6	6	6	31	7	6	7	7	27	7	6	7	7	27	6	6	7	7	5	31	142	
85	6	6	6	7	25	7	7	6	6	6	32	7	6	7	7	27	7	7	7	7	28	7	7	7	7	6	34	146	
86	6	7	7	7	27	7	6	7	7	7	34	7	7	7	7	28	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	7	35	152
87	7	7	7	7	28	4	3	4	3	6	20	3	4	7	6	20	7	7	7	6	27	5	5	5	5	6	26	121	
88	7	7	6	7	27	7	5	6	6	6	30	6	6	5	5	22	6	5	7	7	25	7	7	6	6	6	32	136	
89	7	7	7	7	28	6	7	7	7	6	33	7	6	7	7	27	7	6	7	7	27	7	6	7	6	7	33	148	
90	7	7	6	7	27	7	7	7	7	6	34	7	7	7	7	28	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	7	35	152
91	7	7	5	7	26	7	7	6	7	7	34	6	5	7	7	25	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	7	35	148
92	6	6	6	6	24	6	7	6	6	4	29	6	6	6	5	23	5	5	6	5	21	6	6	6	4	6	28	125	
93	7	7	7	7	28	7	7	7	7	6	34	7	6	6	6	25	6	6	6	5	23	6	6	6	6	6	30	140	
94	7	6	6	6	25	6	5	6	5	4	26	6	7	6	5	24	6	6	6	5	23	6	6	6	5	6	30	128	
95	3	4	5	5	17	3	3	3	5	4	18	5	5	6	5	21	4	5	4	6	19	3	4	6	6	6	25	100	
96	7	7	7	7	28	5	7	4	6	3	25	5	4	4	5	18	6	6	4	5	21	6	6	5	5	6	28	120	
97	3	4	6	4	17	5	4	5	4	5	23	4	4	4	5	17	5	5	4	5	19	4	4	3	5	4	20	96	
98	7	7	6	7	27	7	7	7	7	7	35	6	5	7	7	25	7	6	7	7	27	7	7	7	7	7	35	149	
99	5	5	5	3	18	4	4	5	5	6	24	5	4	5	4	18	6	3	6	6	21	4	5	5	5	4	23	104	
100	3	3	5	4	15	6	4	3	5	5	23	4	4	6	6	20	6	6	6	5	23	6	6	5	5	5	27	108	
101	7	7	7	7	28	5	5	4	6	4	24	5	4	5	6	20	4	5	5	4	18	4	5	5	5	6	25	115	
102	7	7	7	7	28	7	7	6	7	5	32	6	7	7	7	27	7	7	7	7	28	7	6	6	6	6	31	146	
103	6	7	7	7	27	7	6	6	7	7	33	6	6	7	6	25	7	7	7	6	27	7	6	7	6	7	33	145	
104	5	7	7	6	25	7	7	6	7	7	34	6	7	7	7	27	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	149	
105	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	7	7	7	7	28	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	154	
106	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	7	7	7	7	28	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	154	
107	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	7	7	7	7	28	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	154	
108	7	7	7	7	28	7	7	7	7	6	34	7	7	7	7	28	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	153	
109	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	7	7	7	7	28	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	154	
110	7	6	6	6	25	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24	6	6	6	7	25	7	7	7	7	7	35	139	
111	7	7	6	7	27	6	7	7	7	7	34	7	6	7	7	27	7	6	6	7	26	6	7	7	7	7	34	148	
112	7	7	7	7	28	7	6	6	7	7	33	7	7	6	7	27	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	151	
113	7	7	7	5	26	5	6	4	4	5	24	5	6	4	6	21	6	4	5	4	19	5	4	5	4	6	24	114	
114	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	7	7	7	7	28	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	154	
115	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	7	7	7	7	28	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	154	
116	7	5	5	5	22	5	5	5	6	6	27	6	6	6	6	24	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	30	127	
117	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	7	7	7	7	28	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	154	
118	7	6	7	5	25	6	5	6	6	5	28	5	6	6	3	20	5	6	5	6	22	5	4	5	6	5	25	120	
119	5	5	6	7	23	6	7	6	6	6	31	6	6	6	6	24	7	7	7	6	27	6	6	6	4	4	26	131	
120	5	6	4	6	21	3	6	7	7	7	30	7	7	7	7	28	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	142	
121	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	7	7	7	7	28	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	154	
122	5	7	5	6	23	7	6	6	6	6	31	7	6	7	6	26	6	5	5	6	22	7	7	7	7	7	35	137	
123	7	7	7	7	28	7	7	6	6	6	32	7	7	6	7	27	7	6	7	7	27	7	7	7	7	7	35	149	
124	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	7	7	7	7	28	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	154	
125	1	4	7	7	19	5	7	7	3	5	27	4	5	4	6	19	5	3	5	4	17	6	5	4	5	6	26	108	
126	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	7	7	7	7	28	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	154	
127	5	6	6	5	22	5	5	4	5	5	24	6	5	6	7	24	6	6	6	6	24	6	5	6	5	6	28	122	
128	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	7	22	7	5	6	7	7	32	119	
129	6	7	7	6	26	7	6	6	7	7	33	7	7	7	7	28	7	7	6	7	27	7	7	7	7	6	34	148	
130	1	3	5	4	13	6	7	3	5	4	25	4	5	7	5	21	3	3	5	6	17	4	6	3	3	4	20	96	
131	1	2	3	2	8	1	4	5	4	3	17	1	7	7	7	22	7	7	6	7	27	7	2	7	7	6	29	103	
132	4	4	6	5	19	5	4	5	6	4	24	3	4	3	3	13	3	3	3	4	13	3	4	3	6	5	21	90	
133	4	6	5	5	20	6	5	6	6	5	28	4	5	7	7	23	7	6	6	5	24	7	6	6	7	6	32	127	
134	7	7	7	7	28	7	7	6	7	6	33	6	6	7	7	26	7	7	7	7	28	7	6	7	7	6	33	148	
135	5	6	6	5	22	5	6	6	6	5	28	6	7	6	6	25	6	5	7	6	24	7	6	7	6	6	32	131	
136	4	4	7	4	19	3	3	6	6	5	23	4	6	6	7	23	6	6	7	7	26	6	4	6	5	7	28	119	
137	7	5	6	6	24	7	7	7	5	1	27	7	7	6	1	21	5	2											

147	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	7	7	7	7	28	7	7	7	7	28	7	7	7	7	35	154	
148	5	7	7	7	26	7	7	7	6	6	33	6	6	7	7	26	5	6	6	6	23	7	7	6	6	7	33	141
149	7	6	5	6	24	6	5	6	7	7	31	6	7	7	7	27	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	145
150	7	7	7	7	28	7	7	7	7	6	34	6	6	7	7	26	6	5	7	6	24	7	7	6	7	7	34	146
151	7	5	5	5	22	6	5	5	6	4	26	5	6	4	6	21	5	5	7	7	24	6	5	5	5	6	27	120
152	4	4	5	3	16	1	1	1	1	1	5	4	4	6	5	19	4	4	6	3	17	3	2	3	1	2	11	68
153	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	7	7	7	7	28	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	154
154	7	7	7	7	28	7	7	7	7	6	34	7	7	7	7	28	7	7	6	7	27	6	7	5	7	7	32	149
155	7	7	7	7	28	7	6	6	6	6	31	6	7	6	7	26	7	7	6	7	27	6	6	6	6	6	30	142
156	7	7	7	7	28	7	7	6	6	6	32	6	6	6	6	24	6	6	7	7	26	7	7	6	6	6	32	142
157	4	4	4	4	16	3	7	3	2	5	20	5	4	4	4	17	4	3	2	7	16	7	6	4	4	4	25	94
158	6	6	4	3	19	1	3	3	4	3	14	4	2	2	3	11	2	3	1	2	8	3	2	3	2	1	11	63
159	5	5	7	7	24	6	6	5	6	6	29	6	5	5	5	21	6	5	6	6	23	6	6	6	6	6	30	127
160	6	6	6	6	24	7	7	7	7	7	35	6	7	7	7	27	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	149
161	4	4	4	4	15	3	5	3	3	5	19	4	5	4	4	17	3	2	2	2	9	2	2	2	2	3	11	71
162	4	3	4	3	14	3	4	3	4	6	20	3	4	2	4	13	3	4	3	4	14	5	5	2	2	5	19	80
163	7	7	5	7	26	7	6	7	7	6	33	7	7	7	7	28	6	6	7	6	25	7	7	7	7	7	35	147
164	4	4	6	6	20	6	6	6	6	5	29	6	5	5	6	22	5	5	4	5	19	5	5	5	5	5	25	115
165	7	6	7	7	27	7	7	7	7	7	35	7	7	7	7	28	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	153
166	6	6	7	6	25	7	4	6	7	5	29	5	4	7	6	22	7	6	6	7	26	6	4	5	6	7	28	130
167	2	4	3	4	13	2	4	5	3	5	19	3	4	4	3	14	5	5	6	3	19	4	5	3	5	5	22	87
168	5	6	7	6	24	4	4	4	5	5	22	4	3	5	6	18	7	4	5	5	21	3	5	6	6	6	26	111
169	4	5	6	7	22	7	6	6	6	5	30	5	6	6	6	23	5	6	5	6	22	6	5	6	5	6	28	125
170	4	6	4	5	19	5	5	4	5	4	23	5	6	7	7	25	6	6	7	7	26	5	5	6	6	7	29	122
171	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	7	6	7	6	26	5	5	6	5	21	5	5	5	5	4	24	134
172	7	7	7	7	28	6	7	5	7	7	32	7	7	7	7	28	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	151
173	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	7	7	5	7	26	7	7	7	5	26	7	7	7	5	6	32	147
174	5	4	6	1	16	1	2	4	3	4	14	3	4	4	3	14	4	3	4	3	14	5	5	3	3	2	18	76
175	2	1	3	1	7	1	7	2	7	5	22	7	6	7	3	23	4	2	5	2	13	5	2	4	2	4	17	82
176	6	6	6	6	24	7	6	7	6	6	32	7	7	6	7	27	6	6	6	7	25	6	6	7	6	7	32	140
177	5	4	6	4	19	2	4	1	5	5	17	5	3	7	7	22	7	3	1	5	16	4	6	6	6	5	27	101
178	4	2	2	3	11	3	4	4	4	4	19	4	6	4	4	18	6	4	6	7	23	6	7	6	6	7	32	103
179	4	4	4	4	16	3	3	3	3	4	16	3	5	4	4	16	5	5	4	4	18	2	2	2	3	2	11	77
180	5	6	7	7	25	7	7	7	7	7	35	7	7	7	7	28	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	151
181	3	4	5	5	17	4	3	4	4	4	19	3	3	3	4	13	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	85
182	6	7	7	7	27	6	3	3	4	5	21	5	7	6	7	25	7	6	7	6	26	4	7	7	7	6	31	130
183	5	6	6	7	24	7	7	6	4	6	30	5	7	7	7	26	6	7	5	6	24	6	7	7	7	7	34	138
184	7	6	7	7	27	5	7	7	7	5	31	6	6	7	7	26	6	6	5	6	23	5	4	5	5	5	24	131
185	7	7	7	7	28	7	6	6	6	6	31	6	7	7	7	27	7	6	7	7	27	7	7	7	7	7	35	148
186	7	7	7	7	28	7	7	7	7	6	34	7	7	7	7	28	7	5	6	7	25	7	7	7	7	7	35	150
187	6	7	7	7	27	7	6	7	7	7	34	7	7	7	7	28	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	152
188	7	7	6	7	27	7	7	7	7	6	34	7	7	7	7	28	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	152
189	7	6	6	6	25	6	5	6	5	4	26	6	7	6	5	24	6	6	6	5	23	6	7	6	5	6	30	128
190	7	7	6	7	27	7	7	7	7	7	35	6	5	7	7	25	7	6	7	7	27	7	7	7	7	7	35	149
191	7	7	7	7	28	7	7	6	7	5	32	6	7	7	7	27	7	7	7	7	28	7	6	6	6	6	31	146
192	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	7	7	7	7	28	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	154
193	7	6	6	6	25	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24	6	6	6	7	25	7	7	7	7	7	35	139
194	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	7	7	7	7	28	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	154
195	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	7	7	7	7	28	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	154
196	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	7	7	7	7	28	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	35	154
197	7	7	7	7	28	7	7	6	6	6	32	7	7	6	7	27	7	6	7	7	27	7	7	7	7	7	35	149
198	5	6	6	5	22	5	5	4	5	5	24	6	5	6	7	24	6	6	6	6	24	6	5	6	5	6	28	122
199	1	2	3	2	8	1	4	5	4	3	17	1	7	7	7	22	7	7	6	7	27	7	2	7	7	6	29	103
200	5	6	6	5	22	5	6	6	6	5	28	6	7	6	6	25	6	5	7	6	24	7	6	7	6	6	32	131
201	4	3	4	3	14	3	4	3	4	6	20	3	4	2	4	13	3	4	3	4	14	5	5	4	5	5	24	85

## CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a)(ita):

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante del programa de Maestría con mención en Gestión Pública de la UCV, en la sede Ate-Vitarte, promoción 2014-0, aula 110, requerimos validar los instrumentos con los cuales recogeremos la información necesaria para poder desarrollar nuestra investigación y con la cual optaremos el grado de Magíster.

El título nombre de nuestro proyecto de investigación es: Calidad de servicio y satisfacción del asegurado en la Oficina de Normalización Previsional, centro de atención Lima Centro 2014 y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, hemos considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

El expediente de validación, que le hacemos llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mi sentimiento de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.

---

Firma  
Apellidos y nombre:  
Suyo Cruz Luz Aydee  
D.N.I: 09838475

## DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LAS VARIABLES Y DIMENSIONES

### Variable 1: Calidad de Servicio

ASQ (2007) la idea básica para entender el sentido de la palabra calidad debe ser el de satisfacer las necesidades y expectativas. La calidad de un producto o servicio es satisfactoria cuando responde a las necesidades del usuario, es decir, es lo que esperaba o más de lo que esperaba el usuario. Calidad es un término subjetivo para el cual cada persona tiene su propia definición, le da dos significados desde una perspectiva técnica: por un lado señala que: “es la totalidad de las características de un producto o servicio que determinan su capacidad para satisfacer necesidades establecidas o implícitas”, y por otro como “un producto o un servicio libre de deficiencias (p. 76). En consecuencia partiendo de dicha definición en este estudio se define como el estado de satisfacción y/o conformidad que percibe un colectivo más o menos homogéneo con relación a la prestación de un servicio que permite cubrir un alto porcentaje de necesidades y requerimientos esperados por los que contratan estos servicios (usuario).

### Dimensiones de las variables: [con su respectivo autor, año y página]

#### Dimensión 1: Elementos tangibles

Apariencia de las instalaciones físicas, equipo, personal y material de comunicación.

#### Dimensión 2: Fiabilidad

Capacidad para realizar el servicio prometido de forma fiable y precisa.

#### Dimensión 3: Responsabilidad

Disposición para ayudar a los asegurados y proveerles un servicio rápido y oportuno.

#### Dimensión 4: Seguridad

Es destreza para transmitir credibilidad en la atención sin amenazas, riesgos o dudas.

#### Dimensión 5: Empatía

Capacidad para situarse en la posición del asegurado, pensar primero en él y atenderlo según características y situaciones particulares.

## **Variable 2: Satisfacción del asegurado**

Serna (2011), define que: “El servicio de atención de reclamos al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos”. (p. 12). El concepto tradicional que se tenía del servicio de atención al cliente era la satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente, fundamentalmente amabilidad, atención. En la actualidad, se tiene un nuevo concepto de atención y dice que es una estrategia empresarial orientada hacia la anticipación de las necesidades y expectativas del valor agregado de los clientes, buscando asegurar la lealtad y permanencia tanto de los clientes actuales como la atracción de nuevos clientes, mediante la provisión de un servicio superior al de los competidores.

### **Dimensión 1: Informes de gestión**

Para Serna (2011), el responsable del área de atención de reclamos:

Elabora informes trimestrales sobre la evolución de la atención de los reclamos, indicando, como mínimo, los siguientes aspectos: a) las operaciones, productos o servicios, según corresponda, b) los motivos objeto de mayor número de reclamos, c) el tiempo promedio de atención, d) las medidas correctivas adoptadas, e) las oportunidades de mejora detectadas, y f) otros que señale la Superintendencia a través de oficio múltiple. (p. 78).

### **Dimensión 2: Expresión de la atención**

A decir de Serna (2011) “Cliente del banco.- Persona natural o jurídica poseedora de una cuenta de ahorros, cuenta corriente o crédito, mediante la cual puede acceder a los productos y servicios ofrecidos por nuestra institución” (p. 59). Usuario, persona natural o jurídica que utiliza o pueda utilizar los productos y servicios ofrecidos por las empresas supervisadas por la Superintendencia de banca, seguros y AFP.

### **Dimensión 3: Procedimiento de atención**

Serna (2011), sostiene que para el procedimiento de atención, es importante la medición de la actitud de los clientes dado que se está volviendo un elemento cada vez más importante en el movimiento para la calidad total en las organizaciones. El autor infiere que: El conocimiento de la actitud y de la percepción de los clientes sobre los negocios de una organización aumenta significativamente sus oportunidades de tomar mejores decisiones de negocios. Estas organizaciones conocerán las expectativas y las necesidades de sus clientes y podrán determinar si están atendiendo a esas necesidades. (p. 47)

## MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

### Variable 1: Calidad de Servicio

DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA	NIVEL Y RANGO
<p>La calidad de un producto o servicio es satisfactoria cuando responde a las necesidades del usuario, es decir, es lo que esperaba o más de lo que esperaba el usuario. Calidad es un término subjetivo para el cual cada persona tiene su propia definición, le da dos significados desde una perspectiva técnica: por un lado señala que: “es la totalidad de las características de un producto o servicio que determinan su capacidad para satisfacer necesidades establecidas o implícitas”, y por otro como “un producto o un servicio libre de deficiencias (ASQ, 2007, p. 76)</p>	<p>En el presente estudio, la calidad de servicio (de gestión pública), es una variable de naturaleza cualitativa, multidimensional con cinco dimensiones (elementos tangibles, fiabilidad, responsabilidad, seguridad y empatía).</p>	Elementos tangibles	Atracción visual de instalaciones físicas	E1, P1	<p>Escala de calificación: 1,2,3,4,5,6,7 1= Menor calificación 7= Mayor calificación</p>	
			Apariencia de equipos	E2, P2		
			Apariencia o aspecto del personal	E3, P3		
			Materiales asociados al servicio	E4, P4		
		Fiabilidad	Cumplir lo prometido	E5, P5		
			Sincero interés en resolver problemas	E6, P6		
			Realizar buen servicio desde la primera vez	E7, P7		
			Brindar el servicio en tiempo prometido	E8, P8		
			Servicio sin errores	E9, P9		
		Responsabilidad	Cumplir plazos prometidos	E10, P10		
			Prontitud en el servicio	E11, P11		
			Disponibilidad para ayudar siempre.	E12, P12		
			Disposición para aclarar dudas	E13, P13		
		Seguridad	Inspirar confianza	E14, P14		
			Inspirar seguridad	E15, P15		
			Cortesía	E16, P16		
			Conocimiento para responder pregunta	E17, P17		
		Empatía	Horarios convenientes	E18, P18		
			Atención personalizada	E19, P19		
			Enfocados en el servicio	E20, P20		
			Interés y preocupación genuina	E21, P21		
			El personal entiende las necesidades	E22, P22		

Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Rangos
Jiménez, Terriquez y Robles (2011), para la investigación la satisfacción de la atención de los asegurados es uno de los indicadores más importantes para medir la valoración de la calidad de los servicios. Sus opiniones y percepciones son influenciadas por expectativas, necesidades y por diversos factores, que sirven como indicador de mejoramiento de la gestión, de su eficacia y el desarrollo de los programas académicos en las cuales realizan su crecimiento profesional adicionado al tipo y calidad de servicio que reciben. La satisfacción está ligada a las expectativas iniciales de una persona, más específicamente, las expectativas individuales son confirmadas cuando el servicio se comporta de la manera esperada, o bien cuando las expectativas iniciales son positivamente confirmadas porque el servicio funciona mejor de lo que se esperaba.	Es una variable cualitativa, multidimensional, de medición indirecta. Basado en el paradigma de la confirmación / Desconfirmación de las expectativas: 1. Confirmación: El desempeño del servicio cumple con las expectativas. Lo que el usuario pensaba que el servicio haría, realmente lo hace. Tanto en el cumplimiento de una alta, como una baja performance esperada. 2. Desconfirmación positiva: El desempeño del servicio supera las expectativas y, en consecuencia, se produce una Desconfirmación placentera de las expectativas que se tenían inicialmente. Es posible que ello ocurra porque las expectativas fuesen muy bajas o porque el desempeño real del servicio sea excepcionalmente alto. 3. Desconfirmación negativa: El desempeño del servicio cae por debajo de las expectativas. Puede tener un desempeño peor del que se esperaba. Es la situación que causa una más baja satisfacción de los usuarios.	Satisfacción	$E - P = 0$	E1, P1, ... E22, P22	De 0 a +6
			$E - P > 0$	E1, P1, ... E22, P22	
		Insatisfacción	$E - P < 0$	E1, P1, ... E22, P22	De -6 a -1

## CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA CALIDAD DE SERVICIO

### EXPECTATIVAS

Estimado asegurado:

Califique entre 1 a 7 la importancia que usted le otorga a cada una de los siguientes ítems relacionados con el servicio que usted espera recibir en la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015. Considere 1 como la menor calificación y 7 como la mayor calificación.

E1	Que la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, debería poseer instalaciones físicas modernas, cómodas, limpias, agradables y atractivas.	1	2	3	4	5	6	7
E2	Que la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, debería tener equipos modernos y actualizados de acuerdo a los servicios que brinda.	1	2	3	4	5	6	7
E3	Que el personal profesional y administrativo de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, deben caracterizarse por estar bien vestidos, limpios y aseados de acuerdo a su posición o cargo.	1	2	3	4	5	6	7
E4	Que los materiales asociados con los servicios que brinde la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, deben ser actualizados, confiables y de buena apariencia.	1	2	3	4	5	6	7
E5	Que cuando la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, promete hacer algo planificado, lo haga en el tiempo prometido.	1	2	3	4	5	6	7
E6	Que cuando un asegurado tiene un problema, la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, debe mostrar interés sincero en solucionarlo.	1	2	3	4	5	6	7
E7	Que el personal de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, brinde un buen servicio desde la primera vez y mantenga éste accionar evitando cometer errores.	1	2	3	4	5	6	7
E8	Que el personal de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, concluya el servicio en el tiempo prometido.	1	2	3	4	5	6	7
E9	Que el personal de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, procure mantener el servicio exento de errores.	1	2	3	4	5	6	7
E10	Que los funcionarios y servidores de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, prometan a sus asegurados, brindarles servicios en plazos que ellos son capaces de cumplir.	1	2	3	4	5	6	7
E11	Que los funcionarios y servidores de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, estén dispuestos y disponibles durante la entrega del servicio.	1	2	3	4	5	6	7
E12	Que los funcionarios y servidores de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, siempre tengan voluntad sincera en ayudar a sus usuarios.	1	2	3	4	5	6	7
E13	Que los empleados (funcionarios) de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, siempre estén dispuestos para aclarar dudas de sus usuarios.	1	2	3	4	5	6	7



E14	Que el comportamiento de los funcionarios y servidores de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, debe inspirar confianza en los asegurados.	1	2	3	4	5	6	7
E15	Que los asegurados de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, se sientan seguros en sus gestiones y/o transacciones en la institución.	1	2	3	4	5	6	7
E16	Que los funcionarios y servidores de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, deben tratar con cortesía a los asegurados.	1	2	3	4	5	6	7
E17	Que los funcionarios y servidores de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, precisan tener información y conocimientos necesarios para responder las preguntas de los asegurados.	1	2	3	4	5	6	7
E18	Que la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, deba ofrecer horarios de funcionamiento convenientes para todos sus asegurados.	1	2	3	4	5	6	7
E19	Que la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, precisa tener funcionarios y servidores que brinden atención personalizada a sus usuarios cuando sea requerida.	1	2	3	4	5	6	7
E20	Que la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, deba esmerarse en brindar el mejor servicio a sus asegurados.	1	2	3	4	5	6	7
E21	Que la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, entienda las necesidades específicas de sus asegurados.	1	2	3	4	5	6	7
E22	Que la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, muestre interés en los asegurados y los tomen en cuenta en las decisiones, actividades y proyectos de la institución.	1	2	3	4	5	6	7

19	La violencia con mis compañeros es la solución para resolver los problemas.								
20	Mis profesores cuando ven que los alumnos se pelean los castigan.								
21	En mi colegio hay mucha violencia entre compañeros.								

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad:    Aplicable     Aplicable después de corregir [ ]    No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: Maximo Flores John ..... DNI: 10720025 .....

Especialidad del validador: Metodólogo .....

- <sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- <sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- <sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

23 de oct del 2015

  
 \_\_\_\_\_  
**Firma del Experto Informante.**

## CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA SATISFACCION DEL ASEGURADO

### PERCEPCIONES

Estimado asegurado.

Califique entre 1 a 7 a cada una de las siguientes preguntas relacionadas con el servicio que usted recibe en la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015. Considere 1 como la menor calificación y 7 como la mayor calificación.

P1	La Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015 posee instalaciones físicas modernas, cómodas, limpias, agradables y atractivas	1	2	3	4	5	6	7
P2	La Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015 tiene equipamiento moderno y actualizado de acuerdo a los servicios que brinda.	1	2	3	4	5	6	7
P3	El personal profesional y administrativo de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015 se caracterizan por estar bien vestidos, limpios y aseados de acuerdo a su posición o cargo.	1	2	3	4	5	6	7
P4	Los materiales asociados con los servicios que brinda la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015 son actualizados, confiables y de buena apariencia	1	2	3	4	5	6	7
P5	Cuándo la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015 promete hacer algo planificado, lo hace en el tiempo prometido.	1	2	3	4	5	6	7
P6	Cuándo un asegurado tiene un problema, la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015 muestra un interés sincero en solucionarlo.	1	2	3	4	5	6	7
P7	El personal de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015 brinda buen servicio desde la primera vez y mantiene éste accionar evitando cometer errores.	1	2	3	4	5	6	7
P8	El personal de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015 concluye el servicio en el tiempo prometido.	1	2	3	4	5	6	7
P9	El personal de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015 procura mantener el servicio exento de errores.	1	2	3	4	5	6	7
P10	Los funcionarios y servidores de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015 prometen a sus asegurados, brindarles servicios en plazos que ellos son capaces de cumplir.	1	2	3	4	5	6	7
P11	Los funcionarios y servidores de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima	1	2	3	4	5	6	7

	Centro, 2015 están dispuestos y disponibles durante la entrega del servicio.							
P12	Los funcionarios y servidores de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015 siempre tienen voluntad sincera en ayudar a los usuarios.	1	2	3	4	5	6	7
P13	Los empleados (funcionarios) de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015 siempre están dispuestos para aclarar dudas de los usuarios.	1	2	3	4	5	6	7
P14	El comportamiento de los funcionarios y servidores de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015 inspiran confianza en los asegurados.	1	2	3	4	5	6	7
P15	Los asegurados de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015 se sienten seguros en sus gestiones y/o trámites en la institución.	1	2	3	4	5	6	7
P16	Los funcionarios y servidores de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015 tratan con cortesía a los asegurados.	1	2	3	4	5	6	7
P17	Los funcionarios y servidores de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015 tienen los conocimientos necesarios para responder a las preguntas de los asegurados.	1	2	3	4	5	6	7
P18	La Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015 tiene horarios de funcionamiento convenientes para sus asegurados.	1	2	3	4	5	6	7
P19	La Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015 tiene funcionarios y servidores que dan atención individualizada a cada alumno cuando es requerida.	1	2	3	4	5	6	7
P20	La Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015 está enfocada en brindar el mejor servicio a sus asegurados.	1	2	3	4	5	6	7
P21	La Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015 entiende las necesidades específicas de sus asegurados.	1	2	3	4	5	6	7
P22	La Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015 muestra interés en los asegurados y los toma en cuenta en las decisiones, actividades y proyectos de la institución.	1	2	3	4	5	6	7



## MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

### Variable 1: Calidad de Servicio

DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA	NIVEL Y RANGO
La calidad de un producto o servicio es satisfactoria cuando responde a las necesidades del usuario, es decir, es lo que esperaba o más de lo que esperaba el usuario. Calidad es un término subjetivo para el cual cada persona tiene su propia definición, le da dos significados desde una perspectiva técnica: por un lado señala que: "es la totalidad de las características de un producto o servicio que determinan su capacidad para satisfacer necesidades establecidas o implícitas", y por otro como "un producto o un servicio libre de deficiencias (ASQ, 2007, p. 76)	En el presente estudio, la calidad de servicio (de gestión pública), es una variable de naturaleza cualitativa, multidimensional con cinco dimensiones (elementos tangibles, fiabilidad, responsabilidad, seguridad y empatía).	Elementos tangibles	Atracción visual de instalaciones físicas	E1, P1	Escala de calificación: 1,2,3,4,5,6,7 1= Menor calificación 7= Mayor calificación	
			Apariencia de equipos	E2, P2		
			Apariencia o aspecto del personal	E3, P3		
			Materiales asociados al servicio	E4, P4		
		Fiabilidad	Cumplir lo prometido	E5, P5		
			Sincero interés en resolver problemas	E6, P6		
			Realizar buen servicio desde la primera vez	E7, P7		
			Brindar el servicio en tiempo prometido	E8, P8		
			Servicio sin errores	E9, P9		
		Responsabilidad	Cumplir plazos prometidos	E10, P10		
			Prontitud en el servicio	E11, P11		
			Disponibilidad para ayudar siempre.	E12, P12		
			Disposición para aclarar dudas	E13, P13		
		Seguridad	Inspirar confianza	E14, P14		
			Inspirar seguridad	E15, P15		
			Cortesía	E16, P16		
			Conocimiento para responder pregunta	E17, P17		
		Empatía	Horarios convenientes	E18, P18		
			Atención personalizada	E19, P19		
			Enfocados en el servicio	E20, P20		
			Interés y preocupación genuina	E21, P21		
			El personal entiende las necesidades	E22, P22		

Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Rangos
Jiménez, Terriquez y Robles (2011), para la investigación la satisfacción de la atención de los asegurados es uno de los indicadores más importantes para medir la valoración de la calidad de los servicios. Sus opiniones y percepciones son influenciadas por expectativas, necesidades y por diversos factores, que sirven como indicador de mejoramiento de la gestión, de su eficacia y el desarrollo de los programas académicos en las cuales realizan su crecimiento profesional adicionado al tipo y calidad de servicio que reciben. La satisfacción está ligada a las expectativas iniciales de una persona, más específicamente, las expectativas individuales son confirmadas cuando el servicio se comporta de la manera esperada, o bien cuando las expectativas iniciales son positivamente confirmadas porque el servicio funciona mejor de lo que se esperaba.	Es una variable cualitativa, multidimensional, de medición indirecta. Basado en el paradigma de la confirmación / Desconfirmación de las expectativas: 1. Confirmación: El desempeño del servicio cumple con las expectativas. Lo que el usuario pensaba que el servicio haría, realmente lo hace. Tanto en el cumplimiento de una alta, como una baja performance esperada. 2. Desconfirmación positiva: El desempeño del servicio supera las expectativas y, en consecuencia, se produce una Desconfirmación placentera de las expectativas que se tenían inicialmente. Es posible que ello ocurra porque las expectativas fuesen muy bajas o porque el desempeño real del servicio sea excepcionalmente alto. 3. Desconfirmación negativa: El desempeño del servicio cae por debajo de las expectativas. Puede tener un desempeño peor del que se esperaba. Es la situación que causa una más baja satisfacción de los usuarios.	Satisfacción	$E - P = 0$	E1, P1, ... E22, P22	De 0 a +6
			$E - P > 0$	E1, P1, ... E22, P22	
		Insatisfacción	$E - P < 0$	E1, P1, ... E22, P22	De -6 a -1

## CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA CALIDAD DE SERVICIO

### EXPECTATIVAS

Estimado asegurado:

Califique entre 1 a 7 la importancia que usted le otorga a cada una de los siguientes ítems relacionados con el servicio que usted espera recibir en la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015. Considere 1 como la menor calificación y 7 como la mayor calificación.

E1	Que la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, debería poseer instalaciones físicas modernas, cómodas, limpias, agradables y atractivas.	1	2	3	4	5	6	7
E2	Que la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, debería tener equipos modernos y actualizados de acuerdo a los servicios que brinda.	1	2	3	4	5	6	7
E3	Que el personal profesional y administrativo de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, deben caracterizarse por estar bien vestidos, limpios y aseados de acuerdo a su posición o cargo.	1	2	3	4	5	6	7
E4	Que los materiales asociados con los servicios que brinde la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, deben ser actualizados, confiables y de buena apariencia.	1	2	3	4	5	6	7
E5	Que cuando la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, promete hacer algo planificado, lo haga en el tiempo prometido.	1	2	3	4	5	6	7
E6	Que cuando un asegurado tiene un problema, la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, debe mostrar interés sincero en solucionarlo.	1	2	3	4	5	6	7
E7	Que el personal de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, brinde un buen servicio desde la primera vez y mantenga éste accionar evitando cometer errores.	1	2	3	4	5	6	7
E8	Que el personal de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, concluya el servicio en el tiempo prometido.	1	2	3	4	5	6	7
E9	Que el personal de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, procure mantener el servicio exento de errores.	1	2	3	4	5	6	7
E10	Que los funcionarios y servidores de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, prometan a sus asegurados, brindarles servicios en plazos que ellos son capaces de cumplir.	1	2	3	4	5	6	7
E11	Que los funcionarios y servidores de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, estén dispuestos y disponibles durante la entrega del servicio.	1	2	3	4	5	6	7
E12	Que los funcionarios y servidores de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima	1	2	3	4	5	6	7



	Centro, siempre tengan voluntad sincera en ayudar a sus usuarios.							
E13	Que los empleados (funcionarios) de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, siempre estén dispuestos para aclarar dudas de sus usuarios.	1	2	3	4	5	6	7
E14	Que el comportamiento de los funcionarios y servidores de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, debe inspirar confianza en los asegurados.	1	2	3	4	5	6	7
E15	Que los asegurados de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, se sientan seguros en sus gestiones y/o transacciones en la institución.	1	2	3	4	5	6	7
E16	Que los funcionarios y servidores de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, deben tratar con cortesía a los asegurados.	1	2	3	4	5	6	7
E17	Que los funcionarios y servidores de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, precisan tener información y conocimientos necesarios para responder las preguntas de los asegurados.	1	2	3	4	5	6	7
E18	Que la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, deba ofrecer horarios de funcionamiento convenientes para todos sus asegurados.	1	2	3	4	5	6	7
E19	Que la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, precisa tener funcionarios y servidores que brinden atención personalizada a sus usuarios cuando sea requerida.	1	2	3	4	5	6	7
E20	Que la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, deba esmerarse en brindar el mejor servicio a sus asegurados.	1	2	3	4	5	6	7
E21	Que la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, entienda las necesidades específicas de sus asegurados.	1	2	3	4	5	6	7
E22	Que la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, muestre interés en los asegurados y los tomen en cuenta en las decisiones, actividades y proyectos de la institución.	1	2	3	4	5	6	7

Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_

Opinión de aplicabilidad:    Aplicable     Aplicable después de corregir [ ]    No aplicable [ ]

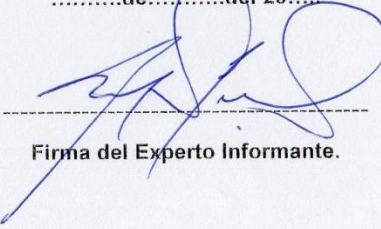
Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: DR. SEMINARIO LEON HUASNA QUISE DNI: 10401571

Especialidad del validador: METODOLOGO - ESTADISTICA

- <sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- <sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- <sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

30 de 11 del 2015



Firma del Experto Informante.

## CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA SATISFACCION DEL ASEGURADO

### PERCEPCIONES

Estimado asegurado.

Califique entre 1 a 7 a cada una de las siguientes preguntas relacionadas con el servicio que usted recibe en la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015. Considere 1 como la menor calificación y 7 como la mayor calificación.

P1	La Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015 posee instalaciones físicas modernas, cómodas, limpias, agradables y atractivas	1	2	3	4	5	6	7
P2	La Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015 tiene equipamiento moderno y actualizado de acuerdo a los servicios que brinda.	1	2	3	4	5	6	7
P3	El personal profesional y administrativo de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015 se caracterizan por estar bien vestidos, limpios y aseados de acuerdo a su posición o cargo.	1	2	3	4	5	6	7
P4	Los materiales asociados con los servicios que brinda la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015 son actualizados, confiables y de buena apariencia	1	2	3	4	5	6	7
P5	Cuándo la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015 promete hacer algo planificado, lo hace en el tiempo prometido.	1	2	3	4	5	6	7
P6	Cuándo un asegurado tiene un problema, la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015 muestra un interés sincero en solucionarlo.	1	2	3	4	5	6	7
P7	El personal de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015 brinda buen servicio desde la primera vez y mantiene éste accionar evitando cometer errores.	1	2	3	4	5	6	7
P8	El personal de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015 concluye el servicio en el tiempo prometido.	1	2	3	4	5	6	7
P9	El personal de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015 procura mantener el servicio exento de errores.	1	2	3	4	5	6	7
P10	Los funcionarios y servidores de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015 prometen a sus asegurados, brindarles servicios en plazos que ellos son capaces de cumplir.	1	2	3	4	5	6	7
P11	Los funcionarios y servidores de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima	1	2	3	4	5	6	7

	Centro, 2015 están dispuestos y disponibles durante la entrega del servicio.							
P12	Los funcionarios y servidores de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015 siempre tienen voluntad sincera en ayudar a los usuarios.	1	2	3	4	5	6	7
P13	Los empleados (funcionarios) de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015 siempre están dispuestos para aclarar dudas de los usuarios.	1	2	3	4	5	6	7
P14	El comportamiento de los funcionarios y servidores de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015 inspiran confianza en los asegurados.	1	2	3	4	5	6	7
P15	Los asegurados de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015 se sienten seguros en sus gestiones y/o trámites en la institución.	1	2	3	4	5	6	7
P16	Los funcionarios y servidores de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015 tratan con cortesía a los asegurados.	1	2	3	4	5	6	7
P17	Los funcionarios y servidores de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015 tienen los conocimientos necesarios para responder a las preguntas de los asegurados.	1	2	3	4	5	6	7
P18	La Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015 tiene horarios de funcionamiento convenientes para sus asegurados.	1	2	3	4	5	6	7
P19	La Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015 tiene funcionarios y servidores que dan atención individualizada a cada alumno cuando es requerida.	1	2	3	4	5	6	7
P20	La Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015 está enfocada en brindar el mejor servicio a sus asegurados.	1	2	3	4	5	6	7
P21	La Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015 entiende las necesidades específicas de sus asegurados.	1	2	3	4	5	6	7
P22	La Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015 muestra interés en los asegurados y los toma en cuenta en las decisiones, actividades y proyectos de la institución.	1	2	3	4	5	6	7

Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_

Opinión de aplicabilidad:    Aplicable     Aplicable después de corregir [ ]    No aplicable [ ]

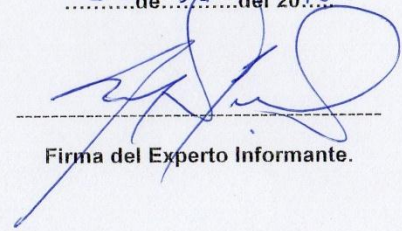
Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: DR. SEMINARIO LEON HUAMAN QUISE DNI: 10401571

Especialidad del validador: METODOLOGIA - ESTADISTICA

- <sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- <sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- <sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

30 de 11 del 2015



Firma del Experto Informante.

## MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

### Variable 1: Calidad de Servicio

DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA	NIVEL Y RANGO
La calidad de un producto o servicio es satisfactoria cuando responde a las necesidades del usuario, es decir, es lo que esperaba o más de lo que esperaba el usuario. Calidad es un término subjetivo para el cual cada persona tiene su propia definición, le da dos significados desde una perspectiva técnica: por un lado señala que: “es la totalidad de las características de un producto o servicio que determinan su capacidad para satisfacer necesidades establecidas o implícitas”, y por otro como “un producto o un servicio libre de deficiencias (ASQ, 2007, p. 76)	En el presente estudio, la calidad de servicio (de gestión pública), es una variable de naturaleza cualitativa, multidimensional con cinco dimensiones (elementos tangibles, fiabilidad, responsabilidad, seguridad y empatía).	Elementos tangibles	Atracción visual de instalaciones físicas	E1, P1	Escala de calificación: 1,2,3,4,5,6,7 1= Menor calificación 7= Mayor calificación	
			Apariencia de equipos	E2, P2		
			Apariencia o aspecto del personal	E3, P3		
			Materiales asociados al servicio	E4, P4		
		Fiabilidad	Cumplir lo prometido	E5, P5		
			Sincero interés en resolver problemas	E6, P6		
			Realizar buen servicio desde la primera vez	E7, P7		
			Brindar el servicio en tiempo prometido	E8, P8		
			Servicio sin errores	E9, P9		
		Responsabilidad	Cumplir plazos prometidos	E10, P10		
			Prontitud en el servicio	E11, P11		
			Disponibilidad para ayudar siempre.	E12, P12		
			Disposición para aclarar dudas	E13, P13		
		Seguridad	Inspirar confianza	E14, P14		
			Inspirar seguridad	E15, P15		
			Cortesía	E16, P16		
			Conocimiento para responder pregunta	E17, P17		
		Empatía	Horarios convenientes	E18, P18		
			Atención personalizada	E19, P19		
			Enfocados en el servicio	E20, P20		
			Interés y preocupación genuina	E21, P21		
El personal entiende las necesidades	E22, P22					

Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Rangos
Jiménez, Terriquez y Robles (2011), para la investigación la satisfacción de la atención de los asegurados es uno de los indicadores más importantes para medir la valoración de la calidad de los servicios. Sus opiniones y percepciones son influenciadas por expectativas, necesidades y por diversos factores, que sirven como indicador de mejoramiento de la gestión, de su eficacia y el desarrollo de los programas académicos en las cuales realizan su crecimiento profesional adicionado al tipo y calidad de servicio que reciben. La satisfacción está ligada a las expectativas iniciales de una persona, más específicamente, las expectativas individuales son confirmadas cuando el servicio se comporta de la manera esperada, o bien cuando las expectativas iniciales son positivamente confirmadas porque el servicio funciona mejor de lo que se esperaba.	Es una variable cualitativa, multidimensional, de medición indirecta. Basado en el paradigma de la confirmación / Desconfirmación de las expectativas: 1. Confirmación: El desempeño del servicio cumple con las expectativas. Lo que el usuario pensaba que el servicio haría, realmente lo hace. Tanto en el cumplimiento de una alta, como una baja performance esperada. 2. Desconfirmación positiva: El desempeño del servicio supera las expectativas y, en consecuencia, se produce una Desconfirmación placentera de las expectativas que se tenían inicialmente. Es posible que ello ocurra porque las expectativas fuesen muy bajas o porque el desempeño real del servicio sea excepcionalmente alto. 3. Desconfirmación negativa: El desempeño del servicio cae por debajo de las expectativas. Puede tener un desempeño peor del que se esperaba. Es la situación que causa una más baja satisfacción de los usuarios.	Satisfacción	$E - P = 0$	E1, P1, ... E22, P22	De 0 a +6
			$E - P > 0$	E1, P1, ... E22, P22	
		Insatisfacción	$E - P < 0$	E1, P1, ... E22, P22	De -6 a -1

## CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA CALIDAD DE SERVICIO

### EXPECTATIVAS

Estimado asegurado:

Califique entre 1 a 7 la importancia que usted le otorga a cada una de los siguientes ítems relacionados con el servicio que usted espera recibir en la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015. Considere 1 como la menor calificación y 7 como la mayor calificación.

E1	Que la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, debería poseer instalaciones físicas modernas, cómodas, limpias, agradables y atractivas.	1	2	3	4	5	6	7
E2	Que la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, debería tener equipos modernos y actualizados de acuerdo a los servicios que brinda.	1	2	3	4	5	6	7
E3	Que el personal profesional y administrativo de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, deben caracterizarse por estar bien vestidos, limpios y aseados de acuerdo a su posición o cargo.	1	2	3	4	5	6	7
E4	Que los materiales asociados con los servicios que brinde la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, deben ser actualizados, confiables y de buena apariencia.	1	2	3	4	5	6	7
E5	Que cuando la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, promete hacer algo planificado, lo haga en el tiempo prometido.	1	2	3	4	5	6	7
E6	Que cuando un asegurado tiene un problema, la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, debe mostrar interés sincero en solucionarlo.	1	2	3	4	5	6	7
E7	Que el personal de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, brinde un buen servicio desde la primera vez y mantenga éste accionar evitando cometer errores.	1	2	3	4	5	6	7
E8	Que el personal de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, concluya el servicio en el tiempo prometido.	1	2	3	4	5	6	7
E9	Que el personal de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, procure mantener el servicio exento de errores.	1	2	3	4	5	6	7
E10	Que los funcionarios y servidores de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, prometan a sus asegurados, brindarles servicios en plazos que ellos son capaces de cumplir.	1	2	3	4	5	6	7
E11	Que los funcionarios y servidores de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, estén dispuestos y disponibles durante la entrega del servicio.	1	2	3	4	5	6	7
E12	Que los funcionarios y servidores de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, siempre tengan voluntad sincera en ayudar a sus usuarios.	1	2	3	4	5	6	7
E13	Que los empleados (funcionarios) de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, siempre estén dispuestos para aclarar dudas de sus usuarios.	1	2	3	4	5	6	7



E14	Que el comportamiento de los funcionarios y servidores de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, debe inspirar confianza en los asegurados.	1	2	3	4	5	6	7
E15	Que los asegurados de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, se sientan seguros en sus gestiones y/o transacciones en la institución.	1	2	3	4	5	6	7
E16	Que los funcionarios y servidores de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, deben tratar con cortesía a los asegurados.	1	2	3	4	5	6	7
E17	Que los funcionarios y servidores de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, precisan tener información y conocimientos necesarios para responder las preguntas de los asegurados.	1	2	3	4	5	6	7
E18	Que la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, deba ofrecer horarios de funcionamiento convenientes para todos sus asegurados.	1	2	3	4	5	6	7
E19	Que la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, precisa tener funcionarios y servidores que brinden atención personalizada a sus usuarios cuando sea requerida.	1	2	3	4	5	6	7
E20	Que la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, deba esmerarse en brindar el mejor servicio a sus asegurados.	1	2	3	4	5	6	7
E21	Que la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, entienda las necesidades específicas de sus asegurados.	1	2	3	4	5	6	7
E22	Que la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, muestre interés en los asegurados y los tomen en cuenta en las decisiones, actividades y proyectos de la institución.	1	2	3	4	5	6	7

Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_

Opinión de aplicabilidad:    Aplicable     Aplicable después de corregir [ ]    No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: CAPCHA CASTRO, WALTER GERARDO ..... DNI: 06612970 .....

Especialidad del validador: INVESTIGACIÓN Y DOCENCIA UNIVERSITARIA .....

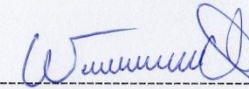
<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

..01..de..12...del 2015



Firma del Experto Informante.

## CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA SATISFACCION DEL ASEGURADO

### PERCEPCIONES

Estimado asegurado.

Califique entre 1 a 7 a cada una de las siguientes preguntas relacionadas con el servicio que usted recibe en la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015. Considere 1 como la menor calificación y 7 como la mayor calificación.

P1	La Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015 posee instalaciones físicas modernas, cómodas, limpias, agradables y atractivas	1	2	3	4	5	6	7
P2	La Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015 tiene equipamiento moderno y actualizado de acuerdo a los servicios que brinda.	1	2	3	4	5	6	7
P3	El personal profesional y administrativo de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015 se caracterizan por estar bien vestidos, limpios y aseados de acuerdo a su posición o cargo.	1	2	3	4	5	6	7
P4	Los materiales asociados con los servicios que brinda la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015 son actualizados, confiables y de buena apariencia	1	2	3	4	5	6	7
P5	Cuándo la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015 promete hacer algo planificado, lo hace en el tiempo prometido.	1	2	3	4	5	6	7
P6	Cuándo un asegurado tiene un problema, la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015 muestra un interés sincero en solucionarlo.	1	2	3	4	5	6	7
P7	El personal de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015 brinda buen servicio desde la primera vez y mantiene éste accionar evitando cometer errores.	1	2	3	4	5	6	7
P8	El personal de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015 concluye el servicio en el tiempo prometido.	1	2	3	4	5	6	7
P9	El personal de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015 procura mantener el servicio exento de errores.	1	2	3	4	5	6	7
P10	Los funcionarios y servidores de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015 prometen a sus asegurados, brindarles servicios en plazos que ellos son capaces de cumplir.	1	2	3	4	5	6	7
P11	Los funcionarios y servidores de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima	1	2	3	4	5	6	7

	Centro, 2015 están dispuestos y disponibles durante la entrega del servicio.							
P12	Los funcionarios y servidores de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015 siempre tienen voluntad sincera en ayudar a los usuarios.	1	2	3	4	5	6	7
P13	Los empleados (funcionarios) de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015 siempre están dispuestos para aclarar dudas de los usuarios.	1	2	3	4	5	6	7
P14	El comportamiento de los funcionarios y servidores de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015 inspiran confianza en los asegurados.	1	2	3	4	5	6	7
P15	Los asegurados de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015 se sienten seguros en sus gestiones y/o trámites en la institución.	1	2	3	4	5	6	7
P16	Los funcionarios y servidores de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015 tratan con cortesía a los asegurados.	1	2	3	4	5	6	7
P17	Los funcionarios y servidores de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015 tienen los conocimientos necesarios para responder a las preguntas de los asegurados.	1	2	3	4	5	6	7
P18	La Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015 tiene horarios de funcionamiento convenientes para sus asegurados.	1	2	3	4	5	6	7
P19	La Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015 tiene funcionarios y servidores que dan atención individualizada a cada alumno cuando es requerida.	1	2	3	4	5	6	7
P20	La Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015 está enfocada en brindar el mejor servicio a sus asegurados.	1	2	3	4	5	6	7
P21	La Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015 entiende las necesidades específicas de sus asegurados.	1	2	3	4	5	6	7
P22	La Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2015 muestra interés en los asegurados y los toma en cuenta en las decisiones, actividades y proyectos de la institución.	1	2	3	4	5	6	7

Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_

Opinión de aplicabilidad:    Aplicable     Aplicable después de corregir [ ]    No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: CAPCHA CASTRO WALTER GERARDO ..... DNI: 06612970 .....

Especialidad del validador: INVESTIGACIÓN Y DOCENCIA UNIVERSITARIA .....

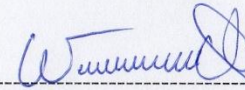
<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

01 de 12 del 2015



Firma del Experto Informante.

## **ARTICULO**

**Calidad de servicio y satisfacción del asegurado en la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014**

**Universidad Cesar Vallejo**

**Bach. Luz Aydee Suyo Cruz**

**Resumen**

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre la Calidad de servicio y satisfacción del asegurado en la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014. Es una investigación sustantiva, trata de responder a los problemas teóricos o sustantivos, está orientada a describir, explicar, predecir o retrodecir la realidad con lo cual se va en búsqueda de principios y leyes generales que permita organizar una teoría científica. El diseño fue no experimental, transversal y correlacional; la muestra se obtuvo por muestreo aleatorio simple, conformada por 201 asegurados de la Oficina de normalización previsional de centro de atención Lima Centro. Se aplicó la técnica de la encuesta, se usó como instrumento el cuestionario SERVQUAL creado por Parasuraman, Zeithaml y Berry en 1988 que mide la calidad de servicio percibida a través de la satisfacción de los usuarios, basado en el cálculo de la diferencia de sus percepciones y expectativas, instrumento adaptado y validado para ser utilizado. Para la calificación de los enunciados se utilizó las puntuaciones de la escala de Likert (del 1 al 7), de forma tal que permite medir el nivel de actitud por cada una de las 5 dimensiones de la Escala SERVQUAL. La conclusión indica que: existe relación positiva entre la calidad de servicio que brinda la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro 2014 y la satisfacción de sus asegurados con un coeficiente de correlación rho Spearman  $r=0.703$ , con una  $p=0.001$  ( $p < .05$ ), a un nivel de significancia de 5% estadísticamente significativa por tanto se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alterna.

**Palabras clave:** Calidad de servicio y satisfacción del asegurado.

**Abstract**

This research aimed to determine the relationship between service quality and satisfaction assured in the office of Social Security Standardization, spotlight Lima Center, 2014. It is a substantive research attempts to answer the theoretical or substantive problems, is oriented to describe, explain, predict or retrodict reality with which he goes in search of general principles and laws that allow organize a scientific theory. The design was not experimental, transversal and correlational; the sample was obtained by simple random sampling, consisting of 201 policyholders of the Office for Social Security Standardization of Lima Center spotlight. The survey technique was applied, was used as an instrument SERVQUAL questionnaire created by Parasuraman, Zeithaml and Berry in 1988 that measures the quality of service perceived by the user satisfaction, based on the calculation of the difference in their perceptions and expectations, instrument adapted and validated for use scores Likert scale (1 to 7), so as to measure the level of attitude for each of the five dimensions of SERVQUAL Scale was used for qualifying statements. The conclusion indicates that: there is a positive relationship between the quality of service provided by the Office for Social Security Standardization, spotlight Lima Center 2014 and the satisfaction of its policyholders with rho correlation coefficient Spearman  $r = 0.703$ , with  $p = 0.001$  ( $p < .05$ ), at a significance level of 5 % statistically significant for both the null hypothesis is rejected and the alternative hypothesis was accepted.

**Keywords:** Quality of service and satisfaction assured.

**I. INTRODUCCIÓN**

**Fundamento teórico de la Calidad de servicios**

La American Society for Quality (ASQ), pionera en el campo de la gestión de calidad a nivel mundial, aun cuando señala que: Calidad es un término subjetivo para el cual cada persona tiene su propia definición, le da dos significados desde una perspectiva técnica: por un lado señala que: es la totalidad de las características de un producto o servicio que determinan su capacidad para satisfacer necesidades establecidas o implícitas, y por otro como un producto o un servicio libre de deficiencias (ASQ, 2007, p. 76). Asimismo, la International Organization for Standardization (ISO) con la norma internacional ISO-9000, define a la calidad como el “grado en que un conjunto de características inherentes, cumple una necesidad o expectativa establecida, generalmente implícita u obligatoria” (ISO, 2005, p. 41)

Los primeros esfuerzos por definir la calidad del servicio se hicieron de acuerdo con los criterios del proveedor, con la consecuente adaptación a las especificaciones definidas por el servidor. En 1972, Levitt propone aplicar a la producción de los servicios definiciones y técnicas de control de calidad similares a las de la manufactura. A este enfoque de la calidad se le conoce como "calidad objetiva, que se refiere a la superioridad medible y verificable del servicio frente a un estándar ideal" (Zeithaml, 2007, p. 54). La visión objetiva de la calidad del servicio se cambia a partir de Grönroos (1982), quien manifiesta que por su "inmaterialidad, los servicios requieren una activa interacción entre el comprador y el proveedor". La conceptualización y medición de la calidad de servicio "ha sido uno de los tópicos objeto de mayores debates y controversias en la literatura de mercadeo de servicio" (Brady & Cronin, 2001, p. 78) por tanto, existe una gran cantidad de definiciones de calidad de servicio, y no se ha llegado a un consenso sobre el tema. En consecuencia, son múltiples los trabajos teóricos y empíricos en diferentes contextos de servicios que reportan resultados diferentes en la composición del constructo (Grönroos, 1982, p. 64).

Para Juran (2007) La calidad consiste en aquellas características de producto que se basan en las necesidades del usuario y que por eso brindan satisfacción del producto. Calidad consiste en libertad después de las deficiencias". Imai (2008), señala que "la calidad se refiere a no solo a la calidad de productos o de servicios terminados, sino también a la calidad de los procesos que se relacionan con dichos productos o servicios" (p. 176). Por su parte Stoner (2006), aporta que la calidad; en el lugar de trabajo va más allá de crear un producto de calidad superior a la medida y de buen precio. De acuerdo con Colunga (2005), la calidad se traduce como los beneficios obtenidos a partir de una mejor manera de hacer las cosas y buscar la satisfacción de los usuarios. Según Soto (2009), para Crosby, el proceso de mejoramiento de calidad debe partir de un comportamiento de la alta dirección, y de una filosofía de la que todas las personas de en la oficina de normalización previsional centro de atención comprendan sus propósitos. Para comprender la importancia que tiene el usuario dentro de en la oficina de normalización previsional centro de atención, se detallan los principios que Albrecht, (2001) considera para ello: a. Un usuario es la persona más importante en cualquier negocio. b. Un usuario no depende de nosotros. Nosotros dependemos de él. c. Un usuario no es una interrupción de nuestro trabajo. Es un objetivo. d. Un usuario nos hace un favor cuando llega. Para Pael, (2001) la calidad de servicio son "Las actividades secundarias que realice una institución pública para optimizar la satisfacción que reciba el usuario en sus actividades primarias (o principales)". (p. 54) Por su parte Muller (2009) la calidad de servicio "Consiste en cumplir expectativas del usuario". (p. 78) Un concepto mucho más breve la hace Juran (2007) que la define como "La actitud para el uso"; es decir, el grado en que el servicio satisface con éxito las necesidades del usuario a medida que se presta. De acuerdo a los conceptos otorgados por los autores, se puede decir que la calidad en el servicio es cumplir con las expectativas que tiene el usuario sobre que tan bien un servicio satisface sus necesidades.

#### **Fundamentos teóricos de la Satisfacción del asegurado**

La satisfacción del asegurado es referida como elemento clave en la valoración de la calidad de los servicios, se considera que uno de los indicadores más importantes para medir la calidad de la enseñanza tiene que ver con el grado de satisfacción de las personas involucradas en el proceso de gestión pública. (Jiménez, Terriquez y Robles, 2011, p. 76) Siguiendo el mismo análisis se encontró que esto no es casual dado que se establece que "la satisfacción es el resultado de un proceso que se inicia en el sujeto, y termina en él mismo, por lo que se hace referencia a un fenómeno esencialmente subjetivo desde su naturaleza hasta la propia medición e interpretación". (Zas, 2002, p. 56) Hay un creciente interés por la satisfacción del cliente como un aspecto esencial en la evaluación de la calidad (Kotler, 1999) sugiere que cotas altas de satisfacción del cliente pueden constituir el mejor indicador de beneficios futuros de una empresa. Llorens y Fuentes (1995), encuentran que tanto la disconformidad como "la calidad percibida tienen un impacto más fuerte en la satisfacción que las expectativas". A pesar de su anotación, ellos sugieren que las expectativas de uno sirven para fijar el estado de satisfacción en momentos posteriores, mediante la provisión de una base de tratamiento posterior. Buttle (1996) anotó una sugerencia similar a la de Caetano y Llorens mediante la hipótesis de que "ligeras" diferencias entre expectativas y desempeño tienden a causar una mayor confianza en las expectativas previas, mientras que diferencias "grandes" producen el empleo de tratamientos alternativos, tales como la adaptación "en la forma de contrastar los efectos". Sin embargo, la mayoría de la literatura sobre satisfacción defiende la posición en la que las expectativas y los desempeños percibidos afectan a la satisfacción o insatisfacción tanto directa como indirectamente vía disconformidad. Alves y Raposo (2004) concluyen en su estudio que cuando se trata de los servicios, la satisfacción no se encuentra únicamente influenciada por la calidad percibida, por el valor percibido y por las expectativas, sino que también lo está por la imagen de las instituciones. Carilli (2000) señala que la satisfacción del asegurado con la institución es uno de los indicadores más importantes de la eficacia institucional. Para



Tejedor (2002), la eficacia del servicio y los niveles de la satisfacción del usuario han sido un foco común del trabajo y su control de calidad. Lin (2007), considera que existen dos tipos de definiciones de satisfacción del usuario. El primer tipo considera la satisfacción del usuario como un resultado obtenido de la experiencia de consumir, y el segundo tipo de definición considera la satisfacción del usuario como un proceso.

Según Lourenco y Trezza, (2011) existen aspectos que determinan las condiciones de verificación de la satisfacción estas son: a. Sacrificio modesto prestación modesta Provoca una insatisfacción moderada o nivel de satisfacción bajo, por ello el juicio del servicio quedará en suspenso y con incertidumbre acerca de la oportunidad de repetir la experiencia, tan solo las necesidades posteriores de información determinarán una nueva experiencia en el mismo centro. Trabajos más explícitos sobre este tema corresponden a los de D'Elia y Walsh (2004, p. 76). Centrados en la satisfacción de la atención, distinguen dos tipos de satisfacción: satisfacción subjetiva del usuario, que se corresponde a la satisfacción emocional antes mencionada, y las medidas objetivas que se corresponden a la satisfacción material. Adicionalmente, agregan que las expectativas generan una estructura de referencia con la cual uno hace un juicio comparativo. Para Oliver (2006), las expectativas son creencias de lo que será la consecuencia de un acontecimiento o evento futuro. En contraste, Parasuraman, Zeithaml y Berry (1998) definen las expectativas en términos de lo que los clientes creen que se les debe ofrecer. De esto, se puede decir que en la oficina de normalización previsional centro de atención oferta sus servicios y es el alumno quien se genera expectativas sobre el resultado de su formación profesional en base a aquello que le ha sido ofertado.

### **Justificación del estudio**

En el aspecto teórico, el estudio aportó a los fundamentos teóricos mediante la prueba de hipótesis, relacionado al campo de la calidad de servicio así como para considerar los principios de satisfacción de la atención de los asegurados, asimismo el estudio sirve como fuente de referencia para la satisfacción de los asegurados en la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014, así como para otras instituciones que asuman con seriedad la satisfacción del cliente que en este caso son los asegurados de la Oficina nacional de pensiones. En la base teórica de la administración y el marketing, se pretende aportar en el área de la calidad de servicio, con un enfoque de calidad percibida y en la satisfacción de los asegurados como usuarios directos del servicio. Considerando que la calidad es uno de los pilares en la administración y gestión de una institución pública. En el aspecto práctico el estudio resulta importante en la medida que con los resultados del presente estudio, se espera patentizar discrepancias o brechas de satisfacción del servicio y brindar oportunidades de mejora institucional y satisfacción de los asegurados de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014, por lo tanto, se beneficiarán tanto los servidores como los usuarios.

En consecuencia la relevancia del estudio relaciona la política de calidad que se difunde en la Oficina de normalización previsional, considera la calidad como un factor transversal en todos los ámbitos del quehacer diario, orientando sus actividades a la mejora continua de los procesos, con la finalidad de satisfacer las necesidades de sus clientes, los requisitos legales y de su sistema de gestión de la calidad, basándose en las competencias de su personal académico y administrativo.

### **Problema**

La presente investigación se realizó considerando que el manejo de la calidad de servicio en la oficina de normalización previsional del sistema de pensiones Lima Centro como resultado de varios factores, uno de ellos es la efectividad de los servicios que se da a los usuarios; por ello se hace prioritario establecer la relación que existe entre reconocer las condiciones de eficiencia en los procesos administrativos referidos al control de personal, evaluación de procesos y resultados de la gestión para poder entender y mejorar el nivel de desarrollo institucional, la misma que lleva a percibir un ambiente afable, claro de desarrollo institucional que determina la satisfacción de los asegurados referidos al nivel de servicio de pensiones. Por ello, con el presente trabajo, se buscó conocer cómo es percibida la calidad de servicio, con el fin de tener una mejor estrategia sobre la satisfacción de la atención de los asegurados en el marco de la modernización de la gestión, lo cual se refleje en el nivel de satisfacción, dado que en los años que tiene la administración de la oficina previsional de pensiones, el manejo de la gestión y el nivel de satisfacción de los usuarios no ha sido tan asertiva, pues hay mucha insatisfacción en los usuarios, hay una carencia estímulos organizacionales que genera cierta desorganización y dificulta la gestión. Es decir, en lo concerniente a las relaciones humanas, la percepción que se tiene es el resquebrajamiento del clima organizacional, cuya influencia repercute directamente en la gestión y sobretodo en el servicio de gestión pública que presta la institución.

**Problema General**

¿Qué relación existe entre la calidad del servicio y la satisfacción de los asegurados en la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014?

**Hipótesis principal**

Existe relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción de los asegurados en la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014

**Objetivo general**

Determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción de los asegurados en la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014

**MARCO METODOLÓGICO**

**Variable1: Calidad de servicio:** Se medirá en forma indirecta, para lo cual se usará la escala multidimensional SERVQUAL (adaptada y validada) creada por Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988. La cual considera cinco dimensiones: elementos tangibles, fiabilidad, responsabilidad, seguridad y empatía. Con 22 indicadores repartidos: 4 para elementos tangibles, 5 para fiabilidad, 4 para responsabilidad, 4 para seguridad y 5 para empatía. Para la calificación de los ítems se utilizará una escala numérica del 1 al 7, considerando 1 a la calificación más baja y 7 a la más alta.

**Variable 2: Nivel de satisfacción del asegurado:** Es una variable cualitativa, multidimensional, de medición indirecta. Basado en el paradigma de la confirmación / Desconfirmación de las expectativas:

1. Confirmación: El desempeño del servicio cumple con las expectativas. Lo que el usuario pensaba que el servicio haría, realmente lo hace. Tanto en el cumplimiento de una alta, como una baja performance esperada.
2. Desconfirmación positiva: El desempeño del servicio supera las expectativas y, en consecuencia, se produce una Desconfirmación placentera de las expectativas que se tenían inicialmente. Es posible que ello ocurra porque las expectativas fuesen muy bajas o porque el desempeño real del servicio sea excepcionalmente alto.
3. Desconfirmación negativa: El desempeño del servicio cae por debajo de las expectativas. Puede tener un desempeño peor del que se esperaba. Es la situación que causa una más baja satisfacción de los usuarios.

El Método de Investigación para el presente trabajo es el método científico de enfoque Cuantitativo dado que el objeto de la investigación consiste en evaluar ciertas características de una situación particular en uno o más puntos del tiempo. En esta investigación se analizan los datos reunidos para descubrir así, que las variables estén relacionadas entre sí. El presente estudio es una investigación de tipo sustantivo, pues se trató de conocer si la variable 1, Calidad de servicio está relacionada con la variable dependiente satisfacción de la atención, sin necesidad de explicar las relaciones causales entre ellas. Siguiendo los aportes de Hernández et al (2010) la presente investigación es de tipo descriptivo-correlacional. Este estudio tiene un diseño no experimental porque se realizó sin la manipulación deliberada de las variables y sólo se observó los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos.

La población estuvo constituida por 416 asegurados de la Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014 correspondiente al primer semestre del año de 2015. La unidad de análisis fue el asegurado. La muestra para éste estudio fue extraída de la población de asegurados de la oficina de normalización previsional de Lima centro correspondiente al primer semestre del 2015. Se aplicó un muestreo probabilístico simple. Para calcular la muestra se aplicó la fórmula para variables cualitativas y poblaciones finitas:

$$n = \frac{Z^2pqN}{e^2(N - 1) + Z^2pq}$$

Después del cálculo correspondiente, tuvimos una muestra constituida por 201 usuarios que fueron extraídos de los asegurados de la ONP, correspondiente al primer semestre 2015. Para extraer la muestra se hizo un listado y se asignó un número a cada asegurado de la población, luego se seleccionó a los sujetos de la muestra aleatoriamente a través del programa computacional SPSS. Se realizó una encuesta de forma individual a 201 asegurados de la ONP Lima Centro, seleccionados por muestreo probabilístico simple para explorar la calidad de servicio percibida por los asegurados y el nivel de satisfacción de los mismos.

El instrumento se elaboró tomando como base el cuestionario multidimensional SERVQUAL, usado por aproximadamente tres décadas para medir calidad de servicio en empresas prestadoras de servicios, con un alto nivel de confiabilidad y validez, creado por Parasuraman, Zeithaml, y Berry en 1988. El cuestionario consta de dos secciones: la primera para explorar expectativas y la segunda para explorar percepciones de calidad de servicio. Cada sección tiene 22 enunciados, dividida en cinco dimensiones: Aspectos tangibles (4 ítems), fiabilidad (5 ítems), responsabilidad (4 ítems), seguridad (4 ítems) y empatía (5 ítems). Para la calificación de los enunciados se utilizó una escala numérica del 1 al 7, considerando 1 como la más baja calificación y 7 como la más alta (ver anexo).

El cuestionario ha sido adaptado para medir calidad de servicio de gestión pública, la validación de contenido se sometió a juicio de expertos con demostrada capacidad y experiencia en el tema para calificar la pertinencia y claridad de las preguntas. La confiabilidad de la encuesta se exploró mediante la determinación del coeficiente alfa de Cronbach el cual fue de 0.94, interpretándose como buena confiabilidad valores  $\geq 0.7$  (Hair, 2009). Para la prueba de hipótesis se utilizó el estadístico de correlación de Spearman por tratarse de dos variables cualitativas ordinales. Se realizó la introducción de los datos de cada instrumento en la “matriz base”, se procesó y analizó la información de manera automática utilizando, además del software señalado anteriormente, una computadora de última generación. Prueba de correlación.

### III. RESULTADOS

En forma global las mayores expectativas de los asegurados encuestados son hacia empatía y seguridad con puntajes promedios de 6,14 y 6,12 respectivamente, y las menores hacia fiabilidad con puntaje promedio de 5,58, considerando un promedio global 6,04. Pero sus percepciones del servicio califican mejor hacia seguridad y responsabilidad con puntajes 5 y 4,7 respectivamente, con menor puntuación para fiabilidad y empatía con 4,45 y 4,70 con un promedio global de las cinco dimensiones de 4,75. En cuanto a las diferencias o brechas de percepciones menos expectativas (P-E), que refleja satisfacción o calidad si la diferencia es cero o positiva; insatisfacción o deficiente calidad si es negativa. Todas las brechas son negativas, de las cuales, las más negativas corresponden a empatía y tangibles con -1,44 y -1,40 respectivamente. Cuando analizamos los puntajes promedios de las diferencias de percepciones menos expectativas de la percepción de la calidad por los asegurados participantes por ítems, encontramos que los más comprometidos fueron: el 2, 22 y 5 con puntajes de -1.62, -1.58 y -1.57 respectivamente, que corresponde a “debería poseer instalaciones físicas modernas, cómodas, limpias, agradables y atractivas”, “muestre interés en los asegurados y los tomen en cuenta en las decisiones, actividades y proyectos de la ONP” y “cuando la ONP promete hacer algo planificado, lo haga en el tiempo prometido”

**Análisis descriptivo de la variable satisfacción del asegurado.** Con un nivel de significancia de 5%, hay evidencia estadística que las diferencias entre los puntajes promedios de las percepciones y expectativas en las dimensiones tangibles, fiabilidad, responsabilidad, seguridad y empatía; además, de forma global son significativas.

**Análisis inferencial.** Para el estudio se planteó lo siguiente: Nivel de confianza al 95%, Valor de significancia:  $\alpha = 0.05$  Se obtuvo un coeficiente de correlación de  $r=0.703$ , con una  $p=0.001$  ( $p < .05$ ), con el cual se acepta la hipótesis alterna y se debe rechazar la hipótesis nula. Por lo tanto, se puede afirmar que existe relación directa y significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción de la atención. Finalmente, cabe señalar que el coeficiente de correlación hallado es de una magnitud alta. Al contrastar las hipótesis planteadas, se evidencia que el valor de la probabilidad ( $p$ -valor = 0.000) es menor al nivel de significancia ( $\alpha = 0.05$ ), entonces se rechaza a la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Concluyendo que a un nivel de significancia de 5% y con la información recopilada podemos afirmar que existe relación entre calidad de servicio que brinda la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014 y la satisfacción del asegurado, estadísticamente significativa mediante la prueba no paramétrica rho Spearman.

### IV. DISCUSIÓN

Analizando la metodología SERVQUAL ya referida y de acuerdo con lo propuesto por Buttle (1995), el análisis global se obtuvo puntajes promedio de 6,04 y 4,75 puntos correspondientes a las expectativas y percepciones respectivamente, con una brecha (P - E), negativa de - 1.29 dentro de un rango de - 6 a 6, expresando una percepción global de insatisfacción, y por lo tanto deficiencias en el servicio de la ONP que no satisface las necesidades ni las expectativas de los asegurados. Comparando con los hallazgos de otros estudios que también tuvieron brechas negativas de - 0,51 en Santa Catarina en Brasil (Dettemer, Socorro, y Takashi, 2002), - 0,85 en la Universidad paulista de Sao Pablo de Brasil (Olivera & Ferreira, 2008), - 0,4 en asegurados extranjeros en universidades de Malasia (Shekarchizadeh, Rashi, &

Hon-Tat, 2011) y -1.10 en asegurados de ingeniería empresarial de Serbia de Eslovaquia (Dado, Petrovicova, Riznic, & Rajic, 2011). En relación al análisis por dimensiones de la encuesta SERVQUAL, como se muestra en la tabla 7, los puntajes promedios de las expectativas de los asegurados (dimensiones sobre las cuales enfocan sus necesidades y expectativas) estuvieron dirigidos a empatía y seguridad con 6,14 y 6,12 puntos respectivamente. Los puntajes promedio que calificaron mejor su percepción del rendimiento del servicio fueron en las dimensiones de empatía y responsabilidad con puntajes de 5 y 4,93 respectivamente, no obstante percibieron un pobre rendimiento en la dimensión fiabilidad con 4,45 puntos. Las mayores brechas de satisfacción y por consiguiente compromiso en la calidad de servicio, se muestran en relación a empatía (-1,44), tangibles (-1,40) y fiabilidad (-1,39). (Dettemer, Socorro, y Takashi, 2002) y (Olivera & Ferreira, 2008) encontraron a empatía con brecha más elevadas

Los resultados de nuestro estudio tienen una serie de implicaciones importantes para los gestores de los servicios, en primer lugar, debe hacerse un esfuerzo importante en mejorar la calidad del servicio prestado considerando que la mejora en la calidad percibida puede ser lograda mediante la mejora de la eficacia y de la eficiencia en la prestación del servicio. En la tabla 15, con el coeficiente de correlación de  $r=0.703$ , con una  $p=0.001$  ( $p < .05$ ), se afirma que existe relación directa y significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción de la atención, al respecto se encontraron trabajos similares como el de Mello, Dutra & Oliveira (2009), quienes sostienen que las dimensiones tangibles, es ineficiente al considerar la infraestructura poco relevante, asimismo Dettemer, Socorro, & Takashi (2009), consideran que la ONP tuvo bajos niveles de insatisfacción, siendo la dimensión que requería mayor atención fue tangibilidad y empatía, en el mismo sentido Freitas, Andrade, Rodrigues & Correia (2007), halló que los asegurados estuvieron entre satisfechos y muy satisfechos con el servicio proporcionado por el programa, lo cual indica que el estudio es de importancia en la medida de la calidad de servicio como fuente de desarrollo y satisfacción del usuario. En la tabla 16, con un coeficiente de correlación de  $r=0.735$ , y una  $p=0.000$  ( $p < .05$ ), se acepta la hipótesis alterna afirmándose que existe relación directa y significativa entre la expectativa de la calidad de servicio y la satisfacción de la atención, dicho resultado se explica en relación a la similaridad propuesta por Tureta, Reis & Oliveira (2007) quienes sostiene que la mejora de un sistema depende de las evaluaciones y que estos carecen de modelos apropiados y globales para proporcionar parámetros comparables, confiables y relevantes para las decisiones gerenciales. En la tabla 17, con un coeficiente de correlación de  $r=0.610$ , y una  $p=0.000$  ( $p < .05$ ), se acepta la hipótesis alterna afirmándose que existe relación directa y significativa entre la percepción de la calidad de servicio y la satisfacción de la atención, en ese sentido Bernal, (2007) manifiesta que la calificación de las pruebas y el análisis respectivo de los 15 primeros ítems se determinó que el 46.2 % de las puntuaciones consideradas como altas tienden a calificar el desempeño de la organización como buena y muy buena. Esto nos permite afirmar que el nivel de calidad de servicio óptimo. El restante 48.8% de la calificaciones tienden valores medios.

En la tabla 18, con un coeficiente de correlación de  $r=0.453$ , y una  $p=0.000$  ( $p < .05$ ), se acepta la hipótesis alterna confirmándose que existe relación directa y significativa entre elementos tangibles de la calidad de servicio y la satisfacción de la atención, al respecto Chamorro, (2005) manifiesta que el conocimiento del proceso de gestión trascendental para tener éxito y satisfacción de la atención razón por la que es ineludible el enlace de la teoría con la práctica. En la tabla 19, con un coeficiente de correlación de  $r=0.475$ , y una  $p=0.000$  ( $p < .05$ ), se acepta la hipótesis alterna afirmándose que existe relación directa y significativa entre fiabilidad de la calidad de servicio y la satisfacción de la atención. Dicho resultado discrepa con los aportes de Shekarchizadeh, Rashi & Hon-Tat (2011), dado que los resultados son diferentes en los cinco factores en la forma de profesionalismo, confiabilidad, hospitalidad, tangibles, y compromiso fueron descubiertos. En la tabla 20, con un coeficiente de correlación de  $r=0.641$ , y una  $p=0.000$  ( $p < .05$ ), se acepta la hipótesis alterna afirmándose que existe relación directa y significativa entre responsabilidad de la calidad de servicio y la satisfacción de la atención, dicho resultado es similar a lo propuesto por Mite (2007) quien sostiene que las dificultades que se presentan en los hogares si es necesario fortalecer el núcleo familiar, para ello se hace la invitación a profesionales especializados en temas relacionados a las dificultades y conflictos que atraviesan nuestras familias. En la tabla 21, con un coeficiente de correlación de  $r=0.513$ , y una  $p=0.000$  ( $p < .05$ ), se acepta la hipótesis alterna confirmando que existe relación directa y significativa entre seguridad de la calidad de servicio y la satisfacción de la atención. En ese sentido se explica concordando con Mundaraín y Reyes (2007), quienes manifiestan que la existencia de un salario no acorde con el trabajo realizado por el personal, calificándolo como no satisfactorio. Esto indica que el dinero es un factor extrínseco básico que desea el trabajador para satisfacer sus necesidades, también Bullón (2007) encontró una diferencia significativa en el grado de satisfacción y el nivel de atención con la calidad percibida. En la tabla 22, con un coeficiente de correlación de  $r=0.678$ , y una  $p=0.000$  ( $p < .05$ ), con el cual se acepta la hipótesis alterna confirmando que existe relación directa y significativa entre la empatía de la calidad de servicio y la satisfacción de la atención, en este resultado se considera que el aporte de Flores (2006), resulta importante dado que

la organización, es también un beneficiario directo, ya que al detectar las falencias que posee y retroalimentarse a partir de la información que proporcionan los asegurados, logrará la satisfacción de quienes son su razón de ser, incrementando así su capacidad de retención.

### CONCLUSIONES

En general, existe relación positiva entre la calidad de servicio que brinda la oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014 y la satisfacción de sus asegurados con un coeficiente de correlación rho Spearman  $r=0.703$ , con una  $p=0.001$  ( $p < .05$ ), a un nivel de significancia de 5% estadísticamente significativa por tanto se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alterna.

### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

- Albrecht, P. (2001). *Liderazgo en la Gestión De la atención- Administrativa de las Instituciones públicas de la Región Huánuco Año 1998-2003*. Tesis magistral. UNHEVAL. Huánuco. Perú. 2003
- Alves, M., y Raposo, K. (2004). *Los caminos de la gestión en la oficina de normalización previsional centro de atención pública*. Lima Editorial PIEDI.
- Anderson, C. (2007). *Liderazgo y Gestión por 8 hábitos*. Madrid: Díaz de Santos
- ASQ, G. (2007). *Manual del Director* 1° Edición. Lima: Edit. B .Honorio Perú
- Bernard, F. (2008). *Gestión de Conflictos*. 2° Edición. España-Barcelona: Edit.Ariel S.A.
- Bernuy, T. (2001). *Modelos teóricos de la gestión por competencias*. Buenos Aires: Kapeluz
- Brady, M., y Cronin, J. (2001). Some New Thoughts on Conceptualizing Perceived Service Quality: A Hierarchical Approach. *The Journal of Marketing*, 65(3), 34-49
- Bullón, G. (2007). *Gestión de Calidad en los Centros De gestión públicas*: Madrid. Narcea
- Buttle, F. (1996). SERVQUAL: review, critique, research agenda. *European Journal of Marketing*, 30(1), 8-32
- Caetano Alvés, G. N. (2003). *Marketing en los servicios de servicios: modelos de percepción de calidad*. Madrid: Tesis Doctoral - Oficina de normalización previsional, centro de atención Lima Centro, 2014 Complutense de Madrid.
- Carlos, D. (2005). *La Acción Directiva en las Instituciones: Análisis y Propuestas*. Editorial Horsori, S.I
- Carilli, P. (2000). *La Servicios Superior*. México: Prentince Hall
- Castro, P. (2010). Adapting the SERVQUAL Scale to Hospital Services An Empirical Investlgatlon. 26(6), 767-786
- Chamorro, S. (2005). *Trascendencia de los Saberes para el Éxito del Liderazgo Administrativo una Experiencia en la Competencia laboral Unitarias de la UGEL – Chanchamayo*. UNFV
- Colunga, W. (2005). *La Evaluación como aporte a la calidad de la servicios*” Buenos Aires: Editorial Kapeluz
- Cronin, J., y Taylor, S. (1992). Measuring service quality: A re-examination and extension. *Journal of Marketing*
- D’Elia y S.Walsh (2004). *Currículo Universitario basado en Competencia*. Argentina: Kapeluz
- Dado, J., Petrovicova, J., Riznic, D., y Rajic, T. (2011). An Empirical Investigation into the Construct of Higher Education Service Quality. *International Review of Management and Marketing*
- Dettemer, S., y Takashi, H. (2009). *Teoría General de Sistemas*. Vision de la teoría de sistemas. Madrid: Horsori
- Druker, P. (1990). *Guía temática de política*. Colombia: Edición Original.
- Dutra, M., y Oliveira, J. (2009). *Administración general*. Un enfoque de la gestión empresarial. Lima: Mantaro
- Egido, Haug, (2006). *La satisfacción del Asegurado*. En la nueva revisión de Biblioteconomía De la atención.
- Flores, T. (2006). *Calidad Total y Productividad*, (2° edición). Editorial Mc Graw Hill
- Freitas, A., Rodrigues, C. (2007). *Administración de recursos humanos*. Revista de “Servicios y Cultura “de la sección.
- Gallegos, L. (2004). *Conjunto de acciones de planeamiento, organización, dirección, control y evaluación necesarios para una conducción eficaz de la labor educativa*. Barcelona: Paidos
- Garcés, P. (2004). *Grado de satisfacción de los usuarios con los servicios prestados por la Biblioteca Gemer de Roznava*, P. Dobsinsky "en Kniznice un Informacie
- García, R. (2008). *La calidad de la gestión de la atención administrativa y el desempeño profesional en la Unidad de Post grado*. Tesis de Maestría. Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle.
- Grönroos, G. (2004). *Administración de la Servicios. Visión del planeamiento estratégico*. En <http://www.monografias.com/trabajos25/administracion-centro-de-gestion-publica/administracion-centro-de-gestion-publica.shtml> # defin. Tomado el 8 de agosto del 2012 hora: 12:15 Pm Pág. 08
- Harrington (2004). *Reclutamiento y selección de Recursos humanos* en <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/rrhh1/admonrrhh1ari.htm> tomado el 30 de julio del 2012 hora: 9:19 Pm
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: McGrawHill

- Imai, P. (2008). *Evaluación de la satisfacción de la atención de los asegurados de la licenciatura en didáctica del francés*. México D.F.: RED
- ISO T. (2005). *Sistemas de gestión de la calidad - Fundamentos y vocabulario*. Ginebra: Secretaría Central de ISO
- Jiménez H. Terriquez F. y Robles, M. (2011). *Evaluación de la satisfacción de la atención de los asegurados*. Nayarit: UAN
- Juran, J. (2007). *Teoría y diseño organizacional*. Sexta Edición. México: Thomson Editores
- Karl, H. (2001). Service Quality in Higher Education - Case study: Measuring service quality of Islamic Azad University, Firoozkooh branch. *Interdisciplinary Journal of Research in Business*
- Kotler, P. (1999). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control* (Novena ed.). Englewood Cliffs NJ: Prentice-Hall Inc
- Llorens, F. J., y Fuentes, M. M. (1995). Calidad versus satisfacción: una evaluación de independencia, mediante un análisis factorial confirmatorio. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*
- Mite, K. (2007). *Plan estratégico para mejorar la calidad de servicio del departamento de orientación y bienestar estudiantil de la Unidad Educativa "Liceo Cristiano" de Guayaquil, período 2007 – 2011*. Tesis de maestría. Universidad Estatal de Bolívar
- Muller, E. (2009). *Administración una perspectiva global*, Editorial Mc Graw-Hill.
- Mundaraín, N., y Reyes, L. (2007). *Satisfacción laboral de los empleados administrativos en el Centro de Coordinación Regional del Ministerio de Infraestructura (Minfra)*. Tesis de Maestría. Carúpano, Estado Sucre.
- Oliver, R. L. (2006). Customer satisfaction research. En R. Grover, & M. Vriens, *The Handbook of Marketing Research: Uses, Misuses, and Future Advances* (pág. Chapter 27). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications
- Pael, F. (2001). *CRM como herramienta para la e-Institución educativa*. [Página Web en línea]. Disponible: <http://www.netmedia.info/netmedia/articulos>. (Consulta Abril 18, 2006)
- Palafox, M. (2001). *Gestión de la calidad del servicio a través de Indicadores Externos*. [Página Web en línea]. Disponible: <http://www.5campus.com/leccion/calidadserv>. (Consulta: Diciembre 02, 2014)
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., y Berry, L. (1988). SERVQUAL- A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1),
- Payano, Y. (2007). *Satisfacción del usuario y el servicio de préstamo interbibliotecario: un estudio en Louisiana State University "en RQ, Otoño*
- Shaw, (2007). *Gestión Educativa Tomo I 1° Edición*. Edit.IDH Instituto de Desarrollo Humano Pag.24
- Soto, P. (2009). *El Equipo Directivo*. Caracas Venezuela. Laboratorio De gestión pública;
- Stoner, J. (2006). *La investigación científica: Su estrategia y filosofía*. México: Siglo XXI Editores
- Tejedor, K. (2002). *Satisfacción De la atención: experiencia en Leicester "revision de Nueva De la atención Librarianship*
- Zas, B. (2002). *La satisfacción como indicador de excelencia en la calidad de los servicios de salud*. Publicado en la revista electrónica psicología científica en el 2002. <http://psicologiacientifica.com>. Consultada en febrero de 2010
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: A means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 52
- Zeithaml y Bitner (1996) *La calidad en la gestión como factor de cambio institucional en las organizaciones gubernamentales del Estado de México. Tesis presentada a la Universidad Autónoma del Estado de México*. ISSN 1405- 1435, UAEM, núm. 53, mayo - agosto 2015, pp. 285-310