



**ESCUELA DE POSTGRADO**  
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**EL SERVICIO DE ATENCIÓN Y LA SATISFACCIÓN DEL  
USUARIO DEL ORGANISMO SUPERVISOR DE LAS  
CONTRATACIONES DEL ESTADO – SEDE CENTRAL  
LIMA – 2013**

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

**MAGISTER EN GESTIÓN PÚBLICA**

**AUTOR:**

**Br. EVELYN NIEVES GONZALES PRADA**

**ASESOR:**

**Dr. EDWIN MARTÍNEZ LÓPEZ**

**SECCIÓN**

**CIENCIAS EMPRESARIALES**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

**CONTROL ADMINISTRATIVO**

**PERÚ - 2014**

---

Mgr. Jorge Alberto Flores Morales  
Presidente

---

Mgr. Karlo Ginno Quiñones Castillo  
Secretario

---

Dr. Edwin Alberto Martínez López  
Vocal

### **Dedicatoria**

A Dios por guiar mi camino y a mi mamá Isabel por su cariño y apoyo incondicional, por ser ejemplo para la realización de mis estudios de maestría y haberme inculcado el valor de la perseverancia.

## **Agradecimiento**

A mi maestro asesor de tesis Dr. Edwin Alberto Martínez López, por su apoyo y asesoría en la presente investigación.

## **Declaratoria de autenticidad**

Yo, Evelyn Nieves Gonzales Prada, estudiante del Programa Maestría en Gestión Pública de la Escuela de Postgrado de la Universidad César Vallejo, identificada con DNI 43982697, con la tesis titulada “El servicio de atención y la satisfacción del usuario del Organismo Supervisor de las Contrataciones del Estado – Sede Central Lima – 2013”, declaro bajo juramento que:

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

De identificarse la falta de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), autoplagio (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.

Lugar y fecha: Lima, 07 de junio de 2014.

Firma: \_\_\_\_\_

Nombres y apellidos: Evelyn Nieves Gonzales Prada

DNI: 43982697

## **Presentación**

Señores miembros del jurado en cumplimiento al Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, presento a vuestra consideración la presente tesis titulada: “El servicio de atención y la satisfacción del usuario del Organismo Supervisor de las Contrataciones del Estado – Sede Central Lima – 2013”, la misma que tiene como objetivo determinar la relación existente entre el servicio de atención y la satisfacción del usuario, con la finalidad de proporcionar información sobre las características del servicio que se brinda en esta entidad de la administración pública y la satisfacción de las personas que lo reciben, toda vez que, en el marco de la política nacional de modernización de la gestión pública se busca incidir en la prestación de servicios a la ciudadanía a fin de generar percepciones positivas y aumentar la confianza de la misma frente al Estado.

Para una mejor comprensión de la investigación se encuentra dividida en cuatro capítulos ceñidos al esquema de nuestra casa de estudios:

Problema de investigación

Marco teórico

Marco metodológico

Resultados a los que se unen los anexos

Dado el alcance que pretende el estudio, se pone a su disposición a la espera de sus contribuciones.

La autora.

## Índice

	<b>Página</b>
Página del Jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Presentación	vi
Índice	vii
Índice de tablas	x
Índice de figuras	xi
Resumen	xii
Abstract	xiii
Introducción	xiv
 <b>CAPITULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN</b>	
1.1 Planteamiento del problema	17
1.2 Formulación del problema	19
1.2.1 Problema General	19
1.2.2 Problemas Específicos	19
1.3 Justificación	20
1.3.1 Justificación teórica	20
1.3.2 Justificación legal	20
1.3.3 Justificación metodológica	22
1.3.4 Justificación práctica	22
1.4 Limitaciones	22
1.5 Antecedentes	23
1.5.1 Antecedentes Internacionales	23
1.5.2 Antecedentes Nacionales	27
1.6 Objetivos	29
1.6.1 Objetivo General	29
1.6.2 Objetivos Específicos	29

<b>CAPITULO II: MARCO TEÓRICO</b>	
2.1	Servicio de atención 32
2.1.1	Concepto de servicio de atención 32
2.1.2	Enfoques teóricos del servicio de atención 32
2.1.3	Dimensiones del servicio de atención 42
2.1.4	Indicadores del servicio de atención 44
2.2	Satisfacción del usuario 45
2.2.1	Concepto de satisfacción del usuario 45
2.2.2	Enfoques teóricos de la satisfacción del usuario 46
2.2.3	Dimensiones de la satisfacción del usuario 50
2.2.4	Indicadores de la satisfacción del usuario 51
2.3	Definición de términos básicos 52
<b>CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO</b>	
3.1	Hipótesis 56
3.1.1	Hipótesis General 56
3.1.2	Hipótesis Específicas 56
3.2	Variables 56
3.2.1	Definición conceptual de variables 56
3.2.2	Definición operacional de variables 57
3.3	Metodología 57
3.3.1	Tipo de estudio 57
3.3.2	Diseño de estudio 58
3.4	Población y muestra 59
3.4.1	Población 59
3.4.2	Muestra 60
3.5	Método de investigación 61
3.6	Técnicas e instrumentos de recolección de datos 61
3.7	Métodos de análisis de datos 65
<b>CAPÍTULO IV: RESULTADOS</b>	
4.1	Descripción 67

4.1.1	Análisis descriptivo de la variable servicio de atención	67
4.1.2	Análisis descriptivo de la variable satisfacción del usuario	68
4.2	Prueba de hipótesis	69
4.2.1	Análisis de relación entre servicio de atención y satisfacción del usuario	69
4.2.2	Análisis de relación entre servicio de atención y expectativa	71
4.2.3	Análisis de relación entre servicio de atención y percepción	73
4.3	Discusión	75
	CONCLUSIONES	79
	SUGERENCIAS	80
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	82
	ANEXOS	
	Anexo 1: Matriz de consistencia	87
	Anexo 2: Instrumento	89
	Anexo 3: Certificados de validación	92
	Anexo 4: Base de datos de la variable servicio de atención	98
	Anexo 5: Base de datos de la variable satisfacción del usuario	108

## Índice de tablas

<b>N°</b>	<b>Título</b>	<b>Página</b>
1	Operacionalización de variables servicio de atención y satisfacción del usuario.	57
2	Resultados de la validación del instrumento	63
3	Alfa de Cronbach del instrumento	63
4	Alfa de Cronbach de la prueba piloto	64
5	Prueba de Normalidad	65
6	Frecuencias y porcentajes de la variable servicio de atención	67
7	Frecuencias y porcentajes de la variable satisfacción del usuario	68
8	Relación entre servicio de atención y satisfacción del usuario	69
9	Relación entre servicio de atención y expectativa	71
10	Relación entre servicio de atención y percepción	73

## Índice de figuras

<b>N°</b>	<b>Título</b>	<b>Página</b>
1	Distribución de porcentajes de la variable servicio de atención	67
2	Distribución de porcentajes de la variable satisfacción del usuario	68
3	Relación entre servicio de atención y satisfacción del usuario	70
4	Relación entre servicio de atención y expectativa	72
5	Relación entre servicio de atención y percepción	74

## Resumen

El objetivo de la investigación fue determinar la relación existente entre el servicio de atención y la satisfacción del usuario del Organismo Supervisor de las Contrataciones del Estado – Sede Central Lima – 2013.

El estudio realizado es de tipo básico, con un diseño no experimental y nivel de investigación descriptiva correlacional. Para la selección de la unidad de análisis se recurrió a un muestreo aleatorio simple. El instrumento empleado incluyó una adaptación del cuestionario de calidad de servicio SERVQUAL. El instrumento estuvo conformado por 32 ítems a fin de evaluar las variables servicio de atención y satisfacción del usuario. Se realizó el análisis psicométrico para el instrumento obteniéndose confiabilidad y validez satisfactoria.

Los resultados obtenidos evidencian que existe una correlación significativa moderada entre las dos variables de estudio ( $r = 0.593$ ,  $p = 0.000 < 0,05$ ), lo cual demuestra que un buen servicio de atención permite la satisfacción de los usuarios que lo reciben; por el contrario, si el servicio brindado es malo se produce insatisfacción en los mismos. Por otro lado, los datos de correlación obtenidos evidencian que el servicio de atención está relacionado de forma significativa moderada con la expectativa del usuario ( $r = 0.550$ ,  $p = 0.000 < 0,05$ ), lo cual permite afirmar que a mayor o menor medida que el servicio responda a las expectativas del usuario, tendrá una buena o mala calificación y en consecuencia será mayor o menor la satisfacción. Asimismo, el servicio de atención se encuentra relacionado de forma significativa moderada con la percepción del usuario ( $r = 0.577$ ,  $p = 0.000 < 0,05$ ) con ello se puede afirmar que una buena o mala calificación del servicio prestado está relacionada con la percepción que se tiene del mismo, lo que a su vez se relaciona con un menor o mayor nivel de satisfacción. Finalmente, con los datos obtenidos se avalan las hipótesis específicas y se fortalece la general por cuanto existe una relación significativa entre el servicio de atención y la satisfacción del usuario.

Palabras claves: Servicio de atención, satisfacción del usuario.

## **Abstract**

The purpose of this research was to determine the relationship between service and user satisfaction of the Government Procurement Supervising Agency – Lima Headquarters – 2013.

The study is basic type, with a non-experimental design and correlational descriptive research level. For the selection of the unit of analysis was used a simple random sampling. The instrument used included an adaptation of the service quality questionnaire SERVQUAL. The instrument consisted of 32 items to assess the variables service and user satisfaction. Psychometric analysis tool for obtaining satisfactory reliability and validity was performed.

The results show that a moderate significant correlation between the two variables under study ( $r = 0.593$ ,  $p = 0.000 < 0.05$ ), demonstrating that a good service can satisfy users who receive, for conversely, if the service provided is bad occurs dissatisfaction. Furthermore, the correlation data obtained show that the service is significantly related with moderate user expectation ( $r = 0.550$ ,  $p = 0.000 < 0.05$ ), which can be said that a greater or lesser extent service that meets the expectations of the user, will have a good or bad rating and consequently the satisfaction will be higher or lower. Also, the service is significantly associated with moderate user perception ( $r = 0.577$ ,  $p = 0.000 < 0.05$ ) thus we can say that a good or bad rating of the service is related to the perception we have of it, which in turn is related to a lower or higher level of satisfaction. Finally, the data obtained with the specific hypothesis endorse and is strengthened by the general terms there is a significant relationship between service and user satisfaction.

Key words: service, user satisfaction.