



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO
PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN GESTIÓN
PÚBLICA

**Calidad de servicio y satisfacción del usuario del Gobierno
Regional de Cajamarca, 2021**

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
Maestro en Gestión Pública

AUTOR:

Chacon Malca, Herlin Gullit (ORCID: 0000-0002-8639-4287)

ASESOR:

Dr. Larico Uchamaco, Guido Raúl (ORCID: 0000-0002-7624-3522)

Línea de investigación:

Reforma y modernización del estado

Línea de Responsabilidad Social Universitaria:

Fortalecimiento de la democracia, liderazgo y ciudadanía

Lima – Perú

2021

Dedicatoria

A Dios por guiarme cada día.

A Mis Padres Enrique Chacón Delgado, Lili Malca Vásquez por su apoyo incondicional, durante mi vida personal y profesional, por su permanente aliento y apoyo Para seguir adelante en mi vida profesional.

El autor

Agradecimiento

A Dios por bendecirme en la vida, Por ser el apoyo y fortaleza cada instante.

Mi agradecimiento especial a los Profesores y Personal de la Universidad Cesar Vallejo, en particular a la Facultad de Postgrado, por permitirme cursar mis estudios y permitirme culminarlos.

Igualmente, a mis padres, Enrique Chacón y Lili Malca por todo el apoyo incondicional que siempre me brindan, para así de esta manera ser útil para la sociedad, gracias por alentarme siempre para cumplir con uno de mis más preciados objetivos.

El autor

Índice de contenidos

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Resumen	vi
Abstract	vii
I.INTRODUCCIÓN	8
II. MARCO TEÓRICO	12
III. METODOLOGÍA	21
3.1.Tipo y diseño de Investigación	21
3.2. Variable y operacionalización	21
3.3. Población, muestra y muestreo	21
3.4 Técnicas e instrumentos de recopilación de información	22
3.5 Procedimientos	23
3.6 Método de análisis de datos	23
3.7 Aspectos éticos	23
IV.RESULTADOS	24
V.DISCUSIÓN	41
VI.CONCLUSIONES	44
VII.RECOMENDACIONES	46
REFERENCIAS	47
ANEXOS	53

Índice de tablas

Tabla 1: <i>Escala de valoración para tres niveles</i>	24
Tabla 2: <i>Dimensión tangibilidad</i>	25
Tabla 3: <i>Dimensión fiabilidad</i>	25
Tabla 4: <i>Dimensión capacidad de respuesta</i>	26
Tabla 5: <i>Dimensión seguridad</i>	26
Tabla 6: <i>Dimensión empatía</i>	27
Tabla 7: <i>Dimensión aceptación</i>	27
Tabla 8: <i>Dimensión rechazo</i>	28
Tabla 9: <i>Coefficiente de Correlación de Spearman entre Calidad de Servicio y Satisfacción de los usuarios del GRC</i>	28
Tabla 10: <i>Correlación de Spearman entre la tangibilidad y la satisfacción del usuario del GRC.</i>	29
Tabla 11: <i>Correlación de Spearman entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario del GRC.</i>	30
Tabla 12: <i>Correlación de Spearman entre la Capacidad de Respuesta y la Satisfacción del usuario del GRC.</i>	31
Tabla 13: <i>Correlación de Spearman entre la Seguridad y la Satisfacción del usuario del GRC.</i>	32
Tabla 14: <i>Correlación de Spearman entre la Empatía y la Satisfacción del usuario del GRC.</i>	33
Tabla 15: <i>Prueba de normalidad Kolmogórov-Smirnov</i>	34
Tabla 16: <i>Prueba de correlación de variables- hipótesis general.</i>	35
Tabla 17: <i>Prueba de correlación de variables- hipótesis específica 1.</i>	36
Tabla 18: <i>Prueba de correlación de variables- hipótesis específica 2.</i>	37
Tabla 19: <i>Prueba de correlación de variables- hipótesis específica 3.</i>	38
Tabla 20: <i>Prueba de correlación de variables- hipótesis específica 4.</i>	39
Tabla 21: <i>Prueba de correlación de variables- hipótesis específica 5.</i>	40

Resumen

La presente investigación tuvo como propósito central, determinar el nivel de relación de la calidad de servicio y la satisfacción del usuario del Gobierno Regional de Cajamarca, 2021. El trabajo se enmarca dentro de la investigación cuantitativa, y sus resultados, obedecen a un estudio descriptivo correlacional, se aplicó un diseño no experimental, tuvo una población de 800 usuarios de los cual se extrajo una muestra 261 usuarios del Gobierno Regional de Cajamarca. En el estudio, se utilizaron instrumentos validados y confiables consistentes en un cuestionario para medir las variables, validado por tres expertos. En lo referente a los datos, fueron procesados utilizando el programa estadístico SPSS, para su análisis e interpretación respectiva. Como resultado relevante en la investigación, se demostró que existe una relación significativa entre calidad del servicio y satisfacción de los usuarios del Gobierno Regional de Cajamarca, debido a que se encontró un coeficiente de 0.911, lo que indica una correlación positiva perfecta, de acuerdo a la escala de correlación de Spearman.

Palabras clave: Calidad, usuario, satisfacción y entidad pública.

Abstract

The main purpose of this research was to determine the level of relationship of service quality and user satisfaction of the Regional Government of Cajamarca, 2021. The work is framed within quantitative research, and its results obey a descriptive study correlational, a non-experimental design was applied, it had a population of 800 users from which a sample of 261 users of the Regional Government of Cajamarca was drawn. In the study, validated and reliable instruments were used, consisting of a questionnaire to measure the variables, validated by three experts. Regarding the data, they were processed using the SPSS statistical program, for their respective analysis and interpretation. As a relevant result in the research, it was shown that there is a significant relationship between service quality and user satisfaction of the Regional Government of Cajamarca, because a coefficient of 0.911 was found, which indicates a perfect positive correlation, according to Spearman correlation scale.

Keywords: Quality, user, satisfaction and public entity.

I. INTRODUCCIÓN

Para las organizaciones utilizar estrategias efectivas es un elemento primordial para desarrollar sus actividades de la mejor manera posible; por ello, hoy en día los gerentes deben considerar como algo imprescindible el ofrecer servicios de calidad para mejorar la atención a clientes lo cual es un factor que diferencia. De igual manera este aspecto va de la mano con la forma de atención a los usuarios que solicitan los servicios que tiene como consecuencia la satisfacción o la insatisfacción en estos.

Es necesario entender claramente la importancia de la calidad del servicio, el cual es un tema bastante significativo en la actualidad, debido a que los clientes son cada vez más rigurosos. De acuerdo con Pizzo (2013 citado por López 2015) lo define como una práctica desarrollada y trabajada por una entidad para esclarecer las necesidades y expectativas de sus consumidores y de esa manera poder ofrecerles un buen servicio.

Según el director Lauz de JL Consultores (2019) en el Perú la calidad de servicio posee un gran dominio en la decisión de compra de limeños pues 71% de estos normalmente no vuelven más a los lugares donde observan una mala experiencia de servicio brindado y el 36% suele comentar en las redes sociales cuando reciben una mala experiencia en su compra. También, según la directora de Global Research Marketing, Reyna (2019), nos dice que es más valioso un cliente satisfecho, que realizar una venta, ya que, actualmente las organizaciones peruanas han considerado tomar en cuenta las opiniones o expectativas de sus consumidores respecto al producto o servicio que estos adquieren. En este sentido se puede concluir que un servicio de excelencia será altamente favorable para la empresa cuando se logre generar en los clientes una satisfacción que permita que estos recomienden a otros clientes.

Por otro lado, tenemos el tema de satisfacción de los usuarios que es una parte fundamental para las organizaciones, sin interesar el rubro al que

pertenezcan. En tal sentido de acuerdo con la Revista Asociación Española para la Calidad publicada en el año 2019, la satisfacción del cliente es un punto clave para mejorar la calidad del servicio que se brinde. Asimismo, los consumidores requieren productos y servicios que cumplan con sus necesidades e intereses. Ya que las exigencias del consumidor pueden estar detallados por el propio consumidor o pueden ser definitivos por la empresa, sin embargo, es el consumidor quien al final comprueba la aceptabilidad del producto o servicio.

Con respecto a lo ya mencionado, podemos ver la importancia de brindar una buena atención para perfeccionar la calidad del servicio en las organizaciones. Por ende, es que los gerentes deben comprender dicha relevancia, debido a que en su mayoría no cuentan con la formación necesaria para brindar una adecuada atención y como consecuencia de ello se ve afecta la rentabilidad de la empresa. Es conocido que el Gobierno regional de Cajamarca, no es extraño a este escenario mundial y nacional a esta clara despreocupación por una calidad en servicios y satisfacción de los usuarios por parte de las autoridades y personal administrativo responsables de la atención. Lo que conlleva a quejas, bajo nivel de servicio, desagrado y libro de reclamación.

Por lo mostrado anteriormente, se ha creído beneficioso formalizar el actual estudio titulado: calidad de servicio y satisfacción del usuario del gobierno regional de Cajamarca, 2021. Es por eso que para el desarrollo del estudio se plantea como problema general: ¿De qué manera se relaciona la calidad de servicio con la satisfacción del usuario del Gobierno Regional de Cajamarca, 2021?, de la misma manera se plantean los problemas específicos: ¿Cuál es la relación de tangibilidad y la satisfacción del usuario en el Gobierno Regional de Cajamarca, 2021?, ¿Cuál es el nivel de relación de la fiabilidad con la satisfacción del usuario en el Gobierno Regional de Cajamarca, 2021?, ¿Cuál es el nivel de relación de la capacidad de respuesta y la satisfacción de usuario del Regional de Cajamarca, 2021?, ¿Cuál es el nivel de relación de la seguridad y la satisfacción de usuario del

Regional de Cajamarca, 2021?, ¿Cuál es el nivel de relación de la empatía y la satisfacción de usuario del Regional de Cajamarca, 2021?.

El presente estudio muestra las siguientes justificaciones: A nivel teórica-científica para Villegas, (2019) se refiere a la inquietud del investigador por profundizar en una o varias teorías y/o enfoques teóricos relacionados con el objetivo de estudio seleccionado para proyecto de investigación. Con respecto a lo mencionado por este autor el estudio es importante porque contribuirá al conocimiento científico de la institución pública y porque se basa en la teoría de la calidad de juran y el modelo de SERVQUAL. Del mismo modo, este estudio se aprovechará antecedente para nuevos estudios afines a este tema. Además, a nivel técnica-práctica para Bernal (2015) son razonamientos técnicos y prácticos que fundamentan la necesidad, importancia y viabilidad del estudio como aporte para la solución de problemas concretos que se pueden presentar en las empresas. De acuerdo a lo mencionado por el autor este estudio permitirá perfeccionar los procesos de atención a los usuarios del GRC para optimizar su calidad de servicio a la ciudadanía cajamarquina. Asimismo, a nivel metodológico para Lozano (2018) se sustenta en la utilización de métodos científicos que contribuyan a investigaciones con problemáticas semejantes al averiguado. De acuerdo a este autor se puede apreciar que esta tesis, desarrolla todos los aspectos importantes de un estudio como son: los objetivos, marco teórico, hipótesis y método científico. Por último, a nivel social, para Rojas (2015) es cuando la investigación contribuirá a resolver (en parte o su totalidad) problemas sociales concretos que perturban a un grupo social específico. Con respecto a lo mencionado por este autor esta investigación permitirá mejorar la atención a los usuarios del GRC logrando así el desempeño individual, grupal e institucional.

Se dispone como objetivo general: Determinar el nivel de relación de la calidad de servicio y la satisfacción del usuario del Gobierno Regional de Cajamarca, 2021. Asimismo, nuestros objetivos específicos serían: i) Determinar la relación de tangibilidad y la satisfacción del usuario en el

Gobierno Regional de Cajamarca, 2021, ii) Determinar el nivel de relación de la fiabilidad con la satisfacción del usuario en el Gobierno Regional de Cajamarca, 2021, iii) Analizar el nivel de relación de la capacidad de respuesta y la satisfacción de usuario del Regional de Cajamarca, 2021, iv) Analizar el nivel de relación de la seguridad y la satisfacción de usuario del Regional de Cajamarca, 2021, y por último v) Establecer el nivel de relación de la empatía y la satisfacción de usuario del Regional de Cajamarca, 2021. Finalmente se propone la hipótesis general: H1: La calidad de servicio se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario del Gobierno Regional de Cajamarca, 2021. Y H0: La calidad de servicio no se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario del Gobierno Regional de Cajamarca, 2021. Y a su vez como hipótesis específicas, H1: La tangibilidad tiene relación significativa con la satisfacción del usuario en el Gobierno Regional de Cajamarca, 2021, H2: La fiabilidad tiene relación positiva con la satisfacción del usuario en el Gobierno Regional de Cajamarca, 2021, H3: La capacidad de respuesta tiene relación significativa con la satisfacción de usuario del Regional de Cajamarca, 2021, H4: La seguridad tiene relación positiva con la satisfacción de usuario del Regional de Cajamarca, 2021, H5: La empatía tiene relación positiva con la satisfacción de usuario del Regional de Cajamarca, 2021.

II. MARCO TEÓRICO

En cuanto al marco legal de acuerdo con la Ley N°27658. Ley Cuadro de modernización de la Gestión de Estado. Promueve el asunto de modernización de la gestión pública, bajo la orientación de una gestión con resultados positivos que esté al servicio de la población y que este a su vez rinda las cuentas respectivas.

Entre los antecedentes internacionales se tiene el estudio de López (2018) su objetivo determinar el vínculo de un servicio de calidad con la satisfacción de usuarios del Restaurante Rachy's Ecuador. Se empleó como instrumento un cuestionario, con una muestra de 7280 usuarios. Tuvo como resultado que existe una correlación significativa entre la variables (Pearson $r=697$). Es decir, se trata de una correlación positiva. Concluyó que los factores más relevantes en la calidad del servicio son: Una pronta respuesta, atención personal, Ambiente, las máquinas y los equipos de última generación.

Asimismo, Rivera (2019) en su estudio propuso analizar el nivel de servicio con apoyo del Modelo Teórico Servqual para medir el grado de satisfacción de clientes exportadores de la empresa Greenandes. Se empleo como instrumento el cuestionario con una muestra de 180 usuarios. Tuvo como resultado que existe una correlación positiva moderada (Speraman=0.457). Concluyó que todos las dimensiones del modelo SERVQUAL presentan resultados negativos, sin embargo, se encuentro que la dimensión de fiabilidad (-1.97) y capacidad de respuesta (-0.99) impactan más en la empresa.

Asimismo, Ortega y Mondragón (2021) en su investigación realizaron un análisis del servicio de atención a usuarios en los centros de distribución de alimentos para personas en el municipio de Camoapa, Nicaragua. Emplearon como instrumento el cuestionario, aplicado a 24 usuarios y se utilizo el SPSS para la estadística descriptiva. Determinado como resultado: que los clientes se

sienten satisfechos con el servicio que ofrece la empresa, por ello es que suelen comprar en este lugar además de considerar los precios bajos.

En el contexto Nacional tenemos al estudio de Jara (2017) tuvo por objetivo estudiar el vínculo existente entre servicio de calidad y la satisfacción al usuario en la tienda de bicicletas Trek, Perú. El instrumento un cuestionario aplicado a una muestra de 60 usuarios. Se obtuvo como resultado que existe relación directa en las variables clasificadas (Rho Pearson=0.819). Se concluyó que la calidad de servicio es un factor indispensable en la medición del agrado del público

Asimismo, Sandoval (2018) realizó un estudio para evaluar el impacto que tiene la calidad en el servicio y la satisfacción de usuarios en la empresa RYJ CLIMOTOS S.R.L, Perú. El instrumento un cuestionario aplicado a una muestra de 331 usuarios. Tuvo como resultado una correlación positiva moderada en las variables de estudio (Rho Pearson=699). Se concluyó que el Dialogo asertivo, la eficacia laboral, nivel de atención y la mejora continua contribuyen a un servicio de calidad que se brinda en la empresa.

Además, Vargas (2018) Propuso en su estudio determinar la relación entre servicio de calidad y su incidencia en el agrado del usuario en la municipalidad de Tacna, Perú. El instrumento empleado fue un cuestionario aplicado a una muestra de 589 usuarios. Se obtuvo como resultado que existe una correlación positiva alta en las variables propuestas (Spearman=0,960). Se concluyó que el usuario también analizó la seguridad reportada por el personal del gobierno provincial de Tacna para determinar si afectaría la satisfacción.

Finalmente, en los antecedentes a nivel local tenemos el estudio de Escalante (2017), que tuvo como finalidad establecer la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de una municipalidad en Cajamarca. Los instrumentos aplicados fueron dos cuestionarios: modelo SERVQUAL para la calidad de servicio y escala trivalente para la satisfacción del usuario, los cuales fueron aplicados a una muestra de 50 usuarios. Se determinó como resultado

que la primera variable obtuvo un coeficiente de 0,917 y la segunda variable obtuvo un coeficiente de 0.803. Se concluyó que servicio de calidad es clave en la satisfacción con el servicio brindado.

Asimismo, Cruzado y Silva (2019) Propuso en su estudio determinar la relación entre servicio de calidad y su incidencia en el agrado del usuario en las agencias de viajes y turismo de Cajamarca, Perú. El instrumento empleado fue un cuestionario, aplicado a 162 usuarios. Determinó como resultado: un coeficiente de 0.076 de acuerdo con la escala de Spearman que muestra una incidencia positiva muy baja entre las variables. Concluyendo que no existe efecto mayor entre las variables estudiadas. Es decir, la disminución o aumento de cualquiera de las variables puede ser por causa de otras dependencias.

Por último, León y Saldaña (2021) en su estudio tuvieron como propósito determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Rock'os, Perú. Asimismo, emplearon como instrumento un cuestionario aplicado a 50 clientes. Determinando como resultado: un coeficiente de 0.955 de acuerdo con Spearman, lo que comprueba la hipótesis propuesta. Concluyendo que existe relación significativa entre las variables clasificadas.

En cuanto a las Bases Teóricas tenemos a las Teorías de la calidad de servicio de Juran. D'Alessio (2012) quien señala que Juran J. al igual Crosby y Deming contribuyeron con una cultura de calidad en el país de Japón. Llevaron la filosofía que sirvió como pilar para filosofías modernas sobre calidad. Sus aportes lograron reducir a la mitad la reconstrucción de Japón planificado a 50 años. Lo cual para los años 80 ya competía por el liderazgo de los mercados de producción con Estados Unidos.

Además, J. Juran es reconocido por las siguientes contribuciones: su definición de calidad señala que la calidad tiene 3 significados: servicio que reconocen las necesidades del consumidor, desaparición de lo ineficiente y la adecuación al uso. La calidad productiva es dependiente a factores humanos y técnico por ello es el más difícil de controlar a lo cual se suma que las

organizaciones en mayoría están a cargo de personas sin formación en administración por lo cual existe una gerencia deficiente. Contrastado con lo que menciona P. Drucker citado por Berenstein (2017) *“No existen naciones desarrolladas y subdesarrolladas; sino, naciones administradas y sub administradas”*.

También menciona los pasos para la consolidación de la calidad, relacionada a la creación de una nueva conciencia que busca la mejora continua cada día y una organización monitoreada por líderes que promuevan el trabajo en equipo, que detecte y solucione toda dificultad de forma efectiva, con equidad, dialogo asertivo y transparencia con un agregado que es el reconocimiento no económico que son más duraderos pero tan valiosas como las motivaciones económicas.

Por otro lado, sobre la definición de clientes. J. Juran propuso dos clases: clientes consumidores internos y externos. El interno se refiere individuos dentro de la organización relacionados con los procesos. Por otro lado el externo son personas jurídicas o naturales que adquieren los productos (tangibles) o servicios (intangibles). Asimismo resalta la calidad como el camino que direcciona todas las actividades para lograr la eficiencia y una ventaja competitiva, un camino a la excelencia con entendimiento en la estructura de las operaciones de producción.

Por otro lado, manifiesta que los costos de la no calidad son definidos también como costos de no conformidad, relacionados a cifras invisibles omitidas por la gerencia, peligrosamente y que muchas veces dan detalles de sus grandes dificultades. Mantener la no calidad relaciona tanto al cliente interno con el externo. Juran estableció la ruta para la gerencia de calidad con la trilogía: la planificación, control y mejora.

Sobre el modelo de SERVQUAL, Summers (2006) citando a Zeithaml, Parasuraman y Berry; señala que este método, evalúa características fundamentales del servicio para medir la calidad, en base a la subjetividad del

usuario, comparando la superación de las aspiraciones a las apreciaciones lo cual indica una calidad ideal.

En cuanto al desarrollo del Marco conceptual tenemos lo que es la calidad de servicio que según Vargas y Aldana (2018) lo definen como el grado de atención del personal brindado al usuario, la prestación de un servicio para cumplir con ciertas necesidades. Las aspiraciones y las apreciaciones son medidas. Lo cual permite analizar con objetividad la calidad del servicio. Es importante tener claro el contexto de servicio para la correcta toma de dicciones y estrategias para fidelización de clientes.

Para Philip (2016) la calidad de servicio es el grado en el que el servicio complace las necesidades que el usuario tiene en relación con el servicio brindado, en otras palabras, es la extensión de la discrepancia que exista entre las perspectivas de los clientes y las percepciones de estos. Asimismo, para Juran (2019), la calidad de servicio es un término que procede del propio concepto de Calidad, entendida como expectativas y satisfacción de necesidades.

Asimismo, para Calarge (2018) la calidad en los servicios es necesario para que las empresas logren diferenciarse, dado que es difícil encontrar un balance entre cantidad y calidad para que ser competitivos. También según Reeves y Bednar (2015) existen cuatro aspectos que se relacionan con calidad, los cuales son: la excelencia, el ajuste a las especificaciones, el valor y la satisfacción de las expectativas de los usuarios.

En este sentido, al valorar la calidad desde el aspecto de las expectativas, es decir, comprender las necesidades de los usuarios “Deduce considerar aspectos subjetivos que se relacionan con discernimietno del individuo a quien llega el servicio o producto” Mora (2016). Con respecto a lo mencionado por el autor se puede decir que la calidad es como el nivel en que se atienden o no las perspectivas de los clientes, en los cuales pueden intervenir varios elementos personales que se relacionan con los juicios de los usuarios.

Sobre las dimensiones Vargas y Aldana (2018) describen las siguientes: a) Tangibilidad (apariciencia) que refiere a la apariciencia de los fundamentos, la promoción del personal, equipos y los materiales para prestar el servicio. b) Seguridad (confianza) que refiere a la sensación de calma que percibe el usuario cuando se acerca a una organización y confía sus dudas serán atendidas de forma ideal. c) Fiabilidad (cuidado) Se refiere a la capacidad que este debe tener, y que toda entidad que proporciona el servicio debe ofrecer de manera cuidadosa y confiable. d) Fiabilidad (cuidado) Se refiere a la capacidad que este debe tener, y que toda entidad que proporciona el servicio debe ofrecer de manera cuidadosa y confiable. e) Capacidad de respuesta (rapidez y diligencia) Se refiere a una atención en el momento y tiempo justo. f) Empatía (atención) Se refiere a que el personal entiende las necesidades del consumidor y este le atiende y proporciona tal cual le gustaría que a él como cliente lo atendieran.

Por otro lado, tenemos a los siguientes indicadores de calidad del servicio para Marx (2018) la infraestructura es el cimiento en la que apoya la sociedad, e incluye a la economía. Asimismo, Roldán (2018) nos dice que la infraestructura tiene diferentes definiciones, pero la más común es la que se refiere al conjunto de edificaciones, estructuras y bienes de capital con los que cuenta una economía. Con respecto, a lo mencionado por estos autores se puede decir que la infraestructura no solo es hace referencia a construcción de edificios, sino que también este sostiene el desarrollo y cambio de la sociedad al influir en la cultura de las personas.

Asimismo, tenemos que para Molina (2019) el aspecto personal no solo se refiere a saber vestirse adecuadamente en cualquier ocasión, sino que también refleja la conducta que una persona tiene ante sociedad. Igualmente, Méndez (2019) menciona que la apariciencia personal, es el aspecto exterior de una persona, así como también es un conjunto de detalles que mostramos hacia los otros, incluye desde el atuendo hasta el arreglo personal y está profundamente ligada a las reglas de cortesía. Por ello se debe considerar la forma en que se refleja nuestro exterior como parte importante para poder contar con un aspecto presentable en nuestra vida cotidiana.

Para Ucha (2019) la habilidad representa la capacidad natural con la que cuenta un individuo para llevar a cabo una determinada actividad con éxito. Asimismo, Raffino (2020) menciona que la habilidad viene a ser la capacidad que tiene una persona para hacer algo correctamente. En síntesis, se puede decir que habilidad es aquella destreza que una persona posee para realizar alguna actividad.

Por otra parte, tenemos que para Sánchez (2016) un servicio es el grupo de acciones consignadas a satisfacer la necesidad del cliente, ofreciendo un producto inmaterial y personalizado. Asimismo, Ramos (2016) comenta que un servicio, visto desde el marketing, son las actividades que pretenden satisfacer las necesidades de los clientes.

Para Gardey (2021) disposición cuando hablamos de una persona se entiende que es el estado anímico de este para hacer algo a corto plazo. Además, Pérez y Gardey (2017) señalan que se denomina disposición al acto y resultado de disponer: determinar, ordenar o preparar algo. Asimismo, para Castro (2020) el profesionalismo consiste en llevar a cabo las labores profesionales de forma responsable y comprometida. Además, Valenzuela (2018) el profesionalismo es la condición de desempeñarse de forma correcta y segura en el ámbito laboral, efectuando no solo lo que se le pide, sino que también exponiendo un conducta ética y moral impecable.

Por otro lado, tenemos que para Mendoza (2016) se denomina cuando una persona muestra atención y respeto hacia los demás. Asimismo, Prado (2018) la cortesía es un suceso de gentileza, buena educación cuidado o que se tiene hacia alguien.

Por otra parte, tenemos que para Ramírez (2019) la credibilidad está relacionada a la confianza, en las personas y en su profesión. Por lo tanto, la credibilidad es coherente con el éxito social, profesional y personal. Además, Yirda (2021) menciona que la credibilidad hace referencia a algo que se puede medir y observar, es decir, es creíble.

Para Delgado (2016) la comunicación es el medio por el cual transferimos y recogemos información, opiniones y actitudes para interactuar. Asimismo, Peiró (2021) la comunicación se da entre varios sujetos que intentan intercambiar información con la finalidad transmitir un mensaje de interés.

Por otro lado, tenemos a la variable de Satisfacción del usuario que según Vargas y Aldana (2018) nos dice que la complacencia del usuario es claramente la desigualdad entre el trabajo visto de una empresa y las expectativas del cliente. Asimismo, la satisfacción de un cliente se genera cuando se cumple las necesidades y expectativas esperadas al obtener un servicio o producto.

Asimismo, Muñoz (2015) nos habla acerca de la norma de gestión de calidad ISO 9000-2015 la cual define a la satisfacción del cliente como el grado que percibe que sus expectativas han sido cumplidas.

Para Florencia (2015) la satisfacción del usuario es la satisfacción que percibe una persona de un producto o servicio que ha adquirido o consumido. También, para Thompson (2019) la satisfacción del cliente es un requerimiento imprescindible que se posiciona en la mente de los consumidores y, por ello, una empresa se alcanza la meta de ser más competitiva. Por ello, el objetivo de conservar el agrado de cliente es indispensable para cualquier compañía que busca alcanzar el éxito. Es importante que las entidades mantengan una buena relación los clientes porque ellos son la prioridad de la empresa y siempre son los que tiene la razón por ello se tiene que satisfacer sus expectativas y necesidades.

Del mismo modo, para Peiró (2017) la satisfacción del cliente está vinculado en 3 elementos los cuales son: el rendimiento percibido del producto o servicio, las perspectivas del consumidor y los niveles de satisfacción. También, según Pérez (2016) la satisfacción del cliente hace referencia al grado de aprobación de un individuo al efectuar una compra o utiliza un servicio. De acuerdo con lo mencionado por estos autores podemos decir que la satisfacción de un usuario o cliente se entiende que se refiere a tres aspectos claves al instante de

conseguir un producto o un servicio, los cuales permiten cumplir con las expectativas de compra, sus necesidades y gusto o preferencias de lo que requieren.

Por otro lado, García (2020) manifiesta que la satisfacción del cliente es cuando sus necesidades o expectativas se han cumplido y esto resulta clave para la fidelización. Asimismo, para Pozo (2021) la satisfacción del cliente es el nivel en el se efectúa ciertos requerimientos del consumidor luego de haber probado un producto o adquirir un servicio.

Para Moraima (2020) un cliente insatisfecho es un consumidor molesto, es decir, este siente que no ha sido tratado correctamente, debido a que no ha recibido un buen trato con respecto a sus expectativas del servicio. Calcular la satisfacción o insatisfacción de un consumidor no es fácil, pero existen parámetros objetivos para poder establecer la insatisfacción de un cliente. Asimismo, González (2019) menciona que la insatisfacción del cliente se da cuando existe una disconformidad sobre el producto o servicio que uno adquiere, es decir, no se llega a cumplir con el esperado.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de Investigación.

Tipo Básico porque toma los conceptos desarrollados en las bases teóricas, esquematiza las dimensiones e indicadores de utilidad de forma pertinente y válida, sin alteraciones en busca del incrementar el saber científico (Hernández y Mendoza, 2018).

Nivel Descriptivo – Correlacional, dado que analizó la calidad en el servicio al usuario y su satisfacción. Asimismo, identificó el grado de asociación que se presenta entre las variables investigadas en el Gobierno Regional de la provincia de estudio (Hernández y Mendoza, 2018).

Por la naturaleza de su desarrollo es no experimental de tipo transversal porque la información recopilada y posteriormente procesada solo se analizó en su contexto natural y no se manipulo las variables. Asimismo, se llevó a cabo en un momento determinado del tiempo (Hernández y Mendoza, 2018).

3.2. Variable y operacionalización.

Variable “X”

Calidad de servicio

Variable “Y”

Satisfacción de los usuarios

3.3. Población, muestra y muestreo

Según Hernández y Mendoza (2018), la población es un grupo definido o indefinido de elementos con particularidades semejantes de los que se pretende extraer información o datos importantes para el estudio.

Para efecto la investigación tiene como población a los 800 usuarios del Gobierno Regional de Cajamarca.

Muestra

La muestra según Hernández y Mendoza (2018) es un subgrupo representativo de la población que se haya para evaluar los problemas y los objetivos de este estudio. El estudio está conformado por los 261 usuarios del Gobierno Regional de Cajamarca, la misma que se calculó con la siguiente formula:

$$n = \frac{NZ^2 * p * q}{e^2 N + Z^2 * pq}$$

Donde:

N = Población	800 usuarios
Z = Nivel de confianza	1.96
P = Variabilidad positiva	0.5
Q = Variabilidad negativa	0.5
E = Error de muestra	0.05
N = # Usuarios	261

3.4 Técnicas e instrumentos de recopilación de información

Se utilizó el cuestionario como instrumento de medición con preguntas cerradas desarrolladas en base a los indicadores de las variables de estudio. La técnica que se utilizó fue la encuesta para la recopilación de información.

3.5 Procedimientos

El procesamiento se realizó de forma manual con apoyo de la herramienta Excel Microsoft y el programa SPSS versión 25 para generar las tablas analizadas e interpretadas de acuerdo a los indicadores propuestos en el presente estudio.

3.6 Método de análisis de datos

Laptop, impresora, USB, engrapador, perforador, tinta para tóner, papel A4, lapiceros, lápiz, resaltador, corrector y fólder. Asimismo, para el análisis inferencial se aplicó la herramienta SPSS 25.

3.7. Aspectos éticos

Este estudio se elaboró cumpliendo el formato del APA séptima versión para poder citar a cada uno de los autores y siguiendo los lineamientos de la Universidad César Vallejo.

IV. RESULTADOS

4.1. Estadística descriptiva:

Se representó los hallazgos más importantes de cada uno de los objetivos establecidos en esta tesis; para la recolectar datos se apoyó en cuestionario para cada variable y estos fueron procesados por el programa SPSS.

Dimensión de la variable calidad de servicio:

Likert	Mín.	Máx.
	1	5

Niveles	3
---------	---

Ítems	22
-------	----

Tabla 1:
Escala de valoración para tres niveles

Niv.	Mín.	Máx.
Bajo	15	35
Medio	36	55
Alto	56	75

Tabla 2:
Dimensión tangibilidad

Grado	Fr.	%
Bajo	50	19%
Medio	131	50%
Alto	80	31%
	261	100%

Nota: los resultados procesados muestran que los usuarios consideran que la dimensión tangibilidad es valorado por el 31% en un grado alto, el 50% en un grado medio, y el 19% en un grado bajo.

Tabla 3:
Dimensión fiabilidad

Grado	Fr.	%
Bajo	44	17%
Medio	167	64%
Alto	50	19%
	261	100%

Nota: los resultados procesados muestran que los usuarios consideran que la dimensión fiabilidad es valorado por el 19% en un grado alto, el 64% en un grado medio, y el 17% en un grado bajo.

Tabla 4:
Dimensión capacidad de respuesta

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	60	23%
Medio	138	53%
Alto	63	24%
Total	261	100%

Nota: los resultados procesados muestran que los usuarios consideran que la dimensión capacidad de respuesta es valorado por el 24% en un grado alto, el 53% en un grado medio, y el 23% en un grado bajo.

Tabla 5:
Dimensión seguridad

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	49	19%
Medio	129	49%
Alto	83	32%
Total	261	100%

Nota: los resultados procesados muestran que los usuarios consideran que la dimensión seguridad es valorado por el 32% en un grado alto, el 49% en un grado medio, y el 19% en un grado bajo.

Tabla 6:
Dimensión empatía

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	47	18%
Medio	135	52%
Alto	79	30%
Total	261	100%

Nota: los resultados procesados muestran que los usuarios consideran que la dimensión empatía es valorada por el 30% en un grado alto, el 52% en un grado medio, y el 18% en un grado bajo.

Dimensión de la variable satisfacción de los usuarios:

Tabla 7:
Dimensión aceptación

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	55	21%
Medio	125	48%
Alto	81	31%
Total	261	100%

Nota: los resultados procesados muestran que los usuarios consideran que la dimensión aceptación es valorada por el 31% en un grado alto, el 48% en un grado medio, y el 21% en un grado bajo.

Tabla 8:
Dimensión rechazo

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	46	18%
Medio	160	61%
Alto	55	21%
Total	261	100%

Nota: los resultados procesados muestran que los usuarios consideran que la dimensión rechazo es valorado por el 21% en un grado alto, el 61% en un grado medio, y el 18% en un grado bajo.

4.2. Estadística inferencial

Objetivo General: Determinar el nivel de relación de la calidad de servicio y la satisfacción del usuario del Gobierno Regional de Cajamarca, 2021.

Tabla 9:

Coefficiente de Correlación de Spearman entre Calidad de Servicio y Satisfacción de los usuarios del GRC.

CORRELACIONES	CALIDAD DE SERVICIO	SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DEL GRC	
Rho de Spearman	Coeficiente de correlación	1,000	,911**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	261	261
	Coeficiente de correlación	,911**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	261	261

Fuente: SPSS25

Análisis: Se obtuvo en la prueba de Rho=0,911 entre las variables de análisis. Es decir, una correlación positiva perfecta.

Objetivo específico 1. Determinar la relación de tangibilidad y la satisfacción del usuario en el Gobierno Regional de Cajamarca, 2021.

Tabla 10:

Correlación de Spearman entre la tangibilidad y la satisfacción del usuario del GRC.

Satisfacción del usuario		Calidad del servicio											
		Sin importancia		De poca importancia		Moderadamente importante		Importante		Muy importante		Total	
		N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Dimensión Tangibilidad	Sin importancia	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	De poca importancia	0	0.0%	13	5.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	13	5.0%
	Moderadamente importante	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	Importante	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	239	80.0%	0	0.0%	239	80.0%
	Muy importante	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	39	15.0%	39	15.0%
	Total	0	0.0%	13	5.0%	0	0.0%	239	80.0%	39	15.0%	261	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios del GRC, 2021.

Análisis: De los 261 usuarios del GRC encuestados, el 80% consideran importante que las instalaciones físicas sean modernas y cómodas, asimismo el 15% de los usuarios consideran muy importante la calidad de servicio y solo un 5% consideran de poca importancia la calidad de servicio que les brinden.

Objetivo específico 2. Determinar el nivel de relación de la fiabilidad con la satisfacción del usuario en el Gobierno Regional de Cajamarca, 2021.

Tabla 11:

Correlación de Spearman entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario del GRC.

Satisfacción del usuario		Calidad del servicio											
		Sin importancia		De poca importancia		Moderadamente importante		Importante		Muy importante		Total	
		N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Dimensión Fiabilidad	Sin importancia	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	De poca importancia	0	0.0%	26	10.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	26	10.0%
	Moderadamente importante	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	Importante	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	183	70.0%	0	0.0%	183	70.0%
	Muy importante	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	52	20.0%	52	20.0%
	Total	0	0.0%	26	10.0%	0	0.0%	183	70.0%	52	20.0%	261	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios del GRC, 2021.

Análisis: De los 261 usuarios del GRC, el 70% consideran importante que la institución realice lo planificado en el tiempo prometido, asimismo el 20% de los usuarios consideran muy importante la calidad de servicio y solo un 10% consideran de poca importancia la calidad de servicio que les brinden.

Objetivo específico 3. Analizar el nivel de relación de la capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario del Gobierno Regional de Cajamarca, 2021.

Tabla 12:

Correlación de Spearman entre la Capacidad de Respuesta y la Satisfacción del usuario del GRC.

Satisfacción del usuario		Calidad del servicio											
		Sin importancia		De poca importancia		Moderadamente importante		Importante		Muy importante		Total	
		N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Dimensión Capacidad de Respuesta	Sin importancia	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	De poca importancia	0	0.0%	13	5.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	13	5.0%
	Moderadamente importante	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	Importante	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	44	17.0%	0	0.0%	44	17.0%
	Muy importante	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	204	78.0%	204	78.0%
	Total	0	0.0%	13	5.0%	0	0.0%	44	17.0%	204	78.0%	261	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios del GRC, 2021.

Análisis: De los 261 usuarios del GRC, el 78% consideran muy importante que los funcionarios y servidores de GORECA, asimismo el 17% de los usuarios consideran importante la calidad de servicio y solo un 5% consideran de poca importancia la calidad de servicio que les brinden.

Objetivo específico 4. Analizar el nivel de relación de la seguridad y la satisfacción del usuario del Gobierno Regional de Cajamarca, 2021.

Tabla 13:

Correlación de Spearman entre la Seguridad y la Satisfacción del usuario del GRC.

Satisfacción del usuario		Calidad del servicio											
		Sin importancia		De poca importancia		Moderadamente importante		Importante		Muy importante		Total	
		N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Dimensión Seguridad	Sin importancia	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	De poca importancia	0	0.0%	18	7.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	18	7.0%
	Moderadamente importante	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	Importante	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	65	25.0%	0	0.0%	65	25.0%
	Muy importante	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	178	68.0%	178	68.0%
	Total	0	0.0%	18	7.0%	0	0.0%	65	25.0%	178	68.0%	261	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios del GRC, 2021.

Análisis: De los 261 usuarios del GRC, el 68% consideran muy importante que el comportamiento los funcionarios y servidores de GORECA, asimismo el 25% de los usuarios consideran importante la calidad de servicio y solo un 7% consideran de poca importancia la calidad de servicio que les brinden.

Objetivo específico 5. Establecer el nivel de relación de la empatía y la satisfacción del usuario del Regional de Cajamarca, 2021.

Tabla 14:

Correlación de Spearman entre la Empatía y la Satisfacción del usuario del GRC.

Satisfacción del usuario		Calidad del servicio											
		Sin importancia		De poca importancia		Moderadamente importante		Importante		Muy importante		Total	
		N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Dimensión Empatía	Sin importancia	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	De poca importancia	0	0.0%	29	11.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	29	11.0%
	Moderadamente importante	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	Importante												
	Importante	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	180	69.0%	0	0.0%	180	69.0%
	Muy importante	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	52	20.0%	52	20.0%
	Total	0	0.0%	29	11.0%	0	0.0%	180	69.0%	52	20.0%	261	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios del GRC, 2021.

Análisis: De los 261 usuarios del GRC, el 69% consideran importante que la institución cuente con horarios de funcionamiento convenientes, asimismo el 20% de los usuarios consideran muy importante la calidad de servicio y solo un 11% consideran de poca importancia la calidad de servicio que les brinden.

4.3. Prueba de normalidad.

Regla de decisión:

Tamaño de muestra $N \leq 261$ se aplicará el estadístico Kolmogórov-Smirnov

Tabla 15:

Prueba de normalidad Kolmogórov-Smirnov

	Kolmogórov-Smirnov		
	Estadístico	Gl	Sig.
Calidad del Servicio	, 579	261	,000
Satisfacción del usuario	, 421	261	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Análisis: De acuerdo al estadístico Kolmogórov-Smirnov empleada a los 261 usuarios de GRC, se determinó que esta muestra sigue una distribución normal y por ello se utilizará Estadística No Paramétricas, para efecto de este caso Rho-Spearman.

4.4 Prueba de la hipótesis general.

H0: La calidad de servicio no se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario del Gobierno Regional de Cajamarca, 2021.

H1: La calidad de servicio se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario del Gobierno Regional de Cajamarca, 2021.

Tabla 16:

Prueba de correlación de variables- hipótesis general.

CORRELACIONES		CALIDAD DEL SERVICIO	SATISFACCIÓN DEL USUARIO DEL GRC
Rho de Spearman	CALIDAD DEL SERVICIO	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	1,000 ,911** ,000
	SATISFACCIÓN DEL USUARIO DEL GRC	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,911** ,000
			261 261
			261 261

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

Fuente: Elaboración en base a la investigación.

Análisis: Se presenta los resultados conseguidos de la Prueba de Rho de Spearman de 0,911, lo que significa que existe una correlación positiva perfecta, por lo que en este caso se aprobó la hipótesis alternativa y se rechazó la hipótesis nula, debido al nivel de sig.=0.000.

Prueba de hipótesis Especifica 1

H0: La tangibilidad no tiene relación significativa con la satisfacción del usuario en el Gobierno Regional de Cajamarca, 2021.

H1: La tangibilidad tiene relación significativa con la satisfacción del usuario en el Gobierno Regional de Cajamarca, 2021.

Tabla 17:

Prueba de correlación de variables- hipótesis específica 1.

CORRELACIONES		SATISFACCIÓN DEL TANGIBILID	
		USUARIO DEL GRC	AD
Rho de Spearman	Correlación	1,000	,901**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	261	261
Tangibilidad	Correlación	,901**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	261	261

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).
SPSS25

Análisis: Se presenta los resultados conseguidos de la Prueba de Rho=0,901. Determina que existe una correlación positiva muy fuerte, por lo que en este caso se aprobó la hipótesis alternativa y se rechazó la hipótesis nula, debido al nivel de significancia $p=0.000$.

Prueba de hipótesis Específica 2.

H0: La fiabilidad no tiene relación positiva con la satisfacción del usuario en el Gobierno Regional de Cajamarca, 2021.

H1: La fiabilidad tiene relación positiva con la satisfacción del usuario en el Gobierno Regional de Cajamarca, 2021.

Tabla 18:

Prueba de correlación de variables- hipótesis específica 2.

CORRELACIONES		SATISFACCIÓN		
		DEL USUARIO	FIABILIDAD	
Rho de Spearman	SATISFACCIÓN	correlación	1,000	,875**
	DEL	Sig. (bilateral)		,000
	USUARIO	N	261	261
	DEL GRC			
	FIABILIDAD	correlación	,875**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	
		N	261	261

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

SPSS25

Análisis: Prueba de Rho=0,875, lo que significa que existe una correlación positiva muy fuerte, por lo que en este caso se aprobó la hipótesis alternativa y se rechazó la hipótesis nula, debido al nivel de significancia $p=0.000$.

Prueba de hipótesis Específica 3.

H0: La capacidad de respuesta no tiene relación significativa con la satisfacción de usuario del Regional de Cajamarca, 2021.

H1: La capacidad de respuesta tiene relación significativa con la satisfacción de usuario del Regional de Cajamarca, 2021.

Tabla 19:

Prueba de correlación de variables- hipótesis específica 3.

CORRELACIONES		SATISFACIÓ USUARIO DEL GRC	CAPACIDAD DE RESPUESTA
Rho de Spearman	SATISFACIÓ DEL USUARIO DEL GRC	correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,910**
		N	261
	CAPACIDAD DE RESPUESTA	correlación	,910**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	261

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

SPSS25

Análisis: Prueba de Rho=0,910, lo que significa que existe una correlación positiva perfecta, por lo que en este caso se aprobó la hipótesis alternativa y se rechazó la hipótesis nula, debido al nivel de significancia $p=0.000$.

Prueba de hipótesis Especifica 4

H0: La seguridad no tiene relación positiva con la satisfacción de usuario del Regional de Cajamarca, 2021.

H1: La seguridad tiene relación positiva con la satisfacción de usuario del Regional de Cajamarca, 2021.

Tabla 20:

Prueba de correlación de variables- hipótesis específica 4.

CORRELACIONES		SATISFACCIÓN DEL USUARIO DEL GRC	SEGURIDAD
SATISFACCIÓN DEL USUARIO DEL GRC	correlación Sig. (bilateral) N	1,000 261	,901** 261
Rho de Spearman			
SEGURIDAD	correlación Sig. (bilateral) N	,901** ,000 261	1,000 261

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

SPSS25

Análisis: Prueba de $Rho=0,901$, lo que significa que existe una correlación positiva muy fuerte, por lo que en este caso se aprobó la hipótesis alternativa y se rechazó la hipótesis nula, debido al nivel de significancia $p=0.000$.

Prueba de hipótesis Específica 5.

H0: La empatía no tiene relación positiva con la satisfacción de usuario del Regional de Cajamarca, 2021.

H1: La empatía tiene relación positiva con la satisfacción de usuario del Regional de Cajamarca, 2021.

Tabla 21:

Prueba de correlación de variables- hipótesis específica 5.

CORRELACIONES		SATISFACCIÓN DEL USUARIO DEL GRC		EMPATÍA
		correlación		
Rho de Spearman	SATISFACCIÓN	correlación	1,000	,875**
	DEL	Sig. (bilateral)		,000
	USUARIO DEL	N	261	261
	GRC			
	EMPATÍA	correlación	,875**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	
		N	261	261

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

SPSS25

Análisis: Prueba de Rho=0,875, lo que significa que existe una correlación positiva muy fuerte, por lo que en este caso se aprobó la hipótesis alternativa y se rechazó la hipótesis nula, debido al nivel de significancia $p=0.000$.

V. DISCUSIÓN

Esta tesis consideró como principal objetivo identificar el nivel de correlación que existe entre las variables calidad de servicio y satisfacción del usuario del Gobierno Regional de Cajamarca (GRC), donde se demostró la existencia de una correlación positiva perfecta ($Rho=0.911$). Se concluyó que la satisfacción de los usuarios está influenciada directamente por la calidad en de los servicios que es brindada por la organización, de acuerdo a hallazgos en las encuestas aplicadas, los usuarios consideraron relevante que se muestre un interés de la institución en solucionar los problemas que presentan, tomando en cuenta la información necesarios para responder sus dudas, así como también que la organización debe procura brindar un servicio exento de errores, por último creen el comportamiento los funcionarios y servidores de GORECA debe inspirar confianza y tratarlos con cortesía.

Los resultados hallados, permiten contrastar y disentir la información conseguida en las bases teóricas traídas como fundamentación teórica de este estudio, con respecto a la calidad de servicio y sus respectivas dimensiones pues en este artículo se analizó y proceso los datos obtenidos de los usuarios del GRC para poder comprobar la calidad de servicio. En este sentido cabe mencionar que este estudio considera importante bases en el autor Juran para la variable de calidad del servicio porque este nos permite identificar los puntos clave que se deben considerar al brindar un servicio y más si se trata de una institución pública como es en este caso, tomando en cuenta las apreciaciones de los usuarios y comparándolas con sus expectativas, en donde una superación de las expectativas a las apreciaciones; indicaría una calidad de servicio superior. Asimismo, como dimensiones para esta variable se creyó pertinente tomar en cuenta a la tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, para analizar el servicio que se brinda en esta institución. Ello coincide con que la definición del modelo de SERVQUAL Summers (2006) donde nos dice que este método busca valuar la calidad de servicio, basándose en los siguientes factores: empatía, tangibilidad, capacidad de respuesta, fiabilidad y seguridad.

De igual manera dichos resultados permiten contrastar y disenter la información conseguida en las bases teóricas con respecto a la Satisfacción de los usuarios la cual es definida como aquella sensación que un consumidor tiene al obtener lo que esperaba Alessio (2012). Ello coincide con lo planteado en esa investigación porque se considera relevante que la satisfacción del usuario es clave para la calidad de servicio que se ofrece en el GRC. Asimismo, conocer el nivel de satisfacción permitirá corregir las deficiencias cometidas al brindar el servicio en cuanto a las quejas o reclamos de los usuarios para poder mejorar tomando en cuenta sus sugerencias.

Asimismo, cabe mencionar las limitaciones que se encontraron con respecto a la presente investigación ya que como principal limitación se encontró la difícil accesibilidad a tesis que nos sirvan como parte de los antecedentes porque a pesar de tener ambas variables de estudio solo algunas coincidían con el mismo enfoque planteado, es decir, que analicen las mismas dimensiones.

En el ámbito internacional, los resultados de esta investigación coinciden con el estudio realizado por López (2018), porque esta se basó en la teoría de la calidad servicio por medio del modelo SERVQUAL y al comparar los resultados hallados se comprobó el grado de asociación que tienen ambas variables. Dado que según dichos hallazgos a través de la prueba de correlación de Spearman dio un resultado de $Rho=0.911$ (correlación positiva perfecta) entre las variables estudiadas en el GRC. Mientras que el estudio de este otro autor arrojó una correlación significativa Pearson ($r=0.977^{**}$) por lo que se infiere que si se mejora la calidad de servicio que brinda en el restaurante también se incrementara el nivel de satisfacción de sus comensales caso contrario ocurre de manera viceversa. Asimismo, los resultados en la presente investigación coinciden con los hallazgos encontrados por Rivera (2019), porque esta investigación considera la misma teoría de calidad del servicio para mejorar el nivel de satisfacción; pues tenemos como principal resultado que se halló un coeficiente de correlación Spearman de 0.457, por lo que se

denomina que existe una correlacion positiva moderada ente las variables clasificadas.

En el contexto nacional, los resultados de esta tesis coinciden con el estudio realizado por Jara (2017), porque esta se basó en la teoría de la calidad servicio por medio del modelo SERVQUAL y al comparar los hallazgos se demostró que existe una relación entre las variables de estudio. Dado que según los resultados se evidenció que existe una correlación positiva perfecta ($Rho=0,911$) por lo que este resultado coincide con los hallazgos presentados por esta la investigación anteriormente mencionada la cual mediante un análisis estadístico de Rho Pearson dio un coeficiente de 0.819, a mayor calidad de servicio mayor será la satisfacción al cliente. Asimismo, los resultados en este estudio coinciden con Sandoval (2018) donde se consideró el mismo modelo de calidad de servicio planteado y se encontró que existe correlación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción al cliente ya que la significancia es 0,699 y por lo tanto la correlación de Pearson ($r=699^{**}$) señala que se trata de una correlación positiva.

En el ámbito local los resultados de esta investigación coinciden con los hallazgos presentados, por Escalante (2017), donde se concluye que el grado de calidad de servicio logró un factor de 0,917 y en cuanto a que si los usuarios están o no satisfechos el resultado encontrado fue de 0.803. Estos resultados como mencionó anteriormente coinciden con los encontrados es esta investigación porque también se encontró una fuerte correlación entre la calidad de servicio, la satisfacción de los usuarios, y sus respectivas dimensiones pues en este caso se determinó que la relación se encuentra en 0.875 a 0.91 (correlación positiva). Mientras que con los resultados encontrados por Cruzado y Silva (2019), existe una discrepancia pues en ese estudio se determinó que el estudio presenta un $Rho=0.076$, lo cual indica que muestra una incidencia positiva muy baja, por otro lado, el $p > 0.354$, indica que no existe incidencia significativa.

VI. CONCLUSIONES

La investigación ya mencionada anteriormente nos demuestra que existe una relación significativa entre calidad del servicio y satisfacción de los usuarios del Gobierno Regional de Cajamarca (GRC), debido a que se encontró $Rho=0.911$ (correlación positiva perfecta).

De acuerdo con el primer objetivo específico los resultados obtenidos se encontró un $Rho=0.901$ (correlación positiva muy fuerte). Debido a que de los 261 usuarios del GRC que participaron de la encuesta, el 80% consideran importante que las instalaciones físicas sean modernas, cómodas y limpias, de igual manera consideran relevante el uso de equipo que utilizan modernos y actualizados para brindar un adecuado servicio, así como también toman en cuenta que el personal administrativo tenga una buena presencia de acuerdo al cargo, asimismo el 15% de los usuarios piensan que es significativa la calidad de servicio y solo un 5% consideran de poca importancia la calidad de servicio que les brinden.

De acuerdo con el segundo objetivo específico, los resultados obtenidos se encontró un $Rho=0.875$ (correlación positiva muy fuerte). Debido a que de los 261 usuarios del GRC que participaron de la encuesta, el 70% consideran importante que la institución realice lo planificado en el tiempo prometido, de igual manera consideran relevante que la entidad muestra interés en solucionar los problemas que se presentan, así como también toman en cuenta que la organización procura brindar un servicio exento de errores, asimismo el 20% de los usuarios creen que es relevante la calidad de servicio y solo un 10% consideran de poca importancia la calidad de servicio que les brinden.

De acuerdo con el tercer objetivo específico los resultados obtenidos se encontró un $Rho=0.910$ (correlación positiva perfecta). Debido a que de los 261 usuarios del GRC que participaron de la encuesta, el 78% consideran muy importante que los funcionarios y servidores de GORECA, les brindan un buen

servicio en los plazos establecidos, de igual manera consideran relevante que los funcionario y servidores de esta entidad siempre tienen voluntad sincera en ayudarlos, así como también toman en cuenta que el personal siempre está dispuestos a aclarar sus dudas, asimismo el 17% de los usuarios consideran importante la calidad de servicio y solo un 5% consideran de poca importancia la calidad de servicio que les brindan.

De acuerdo con el cuarto objetivo específico los resultados obtenidos se encontró un $Rho=0.901$ (correlación positiva perfecta). Debido a que de los 261 usuarios del GRC que participaron de la encuesta, el 68% consideran muy importante que el comportamiento de los funcionarios y servidores de GORECA debe inspirar confianza, de igual manera consideran relevante que los funcionario y servidores de esta entidad deben tratarlos con cortesía, así como también toman en cuenta que el personal debe tener información y conocimientos necesarios para responder sus dudas, asimismo el 25% de los usuarios consideran importante la calidad de servicio y solo un 7% consideran de poca importancia la calidad de servicio que les brindan.

De acuerdo con el quinto objetivo específico los resultados obtenidos se encontró un $Rho=0.875$ (correlación positiva muy fuerte). Debido a que de los 261 usuarios del GRC que participaron de la encuesta, el 69% consideran importante que la institución cuente con horarios de funcionamiento convenientes, de igual manera consideran relevante que los funcionarios y servidores que laboran en la entidad brinden una atención personalizada, así como también toman en cuenta que la organización se preocupe por brindar un mejor servicio, asimismo el 20% de los usuarios consideran muy importante la calidad de servicio y solo un 11% consideran de poca importancia la calidad de servicio que les brindan.

VII. RECOMENDACIONES.

Se recomienda al Gobierno Regional de Cajamarca realizar capacitaciones a sus trabajadores en cuanto atención al cliente con la finalidad de que esta se puede usar como un instrumento de mejora para el desempeño general de la organización. Ya que estas capacitaciones no solo contribuyen a que el usuario sienta el impacto de un buen servicio por parte de la organización, sino que también los colaboradores puedan desarrollan habilidades útiles que tiendan a mejorar todos los procesos internos.

Asimismo, se pide realizar un trabajo más coordinado entre el Gobierno Regional de Cajamarca y sus colaboradores, comenzando por emplear actividades en grupales de recreo periódicamente, así como también apreciar el esfuerzo y el aporte de cada miembro le da empresa. Pues esto ayuda que los colaboradores brinden una mejor atención ya que se sienten más identificados con la empresa al saber que la empresa también los valora por ende su desempeño es eficiente.

También, se recomienda establecer métodos alígeros y amigables en cuanto a atención al cliente para generar confianza a los usuarios del gobierno regional de Cajamarca con la finalidad de prestar el mejor servicio, a través de ofrecer toda la información que estos requieran para que sus dudas sean contestadas de forma oportuna y eficiente. Por ende, la organización debe asegurarse de que el servicio sea oportuno, es decir, los usuarios deben ser atendidos entre 15 a 20 segundos en plataforma, igualmente se tendría que considerar diferentes medios de atención como WhatsApp, Correo, Redes Sociales y, por último, establecer un protocolo de quejas útil.

Además, se recomienda fomentar a los clientes el uso de las nuevas tecnologías como es el caso de la página web con la que cuenta el GRC para realizar por medio de este sus trámites, con el propósito de que estos se encuentren satisfechos con el servicio brindado ya que la entidad por medio de esta página podría evaluar a los clientes a través de aplicarles una encuesta

online para saber los aspectos de mejorar en cuanto al servicio y así estos sientan que se considera su opinión para mejora la calidad de atención al cliente.

Finalmente, como se sabe las percepciones de los usuarios pueden tener un impacto directo en otros usuarios, así que investigue e indague en sus opiniones. Por esta razón, sería una buena idea crear un buzón de sugerencias o aplicar algún cuestionario para comprender y medir la satisfacción del cliente, así poder tomar mejores decisiones en el futuro.

REFERENCIAS

- Asociación Española, C. (2019). SATISFACCIÓN DEL CLIENTE. Revista AEC. Obtenido de QAEC: <https://www.aec.es/web/guest/centro-conocimiento/satisfaccion-del-cliente>
- Berenstein, M. (19 de diciembre de 2017). Peter Drucker: El hombre que pensaba en círculos. Obtenido de <https://emprendedoresnews.com/tips/peter-drucker-el-hombre-que-pensaba-en-circulos.html>.
- Bernal, C. (2015). Metodología de la investigación para administración y economía. Colombia: Prentice Hall.
- Calarge, J. (2018). Impacto de la calidad de los servicios sobre la satisfacción de los clientes en una empresa de mantenimiento. Obtenido de Compendium: <https://www.redalyc.org/jatsRepo/880/88055200020/html/index.html>
- Castro, G. (10 de Junio de 2020). Profesionalismo. Obtenido de Concepto.de: <https://concepto.de/profesionalismo/>
- Consultores, J. (14 de Septiembre de 2019). Calidad de servicio influye en 60% en decisión de compra de limeños. Obtenido de <https://gestion.pe/economia/empresas/calidad-de-servicio-influye-en-60-en-decision-de-compra-de-limenos-noticia/?ref=gesr>.
- Cruzado, D y Silva, C. (2019). Gestión de la calidad del servicio y satisfacción del cliente en las Agencias de Viajes y Turismo ubicadas en el perímetro de la plaza de armas de la provincia de Cajamarca. Obtenido de <http://repositorio.upagu.edu.pe/bitstream/handle/UPAGU/1245/TESIS%20Cruzado%20y%20Silva..pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- D'Alessio. (2012). Que es la calidad según juran. Obtenido de <https://www.euroinnova.mx/blog/que-es-la-calidad-segun-juran>.
- Delgado, I. (20 de enero de 2021). Comunicación. Obtenido de Significados: <https://www.significados.com/comunicacion/>
- Escalante, K. (2017). Relación de la calidad de servicio con la satisfacción del usuario de la Municipalidad Provincial de Cajamarca. Obtenido de

- <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/12378/Escalante%20Tavera%20Karol.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Florencia, U. (junio de 2015). Definición de Satisfacción del cliente. Obtenido de DefinicionABC: <https://www.definicionabc.com/negocios/satisfaccion-del-cliente.php>
- García, M. (2020). Satisfacción del cliente: definición, historia, retos y estrategia. Obtenido de Efficacy.com: <http://www.efficacy.com/es/satisfaccion-del-cliente-definicion-historia-retos-y-estrategia/>
- Gardey, L. (06 de Julio de 2016). Qué es Disposición. Obtenido de Significados: <https://www.significados.com/disposicion/>
- González, V. (2019). Insatisfacción del cliente causas soluciones. Obtenido de Beetrack.com: <https://www.beetrack.com/es/blog/insatisfaccion-del-cliente-causas-soluciones>
- Hernández, R. y Mendoza. C. (2018). Metodología de la investigación científica. México: Mc Graw Hill.
- Jara, K. (diciembre de 2017). Calidad de servicio y satisfacción al cliente de la tienda de bicicletas Trek, Lima. Obtenido de <http://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/AUTONOMA/670/3/JARA%20ANTON%2c%20KAREM%20LIZETH.pdf>
- Juran, M. (2019). Qué es la Calidad de Servicio. Obtenido de Aiteco Consultores: <https://www.aiteco.com/que-es-la-calidad-de-servicio/>
- León, K y Saldaña, S. (2021). Calidad del servicio y su relación con la satisfacción del cliente en la empresa Rock'os Café. Cajamarca.
- López, D. (15 de febrero de 2018). Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9867/1/T-UCSG-POS-MAE-160.pdf>
- López, M. (2015). IMPORTANCIA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE. El Buzón de Pacioli, 6. Obtenido de <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/pacioli-82.pdf>
- Lozano, A. (2018). Como elaborar un proyecto de tesis en pregrado, maestría y doctorado. Lima: San Marcos.

- Marx, K. (17 de Julio de 2018). Infraestructura. Obtenido de Definición MX.:
<https://definicion.mx/?s=Infraestructura>
- Méndez, R. (2019). Aspecto Personal. Obtenido de SCRIBD:
<https://es.scribd.com/document/69506484/Aspecto-Personal>
- Mendoza, O. (2016). Cortesía. Obtenido de DefinicionABC.:
<https://www.definicionabc.com/social/cortesia.php>
- Molina, I. (2019). Cuidado del aspecto personal. Obtenido de EcuRed:
https://www.ecured.cu/Cuidado_del_aspecto_personal
- Mora, C. (2016). LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CONSUMIDOR. Revista Brasileira de Marketing, 8.
- Moraima, S. (2020). Que es un cliente insatisfecho. Obtenido de
<https://mejorqueunmba.com/blog/que-es-un-cliente-insatisfecho/>
- Muñoz, J. (2015). Administración de operaciones productivas. México: Mc Graw Hill.
- Ortega, A y Mondragón, M. (2021). Análisis del servicio de atención a los clientes en las distribuidoras de alimentos para personas en el casco urbano del municipio de Camoapa, septiembre 2020 a marzo 2021. Nicaragua: Universidad Nacional Agraria.
- Peiró, R. (2017). Satisfacción del Cliente. Obtenido de Economipedia.com:
<https://economipedia.com/definiciones/satisfaccion-del-cliente.html>
- Peiró, R. (08 de abril de 2021). Comunicación. Obtenido de Economipedia.com:
<https://economipedia.com/definiciones/comunicacion.html>
- Pérez, A. (2016). Satisfacción del Cliente. Obtenido de Definiciones:
<https://definicion.de/satisfaccion-del-cliente/>
- Pérez y Gardey, A. (2017). Disposición. Obtenido de Definicion.de:
<https://definicion.de/disposicion/>
- Philip, G. (2016). Reflexión sobre la calidad. México: McGraw-HILL.
- Pozo, T. (2021). Satisfacción del Cliente. Obtenido de
<https://elviajedelcliente.com/satisfaccion-del-cliente/>
- Prado, F. (2018). Cortesía. Obtenido de Significados.com:
<https://www.significados.com/cortesia/>

- Raffino, M. (2020). ¿Qué es la habilidad? Obtenido de Concepto.de:
<https://concepto.de/habilidad-2/>
- Ramírez, D. (2019). Credibilidad. Obtenido de Protocolo.org:
<https://www.protocolo.org/social/etiqueta-social/la-credibilidad-para-la-gente-que-vive-en-sociedad.html>
- Ramos, S. (03 de diciembre de 2016). Qué es Servicio. Obtenido de Significados: <https://www.significados.com/servicio/>
- Reeves, C y Bednar, C. (2015). Calidad y satisfacción en los servicios: conceptualización. Obtenido de Efdeportes.com:
<https://www.efdeportes.com/efd73/calidad.htm>
- Reyna, G. (2019). GRM: Con las redes sociales, un cliente no deja de quejarse hasta quedar satisfecho. Obtenido de Diario Gestión:
<https://gestion.pe/tendencias/grm-redes-sociales-cliente-deja-quejarse-que-queda-satisfecho-44483-noticia/>
- Rivera, S. (07 de enero de 2019). La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/12117/1/T-UCSG-POS-MAE-224.pdf>
- Rojas, R. (2015). Métodos para la investigación social. Lima: Ateneo.
- Roldán, P. (2018). Obtenido de Economipedia:
<https://economipedia.com/definiciones/infraestructura.html>
- Sánchez, J. (2016). Servicio. Obtenido de Economipedia:
<https://economipedia.com/definiciones/servicio.html>
- Sandoval, J. (2018). Calidad de servicio y la Satisfacción del cliente en la empresa RYJ Clímatos S.R.L. Obtenido de <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/4596/Sandoval%20Mesia.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Summers, A. (2006). de la calidad. México: Prentice Hall.
- Thompson, I. (2019). La Satisfacción del Cliente. Obtenido de PromonegocioS.net:
<https://www.promonegocios.net/clientes/satisfaccion-cliente.html#:~:text=En%20la%20actualidad%2C%20lograr%20la,ende%2C%20en%20el%20mercado%20meta.>

- Ucha, F. (2019). Definición de Habilidad. Obtenido de DefinicionABC.:
<https://www.definicionabc.com/general/habilidad.php>
- Valenzuela, I. (2018). Profesionalismo. Obtenido de Que significado:
<https://quesignificado.com/profesionalismo/>
- Vargas, C. (2018). La calidad de servicio y su incidencia en la satisfacción del usuario de la municipalidad provincial de Tacna. Tacna-Perú: Universidad Privada de Tacna.
- Vargas, M. y Aldana, L. (2018). Calidad y servicio. Conceptos y herramientas. España: ECOE Ediciones.
- Villegas, L. (2019). Teoría y praxis de la investigación científica. Tesis de maestría y doctorado. Lima: San Marcos.
- Yirda, A. (14 de febrero de 2021). Credibilidad. Obtenido de Concepto Definición: <https://conceptodefinicion.de/credibilidad/>

ANEXOS

ANEXO 1: Cuadro de Operacionalización de variables “Calidad del servicio y Satisfacción del usuario”

VARIABLES.	Definición Conceptual.	Definición operacional.	Dimensiones.	Indicadores.	Escala de Medición
Calidad del Servicio.	Este se entiende como aquella satisfacción de las necesidades y expectativas de un cliente o usuario final Vargas y Aldana (2018).	Consiste en que la organización trate de cumplir con las expectativas que el cliente espera.	<ul style="list-style-type: none"> • Tangibilidad • Fiabilidad • Capacidad de respuesta • Seguridad • Empatía 	<ul style="list-style-type: none"> • Infraestructura • Aspecto personal • Identificación • Habilidad • Ejecución • Servicio • Disposición • Ayudas • Profesionalismo • Cortesía • Credibilidad • Comunicación • Acceso • Comprensión 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sin importancia 2. De poca importancia 3. Moderadamente importante 4. Importante 5. Muy importante
Satisfacción del Usuario.	Es el modo con que se trata de cumplir o responde a una queja o requerimiento de un usuario Robbins. (2010).	Se puede entender como aquella apreciación que un usuario tiene con respecto al cumplimiento de sus requerimientos.	<ul style="list-style-type: none"> • Aceptación • Rechazo 	<ul style="list-style-type: none"> • Usuarios satisfechos • Usuarios insatisfechos 	<ol style="list-style-type: none"> 1.Sin importancia 2.De poca importancia 3.Moderadamente importante 4.Importante 5.Muy importante

Nota: Elaboración propia.

ANEXO 2: Cuestionario para medir expectativas del usuario

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
ESCUELA DE POSGRADO
PROGRAMA DE MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA

CUESTIONARIO PARA MEDIR EXPECTATIVAS

Estimado usuario:

Califique entre 1 a 5 la importancia que usted le otorga a cada una de los siguientes ítems relacionados con el servicio que usted espera recibir en el Gobierno Regional de Cajamarca (GORECA).

Considere 1 como la menor calificación y 5 como la mayor calificación.

		1	2	3	4	5
	Dimensión: Elementos tangibles					
	Indicador: Atracción visual de instalaciones físicas					
E1	GORECA, debería poseer instalaciones físicas modernas, cómodas, limpias, agradables y atractivas.					
	Indicador: Apariencia de equipos					
E2	GORECA, debería tener equipos modernos y actualizados de acuerdo a los servicios que brinda					
	Indicador: Aspecto personal					
E3	Que el personal profesional y administrativo de GORECA, deben caracterizarse por estar bien vestidos, limpios y aseados de acuerdo a su cargo					
	Indicador: Material asociado al servicio					
E4	Que los materiales asociados con los servicios que brinde GORECA, deben ser actualizados, confiables y de buena apariencia.					
	Dimensión Fiabilidad					
	Indicador: Cumplimiento					
E5	Que cuando GORECA, promete hacer algo planificado, lo haga en el tiempo prometido.					
	Indicador: Sinceridad					
E6	Que cuando un usuario tiene un problema, GORECA debe mostrar interés sincero en solucionarlo					
	Indicador: Realizar un buen servicio desde la primera vez					
E7	Que el personal de GORECA brinde un buen servicio desde la primera vez y mantenga éste accionar evitando cometer errores.					
	Indicador: Brindar servicio en tiempo prometido					
E8	Que el personal de GORECA, concluya el servicio en el tiempo prometido.					
	Indicador: Servicio sin errores					

E9	Que el personal de GORECA, procure mantener el servicio exento de errores.					
	Dimensión: Capacidad de respuesta					
	Indicador: Cumplir plazos prometidos					
E10	Que los funcionarios y servidores de GORECA, prometan a sus usuarios, brindarles servicios en plazos que ellos son capaces de cumplir					
	Indicador: Prontitud en el servicio					
E11	Que los funcionarios y servidores de GORECA, estén dispuestos y disponibles durante la entrega del servicio.					
	Indicador: Disponibilidad para ayudar siempre					
E12	Que los funcionarios y servidores de GORECA, siempre tengan voluntad sincera en ayudar a sus usuarios.					
	Indicador: Disposición para aclarar dudas					
E13	Que los empleados (funcionarios) de GORECA, siempre estén dispuestos para aclarar dudas de sus usuarios.					
	Dimensión: Seguridad					
	Indicador: Inspirar confianza					
E14	Que el comportamiento de los funcionarios y servidores de GORECA, debe inspirar confianza en los usuarios.					
	Indicador: Inspirar seguridad					
E15	Que los usuarios de GORECA, se sientan seguros en sus gestiones.					
	Indicador: Cortesía					
E16	Que los funcionarios y servidores de GORECA, deben tratar con cortesía a los usuarios.					
	Indicador: Conocimiento para responder preguntas					
E17	Que los funcionarios y servidores de GORECA, precisan tener información y conocimientos necesarios para responder las preguntas de los usuarios					
	Dimensión: Empatía					
	Indicador: Horarios convenientes					
E18	Que GORECA, deba ofrecer horarios de funcionamiento convenientes para todos sus usuarios.					
	Indicador: Atención personalizada					
E19	Que GORECA, precisa tener funcionarios y servidores que brinden atención personalizada a sus usuarios cuando sea requerida.					
	Indicador: Enfocados en el servicio					
E20	Que GORECA, deba esmerarse en brindar el mejor servicio a sus usuarios.					
	Indicador: Interés y preocupación genuina					
E21	Que GORECA, entienda las necesidades específicas de sus usuarios.					
	Indicador: Compromiso de necesidades					
E22	Que GORECA, muestre interés en los usuarios y los tomen en cuenta en las decisiones, actividades y proyectos de la institución.					

Muchas gracias

ANEXO 3: Cuestionario para medir percepciones del usuario

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
ESCUELA DE POSGRADO
PROGRAMA DE MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA

CUESTIONARIO PARA MEDIR PERCEPCIONES

Estimado usuario:

Califique entre 1 a 5 la importancia que usted le otorga a cada una de los siguientes ítems relacionados con el servicio que usted recibe en el Gobierno Regional de Cajamarca (GORECA).

Considere 1 como la menor calificación y 5 como la mayor calificación.

		1	2	3	4	5
	Dimensión: Elementos tangibles					
	Indicador: Atracción visual de instalaciones físicas					
E1	GORECA, posee instalaciones físicas modernas, cómodas, limpias, agradables y atractivas.					
	Indicador: Apariencia de equipos					
E2	GORECA, tiene equipos modernos y actualizados de acuerdo a los servicios que brinda					
	Indicador: Aspecto personal					
E3	El personal profesional y administrativo de GORECA, se caracteriza por estar bien vestidos, limpios y aseados de acuerdo a su cargo					
	Indicador: Material asociado al servicio					
E4	Los materiales asociados con los servicios que brinda GORECA, están actualizados, son confiables y de buena apariencia.					
	Dimensión Fiabilidad					
	Indicador: Cumplimiento					
E5	GORECA, promete y cumple lo planificado, y lo hace en el tiempo prometido.					
	Indicador: Sinceridad					
E6	Cuando un usuario tiene un problema, GORECA muestra interés sincero y lo soluciona					
	Indicador: Realizar un buen servicio desde la primera vez					
E7	El personal de GORECA brinda un buen servicio desde la primera vez y mantiene éste accionar evitando cometer errores.					
	Indicador: Brindar servicio en tiempo prometido					
E8	El personal de GORECA, concluye el servicio en el tiempo prometido.					
	Indicador: Servicio sin errores					
E9	El personal de GORECA, procura mantener el servicio exento de errores.					

	Dimensión: Capacidad de respuesta					
	Indicador: Cumplir plazos prometidos					
E10	Los funcionarios y servidores de GORECA, cumplen los servicios en los plazos prometidos.					
	Indicador: Prontitud en el servicio					
E11	Los funcionarios y servidores de GORECA, están dispuestos y disponibles durante la entrega del servicio.					
	Indicador: Disponibilidad para ayudar siempre					
E12	Los funcionarios y servidores de GORECA, siempre tienen voluntad sincera en ayudar a sus usuarios.					
	Indicador: Disposición para aclarar dudas					
E13	Los empleados (funcionarios) de GORECA, siempre están dispuestos para aclarar dudas de sus usuarios.					
	Dimensión: Seguridad					
	Indicador: Inspirar confianza					
E14	El comportamiento de los funcionarios y servidores de GORECA, inspira confianza en los usuarios.					
	Indicador: Inspirar seguridad					
E15	Los usuarios de GORECA, se sienten seguros en sus gestiones.					
	Indicador: Cortesía					
E16	Los funcionarios y servidores de GORECA, tratan con cortesía a los usuarios.					
	Indicador: Conocimiento para responder preguntas					
E17	Los funcionarios y servidores de GORECA, tienen información y conocimientos necesarios para responder las preguntas de los usuarios					
	Dimensión: Empatía					
	Indicador: Horarios convenientes					
E18	GORECA, ofrece horarios de funcionamiento convenientes para todos sus usuarios.					
	Indicador: Atención personalizada					
E19	GORECA, tiene funcionarios y servidores que brindan atención personalizada a sus usuarios.					
	Indicador: Enfocados en el servicio					
E20	GORECA, se esmera en brindar el mejor servicio a sus usuarios.					
	Indicador: Interés y preocupación genuina					
E21	GORECA, entiende las necesidades específicas de sus usuarios.					
	Indicador: Compromiso de necesidades					
E22	GORECA, muestra interés en los usuarios y los toman en cuenta en las decisiones, actividades y proyectos de la institución.					

Muchas gracias

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

Título del trabajo de investigación: Calidad de servicio y satisfacción del usuario del Gobierno Regional de Cajamarca, 2020

Nombre del instrumento: Cuestionario

Investigador: Chacón Malca Herlin Gullit

II. DATOS DEL EXPERTO:

Nombres y Apellidos: Alejandro Vásquez Ruiz

Lugar y fecha: Cajamarca, 20 mayo 2021

III. OBSERVACIONES EN CUANTO A:

1. FORMA: (Ortografía, coherencia lingüística, redacción)

Ninguna

2. CONTENIDO: (Coherencia en torno al instrumento. Si el indicador corresponde a los ítems y dimensiones)

Ninguna

3. ESTRUCTURA: (Profundidad de los ítems)

Ninguna


IV. APOORTE Y/O SUGERENCIAS:

Ninguna

LUEGO DE REVISADO EL INSTRUMENTO:

Procede su aplicación

Debe corregirse


Alejandro Vásquez Ruiz
Dr. en Administración

DNI: 17824300

Teléfono: 985208772

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

Título del trabajo de investigación: Calidad de servicio y satisfacción del usuario del Gobierno Regional de Cajamarca, 2020

Nombre del instrumento: Cuestionario

Investigador: Chacón Malca Herlin Gullit

CRITERIO	INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
Forma	1. REDACCIÓN	Los indicadores e ítems están redactados considerando los elementos necesarios.				X	
	2. CLARIDAD	Está formulado con un lenguaje apropiado.				X	
	3. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				X	
Contenido	4. ACTUALIDAD	Es adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.				X	
	5. SUFICIENCIA	Los ítems son adecuados en cantidad y profundidad.				X	
	6. INTENCIONALIDAD	El instrumento mide en forma pertinente el comportamiento de las variables de investigación.				X	
Estructura	7. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica entre todos los elementos básicos de la investigación.				X	
	8. CONSISTENCIA	Se basa en aspectos teóricos científicos de la investigación educativa.				X	
	9. COHERENCIA	Existe coherencia entre los ítems, indicadores, dimensiones y variables				X	
	10. METODOLOGÍA	La estrategia de investigación responde al propósito del diagnóstico.				X	

II. LUEGO DE REVISADO EL INSTRUMENTO:

Procede su aplicación

Debe corregirse



Alejandro Vásquez Ruiz
Dr. en Administración

DNI: 17824300

Teléfono: 985208772

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

V. DATOS GENERALES:

Título del trabajo de investigación: Calidad de servicio y satisfacción del usuario del Gobierno Regional de Cajamarca, 2020

Nombre del instrumento: Cuestionario

Investigador: Chacón Malca Herlin Gullit

VI. DATOS DEL EXPERTO:

Nombres y Apellidos: Ronal Salcedo Campos

Lugar y fecha: 20 mayo 2021

VII. OBSERVACIONES EN CUANTO A:

1. FORMA: (Ortografía, coherencia lingüística, redacción)

Ninguna

2. CONTENIDO: (Coherencia en torno al instrumento. Si el indicador corresponde a los ítems y dimensiones)

Ninguna

3. ESTRUCTURA: (Profundidad de los ítems)

Ninguna

LUEGO DE REVISADO EL INSTRUMENTO:

Procede su aplicación

Debe corregirse



M.Cs. Ronal Salcedo Campos
CORLAD: 21890

Firma

MCs. Ronal Salcedo Campos

DNI: 46947315

Teléfono: 942110101

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

III. DATOS GENERALES:

Título del trabajo de investigación: Título del trabajo de investigación: Calidad de servicio y satisfacción del usuario del Gobierno Regional de Cajamarca, 2020

Nombre del instrumento: Cuestionario

Investigador: Chacón Malca Herlin Gullit

CRITERIO	INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
Forma	1. REDACCIÓN	Los indicadores e ítems están redactados considerando los elementos necesarios.				X	
	2. CLARIDAD	Está formulado con un lenguaje apropiado.				X	
	3. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				X	
Contenido	4. ACTUALIDAD	Es adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.				X	
	5. SUFICIENCIA	Los ítems son adecuados en cantidad y profundidad.				X	
	6. INTENCIONALIDAD	El instrumento mide en forma pertinente el comportamiento de las variables de investigación.				X	
Estructura	7. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica entre todos los elementos básicos de la investigación.				X	
	8. CONSISTENCIA	Se basa en aspectos teóricos científicos de la investigación educativa.				X	
	9. COHERENCIA	Existe coherencia entre los ítems, indicadores, dimensiones y variables				X	
	10. METODOLOGÍA	La estrategia de investigación responde al propósito del diagnóstico.				X	

IV. LUEGO DE REVISADO EL INSTRUMENTO:

Procede su aplicación x
 Debe corregirse



CLAD M.C.s. Ronal Salcedo Campos
CORLAD: 21890

Firma

MCs. Ronal Salcedo Campos

DNI: 46947315

Teléfono: 942110101

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

Título del trabajo de investigación: Calidad de servicio y satisfacción del usuario del Gobierno Regional de Cajamarca, 2020

Nombre del instrumento: Cuestionario

Investigador: Chacón Malca Herlin Gullit

CRITERIO	INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
Forma	1. REDACCIÓN	Los indicadores e ítems están redactados considerando los elementos necesarios.				X	
	2. CLARIDAD	Está formulado con un lenguaje apropiado.				X	
	3. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				X	
Contenido	4. ACTUALIDAD	Es adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.				X	
	5. SUFICIENCIA	Los ítems son adecuados en cantidad y profundidad.				X	
	6. INTENCIONALIDAD	El instrumento mide en forma pertinente el comportamiento de las variables de investigación.				X	
Estructura	7. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica entre todos los elementos básicos de la investigación.				X	
	8. CONSISTENCIA	Se basa en aspectos teóricos científicos de la investigación educativa.				X	
	9. COHERENCIA	Existe coherencia entre los ítems, indicadores, dimensiones y variables				X	
	10. METODOLOGÍA	La estrategia de investigación responde al propósito del diagnóstico.				X	

II. LUEGO DE REVISADO EL INSTRUMENTO:

Procede su aplicación

Debe corregirse


Dr. Reinaldo Mendoza Huaripata

DNI: 26682710

Teléfono: 976196480

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

Título del trabajo de investigación: Calidad de servicio y satisfacción del usuario del Gobierno Regional de Cajamarca, 2020

Nombre del instrumento: Cuestionario

Investigador: Chacón Malca Herlin Gullit

II. DATOS DEL EXPERTO:

Nombres y Apellidos: Reinaldo Mendoza Huaripata

Lugar y fecha: Cajamarca, 20 mayo 2021

III. OBSERVACIONES EN CUANTO A:

1. FORMA: (Ortografía, coherencia lingüística, redacción)

Ninguna

2. CONTENIDO: (Coherencia en torno al instrumento. Si el indicador corresponde a los ítems y dimensiones)

Ninguna

3. ESTRUCTURA: (Profundidad de los ítems)

Ninguna

IV. APORTE Y/O SUGERENCIAS:

Ninguna

LUEGO DE REVISADO EL INSTRUMENTO:

Procede su aplicación

Debe corregirse


Dr. Reinaldo Mendoza Huaripata

DNI: 26682710

Teléfono: 976196480



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO



"Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia"

Lima, 24 de Mayo de 2021

Carta P. 034-2021-UCV-EPG-SP

Ing.
Ing. Mesías Antonio Guevara Amasifuen
GOBERNADOR REGIONAL
GOBIERNO REGIONAL DE CAJAMARCA

De mi mayor consideración:

Es grato dirigirme a usted, para presentar a **CHACON MALCA, HERLIN GULLIT**; identificada con DNI N° 47372053 y código de matrícula N° 7002518562; estudiante del programa de MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA en modalidad semipresencial quien, en el marco de su tesis conducente a la obtención de su grado de MAESTRO(A), se encuentra desarrollando el trabajo de investigación (tesis) titulado:

Calidad de servicio y satisfacción del usuario del Gobierno Regional de Cajamarca, 2020

En este sentido, solicito a su digna persona facilitar el acceso a nuestro(a) estudiante, a fin que pueda obtener información en la institución que usted representa, siendo nuestro(a) estudiante quien asume el compromiso de alcanzar a su despacho los resultados de este estudio, luego de concluir con el desarrollo del trabajo de investigación (tesis).

Agradeciendo la atención que brinde al presente documento, hago propicia la oportunidad para expresarle los sentimientos de mi mayor consideración.

Atentamente,

Ruth Angélica Chicana Becerra
Coordinadora General de Programas de Posgrado Semipresenciales
Universidad César Vallejo

Somos la universidad de los
que quieren salir adelante.





UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

PROGRAMA DE MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, LARICO UCHAMACO GUIDO RAUL, docente de la ESCUELA DE POSGRADO de la escuela profesional de MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO DEL GOBIERNO REGIONAL DE CAJAMARCA, 2021", cuyo autor es CHACON MALCA HERLIN GULLIT, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 25.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 14 de Agosto del 2021

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
LARICO UCHAMACO GUIDO RAUL : 02443179 ORCID: 0000-0002-7624-3522	Firmado electrónicamente por: GLARICOUC el 14- 08-2021 12:31:10

Código documento Trilce: INV - 0612547