



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**

Calidad de servicio y satisfacción del poblador del programa social de
corte de cabello del Gobierno Regional del Callao 2023

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Administración de Empresas

AUTORA:

Morales Hernandez, Ynes Madelaine (orcid.org/0009-0008-0035-9976)

ASESOR:

Dr. Esteves Pairazaman, Ambrocio Teodoro (orcid.org/0000-0003-4168-0850)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Fortalecimiento de la democracia, liderazgo y ciudadanía

LIMA – PERÚ

2024



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, ESTEVES PAIRAZAMAN AMBROCIO TEODORO, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CALLAO, asesor de Tesis titulada: "Calidad de servicio y satisfacción del poblador del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao 2023", cuyo autor es MORALES HERNANDEZ YNES MADELAINE, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 17%, 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, 05 de Junio del 2024

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
ESTEVES PAIRAZAMAN AMBROCIO TEODORO DNI: 17846910 ORCID: 0000-0003-4168-0850	Firmado electrónicamente por: EPAIRAZAMANA el 15-07-2024 18:08:59

Código documento Trilce: TRI - 0756180



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Declaratoria de Originalidad del Autor

Yo, MORALES HERNANDEZ YNES MADELAINE estudiante de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CALLAO, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Calidad de servicio y satisfacción del poblador del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao 2023", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. He mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

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

Nombres y Apellidos	Firma
YNES MADELAINE MORALES HERNANDEZ DNI: 25739687 ORCID: 0009-0008-0035-9976	Firmado electrónicamente por: YMMORALESH el 05- 06-2024 09:03:06

Código documento Trilce: TRI - 0756179

Dedicatoria

A DIOS por permitirme llegar hasta aquí, para poder cumplir este reto y a mi padre Lucio Morales Huete por ser mi fuente de inspiración, el que siempre me impulsó a perseguir mis sueños y vencer obstáculos hasta conseguir que se haga realidad.

Agradecimiento

A la Universidad Particular César Vallejo, por abrirme las puertas para ser una profesional y al Dr. Ambrocio Teodoro Esteves Pairazaman, asesor de estudios por su paciencia y profesionalismo en guiarme y brindarme los conocimientos necesarios para el desarrollo de mi tesis.

Índice de contenidos

Carátula.....	i
Declaratoria de autenticidad del asesor	ii
Declaratoria de originalidad del autor	iii
Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Índice de contenidos	vi
Índice de tablas	vii
Índice de figuras	viii
Resumen.....	ix
Abstract.....	x
I. INTRODUCCIÓN	1
II. METODOLOGÍA.....	17
III. RESULTADOS.....	23
IV. DISCUSIÓN	39
V. CONCLUSIONES	46
VI. RECOMENDACIONES	48
REFERENCIAS.....	51
ANEXOS.....	58

Índice de tablas

Tabla 1 Coeficiente alfa de Cronbach - Calidad de servicio	20
Tabla 2 Coeficiente Alpha de Cronbach - Satisfacción del poblador	20

Índice de figuras

Figura 1 Variable Calidad de servicio	23
Figura 2 Dimensión Elementos tangibles	24
Figura 3 Dimensión Confiabilidad.....	25
Figura 4 Dimensión capacidad de respuesta.....	26
Figura 5 Dimensión Seguridad	27
Figura 6 Dimensión Empatía	28
Figura 7 Variable Satisfacción del poblador	29
Figura 8 Dimensión Atención.....	30
Figura 9 Dimensión Servicio.....	31
Figura 10 Dimensión aspecto Emocional	32

Resumen

Este estudio investigó la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del poblador del programa de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao en 2023. Se reconoció la importancia de este programa para la población en general y los sectores vulnerables. En el contexto de las políticas públicas actuales, fue crucial implementar estrategias que redujeran las disparidades socioeconómicas en el Callao. Por lo tanto, la calidad del servicio debía ser alta para garantizar la satisfacción de los beneficiarios. La metodología empleada fue correlacional y transversal, con un diseño no experimental, utilizando una muestra de 57 pobladores beneficiarios. Se utilizó el cuestionario SERVQUAL para recopilar datos y se aplicó el coeficiente de correlación no paramétrico de Spearman para analizar la asociación entre las variables. Los resultados mostraron una correlación significativa ($\rho = 0.613$, $p < 0.001$), indicando una relación moderadamente positiva entre la calidad del servicio y la satisfacción de los beneficiarios. En conclusión, se determinó la relación significativa que existe entre la calidad del servicio y la satisfacción del poblador del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao en 2023.

Palabras clave: Calidad del servicio, satisfacción del poblador, programa social.

Abstract

This study investigated the relationship between service quality and the satisfaction of the residents of the haircut program of the Regional Government of Callao in 2023. The importance of this program for the general population and vulnerable sectors was recognized. In the context of current public policies, it was crucial to implement strategies that reduced socioeconomic disparities in Callao. Therefore, the service quality had to be high to ensure beneficiary satisfaction. The methodology employed was correlational and cross-sectional, with a non-experimental design, using a sample of 57 beneficiary residents. The SERVQUAL questionnaire was used to collect data, and Spearman's non-parametric correlation coefficient was applied to analyze the association between the variables. The results showed a significant correlation ($\rho = 0.613$, $p < 0.001$), indicating a moderately positive relationship between service quality and beneficiary satisfaction. In conclusion, a significant relationship was determined to exist between service quality and the satisfaction of the residents of the social haircut program of the Regional Government of Callao in 2023.

Keywords: Service quality, resident satisfaction, social program.

I. INTRODUCCIÓN

A nivel internacional, la implementación y eficacia de los programas sociales varían ampliamente. Haefner y Gutiérrez (2019) mencionan que las políticas públicas en una sociedad moderna requieren un cambio constante de estrategias para impactar positivamente al país, reduciendo las brechas sociales y económicas. Cuando los ciudadanos exigen mayores y mejores resultados en los bienes y servicios ofrecidos, estos deben ser de buena calidad y efectividad para lograr un gobierno exitoso. Al reconocer los derechos y oportunidades sociales del ciudadano se garantiza la satisfacción y el éxito en la gestión pública.

Además, diversos países han implementado programas sociales con características particulares. En Estados Unidos, "Supercuts for Kids" ofrece cortes de cabello gratuitos a niños de familias de bajos recursos con una red de voluntarios y estudiantes de cosmetología, lo que impacta positivamente en la autoestima y bienestar de los niños (Barber, 2018). En el Reino Unido, "The Barber Shop" brinda cortes de cabello gratuitos a personas sin hogar, proporcionando un espacio seguro y mejorando su autoestima (The Big Issue, 2019). En Chile, "Cortes Gratis para Todos" ofrece cortes gratuitos a personas, de bajo recursos económicos, sin límite de edad y en distintas comunas, apoyados por peluqueros profesionales, lo que promueve la dignidad y autoestima de los beneficiarios (Fundación Rostros del Futuro, 2020).

En Europa, la European Social Network (ESN) subrayó la relevancia de la calidad en los servicios sociales, destacando su impacto en la mejora de la calidad de vida de las personas. La ESN enfatizó la importancia de basar la evaluación en resultados, la mejora continua, la preferencia por los servicios comunitarios y un enfoque integrado que contemple tanto la salud como las necesidades sociales. El estudio realizado por la ESN proporciona una base sólida para evaluar la calidad de los programas sociales, como el servicio de peluquería en la entidad objeto de la presente investigación, con el fin de optimizar la satisfacción de los beneficiarios y la eficiencia del servicio (ESN, 2022).

La aplicación de métodos especiales en las políticas públicas y la participación activa de las personas para tomar decisiones permite alcanzar objetivos y metas en la gestión pública mediante un trabajo colectivo y armonioso.

Es necesario evaluar, medir y valorar la participación de la ciudadanía desde una visión de la gestión social (Téllez, 2022).

A nivel nacional, el gobierno peruano ha implementado estrategias de inclusión social y políticas nacionales efectivas, creando el Ministerio de Inclusión Social para reducir la pobreza y la pobreza extrema, basándose en la igualdad de derechos, calidad de los programas sociales y políticas públicas efectivas. La responsabilidad social demuestra ser un rasgo humano significativo y ha presentado resultados importantes en el aspecto social empresarial, especialmente en una economía donde las pequeñas y microempresas mejoran la competitividad y los servicios, creando un vínculo directo con el trabajo de los empleados y la satisfacción laboral (Cuba et al., 2020).

Un estudio realizado por Castañeda (2020) menciona que, para reducir la pobreza social y económica, es necesario que el gobierno peruano implemente políticas públicas que consideren actividades sociales planificadas y descentralizadas. La falta de capacitación a empleados de instituciones estatales para la preparación de proyectos de inversión pública es un problema recurrente que genera deficiencias en la administración pública. Sin embargo, la situación es diferente en la provincia constitucional del Callao, donde los gobiernos regionales y locales muestran un bajo nivel de responsabilidad social a pesar de contar con suficientes recursos económicos provenientes de grandes empresas nacionales e internacionales.

Las organizaciones sociales de base cuentan con líderes que brindan servicios sociales y cuya participación influye en el desarrollo local. Sin embargo, no se les da un lugar adecuado como verdaderos facilitadores sociales de la comunidad, y su trabajo no ha sido valorado adecuadamente debido a diversos factores (Ayala et al., 2003).

En contexto local el Gobierno Regional, al evaluar la percepción de los pobladores sobre los programas sociales desarrollados, se deben tener en cuenta varios aspectos relacionados con las funciones de los especialistas en administración de dichas entidades. Estas funciones incluyen coordinar con las unidades orgánicas, como las gerencias, oficinas (Blesio, 2020).

El Gobierno Regional del Callao presenta proyectos y actividades orientadas al aspecto social, encargada de presentar, ejecutar y monitorear dichas actividades. Estas actividades cuentan con un expediente técnico y un presupuesto específico, con procesos exactos para el cumplimiento de metas. Esto requiere la aprobación de diversas instancias, incluyendo la gobernación, la gerencia general, la gerencia de asesoría legal y la de administración, donde se deriva a la oficina de logística para estudios de mercado y luego se da viabilidad para su ejecución (Morillo et al., 2020).

Las Oficinas de la Gerencia Regional de Desarrollo Social tienen la función de ejecutar actividades y eventos, entre los cuales están las acciones cívicas y las campañas médicas, que brindan servicios gratuitos como programas sociales, incluyendo salud, corte de cabello, maquillaje, manicure, pedicure, asesoramiento jurídico y asesoría psicológica. El programa social de corte de cabello es el que más demanda tiene y es el foco de la presente investigación (Ayala, 2023).

Este estudio se planteó como problema general ¿Qué relación existe entre calidad de servicio y satisfacción del poblador del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023?

Específicamente este estudio evaluó de la siguiente manera: (a) ¿Qué relación existe entre los elementos tangibles y la satisfacción del poblador del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023?; (b) ¿Qué relación existe entre la confianza y la satisfacción del poblador del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023?; (c) ¿Qué relación existe entre capacidad de respuesta y la satisfacción del poblador del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023?; (d) ¿Qué relación existe entre seguridad y la satisfacción del poblador del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023?, (e) ¿Qué relación existe entre empatía y la satisfacción del poblador del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023?, (f) ¿Qué relación existe entre atención y la calidad de servicio al poblador del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023?, (g) ¿Qué relación existe entre el servicio y la calidad de servicio al poblador del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023? Y por último (h) ¿Qué relación existe entre

el aspecto emocional y la calidad de servicio al poblador del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023?.

Desde el planteamiento teórico, este estudio se basa en la premisa de que la calidad del servicio es componente determinante en la satisfacción del beneficiario, como sugiere el estudio de la calidad de servicio de (Parasuraman et al., 1988). Según esta teoría, la percepción del beneficiario sobre la calidad del servicio se basa en la brecha entre sus expectativas y sus sensaciones reales del servicio obtenido. Por lo tanto, los elementos tangibles, la confianza, la capacidad de respuesta, la seguridad, la empatía, la atención y el aspecto emocional influyen en la satisfacción del poblador, siendo fundamental para la mejora de la calidad de servicios de los programas sociales.

El presente estudio se justifica en el aspecto práctico, debido a que es legítimo, y a partir de sus resultados se sugieren soluciones y recomendaciones para implementarlas y optimizar la calidad de servicio y la satisfacción del poblador en lo referido al corte de cabello.

Finalmente, en cuanto al aspecto metodológico, la presente investigación fundamenta su importancia debido a que para su desarrollo se utiliza las herramientas de recopilación de datos, para evaluar la validez y confiabilidad descritas en su libro (Hernández-Sampieri, 2016), de modo que sean útiles para otros investigadores, para desarrollar temas relacionados con este estudio, enfoque que sirva también como guía para futuras investigaciones con el enfoque científico que sustenta esta titulación académica.

Por lo que respecta a los objetivos de investigación, de manera general es determinar la relación que existe entre calidad de servicio y satisfacción del poblador del programa social de corte de cabello.

Respecto a los objetivos específicos son: (a) Determinar la relación que existe entre los elementos tangibles y la satisfacción del poblador del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023; (b). Determinar la relación que existe entre la confianza y la satisfacción del poblador del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023; (c) Determinar la relación que existe entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del poblador del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023; (d)

Determinar la relación que existe entre la seguridad y la satisfacción del poblador del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023; (e) Determinar la relación que existe entre la empatía y la satisfacción del poblador del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023. (f) Determinar la relación que existe entre la atención y la calidad de servicio al poblador del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023; (g) Determinar la relación que existe entre el proceso de servicio y la calidad de servicio al poblador del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023 Y por último (h) Determinar la relación que existe entre el aspecto emocional y la calidad de servicio al poblador del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023.

La hipótesis general para la investigación es: Hay relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del poblador del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023. Las hipótesis específicas son: (a) Hay una relación entre los elementos tangibles y la satisfacción de los pobladores del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023; (b) Hay una relación entre la confiabilidad y la satisfacción de los pobladores del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023; (c) Hay una relación entre la capacidad de respuesta del servicio y la satisfacción de los pobladores del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023; (d) Hay una relación entre la percepción de seguridad y la satisfacción de los pobladores del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023; (e) Hay una relación entre la empatía y la satisfacción de los pobladores del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023; (f) Hay una relación entre la atención y la satisfacción de los pobladores del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023; (g) Hay una relación entre el proceso de servicio y la satisfacción de los pobladores del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023; (h) Hay una relación entre la dimensión emocional y la satisfacción de los pobladores del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023.

Para los antecedentes internacionales se consideró el estudio realizado por García (2018) quien tuvo como objetivo evaluar el servicio postventa de automoción y automóviles, con alta rentabilidad en España. Tuvo un estudio longitudinal en dos años, su muestra de 17,000 usuarios de servicios oficiales con la marca de gama alta y la otra del segmento general. Inicialmente, evaluó la percepción de la calidad del servicio y otras variables relacionadas con la conducta en la compra, tanto en la fidelidad a la empresa como a la marca. Para ello, utilizó varias técnicas analíticas que indicaron que la calidad del servicio y la satisfacción del usuario no son componentes centrales de lealtad, su efecto es menor de lo esperado y menor que el de otras variables, como la validez de la garantía del automóvil. Concluyó que la lealtad contractual por medio de contratos de servicio o extensiones de garantía se vuelve más importante para este sector, que el apego psicológico o las estrategias de lealtad.

Sánchez y Arévalo (2016) evaluaron la calidad de la atención a los usuarios de la consulta general de la Unidad de Atención Primaria (UBA) Coomeva EPS-Manga, utilizando el modelo SERVQUAL para identificar posibles mejoras en el proceso de atención. El cuestionario SERVQUAL fue diseñado y aplicado para hallar la sensación de la calidad del servicio de asesoría general en función de las expectativas generadas por el servicio y cómo estos resultados aportaron al mejoramiento de la calidad del servicio. Tras analizar estos resultados mediante el Gap 5, se identificaron aspectos positivos y negativos y se recomendaron medidas de mejora para implementar estrategias que ayuden a reducir errores en la calidad del servicio.

Castellucci (2009) mencionó en su investigación que los gobiernos locales en muchas ocasiones no cumplen con sus presupuestos debido a la falta de capacidad y experiencia, o por invertir en proyectos que no cumplen con las expectativas. Esto genera problemas, ya que los expedientes técnicos son mal elaborados y monitoreados, lo que lleva a paralizar trabajos hasta que los contratistas corrijan las observaciones, provocando mayores demoras. Ejemplos de esto se ven en la construcción marítima, donde líderes regionales han sido declarados culpables y encarcelados.

Gómez (2012) evaluó la calidad de programas de servicios sociales, España. Aborda la evaluación de la calidad recibida en los programas que ofrecen servicios sociales comunitarios, presentando conceptos básicos y tipologías relacionadas con la evaluación de los programas sociales. Además, analiza modelos fundamentales para aplicarlos en la gestión pública, específicamente en los servicios sociales públicos. La propuesta metodológica se aplica a un programa de teleasistencia domiciliaria, destacando tanto el aspecto interno de la evaluación (mejora de intervenciones) como el externo (rendición de cuentas a la ciudadanía y participación de usuarios en los procesos de evaluación). Este estudio aporta un marco teórico y metodológico valioso para el estudio del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, brindando una base sólida para analizar la calidad de servicios y estructurar un sistema de evaluación que involucre a los usuarios, aumentando su satisfacción y participación.

European Social Network (ESN) (2022) la investigación titulada "Advancing Quality in Social Services" fue gestionada por la European Social Network (ESN) en colaboración con VILANS, el Instituto de Conocimiento para la Atención a Largo Plazo en los Países Bajos. La ESN reconoce la relevancia de garantizar la calidad de servicios sociales en general, aunque definir y medir esta calidad sigue siendo un desafío. Para abordar esto, se creó un grupo de trabajo en noviembre de 2022, enfocado en recopilar evidencia sobre mecanismos de aseguramiento de calidad, principios comunes y posibles estándares de calidad en Europa. Los principios de calidad y las tendencias identificadas, como la medición basada en resultados pueden ser aplicados para mejorar la satisfacción de los pobladores y la eficiencia del servicio.

Arriola (2022) examinó cómo los factores relacionados con la calidad del servicio influyen en la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad de Lima. En su estudio, definió y evaluó las variables pertinentes, concluyendo que las dimensiones de "Fiabilidad", "Receptividad" y "Aspectos agradables" impactan moderadamente en la satisfacción del usuario, mientras que "Seguridad" y "Empatía" tienen un efecto significativo.

Huamán (2021) realizó una investigación sobre la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios en los centros de salud del distrito de

Villa El Salvador. El estudio utilizó una metodología cuantitativa, aplicando encuestas a los pacientes del centro de salud. Los resultados evidenciaron que percepción de calidad, especialmente en cuanto a la atención personalizada y el tiempo de espera está relacionado con la satisfacción del usuario. Además, se encontró que la percepción negativa de estos factores resultaba en una baja satisfacción.

Valverde (2020), en su investigación en la Universidad de Lima, abordó cómo la calidad del servicio en las entidades bancarias de Lima Metropolitana influye en la satisfacción del cliente. El estudio se centró en analizar las distintas dimensiones como la competencia del personal, la empatía, la infraestructura, y la fiabilidad del servicio ofrecido. Utilizando un enfoque cuantitativo con encuestas aplicadas a clientes de diversas entidades bancarias, se concluyó que la competencia del personal y la fiabilidad son los factores más influyentes en la satisfacción del cliente. La investigación sugiere que las entidades bancarias deben priorizar estos aspectos para superar las expectativas de los usuarios y así aumentar su satisfacción.

Mamani y Vilca (2022) analizaron la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios en bibliotecas públicas de la región Puno, Perú. Utilizando un enfoque cuantitativo evaluaron 11 bibliotecas municipales. A través de la guía de autodiagnóstico de la Norma Técnica y la escala LIBQUAL, se encontró que el 74.3% de los clientes identificaron positivamente la calidad del servicio. Factores como enfermedades crónicas, lengua materna nativa y densidad poblacional influyeron en la satisfacción, y residir en la selva se asoció con una mayor satisfacción.

Gonzales (2022) en la Universidad Nacional Federico Villarreal exploró la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en los restaurantes de comida rápida en el distrito de Miraflores. El estudio empleó un diseño no experimental, utilizando encuestas aplicadas a los consumidores. Los resultados revelaron que la rapidez en el servicio, la calidez del personal, y la higiene del establecimiento son los indicadores que más inciden en la satisfacción del consumidor. La investigación concluyó que es esencial que los restaurantes de

comida rápida en Miraflores se enfoquen en mejorar estos aspectos clave de la calidad del servicio.

Alayo (2022) investigó la relación entre la gestión de la calidad y la satisfacción laboral en una empresa de seguridad privada en Lima y Callao durante 2021. Aplicó el método SERVPERF para medir la satisfacción laboral. Con una muestra de 102 agentes de seguridad seleccionados no probabilísticamente, el estudio reveló una relación positiva, aunque débil ($r=0.453$) entre las variables de estudio.

Díaz (2021) estudió la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios en el municipio de Bellavista-Callao. Utilizando un diseño causal no experimental y una muestra de 100 usuarios, aplicó cuestionarios tipo Likert y el modelo chi-cuadrado para corroborar las hipótesis. Los hallazgos evidenciaron que el 38% de los participantes calificaron la calidad del servicio como superior, el 39% como buena y el 23% como media. En términos de satisfacción, el 14% se mostró muy satisfecho, el 54% satisfecho y el 32% no satisfecho.

El Gobierno Regional del Callao es una entidad pública dedicada a promover el desarrollo de la región, abordando la exclusión social, especialmente en las poblaciones más vulnerables del Callao.

Zeithaml, Parasuraman y Berry (2020) definen la calidad de servicio como la discrepancia entre los deseos de los consumidores y su valoración de la experiencia real del servicio. Según su investigación, el concepto de "brechas en la calidad del servicio" es donde identifican varias brechas que pueden ocurrir entre la prestación del servicio y la valoración del cliente, como la brecha de comunicación o la entrega del servicio. Este enfoque permite a las organizaciones identificar y cerrar estas brechas.

La teoría de las brechas es especialmente útil para las municipalidades, donde la discrepancia entre lo que se promete a los ciudadanos y lo que realmente se entrega puede afectar significativamente la satisfacción del usuario. Al identificar y abordar estas brechas, las municipalidades pueden mejorar la percepción pública y, en última instancia, la satisfacción ciudadana.

Por su parte, Grönroos (2021) presenta la calidad de servicio desde una perspectiva centrada en la interacción, destacando que la calidad se forma no solo por el resultado del servicio, sino también por el proceso a través del cual se entrega. Según Grönroos, la calidad técnica (lo que recibe el cliente) y la calidad funcional (cómo lo recibe) son las dos dimensiones esenciales. La dimensión funcional es esencial para establecer una experiencia de servicio positiva.

Este enfoque es relevante para las organizaciones públicas, donde el proceso de interacción entre el personal de la municipalidad y los ciudadanos puede influir en gran medida en la valoración de los usuarios. Una atención cordial y un proceso claro y eficiente pueden mejorar la satisfacción de los usuarios, incluso si el resultado técnico no es perfecto.

Por ello, Lovelock y Wirtz (2020) enfatizan que la calidad de servicio es esencial en la fidelización del consumidor, y argumentan que los servicios deben ser diseñados teniendo en cuenta las valoraciones de los usuarios. Proponen que la calidad incluye la tangibilidad, la confiabilidad, la capacidad de respuesta, la seguridad y la empatía. Estos elementos conforman lo que se conoce como el modelo SERVQUAL.

Este modelo es particularmente útil en la administración pública, donde las expectativas de los ciudadanos pueden variar considerablemente. Al aplicar este modelo, las municipalidades pueden evaluar cómo se desempeñan en cada una de estas dimensiones.

Montalvo et al. (2020) argumentaron que la calidad del servicio no se puede definir de manera unidimensional, sino que debe considerarse desde varias dimensiones percibidas y evaluadas por el cliente. El modelo SERVQUAL de Parasuraman, centrado en la comparación entre expectativas y percepciones, se enfoca en estrategias y procesos para ofrecer un servicio excelente. La calidad del servicio se mide por la discrepancia entre lo que se espera y se recibe, incorporando otros factores relevantes y desarrollando las cuatro dimensiones fundamentales mencionadas.

Por su parte Kotler y Keller (2022) integran el concepto de calidad de servicio en el marco del marketing de servicios, destacando que la calidad es esencial para la diferenciación y posicionamiento en mercados competitivos. Argumentan que la

calidad de servicio no solo debe cumplir con las expectativas de los clientes, sino también superarlas para generar satisfacción y lealtad. Los autores remarcan la valoración de la calidad en todos los puntos de contacto con el cliente para asegurar una experiencia de servicio coherente y positiva.

Este enfoque es relevante para las municipalidades, donde la calidad de servicio puede influir directamente en la percepción pública. Al asegurar que cada interacción con los ciudadanos sea de alta calidad, las municipalidades pueden fortalecer su reputación y construir una base sólida de satisfacción ciudadana.

Asimismo, Fitzsimmons y Fitzsimmons (2021) abordaron la calidad de servicio desde una perspectiva operativa, sugiriendo que la mejora continua es clave para mantener los estándares de los servicios. Proponen que la calidad de servicio debe gestionarse a través de procesos eficientes, formación continua del personal, y una cultura organizacional orientada al servicio. La medición constante y la retroalimentación del cliente son herramientas esenciales para identificar áreas de mejora y asegurar que el servicio se mantenga alineado con las expectativas del cliente.

Este enfoque es aplicable a las municipalidades, donde la retroalimentación ciudadana es esencial para adaptar los servicios a las necesidades cambiantes de la población. La implementación de procesos de mejora continua puede ayudar a las municipalidades a ofrecer un servicio de calidad constante y satisfacer mejor las expectativas de los ciudadanos.

Martínez (2018) desarrolló un modelo de servicio que vincula el "servicio" con el "producto" dentro del proceso de producción del servicio. Este modelo define siete elementos clave: (1) la creación del servicio, (2) el soporte físico o infraestructura, (3) el área de contacto con el cliente, (4) el servicio interno o empleados sin contacto directo con el cliente, (5) el diseño del servicio u organigrama, (6) la competencia y la posición de la marca en relación con la competencia, y (7) las actualizaciones necesarias para asegurar el éxito. Este enfoque destaca la importancia de cada elemento en la entrega de un servicio eficiente y efectivo.

Por otro lado, Palacios (2014) mencionó en su estudio que el modelo SERVQUAL se fundamenta en la teoría de no aceptación propuesta por

Parasuraman, liderada por Newman y Werbel. El nivel de valoración del cliente está relacionado mediante un formulario de comparación estándar antes de obtener un producto o utilizar un servicio, estándar o algo esperado.

Izquierdo (2021) mencionó en su estudio que buscó comprender el estudio de calidad del servicio de la administración pública peruana, afirmó que el modelo SERVQUAL es ampliamente aplicado en el área de la gestión pública con parámetros de medición adecuados. Con base en la búsqueda de artículos científicos, concluimos que la decisión de implementar este modelo en el ámbito público peruano es correcta. Este último es el más común, aunque no tiene su propio punto de referencia (como los indicadores de calidad desarrollados e implementados en Indonesia).

El modelo SERVQUAL es criticado por su construcción y ponderación de escala. Es un modelo que puede verse limitado por la actitud del cliente hacia lo que percibe. Por otro lado, Yu y Dean (2001) argumentaron que el juicio basado en la experiencia no se considera el resultado de la diferencia entre las expectativas y lo recibido. Se trata de elementos emocionales poco objetivos. Aunque recomienda comparar las expectativas y percepciones del producto, el modelo SERVQUAL puede estar limitado por la comprensión del usuario, que puede ser poco clara o inexistente. Por tanto, la durabilidad de un producto o servicio es un factor cuestionable. La medición de las expectativas conduce a una pequeña dispersión de los diferentes rasgos de la escala, lo que dificulta distinguir con precisión entre sus componentes.

A lo largo de los años, la satisfacción del cliente ha sido estudiada desde diferentes perspectivas, enfoques y contextos. El placer del usuario se define como la respuesta a un estímulo determinado durante o después del consumo. Vergara y Quesada (2011) mencionaron que la satisfacción del usuario es la base principal para decidir la calidad que realmente se ofrece al cliente, a través de la producción y el servicio.

Rojas et al., (2020) en su investigación afirmó que la satisfacción se refiere a dos procesos de comparación: las expectativas previas de desempeño del producto y la valorización del cliente en el tiempo. Por lo tanto, la satisfacción ocurre cuando se perciben resultados que están en equilibrio con los resultados iniciales,

un modelo de desajuste de expectativas en el que la satisfacción se ofrece como una respuesta del cliente, basada en expectativas iniciales, estandarizadas y cuantitativas.

Zeithaml et al., (2000) desarrollaron su investigación en la teoría de la equidad, sugiriendo que la satisfacción es el producto, resultado de dos procesos comparativos como son las expectativas previas sobre el desempeño del producto y la relación costo-beneficio del cliente versus la relación costo-beneficio del proveedor, se refiere a la satisfacción del cliente con la vacante actual (ya sea antes o después) de lo esperado. En otras palabras, la satisfacción se produce por aquellas cualidades que crean más o menos valor cuando es mejor o peor de lo esperado, generando conflictos positivos o negativos, respectivamente. Esto es diferente de lo discutido por Oliver y Swan (1989), quienes describieron la satisfacción del usuario como un punto de equilibrio entre los resultados esperados y los resultados iniciales.

Martínez (2018) se refirió en su investigación al acuerdo de diversos autores sobre la satisfacción como respuesta o evaluación relacionada con la compra. Sin embargo, hay momentos que se centran en el resultado del uso y consumo, y hay momentos que se centran en el proceso de evaluación. Así, sugieren que la saciedad se percibe después de un proceso cognitivo, aunque también puede ser el resultado de experimentar emociones durante el proceso de consumo.

Existen diversas teorías que abordan la satisfacción del cliente, cada una desde diferentes perspectivas. El modelo de expectativas-confirmación propuesto por Kotler y Lamb establece que la satisfacción del cliente depende de si el producto excede sus deseos. El modelo de valor percibido de Zeithaml vincula la satisfacción con la diferencia entre el valor que el cliente percibe y el costo asociado. La teoría de la justicia de Oliver se centra en la equidad del trato recibido por el cliente. Además, el modelo de lealtad desarrollado por Parasuraman, Zeithaml y Berry considera que la satisfacción es fundamental para fomentar la lealtad del cliente.

Oliver (2021) define la satisfacción del cliente como una valoración emocional basada en su experiencia con un producto o servicio. Cuando el resultado es superior se genera regocijo; de lo contrario, puede resultar en insatisfacción. Este modelo de discrepancia entre expectativas y resultados es

crucial para entender cómo se forma la satisfacción del cliente en diversos contextos.

Las municipalidades deben trabajar para gestionar las expectativas de los ciudadanos de manera efectiva y asegurar que los servicios prestados correspondan con las expectativas creadas.

Por su parte Kotler y Keller (2022) sugieren que la satisfacción del cliente es un juicio post compra que refleja cómo un producto o servicio cumple o supera los deseos de los consumidores. Estos autores enfatizan que un cliente satisfecho es más propenso a repetir la compra y recomendar el servicio. En su obra, argumentan que las empresas deben centrarse en la satisfacción del cliente para diferenciarse en mercados competitivos.

En el ámbito de las municipalidades una alta satisfacción puede traducirse en una mayor participación ciudadana y en una percepción positiva de la gestión pública.

Además, Anderson, Fornell y Mazvancheryl (2020) introducen el Índice de Satisfacción del Cliente (CSI) como una herramienta a nivel macroeconómico. Su modelo sugiere que la satisfacción del cliente se ve influenciada por factores como el valor percibido y las expectativas generales del mercado. Argumentan que el CSI es un indicador importante del éxito organizacional y del bienestar económico general.

Aunque el CSI se utiliza a menudo en el sector privado, en las municipalidades, puede ofrecer insights valiosos sobre la efectividad de los servicios municipales y la satisfacción general de los ciudadanos. Esto puede ayudar a las municipalidades a alinear sus servicios con las necesidades y expectativas de la comunidad.

Por último, Homburg, Jozić y Kuehnl (2021) exploran cómo la valoración que tiene el cliente con una organización influye en la satisfacción general del cliente. Proponen que cada interacción, ya sea digital o presencial, contribuye al nivel de satisfacción del cliente, y que las organizaciones deben asegurar la coherencia y calidad en todas estas interacciones.

También se procedió a definir las dimensiones de la satisfacción del poblador que son: Atención al cliente, el servicio y el aspecto emocional.

Lovelock y Wirtz (2020) explican que la atención al cliente se refiere a la calidad y el cuidado con que se atiende a los usuarios en el punto de contacto, lo que puede ser determinante para su nivel de satisfacción. En su enfoque, destacan que la atención no se limita a resolver problemas, sino que también incluye aspectos como la cordialidad, la empatía y la disposición del personal.

En las municipales, una atención adecuada y personalizada es crucial para la satisfacción del poblador. La empatía y la disposición del personal municipal para resolver consultas y problemas de manera efectiva pueden marcar la diferencia.

Por su parte Grönroos (2021) subraya que la atención en la prestación de servicios es esencial para la creación de valor percibido por el cliente. Argumenta que cómo se maneja esta interacción, es clave para determinar el grado de satisfacción.

En las municipalidades, donde los ciudadanos esperan recibir un servicio eficiente y amable, la atención juega un papel crucial. Asegurarse de que los empleados estén capacitados para brindar una atención de alta calidad puede mejorar significativamente la satisfacción del poblador.

Asimismo, Parasuraman, Zeithaml y Berry (2020) señalan que el servicio en sí mismo es un componente esencial de la satisfacción del cliente, especialmente en contextos donde la interacción y la entrega del servicio son continuas. Un servicio bien ejecutado genera una percepción positiva y una mayor satisfacción del cliente.

En las municipales, la calidad del servicio ofrecido, incluyendo su fiabilidad y capacidad de respuesta, es fundamental para que los ciudadanos se sientan satisfechos. Un servicio eficiente que cumple con las expectativas puede aumentar la confianza en las instituciones públicas.

Por su parte Homburg, Jozić y Kuehnl (2021) destacan que el aspecto emocional es una dimensión clave en la satisfacción del cliente, ya que las emociones influyen en cómo se percibe la experiencia del servicio. Proponen que las interacciones emocionales positivas durante el servicio, como la sensación de

ser valorado y respetado, pueden aumentar significativamente la satisfacción y la lealtad del cliente. Las experiencias emocionales negativas, por otro lado, pueden tener un impacto duradero en la percepción del servicio.

En el entorno municipal, las emociones de los ciudadanos al interactuar con los servicios públicos pueden influir en gran medida en su satisfacción general. Garantizar que las interacciones sean positivas y emocionalmente satisfactorias puede contribuir a una percepción más favorable de la municipalidad.

Finalmente Khan, Garg y Rahman (2020) argumentan que el aspecto emocional en la satisfacción del cliente se refiere a cómo se siente el cliente después de recibir un servicio, lo que va más allá de la simple funcionalidad del servicio. Sostienen que las emociones positivas, como la confianza y la gratitud, pueden aumentar el regocijo de los consumidores. La atención a las necesidades emocionales del cliente puede ser un diferenciador importante a considerar.

Para las municipalidades, abordar el aspecto emocional de la satisfacción del poblador puede implicar crear un ambiente de confianza y apoyo, donde los ciudadanos se sientan valorados y escuchados. Esto no solo mejora la satisfacción en el corto plazo, sino que también fortalece la relación entre la comunidad y la administración pública.

II. METODOLOGÍA

El tipo de investigación fue pura ya que de acuerdo con Grajales y Galeano (2018) manifestaron que tiene la naturaleza de iniciarse y permanecer dentro de un marco teórico. El objetivo de esta investigación es proponer nuevas teorías o reformar las que ya existen para aumentar el conocimiento filosófico o científico, sin compararlos con aspectos prácticos. Además del fenómeno de estudio, se tomaron muestras con el objetivo de ampliar el conocimiento en el área de estudio.

El diseño del estudio se caracterizó por ser no experimental y transversal. De acuerdo con Hernández-Sampieri y Mendoza (2018), un diseño no experimental implica que no se manipulan intencionalmente las variables, sino que se enfoca sólo en observar y analizar. Este tipo de diseño permite explorar las relaciones entre variables sin intervenir en ellas, lo que facilita la obtención de datos auténticos y relevantes que reflejan las condiciones reales en que se presentan los fenómenos.

Además, el enfoque transversal se refiere que la recopilación se dio en un periodo específico lo que es útil para entender las correlaciones existentes en ese contexto particular sin influencias externas.

El tipo de investigación se enmarca en un grado o extensión correlacional, lo que implica el examen de las relaciones entre variables sin intervenir en su manipulación.

La definición de la Calidad de servicio de acuerdo con Gordon y Maheu (2000) son como tácticas y medidas destinadas a mejorar la percepción referente al producto o servicio ofrecido.

Para ello Matsumoto (2014) identificó 5 dimensiones para la calidad de servicio las cuales son: Los elementos tangibles, la confianza, la capacidad de respuesta, la seguridad y la empatía.

Asimismo, Gordon y Maheu (2000) sostuvieron que los indicadores para medir la calidad de servicio son: Mobiliario e infraestructura, equipamiento de personal, solución de problemas, cumplimiento y compromiso, orientación oportuna, dinamismo de soluciones, la credibilidad del personal, la confianza y el acceso a los servicios.

La definición operacional de la satisfacción del poblador de acuerdo con Teas (2008) es el estado psicológico que refleja las respuestas cognitivas y emocionales al satisfacer una necesidad o deseo.

Las dimensiones para la satisfacción del poblador de acuerdo con Matsumoto (2014) son: La atención, el servicio y el aspecto emocional.

De acuerdo con Teas (2008) los indicadores para la satisfacción del poblador son: Eficiencia del personal, eficacia en el proceso de atención, la actitud del personal en el proceso de atención, la satisfacción emocional y la expectativa en el proceso de atención.

La población según Tamayo (2012), es el conjunto total de elementos que pueden ser individuos que tienen cualidades similares y que se investigan en un lugar y momento determinados. Esta definición abarca todos los miembros del grupo que cumplen con ciertos criterios específicos establecidos para el estudio. La población representa el universo completo sobre el cual se desea obtener información y que es relevante para el estudio.

Se consideró la totalidad de Ochenta (80) pobladores beneficiados del programa social de corte de cabello, en un rango de 18 a 60 años. Los criterios de inclusión fueron: Pobladores que fueron beneficiados del programa social de corte de cabello y que tengan entre los 18 a 60 años. Los criterios de exclusión: Fueron las personas que tengan alguna discapacidad.

Por estos motivos se considera la totalidad de Ochenta (80) pobladores beneficiados del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023.

La muestra fue determinada con la aplicación del muestreo probabilístico, un método que se basa en técnicas estadísticas para hallar el tamaño pertinente. Este enfoque se utiliza para seleccionar una porción representativa del conjunto total. Esto permite realizar conclusiones válidas y precisas sobre el grupo mayor, facilitando así la extrapolación de los hallazgos del estudio a un contexto más amplio.

En total según el muestreo aplicado, se analizó a Cincuenta y siete (57) pobladores beneficiados del programa social del Gobierno Regional del Callao, 2023.

La unidad de análisis es la entidad específica que es foco de un estudio, sobre el cual se recopilan y analizan datos para responder a las preguntas de investigación en profundidad para obtener información relevante sobre el fenómeno en cuestión (Tamayo, 2012).

La unidad de análisis la constituyó la población de 18 a 60 años de los programas sociales (servicios de cabello, mujeres y hombres).

La técnica de encuesta es un método de recopilación de información que utiliza preguntas estructuradas para tener información de los participantes sobre sus opiniones, comportamientos o características. Este método permite recopilar datos de manera sistemática y eficiente, facilitando el análisis de tendencias y patrones dentro de una población. Según Rojas (2021), la encuesta es eficaz para recopilar datos cuantitativos, proporcionando una visión amplia sobre el fenómeno investigado. Esta técnica es esencial en estudios donde se requiere una comprensión detallada de las percepciones o comportamientos de un grupo específico.

El cuestionario es una herramienta específica diseñadas para recopilar información sobre temas particulares. Según Martínez y López (2022), un cuestionario bien estructurado puede mejorar significativamente la calidad de los datos recolectados al proporcionar un marco claro para las respuestas de los participantes.

La validez de expertos se refiere al proceso mediante el cual se evalúa la calidad y relevancia de un instrumento mediante la revisión de expertos en el campo. Según López y Fernández (2021), este proceso asegura que el contenido del instrumento sea adecuado para medir las variables de interés. La validación por expertos es esencial para garantizar que el instrumento sea pertinente y confiable para el estudio para lo cual se adjuntó la matriz de validación de estos instrumentos en los anexos 4 y 5.

El concepto de confiabilidad de un instrumento, según Manterola et al. (2018), se refiere a la capacidad para producir resultados que son uniformes, estables y repetibles en diferentes aplicaciones. Esto implica que un instrumento es considerado confiable cuando demuestra que sus mediciones permanecen constantes al ser aplicadas en distintas ocasiones bajo condiciones similares. La confiabilidad garantiza que los datos recopilados sean precisos y reflejen de manera fiel el fenómeno estudiado.

En este caso específico el instrumento utilizado es robusto y adecuado para los fines de la investigación, brindando confianza en la validez de los resultados obtenidos.

Tabla 1

Coefficiente alfa de Cronbach - Calidad de servicio

Estadística de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,907	12

El valor de alfa de 0.907 nos indica que el test para medir la variable Calidad de servicio es consistente y confiable.

Tabla 2

Coefficiente Alpha de Cronbach - Satisfacción del poblador

Estadística de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,914	8

El valor de alfa de 0.914 nos indica que el test para medir la variable Satisfacción del poblador es consistente y confiable.

El procedimiento de este estudio tuvo una muestra de 57 pobladores que participaron en la acción cívica y que se beneficiaron del programa social. Se utilizó un enfoque cuantitativo para recopilar datos y medirlos de acuerdo a diversas fuentes. Anteriormente, se solicitó a estos beneficiarios que participaran voluntariamente y se preparó un instrumento de encuesta de dos partes una vez finalizada la campaña de escucha. Uno trata sobre expectativas y el otro sobre sentimientos.

El cuestionario utilizado en esta investigación fue diseñado para ser completado en un tiempo estimado de 15 minutos por cada participante. Contenía un total de 20 preguntas, de las cuales 12 estaban orientadas a evaluar la calidad del servicio proporcionado por el programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, mientras que los 8 restantes estaban destinadas a medir el nivel de satisfacción. Antes de su implementación, los cuestionarios fueron sometidos a un riguroso proceso de revisión y validación para asegurar que las preguntas fueran claras, relevantes y que las respuestas obtenidas cumplieran con las propiedades específicas establecidas para la investigación.

En cuanto al análisis estadístico, se comenzó con un análisis descriptivo de las variables principales y sus respectivas dimensiones, lo cual permitió obtener un panorama general de los datos recopilados. Posteriormente, se realizó un análisis de normalidad para verificar si los datos seguían una distribución normal, lo cual es importante antes de proceder con las pruebas estadísticas que requieren este supuesto.

Una vez completados los análisis estadísticos, se desarrolló una discusión de los resultados obtenidos, comparándolos con los antecedentes teóricos y estudios previos revisados en la fase inicial de la investigación. Esta comparación fue clave para situar los hallazgos del estudio en un contexto más amplio, permitiendo identificar similitudes y diferencias con investigaciones anteriores.

Por último, se extrajeron las conclusiones del estudio, teniendo siempre en cuenta los objetivos planteados al inicio de la investigación. Las conclusiones se basaron en los resultados estadísticos obtenidos, los cuales fueron procesados utilizando un enfoque cuantitativo. Estos resultados se presentaron en el informe final, acompañados de un análisis tanto descriptivo como inferencial, realizado con

el apoyo de programas estadísticos como SPSS y Excel. Este enfoque aportó valiosa información para evaluar la efectividad del programa social en cuestión.

Los aspectos éticos durante el desarrollo de esta investigación incluyeron la transparencia y la honestidad. Los cuales estuvieron basados en los criterios de decisión de la universidad, y se adhirió a las normas del formato APA, cumpliendo con los estándares establecidos para el diseño de investigaciones cuantitativas en la recolección de datos. Además, se respetó la autoría de la información bibliográfica, identificando claramente a los autores de las investigaciones citadas, junto con sus datos relevantes y el apartado ético correspondiente, lo que asegura la fiabilidad y validez de la información utilizada.

Se pidió a los pobladores su consentimiento para completar el formulario de la encuesta antes de ser entrevistados. Luego de salir del recinto, durante la encuesta, se explicaron los motivos del estudio a todos los pobladores beneficiarios que fueron entrevistados en las acciones cívicas y se explicó la confidencialidad del estudio. Los datos obtenidos mediante la encuesta han sido garantizados. (La información secreta se muestra en los apéndices de este estudio).

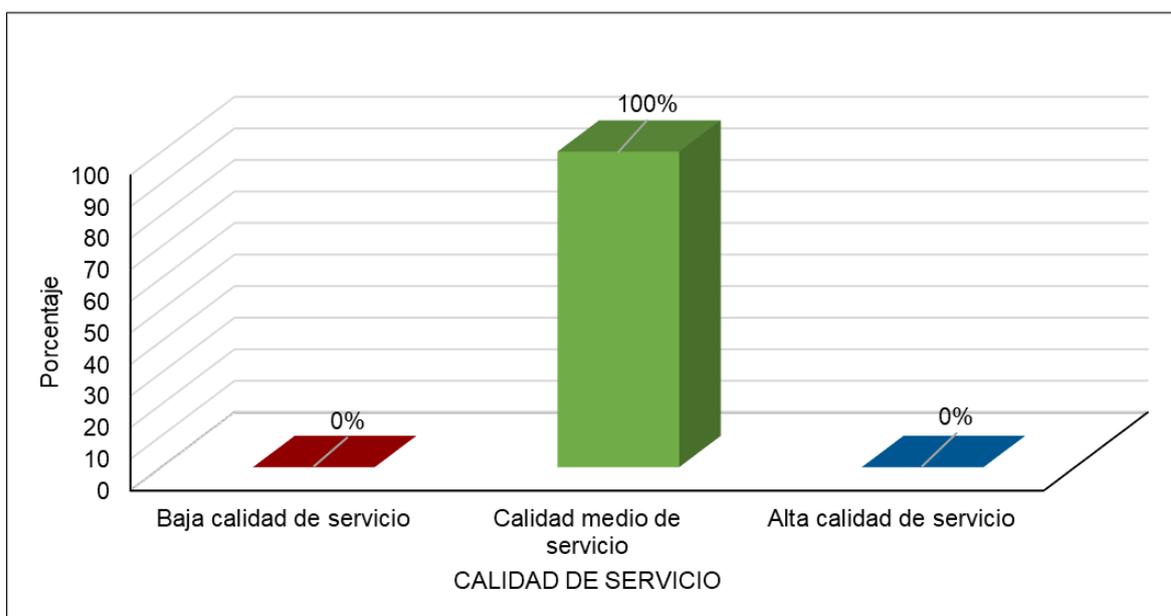
La interpretación de la cita del autor de la presente investigación toma en cuenta el concepto de autoría y los criterios actuales para atribuir la misma. Además, se destaca la importancia de desarrollar instrumentos adecuados para la recopilación de datos, así como la implementación de un proceso de revisión por pares para validar estos instrumentos de investigación.

III. RESULTADOS

Resultados descriptivos

Figura 1

Variable Calidad de servicio

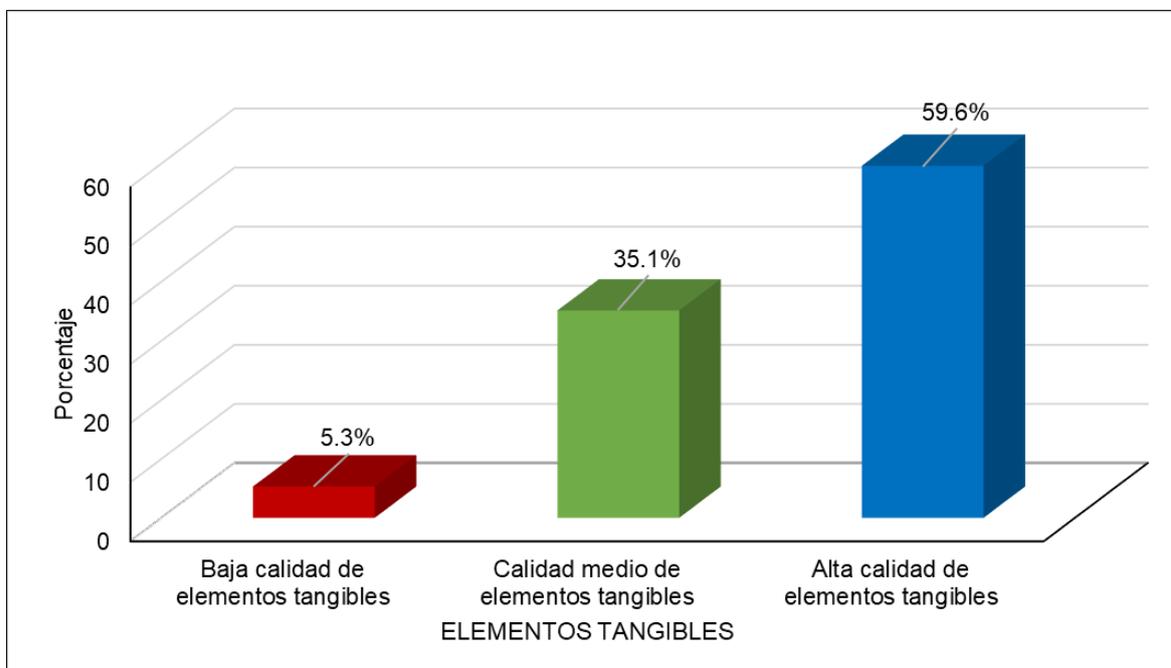


Nota: Datos obtenidos de la encuesta.

En la figura 1, se muestra la variable calidad de servicio al 100% la ubican en el nivel medio, lo que indica que oportunidad de mejora para avanzar hacia una calidad de servicio más alta. Sería beneficioso para el programa social revisar las áreas de oportunidad identificadas en las evaluaciones para implementar acciones correctivas y mejorar continuamente.

Figura 2

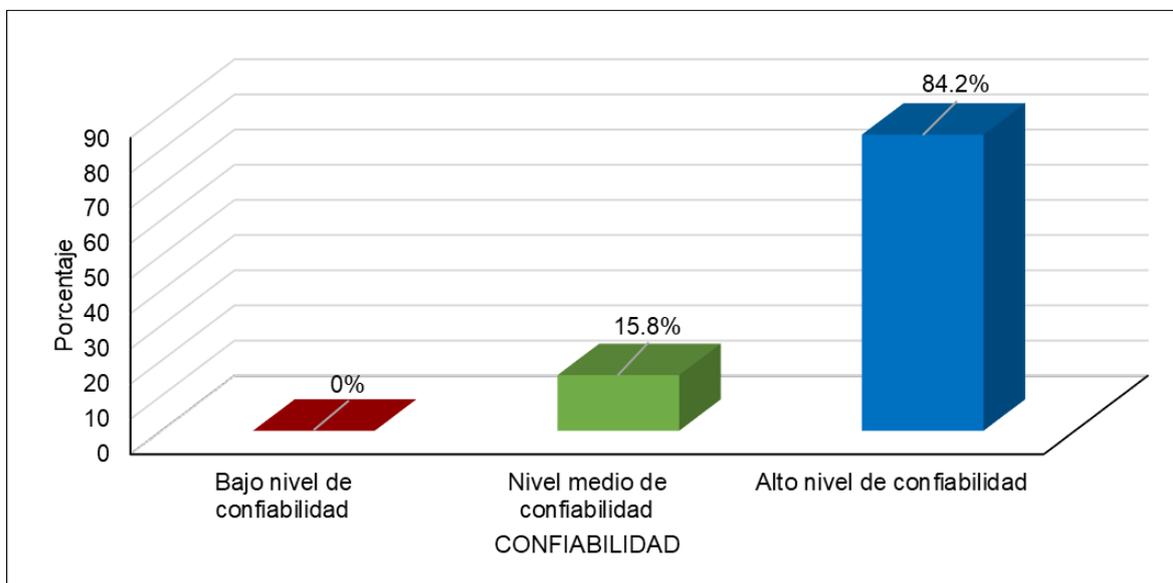
Dimensión Elementos tangibles



La figura 2 evidencia que en un mayor porcentaje los elementos tangibles del programa social de corte de cabello se ubicaron en la categoría de alta calidad (59.6%), lo que indica que la mayoría de los pobladores beneficiarios percibieron que el mobiliario, la infraestructura y el equipamiento del personal estaban a un nivel muy satisfactorio. Un porcentaje menor de evaluaciones se clasificó como calidad media (35.1%), mientras que una minoría de casos se consideró de baja calidad (5.3%). Estos resultados sugieren que, en general, el programa social ha invertido adecuadamente en la calidad de sus instalaciones y recursos materiales, aunque existen algunas áreas de mejora identificadas por los usuarios que necesitan ser abordadas para garantizar una experiencia aún más positiva y satisfactoria.

Figura 3

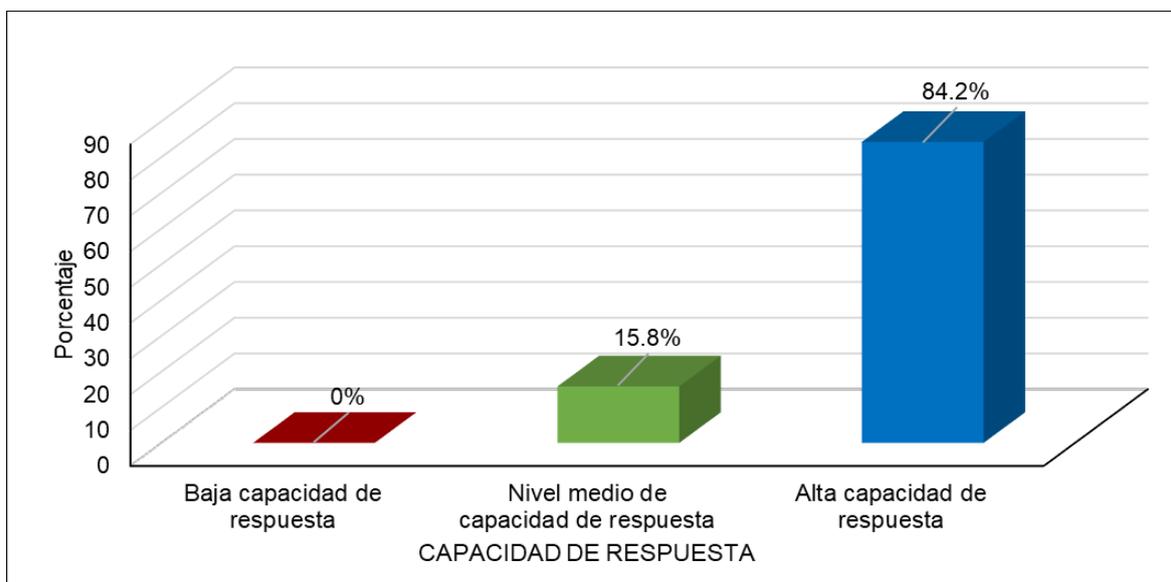
Dimensión Confiabilidad



La figura 3 revela que la mayoría de las evaluaciones de confiabilidad del programa social de corte de cabello, se clasificaron en la categoría de alto nivel de confiabilidad (84.2%), indicando que los usuarios confían en la capacidad del programa para proporcionar un servicio consistente y confiable. Aunque hubo algunos casos de nivel medio de confiabilidad (15.8%), no se reportaron evaluaciones de bajo nivel de confiabilidad. Estos resultados sugieren que, en general, el programa social ha mantenido la confianza de los pobladores beneficiarios en la calidad y consistencia de su servicio, aunque existen algunas áreas de mejora identificadas por una minoría de usuarios que necesitan ser abordadas para mantener y mejorar aún más la confiabilidad percibida del programa.

Figura 4

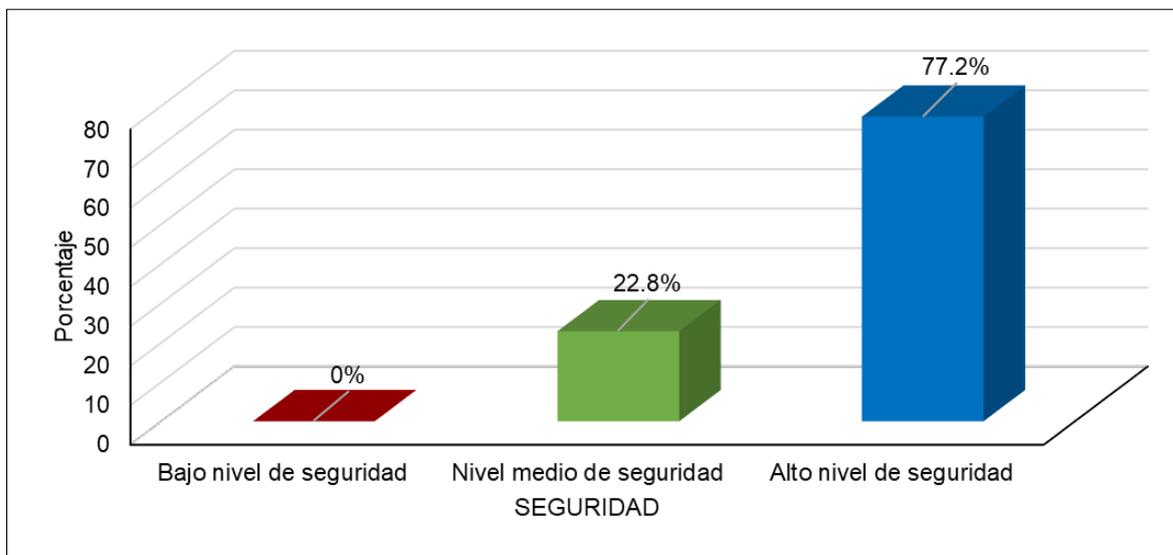
Dimensión capacidad de respuesta



La figura 4 evidencia que una mayor concentración de la capacidad de respuesta del programa social de corte de cabello, se clasificaron en la categoría de alta capacidad de respuesta (84.2%), lo que sugiere que los usuarios percibieron que el programa respondió rápida y eficientemente a sus necesidades. Aunque hubo algunos casos de nivel medio de capacidad de respuesta (15.8%), no se reportaron evaluaciones de baja capacidad de respuesta. Estos resultados indican que, en general, el programa social ha mantenido una capacidad de respuesta satisfactoria, sin experimentar problemas significativos relacionados con la atención oportuna a las necesidades de los pobladores beneficiarios, durante el período de estudio.

Figura 5

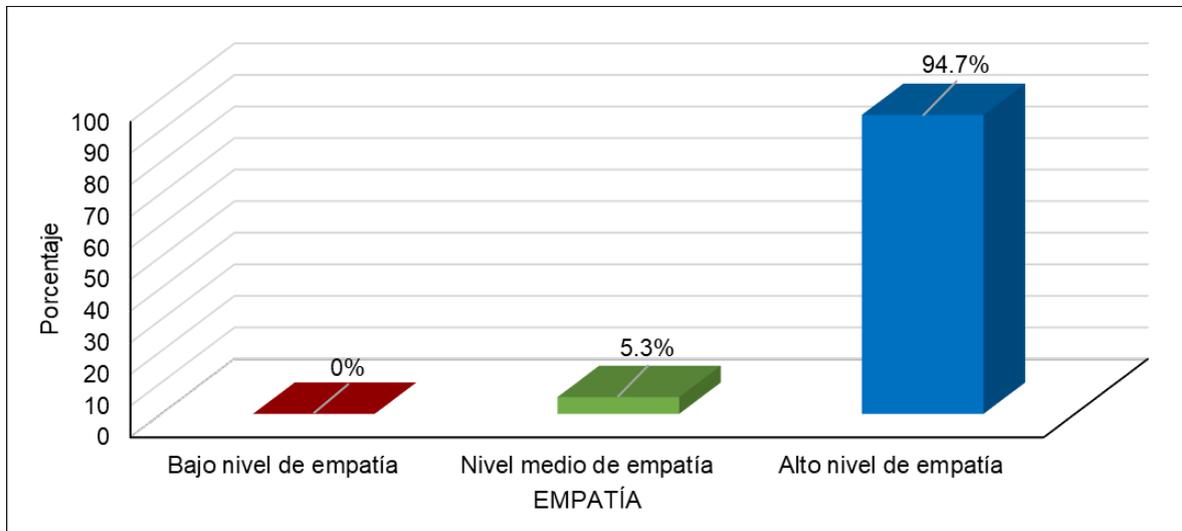
Dimensión Seguridad



La figura 5 refleja que la mayoría de las evaluaciones sobre la seguridad del programa social de corte de cabello, se clasificaron en la categoría de alto nivel de seguridad (77.2%), lo que indica que los usuarios se sintieron mayoritariamente seguros y protegidos mientras utilizaban los servicios del programa. Aunque hubo algunos casos de nivel medio de seguridad (22.8%), ninguno se reportó como bajo nivel de seguridad, sugiriendo que el programa social ha mantenido un entorno seguro y protegido para sus usuarios durante el período de estudio. Estos resultados indican una percepción positiva generalizada de seguridad entre los usuarios del programa social, lo que refleja una atención satisfactoria a este aspecto crucial de la prestación de servicios.

Figura 6

Dimensión Empatía

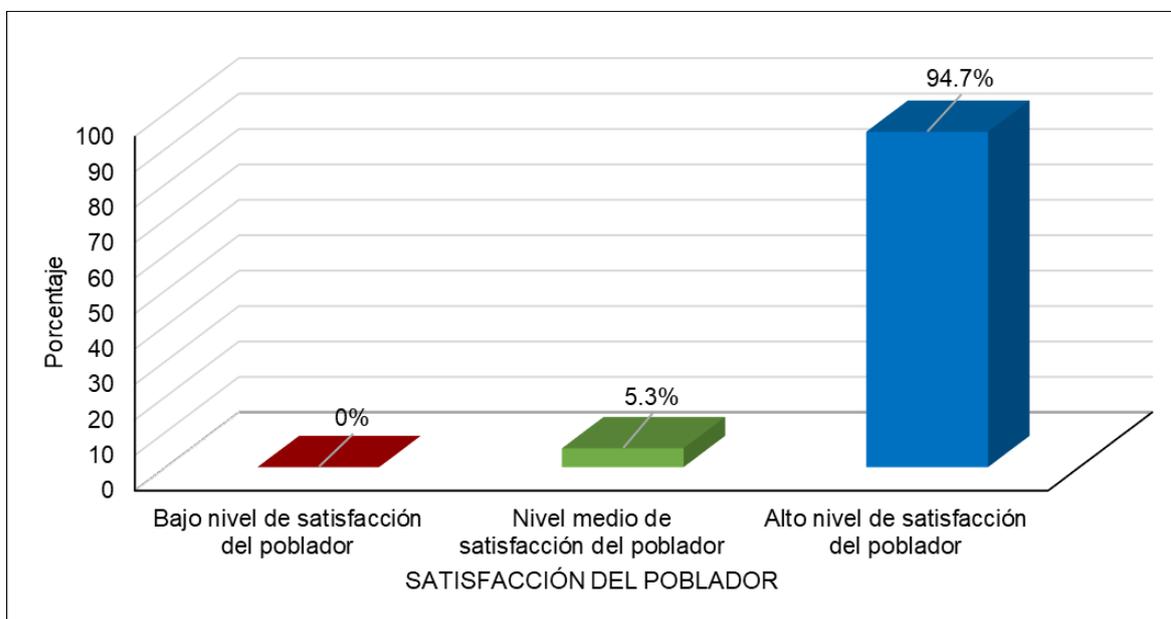


La figura 6 revela que la gran mayoría de las evaluaciones sobre la empatía dentro del programa social de corte de cabello, se clasificaron en la categoría de alto nivel de empatía (94.7%), indicando que los usuarios percibieron que el personal mostró una comprensión genuina y una actitud servicial hacia sus necesidades y preocupaciones. Aunque hubo algunos casos de nivel medio de empatía (5.3%), ninguno se reportó como bajo nivel de empatía, lo que sugiere que el programa social ha mantenido una interacción empática y positiva con sus usuarios durante el período de estudio. Estos resultados reflejan una atención satisfactoria a la empatía por parte del personal, lo que contribuye a una experiencia general positiva para los usuarios del programa social.

Nivel de Satisfacción del poblador y sus dimensiones

Figura 7

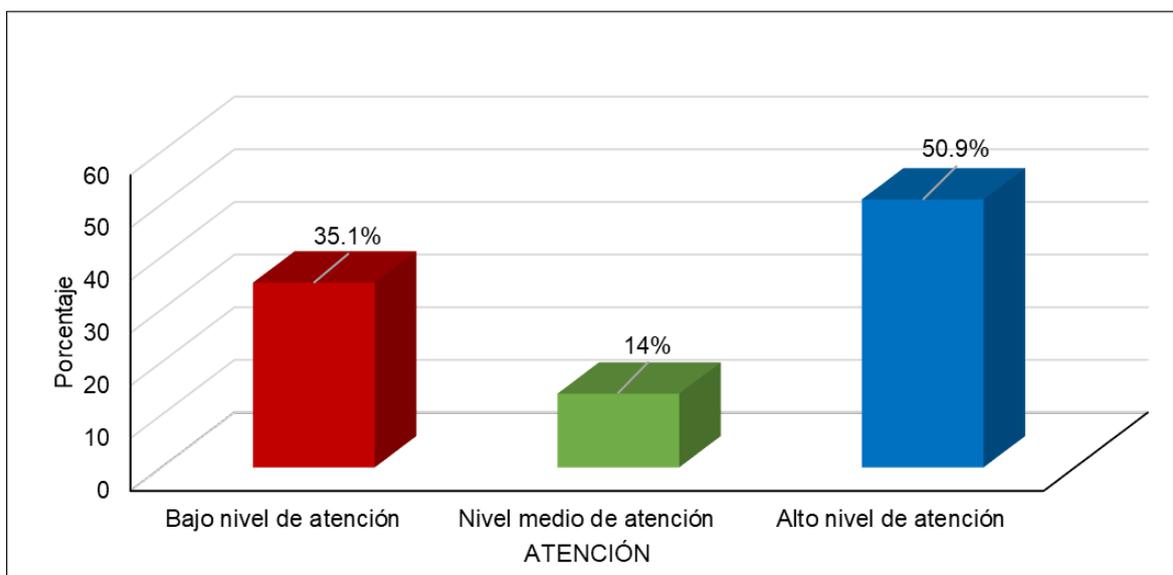
Variable Satisfacción del poblador



La figura 7 muestra que gran parte de los beneficiarios evaluaron con un alto nivel de satisfacción el programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao en 2023 (94.7%), indicando una experiencia positiva y satisfactoria en general. Aunque hubo algunos casos de nivel medio de satisfacción (5.3%), ninguno expresó un bajo nivel de satisfacción, lo que indica una percepción mayoritariamente positiva por parte de los pobladores beneficiarios hacia el servicio recibido. Estos resultados reflejan una satisfacción generalizada entre los beneficiarios del programa social, lo que refiere que el mismo ha cumplido en gran medida con las expectativas y necesidades de la población atendida.

Figura 8

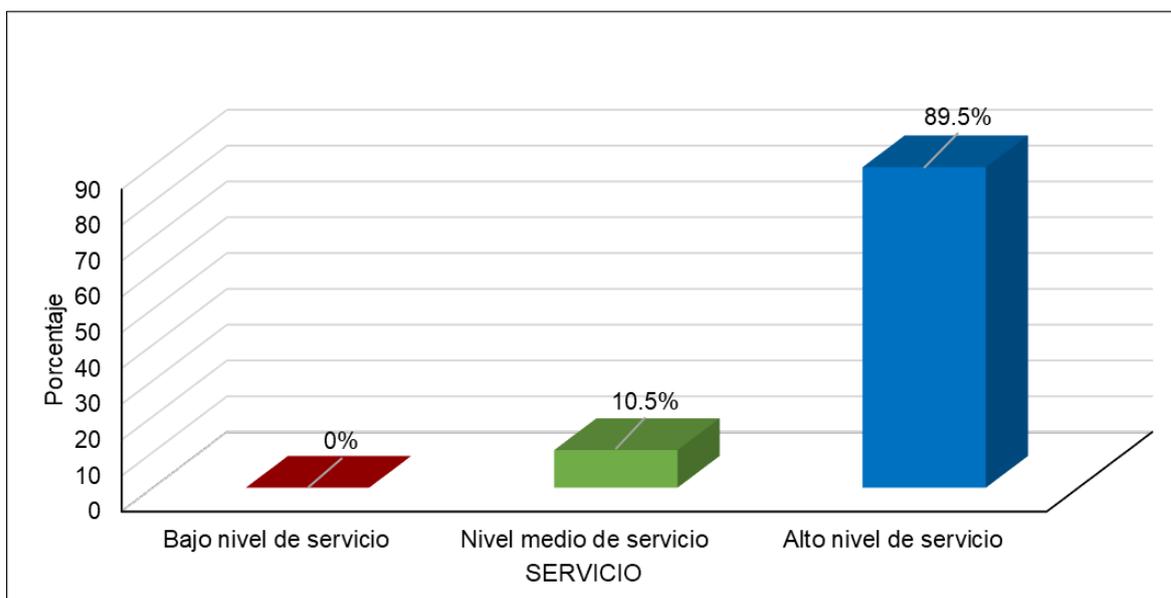
Dimensión Atención



La figura 8 muestra que, si bien una proporción considerable de usuarios (35.1%) percibieron un bajo nivel de atención dentro del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao en 2023, una mayoría aún mayor (50.9%) experimentó un alto nivel de atención por parte del personal. Aunque algunos usuarios (14.0%) reportaron un nivel medio de atención, la ausencia de evaluaciones en la categoría de bajo nivel de atención indica que el programa social ha mantenido una atención satisfactoria en general. Es fundamental abordar los casos de baja atención identificados para asegurar una mejor experiencia.

Figura 9

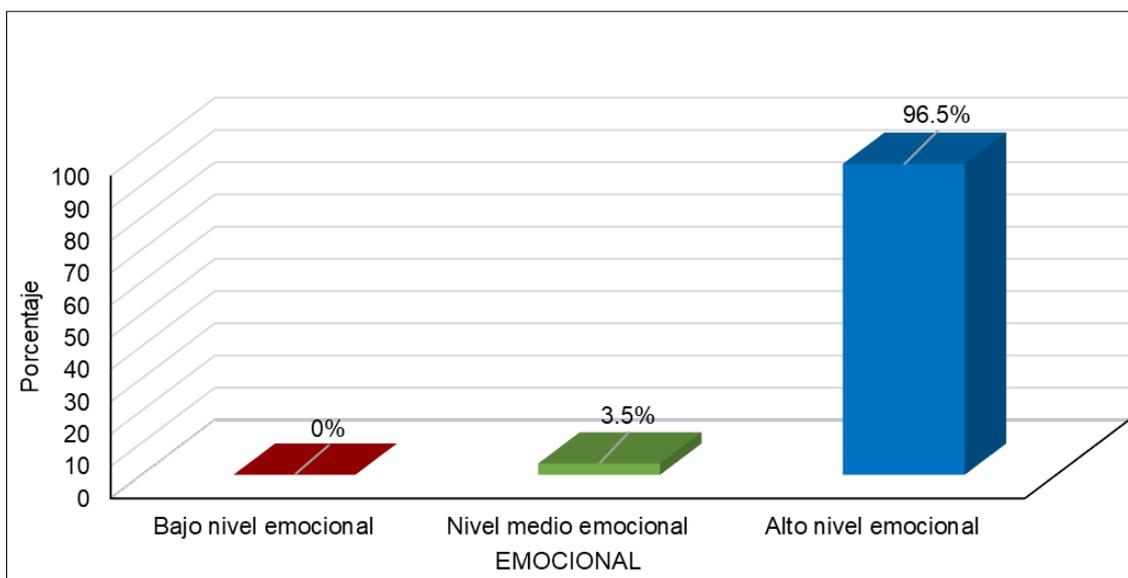
Dimensión Servicio



La figura 9 revela que los pobladores evaluaron con un alto nivel de servicio al programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao en 2023 (89.5%), indicando una experiencia general satisfactoria y de alta calidad en términos de servicio. Aunque hubo algunos casos de nivel medio de servicio (10.5%), ninguno expresó un bajo nivel de servicio, lo que indica una percepción general muy positiva de los pobladores beneficiario hacia la calidad y satisfacción del servicio recibido. Estos resultados reflejan una gestión efectiva por parte del programa social para proporcionar un servicio que contribuye a una experiencia general positiva y satisfactoria para la población atendida.

Figura 10

Dimensión aspecto Emocional



La figura 10 revela que los pobladores beneficiarios evaluaron con un alto nivel emocional el programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao en 2023 (96.5%), indicando una interacción emocional positiva y satisfactoria durante su experiencia con el programa. Aunque hubo algunos casos de nivel medio emocional (3.5%), ninguno expresó un bajo nivel emocional, lo que refleja una percepción general muy positiva de los pobladores hacia la atención emocional recibida. Estos resultados reflejan una efectiva conexión emocional por parte del personal del programa, contribuyendo a una experiencia globalmente positiva y satisfactoria para los usuarios atendidos.

Estadística inferencial

Normalidad de las variables

Hipótesis de normalidad

La $H_0 \geq$ es normal ; La $H_1 <$ no es normal

Decisión

Si $p < 0,05$ se rechaza la hipótesis nula

Si $p \geq a 0,05$ se acepta la hipótesis nula

En el anexo 6, se realizó el test de normalidad para evaluar la distribución de los datos en una muestra de tamaño igual o superior a 50. Los resultados evidenciaron un nivel de significancia de 0.00 para la variable Calidad de servicio y sus respectivas dimensiones, lo que indica que estas no siguen una distribución normal. En contraste, la variable Satisfacción del poblador mostró un nivel de significancia superior a 0.05, sugiriendo que esta podría ajustarse a una distribución normal. Sin embargo, al examinar sus dimensiones de manera individual, se observó que estas presentaban niveles de significancia inferiores a 0.05, lo que indica la ausencia de normalidad.

Dado que la mayoría de las variables y dimensiones no cumplieron con el supuesto de normalidad, se tomó la decisión de utilizar la prueba no paramétrica de Rho de Spearman para examinar las relaciones entre las variables. Esta prueba es especialmente adecuada para situaciones donde no se cumple el supuesto de normalidad, permitiendo un análisis más robusto y preciso de las correlaciones en el contexto de esta investigación.

Regla de decisión:

Si el nivel de significancia es igual o mayor a 0.05, se acepta la hipótesis alterna (H_i).

Si el nivel de significancia es menor a 0.05, se rechaza la hipótesis nula (H_o).

Hipótesis General:

H_o (Hipótesis nula): La calidad del servicio no se relaciona de manera significativa con la satisfacción del poblador del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao en 2023.

H_1 (Hipótesis alternativa): La calidad del servicio se relaciona de manera significativa con la satisfacción del poblador del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao en 2023.

Interpretación: En la Tabla 13 del Anexo 6, se observó que el sig. fue $0.000 < 0.05$. Este resultado llevó a rechazar la h_o . El Rho obtenido fue de 0.613, lo cual indica una correlación positiva moderada entre las dos variables analizadas. Una mejora en la calidad del servicio tiene una influencia en la satisfacción de los

beneficiarios, pero no es tan tan fuerte como para dominar por completo otras posibles variables que puedan afectar la satisfacción.

Prueba de Hipótesis específica 1

H0: Los elementos tangibles no se relacionan significativamente con la satisfacción del poblador del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023.

H1: Los elementos tangibles se relacionan de manera significativa con la satisfacción del poblador del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023.

Interpretación: En la Tabla 14 del Anexo 6, se detectó que el sif fue 0.003, <0.05 . Por ello se rechazó la H_0 con un coeficiente de correlación de 0.386, lo cual indica una correlación positiva baja. Es decir, mientras que la calidad y presencia de los elementos tangibles pueden contribuir a la satisfacción del poblador, el impacto de esta dimensión sobre la satisfacción es relativamente limitado.

Prueba de Hipótesis específica 2

H0: La confiabilidad no se relaciona de manera significativa con la satisfacción del poblador del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023.

H1: La confiabilidad se relaciona significativamente con la satisfacción del poblador del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023.

Interpretación: En la Tabla 15 del Anexo 6, el $sig.$ Fue $0.000 < 0.05$. Este resultado llevó a la conclusión de rechazar la H_0 ya que existe una relación estadísticamente significativa entre la dimensión de confiabilidad y la satisfacción del poblador. Adicionalmente, El Rho hallado fue de 0.503, indicando una correlación positiva moderada. Esta correlación, revela que existe una asociación directa y notable, aunque no extremadamente fuerte, entre las variables evaluadas lo que significa que a medida que aumenta la confiabilidad percibida, también tiende

a incrementarse la satisfacción del poblador, pero con un grado de influencia que no es abrumadoramente alto.

Prueba de Hipótesis específica 3

H0: La capacidad de respuesta no se relacionan significativamente con la satisfacción del poblador del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023.

H1: La capacidad de respuesta se relacionan significativamente con la satisfacción del poblador del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023

Interpretación: En la Tabla 16 del Anexo 6, el sig. Fue $0.000 < 0.05$. Este resultado llevó a la conclusión de rechazar la H_0 . Este resultado confirma que existe una relación significativa entre la dimensión de capacidad de respuesta y la satisfacción del poblador. El coeficiente de correlación obtenido fue de 0.662, lo que sugiere una correlación positiva moderada, de acuerdo con las categorías empleadas para evaluar la fuerza de la correlación. Este hallazgo es particularmente relevante, ya que subraya la importancia de la capacidad de respuesta como un factor clave en la satisfacción del poblador. Una respuesta oportuna y efectiva por parte del servicio no solo contribuye a mejorar la calidad percibida, sino que también fortalece la credibilidad de los beneficiados del programa, lo cual es fundamental para su éxito a largo plazo.

Prueba de Hipótesis específica 4

H0: La seguridad no se relacionan significativamente con la satisfacción del poblador del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023.

H1: La seguridad se relacionan significativamente con la satisfacción del poblador del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023

Interpretación: En la Tabla 17 del Anexo 6, el sig. Fue $0.000 < 0.05$. Este resultado llevó a la conclusión de rechazar la H_0 . Este resultado valida la existencia de una relación significativa entre la dimensión de seguridad y la satisfacción del poblador. El Rho fue de 0.506, indicando una correlación positiva moderada según las categorías establecidas para medir la fuerza de la correlación. Esto pone de manifiesto la importancia de la percepción de seguridad en la satisfacción general de los beneficiarios del programa. Sentirse seguro al recibir un servicio no solo es fundamental para la confianza de los usuarios, sino que también puede influir en su disposición a recomendar el programa a otros. La seguridad, por lo tanto, no es solo un componente más del servicio, sino un pilar que puede determinar la percepción global de calidad y satisfacción en los servicios ofrecidos.

Prueba de Hipótesis específica 5

Estrategia de prueba:

H_0 : La empatía no se relacionan significativamente con la satisfacción del poblador del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023.

H_1 : La empatía se relacionan significativamente con la satisfacción del poblador del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023.

Interpretación: En la Tabla 18 del Anexo 6, el sig. Fue $0.000 < 0.05$. Este resultado llevó a la conclusión de rechazar la H_0 . El Rho fue de 0.520, lo que sugiere una correlación positiva moderada según las categorías establecidas para medir la fuerza de la correlación. Este resultado evidencia que la empatía en la prestación de servicios, ya que la capacidad del personal para comprender y compartir las preocupaciones y necesidades de los usuarios puede influir significativamente en la percepción global de satisfacción. La empatía puede aumentar la lealtad y la confianza hacia el programa, lo que es esencial para su éxito y sostenibilidad a largo plazo.

Prueba de Hipótesis específica 6

H0: La atención no se relaciona significativamente con la calidad de servicio al poblador del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023.

H1: La atención se relaciona significativamente con la calidad de servicio al poblador del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023.

Interpretación: En la Tabla 19 del Anexo 6, el sig. Fue $0.000 < 0.05$. Este resultado llevó a la conclusión de rechazar la Ho. El Rho fue de 0.596, lo que sugiere una correlación positiva moderada. Por lo que se evidencia que una mejora en la atención proporcionada tiende a estar asociada con una percepción más favorable de la calidad del servicio por parte del poblador, aunque la relación no es tan fuerte como para ser considerada altamente determinante.

Prueba de Hipótesis específica 7

H0: El proceso de servicio no se relaciona significativamente con la calidad de servicio al poblador del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023.

H1: El proceso de servicio se relaciona significativamente con la calidad de servicio al poblador del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023.

Interpretación: En la Tabla 20 del Anexo 6, el sig. Fue $0.000 < 0.05$. Este resultado llevó a la conclusión de rechazar la Ho. El Rho obtenido fue de 0.349, lo que sugiere una correlación positiva baja según las categorías utilizadas para evaluar la intensidad de la correlación. Esto implica que, aunque la mejora en el proceso de servicio está asociada con una percepción más favorable de la calidad del servicio, el impacto no es lo suficientemente fuerte como para ser considerado determinante. Este resultado subraya la importancia de optimizar los procesos de servicio para mejorar la calidad percibida, pero también indica que otros factores podrían estar influyendo en la percepción de la calidad del servicio.

Prueba de Hipótesis específica 8

H0: El aspecto emocional no se relaciona significativamente con la calidad de servicio al poblador del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023.

H1: El aspecto emocional se relaciona significativamente con la calidad de servicio al poblador del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023.

En la Tabla 21 del Anexo 6, En la Tabla 21 del Anexo 6, el sig. Fue $0.000 < 0.05$. Este resultado llevó a la conclusión de rechazar la H_0 . El Rho fue de 0.513, lo que indica una correlación positiva moderada según las categorías utilizadas para evaluar la fuerza de la correlación. Esto sugiere que a medida que la dimensión emocional del servicio mejora, también lo hace la percepción de la calidad del servicio por parte del poblador, y viceversa. Aunque esta relación es moderada, es significativa, lo que resalta la importancia de la dimensión emocional en la experiencia del usuario.

IV. DISCUSIÓN

Los hallazgos obtenidos sobre la calidad del servicio y la satisfacción del poblador en el programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao proporcionan una visión clara de la relación entre el servicio ofrecido y la percepción de los pobladores.

Los datos descriptivos muestran que las evaluaciones de la calidad del servicio se sitúan en un nivel medio. Esto indica que, aunque el servicio no se percibe como deficiente, tampoco cumple con los estándares de excelencia necesarios para garantizar una satisfacción óptima del poblador. Este resultado es consistente con estudios anteriores que han enfatizado la importancia de la mejora continua de la calidad del servicio para mantener la satisfacción del cliente (Castellucci, 2009).

Los análisis inferenciales han puesto de manifiesto una relación positiva entre las variables de estudio. Este hallazgo refuerza las teorías existentes como lo argumentaron Parasuraman et al. (1988). Este resultado señala que hay otros elementos que pueden influir en el nivel de satisfacción que deben ser considerados para una comprensión integral del impacto de la calidad del servicio.

Estos resultados están en concordancia con investigaciones previas que exploran la relación entre ambas variables sin importar si se trata de organizaciones públicas o privadas (Arriola, 2022). Estos estudios sugieren que, independientemente del contexto específico, incrementar la calidad del servicio es fundamental para aumentar la satisfacción, y subraya la consistencia de esta relación a lo largo de diversos estudios y sectores.

Por lo tanto, se recomienda enfocar esfuerzos en elevar los estándares del servicio para lograr una mayor satisfacción y mejorar la percepción del programa entre los beneficiarios.

Además de los hallazgos generales sobre la calidad del servicio y la satisfacción del poblador, se han identificado áreas específicas que requieren atención. La ausencia de evaluaciones extremas de calidad en los datos descriptivos sugiere que el programa social puede beneficiarse de una revisión exhaustiva de sus procesos y prácticas. Esta revisión permitirá identificar

oportunidades de mejora y establecer acciones correctivas para elevar la calidad del servicio ofrecido.

El objetivo específico 1 de la investigación se centró en analizar la relación entre los elementos tangibles y la satisfacción del poblador en el programa social de corte de cabello. Los resultados descriptivos mostraron que la mayoría de los usuarios perciben los elementos tangibles (mobiliario, infraestructura y equipamiento) como de alta calidad, con un 59.6% de los usuarios considerando estos elementos como muy satisfactorios. Este hallazgo indica que el programa social ha realizado una inversión significativa en sus instalaciones y recursos materiales, alineándose con la literatura existente que destaca la importancia de los elementos tangibles en la percepción del servicio (Parasuraman et al., 1988).

En comparación con la literatura existente, el hallazgo de una relación baja entre los elementos tangibles y la satisfacción del cliente puede ser consistente con algunos estudios previos. Modelos como SERVQUAL identifican los elementos tangibles como una dimensión crucial para la percepción de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente (Parasuraman et al., 1988). No obstante, la investigación también ha sugerido que la relación entre los elementos tangibles y la satisfacción puede ser compleja y estar mediada por otras variables, como la calidad del servicio percibida y la empatía del personal (Zeithaml et al., 2000). Esto sugiere que, aunque los elementos tangibles son importantes, no son los únicos determinantes de la satisfacción del cliente.

Los resultados de este estudio destacan que, aunque el programa social ha hecho inversiones significativas en los elementos tangibles, la relación entre estos y la satisfacción del poblador es moderada. Esto sugiere que la mejora en la calidad de los elementos tangibles por sí sola puede no ser suficiente para alcanzar un nivel óptimo de satisfacción. Se recomienda realizar un análisis más profundo para identificar y abordar otros factores que podrían estar influyendo en la satisfacción del poblador. Implementar estrategias que integren mejoras en la calidad del servicio general, así como en la empatía y capacidad de respuesta del personal, podría ser clave para aumentar la satisfacción del poblador en el programa social de corte de cabello.

El análisis de la calidad del servicio y la satisfacción del poblador en el programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao revela aspectos clave sobre la relación entre estas dos variables.

En primer lugar, los resultados descriptivos indicaron que los elementos tangibles, como el mobiliario, la infraestructura y el equipamiento, fueron evaluados en su mayoría como de alta calidad, con un 59.6% de los usuarios percibiendo estos aspectos de manera muy positiva. Sin embargo, la relación entre estos elementos y la satisfacción del poblador mostró una correlación positiva baja, con un coeficiente de 0.386. Esto sugiere que, aunque los aspectos físicos del servicio son percibidos favorablemente, su impacto en la satisfacción global del poblador es limitado. La satisfacción parece estar influenciada por otros factores no contemplados en este estudio, lo que es consistente con investigaciones previas que indican que la relación entre los elementos tangibles y la satisfacción puede estar mediada por variables adicionales, como la calidad del servicio percibida y la empatía del personal.

En relación con el objetivo específico 2, que se centra en la confiabilidad del programa, los resultados descriptivos indicaron que la mayoría de las evaluaciones se encontraron en la categoría de alto nivel, alcanzando un 84.2%. Este dato sugiere que los usuarios perciben de manera positiva la capacidad del programa para ofrecer un servicio de manera consistente y fiable. La correlación entre la confiabilidad y la satisfacción del poblador fue significativa y moderada, con un coeficiente de correlación de 0.503. Este hallazgo subraya la relevancia de la confiabilidad como un componente esencial para lograr una alta satisfacción del cliente. La consistencia en el servicio, como se refleja en los resultados, apoya los modelos teóricos, como el SERVQUAL, que destacan la confiabilidad como una dimensión esencial para la satisfacción del usuario. Esto indica que un servicio confiable es fundamental para mantener la satisfacción de los usuarios, ya que su capacidad para cumplir con las expectativas de manera constante fortalece la percepción positiva del servicio.

En cuanto al objetivo específico 3, que aborda la capacidad de respuesta del programa, los datos descriptivos mostraron que una gran mayoría de los usuarios (84.2%) percibieron una alta capacidad de respuesta. Los análisis inferenciales

revelaron una correlación significativa y positiva entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del poblador, con un coeficiente de 0.662. Esto demuestra que la rapidez y eficacia en la atención son aspectos clave para lograr una alta satisfacción entre los usuarios. Los resultados obtenidos corroboran la teoría de Grönroos, que enfatiza la capacidad de respuesta como un factor esencial para la satisfacción del cliente. La capacidad de respuesta no solo contribuye a la eficiencia del servicio, sino que también afecta directamente la percepción general del usuario, reforzando la importancia de una atención ágil y efectiva en la satisfacción del poblador.

Para optimizar la satisfacción del poblador, el programa debe adoptar un enfoque integral que no solo mejore los aspectos físicos del servicio, sino que también considere la calidad del servicio percibida y la empatía del personal. Es especialmente importante centrarse en la capacidad de respuesta para satisfacer mejor las necesidades de los pobladores y aumentar su satisfacción. Además, mantener y fortalecer altos niveles de confiabilidad es esencial para garantizar experiencias satisfactorias y fomentar la lealtad del usuario.

El objetivo específico 4 se centró en analizar la relación entre la seguridad y la satisfacción del poblador. Los resultados descriptivos revelaron que la mayor parte de las evaluaciones sobre la seguridad fueron clasificadas en la categoría de alto nivel, alcanzando un 77.2%. Esto indica que una mayoría significativa de los usuarios se sintió segura y protegida al utilizar los servicios del programa. Este sentido de seguridad es esencial para construir confianza y asegurar la satisfacción de los usuarios. Los análisis inferenciales mostraron una correlación significativa y moderada entre la seguridad y la satisfacción del poblador, con un coeficiente de 0.506 y un nivel de significancia de 0.000. Estos hallazgos coinciden con estudios previos que enfatizan la importancia de la seguridad en la satisfacción del cliente y la lealtad, como lo discuten Gounaris et al. (2012). La percepción de seguridad no solo afecta la satisfacción del cliente, sino que también tiene un impacto considerable en la disposición de los clientes a recomendar el servicio y a utilizarlo nuevamente, tal como lo sugieren Zeithaml et al. (2000). Por lo tanto, mantener y mejorar los estándares de seguridad es crucial para fomentar una percepción positiva del programa y asegurar su efectividad a largo plazo.

El objetivo específico 5 analizó la relación entre la empatía y la satisfacción del poblador. Los datos descriptivos revelaron que la mayoría de las evaluaciones sobre empatía se clasificaron en la categoría de alto nivel (94.7%), sugiriendo que los usuarios percibieron una comprensión genuina y una actitud servicial por parte del personal del programa. Esta alta calificación en empatía refleja una atención satisfactoria hacia las necesidades y preocupaciones de los usuarios, contribuyendo a una experiencia general positiva. La empatía es crucial para la satisfacción del cliente, ya que fomenta una conexión personal y demuestra el compromiso del personal con el bienestar del usuario.

Los resultados de esta investigación indican que varios aspectos de la calidad del servicio, incluidos la capacidad de respuesta, la seguridad y la empatía, están positivamente relacionados con la satisfacción del poblador en el programa social de corte de cabello. Estos hallazgos subrayan la importancia de mantener altos niveles en estas dimensiones para garantizar una experiencia satisfactoria para los usuarios. Las implicaciones prácticas sugieren que el programa debería enfocar sus esfuerzos en mejorar estas áreas clave para fortalecer la satisfacción del cliente y la efectividad del servicio ofrecido.

Los análisis inferenciales revelaron una correlación significativa y moderada entre la empatía y la satisfacción del poblador, con un coeficiente de 0.520 y un nivel de significancia de 0.000. Este hallazgo indica claramente que existe una conexión positiva entre la percepción de la empatía mostrada por el personal del programa y la satisfacción del poblador. Este resultado está en plena consonancia con la literatura existente, que subraya la importancia fundamental de la empatía para mejorar la satisfacción del cliente y la calidad del servicio. Investigaciones previas han demostrado que la empatía del personal ejerce una influencia considerable sobre cómo los clientes perciben la calidad del servicio, así como en su disposición a recomendar y seguir utilizando los servicios (Gabbott & Hogg, 2001; Homburg et al., 2002). Por ende, fortalecer y optimizar los niveles de empatía del personal puede jugar un papel crucial en la creación de una experiencia más satisfactoria para los usuarios, lo cual, a su vez, impacta positivamente en la efectividad y sostenibilidad del programa.

El objetivo específico 6 se centró en establecer la relación entre la atención y la calidad del servicio al poblador en el programa social de corte de cabello. Los datos descriptivos revelaron que, aunque una proporción considerable de usuarios (35.1%) percibió un bajo nivel de atención, la mayoría (50.9%) experimentó un alto nivel de atención por parte del personal. Este resultado sugiere que el programa social mantiene una atención satisfactoria en general, aunque es crucial abordar los casos de baja atención identificados para mejorar la calidad del servicio.

Los hallazgos inferenciales mostraron una correlación significativa y moderada entre la atención y la calidad del servicio, con un coeficiente de correlación de 0.596 y un nivel de significancia de 0.000. Estos resultados son coherentes con la literatura previa, que ha subrayado la importancia de la atención al cliente en la mejora de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente (Parasuraman et al., 1985). En resumen, asegurar un alto nivel de atención en el programa social puede mejorar significativamente la percepción general de la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios.

Los resultados obtenidos revelan que la relación entre la atención y la calidad del servicio ha sido ampliamente documentada en la literatura de servicio. Los estudios previos han demostrado que una atención adecuada y personalizada puede influir significativamente en la percepción del cliente sobre la calidad del servicio y su satisfacción general (Zeithaml et al., 2000).

En este estudio, los datos descriptivos indicaron que, aunque un porcentaje considerable de usuarios (35.1%) percibió un bajo nivel de atención, la mayoría (50.9%) experimentó un alto nivel de atención por parte del personal. Esta distribución sugiere que el programa social ha logrado mantener una atención generalmente satisfactoria, aunque es esencial abordar los casos de baja atención para mejorar la experiencia de todos los beneficiarios.

El objetivo específico 7 investigó la relación entre el proceso de servicio y la calidad del servicio al poblador. Los resultados descriptivos mostraron que el 89.5% de los pobladores evaluaron el servicio en términos de proceso de manera alta, lo que sugiere una experiencia satisfactoria y de alta calidad. Aunque un 10.5% de los usuarios reportaron un nivel medio de servicio, no hubo evaluaciones en la categoría de bajo nivel, lo que refleja una percepción positiva general.

Los hallazgos inferenciales revelaron una correlación significativa pero entre ambas variables, con un coeficiente de correlación de 0.349 y un nivel de significancia de 0.008. Esto sugiere una relación positiva entre el proceso de servicio y la calidad del servicio proporcionado, aunque la correlación es moderada. Investigaciones anteriores han señalado la importancia de un proceso de servicio eficiente y efectivo para garantizar una alta calidad del servicio (Parasuraman et al., 1985). En conclusión, mejorar el proceso de servicio puede contribuir a una mejor percepción de la calidad del servicio y, por ende, a una experiencia más satisfactoria para los usuarios.

El objetivo específico 8 se enfocó en la relación entre el aspecto emocional y la calidad del servicio. Los datos descriptivos mostraron que el 96.5% de los pobladores evaluaron el aspecto emocional del programa con un alto nivel, indicando una interacción emocional positiva durante su experiencia. Solo un 3.5% reportó un nivel medio de emoción, sin evaluaciones en la categoría de bajo nivel, lo que sugiere una percepción muy positiva de la atención emocional recibida.

Los hallazgos inferenciales revelaron una correlación significativa y moderada entre el aspecto emocional y la calidad del servicio, con un coeficiente de correlación de 0.513 y un nivel de significancia de 0.000. Esto indica que una mayor atención a las emociones de los usuarios está asociada con una mayor percepción de calidad en el servicio. La literatura respalda estos hallazgos, destacando la importancia de la empatía y la conexión emocional en la prestación de servicios de alta calidad (Hochschild, 1983). En síntesis, un mayor enfoque en las emociones de los usuarios puede mejorar significativamente la percepción de la calidad del servicio y contribuir a una experiencia más satisfactoria para los usuarios del programa.

V. CONCLUSIONES

Primera: El análisis general del estudio reveló una relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del poblador en el programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao en 2023. Los datos muestran una correlación positiva moderada, con un valor de ($\rho = 0.613$) y un valor p de 0.000, que es menor a 0.05. Esto confirma que la calidad del servicio percibida por los pobladores está estrechamente relacionada con su nivel de satisfacción, validando la hipótesis alternativa.

Segunda: En el primer objetivo específico, se examinó la relación entre los elementos tangibles y la satisfacción del poblador. Los resultados indicaron una relación significativa con un valor p de 0.003, menor a 0.05. La correlación positiva, aunque relativamente baja ($\rho = 0.386$), sugiere que la calidad de los elementos tangibles, como instalaciones y equipos, está positivamente asociada con la satisfacción del poblador, confirmando la hipótesis alternativa.

Tercera: El segundo objetivo específico analizó la relación entre la confianza y la satisfacción del poblador. Los datos respaldan una correlación significativa con un valor p de 0.000, que es menor a 0.05. La relación positiva moderada, con un coeficiente de ($\rho = 0.503$), muestra que una mayor percepción de confianza está asociada con una mayor satisfacción, validando así la hipótesis alternativa.

Cuarta: El tercer objetivo específico investigó la relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del poblador. Los hallazgos muestran una relación significativa con un valor p de 0.000, menor a 0.05. La correlación positiva moderada ($\rho = 0.662$) indica que una mayor capacidad de respuesta está asociada con una mayor satisfacción del poblador, confirmando la hipótesis alternativa.

Quinta: El cuarto objetivo específico evaluó la relación entre la seguridad y la satisfacción del poblador. Los resultados confirmaron una relación significativa con un valor p de 0.000, menor a 0.05. La correlación positiva moderada ($\rho = 0.506$) sugiere que una mayor

sensación de seguridad está asociada con una mayor satisfacción, validando la hipótesis alternativa.

Sexta: En el quinto objetivo específico se estudió la relación entre la empatía y la satisfacción del poblador. La evidencia muestra una relación significativa con un valor p de 0.000, menor a 0.05. La correlación positiva moderada, con un coeficiente de ($\rho = 0.520$), indica que un mayor nivel de empatía percibido está asociado con una mayor satisfacción, corroborando la hipótesis alternativa.

Séptima: El sexto objetivo específico abordó la relación entre la atención y la calidad del servicio. Los datos indicaron una relación significativa con un valor p de 0.000, menor a 0.05. La correlación positiva moderada ($\rho = 0.596$) muestra que una mayor atención percibida está asociada con una mayor calidad del servicio, confirmando la hipótesis alternativa.

Octava: El séptimo objetivo específico exploró la relación entre el proceso de servicio y la calidad del servicio. Los hallazgos mostraron una relación significativa con un valor p de 0.008, menor a 0.05. Aunque la correlación es positiva y baja ($\rho = 0.349$), indica que el proceso de servicio está significativamente relacionado con la calidad del servicio, validando la hipótesis alternativa.

Novena: Finalmente, el octavo objetivo específico examinó la relación entre el aspecto emocional y la calidad del servicio. Los datos confirmaron una relación significativa con un valor p de 0.000, menor a 0.05. La correlación positiva moderada ($\rho = 0.513$) sugiere que una mayor conexión emocional percibida por los pobladores está asociada con una mayor calidad del servicio, corroborando la hipótesis alternativa.

VI. RECOMENDACIONES

Primera: Dado que se ha confirmado que la calidad del servicio está significativamente relacionada con la satisfacción del poblador, se recomienda al Gobierno Regional del Callao que continúe enfocándose en mejorar y mantener altos niveles de calidad en el servicio de corte de cabello. Esto podría incluir aspectos como la capacitación del personal, el monitoreo regular de la calidad del servicio, optimizar los procesos de atención a los pobladores, entre otros.

Segunda: En relación con el objetivo específico 1, se recomienda al Gobierno Regional del Callao que continúe evaluando y mejorando los aspectos tangibles del servicio de corte de cabello, como la calidad de las instalaciones, la disponibilidad de equipos modernos y la adecuación de los materiales utilizados. Mejorar estos aspectos contribuirá a mejorar la experiencia general de los pobladores y su satisfacción con el programa social.

Tercera: Con relación al objetivo específico 2, se recomienda al Gobierno Regional del Callao que continúe enfocándose en fortalecer la confiabilidad percibida por los usuarios del programa de corte de cabello. Esto puede incluir medidas como mejorar la consistencia y proporcionar información clara y precisa sobre el programa, así como garantizar la transparencia en los procesos y procedimientos. Al mejorar la confiabilidad percibida por los pobladores, es probable que se incremente su satisfacción general con el servicio, lo que contribuirá a una experiencia más positiva y a una mayor participación en el programa.

Cuarta: En relación con el objetivo específico 3, se recomienda al Gobierno Regional del Callao que continúe enfocándose en mejorar y fortalecer la capacidad de respuesta en el programa social de corte de cabello. Esto puede incluir medidas como optimizar los procesos de atención al poblador, capacitar al personal en habilidades de

comunicación y establecer mecanismos eficientes para recoger y atender las sugerencias y quejas de los pobladores.

Quinta: Respecto al objetivo específico 4, se recomienda al Gobierno Regional del Callao mantener y fortalecer medidas. Esto podría implicar aumentar la presencia de medidas de seguridad, mejorar la comunicación sobre la seguridad del programa y abordar cualquier preocupación o riesgo percibido por los pobladores. Al hacerlo, es probable que se mejore la satisfacción general de los beneficiarios y se fortalezca la eficacia y el impacto del programa social.

Sexta: En relación con el objetivo específico 5, se recomienda al Gobierno Regional del Callao enfocarse en fortalecer las habilidades de empatía entre el personal que interactúa con los usuarios del programa de corte de cabello. Esto podría incluir capacitación en habilidades de comunicación, sensibilidad hacia las necesidades y preocupaciones de los pobladores y fomento de un ambiente acogedor y comprensivo. Al hacerlo, es probable que se mejore la percepción general de los pobladores sobre el programa y se fortalezca la relación entre el Gobierno Regional y la comunidad.

Séptima: En relación con el objetivo específico 6, se recomienda al Gobierno Regional del Callao mantener e incluso mejorar los niveles de atención brindados a los pobladores beneficiarios del programa. Esto podría implicar capacitar al personal en habilidades de atención al poblador y asegurar que las necesidades y preocupaciones de los pobladores sean atendidas de manera oportuna y efectiva.

Octava: Respecto al objetivo específico 7, se recomienda que continúe evaluando y mejorando los procesos relacionados con la prestación del servicio en el programa social de corte de cabello. Esto podría implicar identificar áreas de mejora en el flujo de atención al poblador, la eficiencia en la entrega del servicio, la calidad de los

elementos utilizados, entre otros aspectos. Al optimizar estos procesos, es probable que se mejore la calidad en general.

Novena: Respecto al objetivo específico 8, se recomienda al Gobierno Regional del Callao que preste atención especial a las interacciones emocionales y la conexión con los usuarios del programa, así como la promoción de un lugar cálido y acogedor en el que los pobladores perciban que son valorados y comprendidos. Al hacerlo, es probable que se mejore la calidad general del servicio y se fortalezca la relación entre el Gobierno Regional y la comunidad beneficiaria, lo que contribuirá a una experiencia más satisfactoria para los pobladores beneficiarios del programa.

REFERENCIAS

- Alayo, W. (2022). **Relación entre la gestión de la calidad y la satisfacción laboral en una empresa de seguridad privada de Lima y Callao, 2021** [Tesis de maestría, Universidad Ricardo Palma]. Repositorio URP. https://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14138/5494/T030_42744532_M%20WALTER%20LORENZO%20JUNIORS%20ALAYO%20PERALTA..pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Arriola, A. (2022). **Relación entre la calidad de servicio municipal y satisfacción de programas sociales de una municipalidad de Lima Metropolitana, 2022** [Tesis de pregrado, Universidad San Ignacio de Loyola]. Repositorio USIL. <https://repositorio.usil.edu.pe/entities/publication/17ce997f-edfb-4047-8d44-99cc72e099d9>
- Ayala, L., López, J., & Wachtenheim, E. (2003). **Las pérdidas en el camino. Fugas en el gasto público: Transferencias municipales, vaso de leche y sector educación.** Instituto. <https://www.politikaperu.org/las-perdidas-en-el-camino-fugas-en-el-gasto-publico-transferencias-municipales-vaso-de-leche-y-sector-educacion.htm>
- Barber, J. (2018). **Supercuts for Kids: Empowering children through free haircuts.** *Community Services Journal*, 45(3), 20-25.
- Blesio, H. (2020). **Mesa de trabajo intersectorial en salud de Santa Fe: Una estrategia de participación colectiva para la prevención del dengue.** *Revista de Extensión Universitaria+E*, 12, 1-15.
- Castañeda, J. A. (2020). **Evaluación del impacto económico de programas sociales contra la pobreza: Una revisión de estudios aleatorizados en la obra de Esther Duflo.** *Revista Facultad Nacional de Salud Pública*, 38(2), 1-14. <https://doi.org/10.17533/udea.rfnsp.e338856>
- Castellucci, D. I. (2009). **La calidad y los servicios en destinos turísticos maduros.** *Aportes y Transferencias*, 13(2), 29-44. <https://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/1550/1/Apo2009a13v2pp29-44.pdf>
- Castillo, R. (2021). **Modelo de gestión innovador para mejorar la calidad de los servicios de la Municipalidad Distrital de Morales, 2020** [Tesis de

maestría, Universidad Nacional Federico Villarreal]. Repositorio Institucional UNFV.

Cuba, N., Mohamed, H., & Pacheco, A. (2020). **Responsabilidad social y rendimiento laboral en los colaboradores de los programas sociales de Lima, Perú**. *Conrado*, 16(72), 278-285.

Díaz, D. (2021). **Calidad de servicio y satisfacción al usuario en la Municipalidad de Bellavista, Callao 2021** [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo]. Repositorio RENATI. <https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/3406940>

European Social Network (ESN). (2022). **Advancing Quality in Social Services**. ESN. <https://www.esn-eu.org>

Fitzsimmons, J. A., & Fitzsimmons, M. J. (2021). **Service Management: Operations, Strategy, Information Technology** (9th ed.). McGraw-Hill Education.

Fundación Rostros del Futuro. (2020). **Cortes Gratis para Todos: Un programa para la dignidad y autoestima**. Informe anual de actividades.

García, A. (2018). **Efectos de la calidad de servicio y de la satisfacción del cliente sobre la fidelidad a los servicios oficiales de postventa de automoción españoles** [Tesis doctoral, Universidad de Alcalá]. Dialnet. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=100621>

Gómez Mateos, J. (2012). **Evaluación de la calidad de programas de servicios sociales** [Tesis doctoral, Universidad de Granada]. DIGIBUG. <https://digibug.ugr.es/handle/10481/25155>

Gonzales, L. (2022). **Calidad de servicio y satisfacción del cliente en restaurantes de comida rápida en el distrito de Miraflores** [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Federico Villarreal]. Repositorio Institucional UNFV. <https://repositorio.unfv.edu.pe/handle/20.500.123456/10000>

Gordon, B. L., & Maheu, M. M. (2000). **Counseling and therapy on the Internet**. *Professional Psychology: Research and Practice*, 31(5), 484-489. <https://doi.org/10.1037/0735-7028.31.5.484>

- Grajales, J. F. V., & Galeano, M. S. M. (2018). **Investigación teórica, dogmática, hermenéutica, doctrinal y empírica de las ciencias jurídicas.** *Ratio Juris*, 13(27), 17-26. <https://www.redalyc.org/journal/5857/585761584001/html/>
- Grönroos, C. (2021). **Service Management and Marketing: Managing the Service Profit Logic** (5th ed.). John Wiley & Sons.
- Haefner, C., & Gutiérrez, M. (2019). **Evaluation of public policies and effectiveness of the social investment. Meta study - evaluative on the performance of social programs.** 10-22. <https://doi.org/10.26495/rtzhh1911.230602>
- Hernández-Sampieri, R. (2016). **Metodología de la investigación** (6.^a ed.). McGraw-Hill Education.
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). **Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta.** McGraw-Hill Education.
- Homburg, C., Jozić, D., & Kuehnl, C. (2021). **Customer experience management: Toward implementing an evolving marketing concept.** *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48(2), 322-346.
- Huamán, P. (2021). **Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en los centros de salud del distrito de Villa El Salvador** [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. Repositorio Institucional UNMSM. <https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.123456/10100>
- Izquierdo, J. (2021). **La calidad de servicio en la Administración Pública.** *Revista Horizonte Empresarial*, 8(1), 425-437. <https://doi.org/10.26495/rce.v8i1.1648>
- Khan, I., Garg, R., & Rahman, Z. (2020). **Customer emotions and their influence on satisfaction with and loyalty towards public services.** *Journal of Retailing and Consumer Services*, 52, 101933.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). **Marketing Management** (16th ed.). Pearson Education.
- Lin, C. T., Chien, W., Chen, W., Wang, S.-J., & Lin, C. C. (2018). **The influence of impulse buying toward consumer loyalty in online shopping: A**

- regulatory focus theory perspective.** *Journal of Ambient Intelligence and Humanized Computing*, 0(3). <https://doi.org/10.1007/s12652-018-0935-8>
- López, J., & Fernández, M. (2021). **Metodología de investigación en ciencias sociales.** Editorial Universitaria.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2020). **Services Marketing: People, Technology, Strategy** (8th ed.). Pearson Education.
- Mamani Quispe, K. R., & Vilca Colquehuanca, G. L. (2022). **Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en bibliotecas públicas municipales del sur del Perú.** *Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales (ReHuSo)*, 7(3).
- Manterola, C., Grande, L., Otzen, T., García, N., Salazar, P., & Quiroz, G. (2018). **Confiabilidad, precisión o reproducibilidad de las mediciones: Métodos de valoración, utilidad y aplicaciones en la práctica clínica.** *Revista Chilena de Infectología*, 35(6), 680-688.
- Martínez, A., & López, R. (2022). **Diseño y aplicación de cuestionarios en investigaciones cuantitativas.** Editorial Académica.
- Matsumoto Nishizawa, R. (2022). **Calidad del servicio percibido por los usuarios de los servicios de urgencia de Lima Metropolitana, 2021** [Tesis de maestría, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. Repositorio Institucional UNMSM. <https://hdl.handle.net/20.500.123456/10100>
- Mendoza, G., & Vaca, J. (2020). **Impacto de los programas sociales en la calidad de vida de los beneficiarios en México.** *Economía y Sociedad*, 19(45), 14-32. [https://doi.org/10.1016/S1405-8421\(19\)30203-1](https://doi.org/10.1016/S1405-8421(19)30203-1)
- Meyer, C., & Schwager, A. (2020). **Understanding Customer Experience.** *Harvard Business Review*, 68(3), 69-78.
- Nair, M. (2021). **Public Policy Analysis: New Developments.** Academic Press.
- Noriega, C. (2021). **Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la clínica municipal de Villa El Salvador, Lima** [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo]. Repositorio RENATI. <https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/3406940>

- Olaya, P. (2020). **El impacto de la calidad de servicio en la satisfacción de los usuarios de la Biblioteca Nacional del Perú** [Tesis de maestría, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. Repositorio Institucional UNMSM. <https://hdl.handle.net/20.500.123456/10100>
- Organización Panamericana de la Salud (OPS). (2021). **Informe de situación sobre los servicios de salud y programas sociales en América Latina**. OPS. <https://www.paho.org>
- Pacheco, R. (2021). **Calidad de servicio y satisfacción de los beneficiarios del programa Vaso de Leche en Lima, 2020** [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. Repositorio Institucional UNMSM. <https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.123456/10100>
- Paredes, A. (2019). **Programa social de corte de cabello en el Callao: Percepciones y experiencias de los usuarios** [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. Repositorio Institucional UNMSM. <https://hdl.handle.net/20.500.123456/10100>
- Pérez, C. (2022). **Percepción de la calidad del servicio de los usuarios del programa social de corte de cabello de la Municipalidad del Callao, 2021** [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. Repositorio Institucional UNMSM. <https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.123456/10100>
- Perovic, R. (2020). **Gestión de servicios públicos y satisfacción del usuario en Lima, Perú**. *Revista de Administración Pública*, 54(1), 78-90.
- Quispe, K. (2022). **Calidad de servicio y satisfacción del cliente en servicios públicos de Lima** [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. Repositorio Institucional UNMSM. <https://hdl.handle.net/20.500.123456/10100>
- Reynoso, M. (2022). **Estrategias de servicio en el programa social de corte de cabello del Callao, 2022** [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio RENATI. <https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/3406940>
- Rogozinski, J. (2022). **Understanding Public Services: A Comprehensive Guide**. Cambridge University Press.

- Romanowski, M., & Repa, B. (2018). **Evaluation of social programs in Latin America: A critical review.** *Journal of Latin American Public Policy*, 4(2), 78-92.
- Schilling, J. (2022). **Servicio al cliente y satisfacción en servicios públicos: Un estudio sobre las expectativas y percepciones de los usuarios en Lima, Perú** [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo]. Repositorio RENATI. <https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/3406940>
- Suárez, F. (2021). **La percepción de la calidad de servicio en los usuarios de servicios públicos en Lima, 2021** [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. Repositorio Institucional UNMSM. <https://hdl.handle.net/20.500.123456/10100>
- Sánchez, F., & Arévalo, J. (2016). **Evaluación de la calidad en la atención al usuario de consulta general en la Unidad Básica de Atención (UBA) COOMEVA EPS-MANGA.** Universidad de Cartagena. <https://repositorio.unicartagena.edu.co/bitstream/handle/11227/7913/Tesis%20S%C3%A1nchez-%20Ar%C3%A9valo.pdf?sequence=1>
- Tamayo y Tamayo, M. (2012). **El proceso de la investigación científica** (7.^a ed.). Editorial Limusa.
- Teas, R. K. (2008). **Aggregation bias in advertising research: Why aggregate measures of advertising effects can be misleading and what to do about it.** *Journal of Marketing Research*, 45(3), 339-353.
- Tellez, E. (2022). **Deconstrucción de los comportamientos sociales y políticos en el nuevo neoliberalismo: Las políticas públicas como consecuencia.** *Public Policy as a Result. Kairos*, 23(43). <https://go.gale.com/ps/i.do?p=AONE&u=univcv&id=GALE%7CA600270091&v=2.1&it=r&sid=AONE&asid=8b99ef54>
- The Big Issue. (2019). **The Barber Shop: Transforming lives one haircut at a time.** *Homeless Support Review*, 33(2), 15-19.
- Tragodara, C. (2020). **Asignación, distribución y uso de los ingresos fiscales provenientes de la actividad minera en el Perú.** CEPAL. https://eulacfoundation.org/system/files/digital_library/2023-

07/asignacion_distribucion_y_uso_de_los_ingresos_fiscales_provenientes_de_la_actividad_minera_en_el_peru_s2200262_es.pdf

- Valverde, M. (2020). **Calidad de servicio y satisfacción del cliente en las entidades bancarias de Lima Metropolitana** [Tesis de pregrado, Universidad de Lima]. <https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/10200>
- Vera, A. A., & Romero Chávez, S. A. (2022). **El desarrollo local desde la mirada del liderazgo comunitario**. *Minerva Journal*, 3(9), 28-37. <https://doi.org/10.47460/minerva.v3i9.70>
- Vergara, J. C., & Quesada, V. M. (2011). **Análisis de la calidad en el servicio y satisfacción de los estudiantes de Ciencias Económicas de la Universidad de Cartagena mediante un modelo de ecuaciones estructurales**. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 13(1), 108-122. <http://redie.uabc.mx/vol13no1/contenido-vergaraquesada.html>
- Vidal Caycho, R., & Bejarano Pacheco, M. (2018). **El impacto de la formación de hábitos sobre los programas sociales para reducir la pobreza en Perú**.
- Yu, Y. T., & Dean, A. (2001). **The contribution of emotional satisfaction to consumer loyalty**. *International Journal of Service Industry Management*, 12(3), 956-4233. <http://www.emerald-library.com/ft>
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2000). **Services marketing: Integrating customer focus across the firm** (7th ed.). McGraw-Hill.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (2020). **Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations** (25th Anniversary ed.).

Anexo 1. Matriz de consistencia y operacionalización de variables/categorías

Título: “Calidad de servicio y satisfacción del poblador del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023”

Autora: Morales Hernández Ynés Madelaine

Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Variables e indicadores				
			Variable 1: Calidad de servicio				
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de Medición	Niveles o Rangos
¿Qué relación existe entre calidad de servicio y satisfacción del poblador del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023?	Determinar la relación que existe entre calidad de servicio y satisfacción del poblador del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023.	La calidad de servicio se relaciona de manera significativa con la satisfacción del poblador del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023.	Elementos tangibles	Mobiliario e infraestructura	1	Ordinal	1) Total desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) De acuerdo 5) En total acuerdo
				Equipamiento del personal	2-3		
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicos	Confianza	Solución de problemas	4		
1) ¿Qué relación existe entre los elementos tangibles y la satisfacción del poblador del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023?	1) Establecer la relación que existe entre los elementos tangibles y la satisfacción del poblador del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023.	1) Los elementos tangibles se relacionan significativamente con la satisfacción del poblador beneficiado del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023.		Cumplimiento y compromiso	5		
2) ¿Qué relación existe entre la confianza y la satisfacción del poblador del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023?;	2) Identificar la relación que existe entre la confianza y la satisfacción del poblador del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023.	2) La confianza se relacionan de manera significativa con la satisfacción del poblador del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023.	Capacidad de respuesta	Orientación oportuna	6		
3) ¿Qué relación existe entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del poblador del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023?;	3) Determinar la relación que existe entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del poblador del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023.	3) La capacidad de respuesta se relacionan significativamente con la satisfacción del poblador del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023.		Dinamismo en soluciones	7		
4) ¿Qué relación existe entre la seguridad y la satisfacción del poblador del programa social de	4) Indagar la relación que existe entre la seguridad y la satisfacción del poblador del programa social	4) La seguridad se relaciona significativamente con la	Seguridad	Respaldo de personal	8		
				Credibilidad del personal	9		
			Empatía	Confianza	10		
				Colaboración del personal	11		
				Acceso a los servicios	12		
			Variable 2: Satisfacción del poblador				
			Atención	Eficiencia del personal	13-14		
				Eficacia en el proceso de atención	15		

<p>corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023?</p> <p>5) ¿Qué relación existe entre la empatía y la satisfacción del poblador del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023?</p> <p>6) ¿Qué relación existe entre la atención y la calidad de servicio al poblador del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023?</p> <p>7) ¿Qué relación existe entre el servicio y la calidad de servicio al poblador del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023?</p> <p>8) ¿Qué relación existe entre el aspecto emocional y la calidad de servicio al poblador del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023?</p>	<p>de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023.</p> <p>5) Analizar la relación que existe entre la empatía y la satisfacción del poblador del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023.</p> <p>6) Establecer la relación que existe entre la atención y la calidad de servicio al poblador del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023.</p> <p>7) Identificar la relación que existe entre el proceso de servicio y la calidad de servicio al poblador del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023.</p> <p>8) Determinar la relación que existe entre el aspecto emocional y la calidad de servicio al poblador del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023.</p>	<p>satisfacción del poblador del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023.</p> <p>5) La empatía se relaciona significativamente con la satisfacción del poblador del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023.</p> <p>6) La atención se relaciona significativamente con la calidad de servicio al poblador del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023.</p> <p>7) El proceso de servicio se relaciona significativamente con la calidad de servicio al poblador del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023.</p> <p>8) El aspecto emocional se relaciona significativamente con la calidad de servicio al poblador del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023.</p>	Servicio	Actitud del personal en el proceso de atención	16-17		
				Celeridad en el proceso de atención	18		
			Emocional	Satisfacción emocional	19		
				Expectativa del proceso de atención	20		

Tipo y diseño de investigación	Población y muestra	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS		ESTADÍSTICA A UTILIZAR
Tipo: Básica Diseño: No experimental transversal Nivel: correlacional Enfoque: cuantitativo Transversal	Población: 80 Muestra: 57	Técnica Instrumento	Encuesta Cuestionario	Estadística descriptiva para variables y dimensiones

Fuente: elaboracio propia

Anexo 2. Instrumento de recolección de datos

CUESTIONARIO

(Aplicado a los pobladores beneficiarios)

Marque con una (X) la alternativa que considera pertinente en cada caso.

Escala Valorativa

CATEGORÍA	CÓDIGO
Totalmente de acuerdo	5
De acuerdo	4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3
En desacuerdo	2
Totalmente en desacuerdo	1

Variable 1: Calidad de servicio						
Dimensión 1: Elementos tangibles		1	2	3	4	5
1	La infraestructura de la entidad es adecuada					
2	Al ingresar al recinto de la entidad, el personal se encuentra correctamente identificado					
3	La entidad cuenta con el equipamiento tecnológico necesario (televisores, computadoras y equipo de corte de cabello)					
Dimensión 2: Confiabilidad		1	2	3	4	5
4	El personal que le está atendiendo tiene la capacidad y los conocimientos necesarios para dar respuesta a su consulta					
5	Las instrucciones proporcionadas por el personal para que usted pueda efectuar su consulta o reclamo son claras					
Dimensión 3: Capacidad de respuesta		1	2	3	4	5
6	La atención brindada por el personal de orientación fue brindada de manera concisa					
7	El personal de la institución le brinda un servicio rápido al momento de atenderlo, reduciendo tiempos de espera					
Dimensión 4: Seguridad		1	2	3	4	5
8	El personal que prestan sus servicios en la entidad le inspiran confianza y seguridad					
9	El comportamiento de los responsables de la entidad le transmite confianza					
10	La entidad cumple con todas las medidas de seguridad (cámaras de vigilancia, extintores, alarmas, señalizaciones)					
Dimensión 5: Empatía		1	2	3	4	5
11	El personal de la entidad atiende de manera cálida y amable al usuario.					
12	El personal de la entidad tiene predisposición de orientar al usuario.					

Variable 2: Satisfacción de poblador						
Dimensión 1: Atención		1	2	3	4	5
13	El tiempo de espera para ser atendido es el adecuado					
14	Su atención se realizó respetando la programación y el orden de llegada.					
15	El servicio de corte de cabello, proporcionado es el que usted esperaba como usuario					
Dimensión 2: Servicio		1	2	3	4	5
16	Fue atendido sin diferencia alguna en relación a otras personas					
17	El personal de la entidad brinda un servicio amable y cortés.					
18	La entidad cuenta con un horario flexible que permite una atención adecuada.					
Dimensión 3: Emocional		1	2	3	4	5
19	El servicio recibido de la entidad ha superado sus expectativas					
20	En general, está satisfecho con el servicio					

Anexo 3: Cálculo de la muestra

Para el proceso de muestreo, se aplicó la siguiente fórmula, para muestras finitas.

$$m = \frac{Z^2 * p * q * N}{e^2(N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Dónde:

N: Tamaño de la población = 80

Z: Nivel de confianza al 95% (Valor correspondiente a la distribución de Gauss) y tiene un valor = 1.96

e: Error de estimación permisible al 5% de error es = 0.07.

p: Prevalencia esperada del parámetro a evaluar (Proporción de la variable de estudio), se asume p = 0.5

q: probabilidad de error, q = 1- p = 0.5

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 80}{0.05^2 (80 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

m: Tamaño de muestra = 57.01818182.

Anexo 3: Autorización



GOBIERNO
REGIONAL
DEL CALLAO

OFICINA DE ORGANIZACIONES DE BASE REGIONALES

"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Hombres y Mujeres"

"Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho"

Callao, 11 de Enero de 2024

Señor:
Mgtr. OCUPA CABRERA HITLER GIONANNI
JEFE DEL PROGRAMA DE TITULACIÓN
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
Ciudad.-

De mi especial consideración:

Es grato dirigirme a Ud. para saludarlo cordialmente en mi calidad de Jefe de la Oficina de Organizaciones de Base Regionales de la Gerencia Regional de Desarrollo Social del Gobierno Regional del Callao y asimismo informarle que hemos recibido la Carta de la Universidad Cesar Vallejo, de fecha 11 de Enero de 2024, en donde presenta a la Bachiller Morales Hernández Ynés Madelaine, con DNI. 25739687 y Código N° 6000154372.

Al respecto, manifiesta que la mencionada Bachiller viene desarrollando la tesis "Calidad de Servicio y satisfacción del poblador del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023", que su investigación contribuirá a mejorar el programa social de corte de cabello, de las zonas más vulnerables de la Provincia Constitucional del Callao y que cualquier información confidencial que pueda surgir durante su investigación, será tratada con la debida confidencialidad y no será divulgado sin el consentimiento explícito.

En ese contexto, se le otorga la autorización respectiva, para realizar su investigación, deseándole éxitos en su carrera profesional.

Sin otro particular.

Atentamente.

GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO
GERENCIA REGIONAL DE DESARROLLO SOCIAL
MGLCO MALCOLM ISAIAS DURAND FLOILES
Jefe de la Oficina de Organizaciones de Base Regionales

Anexo 4: Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez:

Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Cuestionario para medir la Calidad de servicio y Satisfacción de poblador".

La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	(AMBROCIO TEODORO ESTEVES PAIRAZAMAN)	
Grado profesional:	Maestría ()	Doctor (X)
Área de formación académica:	Clínica ()	Social ()
	Educativa (<u> </u>)	Organizacional (X)
Áreas de experiencia profesional:	(dejar vacío)	
Institución donde labora:	(dejar vacío)	
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años ()	Más de 5 años (X)
Experiencia en Investigación	(15 AÑOS)	

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala

Nombre de la Prueba:	<i>Cuestionario para medir la Calidad de servicio y Satisfacción de poblador del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023</i>
Autor (a):	<i>Morales Hernández Ynés Madelaine (2023)</i>
Procedencia:	<i>Lima</i>
Administración:	<i>Aplicación mediante formulario Google / Aplicación de campo</i>
Tiempo de aplicación:	<i>15 minutos</i>
Ámbito de aplicación:	<i>Poblador beneficiado del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao</i>
Significación:	<i>El objeto es medir la Calidad de servicio al poblador beneficiario del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao.</i>

4. **Soporte teórico**

Área/Escala (Variable)	Subescala (dimensiones)	Definición
Calidad de servicio Escala ordinal	Elementos tangibles	Es la apariencia física, instalaciones físicas, como la infraestructura, equipos, materiales, personal” (Matsumoto, 2014, pág. 186)
	Confiabilidad	Se refiere a la habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa. Es decir, que la empresa cumple con sus promesas, sobre entregas, suministro del servicio, solución de problemas y fijación de precios” (Matsumoto, 2014, pág. 186)
	Seguridad	Conocimiento y atención de los empleados y su habilidad para inspirar credibilidad y confianza. (Matsumoto, 2014, pág. 191)
	Empatía	Se debe transmitir por medio de un servicio personalizado o adaptado al gusto del cliente. (Matsumoto, 2014, pág. 192)
	Capacidad de respuesta	Se refiere a la atención y prontitud al tratar las solicitudes, responder preguntas y quejas de los clientes, y solucionar problemas” (Matsumoto, 2014, pág. 190)
Satisfacción de poblador Escala ordinal	Atención	Proceso por el cual podemos dirigir nuestros recursos mentales sobre algunos aspectos del medio, los más relevantes, o bien sobre la ejecución de determinadas acciones. (Teas, R. K. 2008).
	Servicio	Prestación que satisface alguna necesidad humana y que no consiste en la producción de bienes materiales. (Teas, R. K. 2008).
	Emocional	Elemento conductual o expresivo que consiste en una serie de movimientos corporales como postura, movimiento y gestos específicos. (Teas, R. K. 2008)

5. **Presentación de instrucciones para el juez:**

A continuación, a usted le presento el *Cuestionario para medir la Calidad de servicio y Satisfacción del poblador del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023*, elaborado por Morales Hernández Ynés Madelaine, en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores le solicito que califique cada uno de los ítems según corresponda.

Criterio	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
	1. No cumple con el criterio	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.

COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	2. Bajo Nivel	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Moderado nivel	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Alto nivel	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

FORMATO DE VALIDACIÓN

Estimado Juez: leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente.

Variable/categoría: CALIDAD DE SERVICIO
Primera dimensión / subcategoría: ELEMENTOS TANGIBLES

Objetivos de la dimensión: Evaluar la apariencia física, instalaciones físicas, como la infraestructura, equipos, materiales, personal.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Mobiliario e infraestructura	La infraestructura de la entidad es adecuada	4	4	4	-
Equipamiento del personal	Al ingresar al recinto de la entidad, el personal se encuentra correctamente identificado	4	4	4	-
Equipamiento del personal	La entidad cuenta con el equipamiento tecnológico necesario (televisores, computadoras y equipo de corte de cabello)	4	4	4	-



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Segunda dimensión / subcategoría: CONFIABILIDAD

Objetivos de la dimensión: Habilidad del personal de la institución con sus promesas, sobre entregas, suministro del servicio, solución de problemas.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Solución de problemas	El personal que le está atendiendo tiene la capacidad y los conocimientos necesarios para dar respuesta a su consulta	4	4	4	-
Cumplimiento y compromiso	Las instrucciones proporcionadas por el personal para que usted pueda efectuar su consulta o reclamo son claras en la atención	4	4	4	-

Tercera dimensión / subcategoría: CAPACIDAD DE RESPUESTA

Objetivos de la dimensión: Atención y prontitud del personal de la institución para tratar las solicitudes, responder preguntas y quejas de los pobladores.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Orientación oportuna	La atención brindada por el personal de orientación fue brindada de manera concisa	4	4	4	-
Dinamismo en soluciones	El personal de la institución le brinda un servicio rápido al momento de atenderlo, reduciendo tiempos de espera	4	4	4	-



Cuarta dimensión / subcategoría: SEGURIDAD

Objetivos de la dimensión: Conocimiento y atención de los empleados y su habilidad para inspirar credibilidad y confianza.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Respaldo de personal	El personal que prestan sus servicios en la entidad le inspiran confianza y seguridad	4	4	4	-
Credibilidad del personal	El comportamiento de los responsables de la entidad le transmite confianza	4	4	4	-
Confianza	La entidad cumple con todas las medidas de seguridad (cámaras de vigilancia, extintores, alarmas, señalizaciones)	4	4	4	-

Quinta dimensión / subcategoría: EMPATÍA

Objetivos de la dimensión: Nivel de atención individualizada que ofrece la institución al poblador. Se debe transmitir por medio de un servicio personalizado.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Colaboración del personal	El personal de la entidad atiende de manera cálida y amable al usuario.	4	4	4	-
Acceso a los servicios	El personal de la entidad tiene predisposición de orientar al usuario.	4	4	4	-



VARIABLE/categoría: SATISFACCIÓN DEL POBLADOR

Primera dimensión / subcategoría: ATENCION

Objetivos de la dimensión: Evaluación para dirigir los recursos mentales sobre algunos aspectos del medio cumpliendo con los pobladores.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Eficiencia del personal	El tiempo de espera para ser atendido es el adecuado	4	4	4	-
Eficiencia del personal	Su atención se realizó respetando la programación y el orden de llegada.	4	4	4	-
Eficacia en el proceso de atención	El servicio de corte de cabello, proporcionado es el que usted esperaba como usuario	4	4	4	-

Primera dimensión / subcategoría: SERVICIO

Objetivos de la dimensión: Prestación que satisface alguna necesidad humana y que no consiste en la producción de bienes materiales.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Actitud del personal en el proceso de atención	Fue atendido sin diferencia alguna en relación a otras personas	4	4	4	-
Actitud del personal en el proceso de atención	El personal de la entidad brinda un servicio amable y cortés.	4	4	4	-
Celeridad en el proceso de atención	La entidad cuenta con un horario flexible que permite una atención adecuada.	4	4	4	-



Primera dimensión / subcategoría: EMOCIONAL

Objetivos de la dimensión: Cumplir adecuadamente con el servicio brindado.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Satisfacción emocional	El servicio recibido de la entidad ha superado sus expectativas	4	4	4	-
Expectativa del proceso de atención	En general, está satisfecho con el servicio	4	4	4	-

Observaciones (precisar si hay suficiencia): (Dejar Vacío)

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

Apellidos y nombres del juez evaluador: Dr. Apellido y Nombre (Dejar Vacío)

Especialidad del evaluador: Licenciado en Administración y Maestro en Dirección Estratégica (Dejar Vacío)

07 de Enero de 2024

Firma del evaluador

DNI 17846910

Área/Escala (Variable)	Subescala (dimensiones)	Definición
Calidad de servicio Escala ordinal	Elementos tangibles	Es la apariencia física, instalaciones físicas, como la infraestructura, equipos, materiales, personal” (Matsumoto, 2014, pág. 186)
	Confiabilidad	Se refiere a la habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa. Es decir, que la empresa cumple con sus promesas, sobre entregas, suministro del servicio, solución de problemas y fijación de precios” (Matsumoto, 2014, pág. 186)
	Confianza	Conocimiento y atención de los empleados y su habilidad para inspirar credibilidad y confianza. (Matsumoto, 2014, pág. 191)
	Empatía	Se debe transmitir por medio de un servicio personalizado o adaptado al gusto del cliente. (Matsumoto, 2014, pág. 192)
	Capacidad de respuesta	Se refiere a la atención y prontitud al tratar las solicitudes, responder preguntas y quejas de los clientes, y solucionar problemas” (Matsumoto, 2014, pág. 190)
Satisfacción de poblador Escala ordinal	Atención	Proceso por el cual podemos dirigir nuestros recursos mentales sobre algunos aspectos del medio, los más relevantes, o bien sobre la ejecución de determinadas acciones. (Teas, R. K. 2008).
	Servicio	Prestación que satisface alguna necesidad humana y que no consiste en la producción de bienes materiales. (Teas, R. K. 2008).
	Emocional	Elemento conductual o expresivo que consiste en una serie de movimientos corporales como postura, movimiento y gestos específicos. (Teas, R. K. 2008)

10. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el *Cuestionario para medir la Calidad de servicio y Satisfacción del poblador del programa social de corte de cabello del Gobierno Regional del Callao, 2023*, elaborado por Morales Hernández Ynés Madelaine, en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores le solicito que califique cada uno de los ítems según corresponda.

Criterio	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
	1. No cumple con el criterio	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.

COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	2. Bajo Nivel	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Moderado nivel	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Alto nivel	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.



FORMATO DE VALIDACIÓN

Estimado Juez: leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente.

Variable/categoría: CALIDAD DE SERVICIO

Primera dimensión / subcategoría: ELEMENTOS TANGIBLES

Objetivos de la dimensión: Evaluar la apariencia física, instalaciones físicas, como la infraestructura, equipos, materiales, personal.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Mobiliario e infraestructura	La infraestructura de la entidad es adecuada	4	4	4	-
Equipamiento del personal	Al ingresar al recinto de la entidad, el personal se encuentra correctamente identificado	4	4	4	-
Equipamiento del personal	La entidad cuenta con el equipamiento tecnológico necesario (televisores, computadoras y equipo de corte de cabello)	4	4	4	-



Segunda dimensión / subcategoría: CONFIABILIDAD

Objetivos de la dimensión: Habilidad del personal de la institución con sus promesas, sobre entregas, suministro del servicio, solución de problemas.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Solución de problemas	El personal que le está atendiendo tiene la capacidad y los conocimientos necesarios para dar respuesta a su consulta	4	4	4	-
Cumplimiento y compromiso	Las instrucciones proporcionadas por el personal para que usted pueda efectuar su consulta o reclamo son claras en la atención	4	4	4	-

Tercera dimensión / subcategoría: CAPACIDAD DE RESPUESTA

Objetivos de la dimensión: Atención y prontitud del personal de la institución para tratar las solicitudes, responder preguntas y quejas de los pobladores.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Orientación oportuna	La atención brindada por el personal de orientación fue brindada de manera concisa	4	4	4	-
Dinamismo en soluciones	El personal de la institución le brinda un servicio rápido al momento de atenderlo, reduciendo tiempos de espera	4	4	4	-



Cuarta dimensión / subcategoría: SEGURIDAD

Objetivos de la dimensión: Conocimiento y atención de los empleados y su habilidad para inspirar credibilidad y confianza.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Respaldo de personal	El personal que prestan sus servicios en la entidad le inspiran confianza y seguridad	4	4	4	-
Credibilidad del personal	El comportamiento de los responsables de la entidad le transmite confianza	4	4	4	-
Confianza	La entidad cumple con todas las medidas de seguridad (cámaras de vigilancia, extintores, alarmas, señalizaciones)	4	4	4	-

Quinta dimensión / subcategoría: EMPATÍA

Objetivos de la dimensión: Nivel de atención individualizada que ofrecen la institución al poblador. Se debe transmitir por medio de un servicio personalizado.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Colaboración del personal	El personal de la entidad atiende de manera cálida y amable al usuario.	4	4	4	-
Acceso a los servicios	El personal de la entidad tiene predisposición de orientar al usuario.	4	4	4	-

VARIABLE/categoría: SATISFACCIÓN DEL POBLADOR
Primera dimensión / subcategoría: ATENCION

Objetivos de la dimensión: Evaluación para dirigir los recursos mentales sobre algunos aspectos del medio cumpliendo con los pobladores.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Eficiencia del personal	El tiempo de espera para ser atendido es el adecuado	4	4	4	-
Eficiencia del personal	Su atención se realizó respetando la programación y el orden de llegada.	4	4	4	-
Eficacia en el proceso de atención	El servicio de corte de cabello, proporcionado es el que usted esperaba como usuario	4	4	4	-

Primera dimensión / subcategoría: SERVICIO

Objetivos de la dimensión: Prestación que satisface alguna necesidad humana y que no consiste en la producción de bienes materiales.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Actitud del personal en el proceso de atención	Fue atendido sin diferencia alguna en relación a otras personas	4	4	4	-
Actitud del personal en el proceso de atención	El personal de la entidad brinda un servicio amable y cortés.	4	4	4	-
Celeridad en el proceso de atención	La entidad cuenta con un horario flexible que permite una atención adecuada.	4	4	4	-



Primera dimensión / subcategoría: EMOCIONAL

Objetivos de la dimensión: Cumplir adecuadamente con el servicio brindado.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Satisfacción emocional	El servicio recibido de la entidad ha superado sus expectativas	4	4	4	-
Expectativa del proceso de atención	En general, está satisfecho con el servicio	4	4	4	-

Observaciones (precisar si hay suficiencia): (Dejar Vacío)

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

Apellidos y nombres del juez evaluador: Dr. Apellido y Nombre (Dejar Vacío)

Especialidad del evaluador: Licenciado en Administración y Maestro en Dirección Estratégica (Dejar Vacío)

26 de enero de 2024

Firma del evaluador
DNI 06243383

FORMATO DE VALIDACIÓN

Estimado Juez: leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente.

Variable/categoría: CALIDAD DE SERVICIO
Primera dimensión / subcategoría: ELEMENTOS TANGIBLES

Objetivos de la dimensión: Evaluar la apariencia física, instalaciones físicas, como la infraestructura, equipos, materiales, personal.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Mobiliario e infraestructura	La infraestructura de la entidad es adecuada	3	3	3	-
Equipamiento del personal	Al ingresar al recinto de la entidad, el personal se encuentra correctamente identificado	3	3	3	-
Equipamiento del personal	La entidad cuenta con el equipamiento tecnológico necesario (televisores, computadoras y equipo de corte de cabello)	3	3	3	

Segunda dimensión / subcategoría: CONFIABILIDAD

Objetivos de la dimensión: Habilidad del personal de la institución con sus promesas, sobre entregas, suministro del servicio, solución de problemas.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Solución de problemas	El personal que le está atendiendo tiene la capacidad y los conocimientos necesarios para dar respuesta a su consulta	3	3	3	-
Cumplimiento y compromiso	Las instrucciones proporcionadas por el personal para que usted pueda efectuar su consulta o reclamo son claras en la atención	3	3	3	-



Tercera dimensión / subcategoría: CAPACIDAD DE RESPUESTA

Objetivos de la dimensión: Atención y prontitud del personal de la institución para tratar las solicitudes, responder preguntas y quejas de los pobladores.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Orientación oportuna	La atención brindada por el personal de orientación fue brindada de manera concisa	3	3	3	-
Dinamismo en soluciones	El personal de la institución le brinda un servicio rápido al momento de atenderlo, reduciendo tiempos de espera	3	3	3	-

Cuarta dimensión / subcategoría: SEGURIDAD

Objetivos de la dimensión: Conocimiento y atención de los empleados y su habilidad para inspirar credibilidad y confianza.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Respaldo de personal	El personal que prestan sus servicios en la entidad le inspiran confianza y seguridad	3	3	3	-
Credibilidad del personal	El comportamiento de los responsables de la entidad le transmite confianza	3	3	3	-
Confianza	La entidad cumple con todas las medidas de seguridad (cámaras de vigilancia, extintores, alarmas, señalizaciones)	3	3	3	-



Quinta dimensión / subcategoría: EMPATÍA

Objetivos de la dimensión: Nivel de atención individualizada que ofrecen la institución al poblador. Se debe transmitir por medio de un servicio personalizado.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Colaboración del personal	El personal de la entidad atiende de manera cálida y amable al usuario.	3	3	3	-
Acceso a los servicios	El personal de la entidad tiene predisposición de orientar al usuario.	3	3	3	-

VARIABLE/categoría: SATISFACCIÓN DEL POBLADOR

Primera dimensión / subcategoría: ATENCION

Objetivos de la dimensión: Evaluación para dirigir los recursos mentales sobre algunos aspectos del medio cumpliendo con los pobladores.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Eficiencia del personal	El tiempo de espera para ser atendido es el adecuado	3	3	3	-
Eficiencia del personal	Su atención se realizó respetando la programación y el orden de llegada.	3	3	3	-
Eficacia en el proceso de atención	El servicio de corte de cabello, proporcionado es el que usted esperaba como usuario	3	3	3	



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Primera dimensión / subcategoría: **SERVICIO**

Objetivos de la dimensión: Prestación que satisface alguna necesidad humana y que no consiste en la producción de bienes materiales.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Actitud del personal en el proceso de atención	Fue atendido sin diferencia alguna en relación a otras personas	3	3	3	-
Actitud del personal en el proceso de atención	El personal de la entidad brinda un servicio amable y cortés.	3	3	3	-
Celeridad en el proceso de atención	La entidad cuenta con un horario flexible que permite una atención adecuada.	3	3	3	-

Primera dimensión / subcategoría: **EMOCIONAL**

Objetivos de la dimensión: Cumplir adecuadamente con el servicio brindado.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Satisfacción emocional	El servicio recibido de la entidad ha superado sus expectativas	3	3	3	-
Expectativa del proceso de atención	En general, está satisfecho con el servicio	3	3	3	-

Observaciones (precisar si hay suficiencia): El instrumento es aplicable.

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

Apellidos y nombres del juez evaluador: Dr. Bullón Solís, Omar

Especialidad del evaluador: Licenciado en Administración y Maestro en Gestión Pública.


Dr. Omar Bullón Solís
Firma del evaluador
CLAD N° 14622

24 de febrero de 2024

Anexo 5. Juicio de expertos

Los expertos que validaron el instrumento fueron:

- | | |
|-----------|---|
| Experto 1 | Nombre: Dr. Ambrocio Teodoro Esteves Pairazaman
Área formación académica: Organizacional |
| Experto 2 | Nombre: Mg. Víctor Raúl Atoccsa Apcho
Área formación académica: Organizacional |
| Experto 3 | Nombre: Dr. Omar Bullón Solís
Área formación académica: Organizacional |

Anexo 6. Tabla de resultados

Nivel de Calidad de servicio y sus dimensiones

Tabla 1

Calidad de servicio

Calidad de servicio	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Baja calidad de servicio	0	0,0	0,0
Calidad medio de servicio	57	100,0	100,0
Alta calidad de servicio	0	0,0	
Total	57	100%	

Tabla 2

Elementos tangibles

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Baja calidad de elementos tangibles	3	5,3	5,3
Calidad medio de elementos tangibles	20	35,1	40,4
Alta calidad de elementos tangibles	34	59,6	100,0
Total	57	100,0	

Tabla 3

Confiabilidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo nivel de confiabilidad	0	0,0	0,0
Nivel medio de confiabilidad	9	15,8	15,8
Alto nivel de confiabilidad	48	84,2	100,0
Total	57	100,0	

Tabla 4*Capacidad de respuesta*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Baja capacidad de respuesta	0	0,0	0,0
Nivel medio de capacidad de respuesta	9	15,8	15,8
Alta capacidad de respuesta	48	84,2	100,0
Total	57	100,0	

Tabla 5*Seguridad*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo nivel de seguridad	0	0,0	0,0
Nivel medio de seguridad	13	22,8	22,8
Alto nivel de seguridad	44	77,2	100,0
Total	57	100,0	

Tabla 6*Empatía*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo nivel de empatía	0	0,0	0,0
Nivel medio de empatía	3	5,3	5,3
Alto nivel de empatía	54	94,7	100,0
Total	57	100,0	

Nivel de satisfacción del poblador y sus dimensiones

Tabla 7

Satisfacción del poblador

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo nivel de satisfacción del poblador	0	0,0	0,0
Nivel medio de satisfacción del poblador	3	5,3	5,3
Alto nivel de satisfacción del poblador	54	94,7	100,0
Total	57	100,0	

Tabla 8

Atención

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo nivel de atención	20	35,1	35,1
Nivel medio de atención	8	14,0	49,1
Alto nivel de atención	29	50,9	100,0
Total	57	100,0	

Tabla 9

Servicio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo nivel de servicio	0	0,0	0,0
Nivel medio de servicio	6	10,5	10,5
Alto nivel de servicio	51	89,5	100,0
Total	57	100,0	

Tabla 10*Emocional*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo nivel emocional	0	0,0	0,0
Nivel medio emocional	2	3,5	3,5
Alto nivel emocional	55	96,5	100,0
Total	57	100,0	

Prueba de normalidad**Tabla 11**

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Calidad de servicio	,142	57	,006
Elementos tangibles	,173	57	,000
Confiabilidad	,196	57	,000
Capacidad de respuesta	,221	57	,000
Seguridad	,185	57	,000
Empatía	,230	57	,000
Satisfacción del poblador	,112	57	,072
Atención	,144	57	,005
Servicio	,176	57	,000
Emocional	,291	57	,000

Tabla 12*Escala del coeficiente de correlación de Spearman*

Valor	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0,9 a -0,99	Correlación negativa muy alta
-0,7 a -0,89	Correlación negativa alta
-0,4 a -0,69	Correlación negativa moderada

-0,2 a -0,39	Correlación negativa baja
-0,01 a -0,19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0,01 a 0,19	Correlación positiva muy baja
0,2 a 0,39	Correlación positiva baja
0,4 a 0,69	Correlación positiva moderada
0,7 a 0,89	Correlación positiva alta
0,9 a 0,99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Nota: Tomado de Hernández et al., 2014

Tabla 13

Correlación entre la variable calidad de servicio y la variable satisfacción del poblador

		Calidad de servicio	Satisfacción del poblador
Rho de Spearman	Calidad de servicio	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,613**
		N	57
	Satisfacción del poblador	Coefficiente de correlación	,613**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	57

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

Tabla 14

Correlación entre la dimensión elementos tangibles y la variable satisfacción del poblador

		Elementos tangibles	Satisfacción del poblador
Rho de Spearman	Elementos tangibles	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,386**
		N	57
	Satisfacción del poblador	Coefficiente de correlación	,386**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	57

	N	57	57
--	---	----	----

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

Tabla 15

Correlación entre la dimensión confiabilidad y la variable satisfacción del poblador

			Confiabilidad	Satisfacción del poblador
Rho de Spearman	Confiabilidad	Coeficiente de correlación	1,000	,503**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	57	57
	Satisfacción del poblador	Coeficiente de correlación	,503**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	57	57

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

Tabla 16

Correlación entre la dimensión capacidad de respuesta y la variable satisfacción del poblador

			Capacidad de respuesta	Satisfacción del poblador
Rho de Spearman	Capacidad de respuesta	Coeficiente de correlación	1,000	,662**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	57	57
	Satisfacción del poblador	Coeficiente de correlación	,662**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	57	57

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

Tabla 17*Correlación entre la dimensión seguridad y la variable satisfacción del poblador*

			Seguridad	Satisfacción del poblador
Rho de Spearman	Seguridad	Coeficiente de correlación	1,000	,506**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	57	57
	Satisfacción del poblador	Coeficiente de correlación	,506**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	57	57

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

Tabla 18*Correlación entre la dimensión empatía y la variable satisfacción del poblador*

			Empatía	Satisfacción del poblador
Rho de Spearman	Empatía	Coeficiente de correlación	1,000	,520**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	57	57
	Satisfacción del poblador	Coeficiente de correlación	,520**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	57	57

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

Tabla 19*Correlación entre la dimensión atención y la variable calidad de servicio*

			Calidad de servicio	Atención
Rho de Spearman	Calidad de servicio	Coeficiente de correlación	1,000	,596**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	57	57
	Atención	Coeficiente de correlación	,596**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	57	57

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

Tabla 20*Correlación entre la dimensión servicio y la variable calidad de servicio*

			Calidad de servicio	Servicio
Rho de Spearman	Calidad de servicio	Coeficiente de correlación	1,000	,349**
		Sig. (bilateral)	.	,008
		N	57	57
	Servicio	Coeficiente de correlación	,349**	1,000
		Sig. (bilateral)	,008	.
		N	57	57

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

Tabla 21*Correlación entre la dimensión emocional y la variable calidad de servicio*

			Calidad de servicio	Emocional
Rho de Spearman	Calidad de servicio	Coeficiente de correlación	1,000	,513**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	57	57

Emocional	Coeficiente de correlación	,513**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	57	57

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