



Calidad de servicio según percepción de los usuarios de la empresa de servicios postales del Perú S.A. sede central, Los Olivos. 2018

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:
Maestro en gestión pública**

AUTOR:

Br. Luis David Mayhuay Robles

ASESOR:

Mg. Santiago A. Gallarday Morales

SECCIÓN:

Gestión Pública

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Calidad

LIMA - PERÚ

2019



DICTAMEN DE LA SUSTENTACIÓN DE TESIS

EL / LA BACHILLER (ES): MAYHUAY ROBLES, LUIS DAVID

Para obtener el Grado Académico de *Maestro en Gestión Pública*, ha sustentado la tesis titulada:

CALIDAD DE SERVICIO SEGÚN PERCEPCIÓN DE LOS USUARIOS DE LA EMPRESA DE SERVICIOS POSTALES DEL PERÚ S.A. SEDE CENTRAL. LOS OLIVOS. 2018

Fecha: 28 de enero de 2019

Hora: 6:15 p.m.

JURADOS:

PRESIDENTE: Dr. Yolvi Ocaña Fernandez

Firma:

SECRETARIO: Dra. Karen Del Pilar Zevallos Delgado

Firma:

VOCAL: Mg. Santiago Gallarday Morales

Firma:

El Jurado evaluador emitió el dictamen de:

APROBADO POR MAYORIA

Habiendo encontrado las siguientes observaciones en la defensa de la tesis:

.....
.....
.....
.....

Recomendaciones sobre el documento de la tesis:

- Aplicar Apa
.....
.....
.....

Nota: El tesista tiene un plazo máximo de seis meses, contabilizados desde el día siguiente a la sustentación, para presentar la tesis habiendo incorporado las recomendaciones formuladas por el jurado evaluador.

Dedicatoria

A mi familia que me brindó su apoyo permanente para hacer realidad mi trabajo de investigación

Agradecimiento

A mi familia, a la Universidad Cesar Vallejo por ser parte de ella, a mis maestros por su enseñanza, principalmente a mi asesor Mg. Santiago Gallarday Morales por su acompañamiento constante en la culminación de la investigación

Declaración de autenticidad

Yo, Luis David Mayhuay Robles, estudiante de la Escuela de Postgrado, Maestría en Gestión Pública, de la Universidad César Vallejo, declaro que el trabajo académico titulado: Calidad de servicio según percepción de los usuarios de la empresa de servicios postales del Perú S.A. sede central, Los Olivos. 2018, presentada en VII capítulos para la obtención del grado académico de Maestra en Gestión Pública, es de mi autoría.

Por tanto, declaro lo siguiente:

- He mencionado todas las fuentes empleadas en el presente trabajo de investigación, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes, de acuerdo con lo establecido por las normas de elaboración de trabajos académicos.
- No he utilizado ninguna fuente distinta de aquellas expresamente señaladas en este trabajo.
- Este trabajo de investigación no ha sido previamente presentado completa ni parcialmente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
- Soy consciente de que mi trabajo puede ser revisado electrónicamente en búsqueda de plagios.

De encontrar uso de material intelectual ajeno sin el debido reconocimiento de su fuente o autor, me someto a las sanciones que determinen el procedimiento disciplinario.

Lima, enero del 2019



Br. Luis David Mayhuay Robles

DNI 09635704

Presentación

A los Señores Miembros del Jurado de la Escuela de Post Grado de la Universidad César Vallejo - Filial Los Olivos, presento la Tesis titulada: Calidad de servicio según percepción de los usuarios de la empresa de servicios postales del Perú S.A. sede central, Los Olivos. 2018, en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo para optar el grado de Maestro en Gestión Pública.

El presente estudio está estructurado en siete capítulos. En el primero se expone la realidad problemática del tema de investigación, la fundamentación de la variable gestión educativa y sus dimensiones, la justificación, el planeamiento del problema y sus objetivos. En el segundo capítulo se presenta la variable de estudio, la operacionalización, la metodología utilizada, el tipo de estudio, el diseño de investigación, la población, la muestra, la técnica e instrumento de recolección de datos, el método de análisis utilizado y los aspectos éticos. En el tercer capítulo se expone los resultados descriptivos y el cuarto capítulo está dedicado a la discusión de resultados. El quinto capítulo refrenda las conclusiones de la investigación, en el sexto se fundamentan las recomendaciones y en el séptimo capítulo se enuncian las reseñas bibliográficas. Finalmente se presentan los Anexos que dan consistencia a los enunciados en los capítulos anteriormente enunciados.

Por lo expuesto Señores Miembros del Jurado, recibiré con beneplácito vuestros aportes y sugerencias, a la vez deseo sirva de aporte a quien desea continuar con la investigación de la calidad de servicio.

Atentamente,

El autor

Índice de contenidos

	Página
Página del jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Presentación	vi
Índice	vii
Índice de tablas	ix
Índice de figuras	x
Resumen	xi
Abstract	xii
I Introducción	13
1.1. Realidad problemática	14
1.2. Trabajos previos	15
1.3. Teorías relacionadas al tema	17
1.4. Formulación del problema	24
1.5. Justificación del estudio	25
1.6. Hipótesis	26
1.7. Objetivos	26
II Método	28
2.1. Diseño de investigación	29
2.2. Variable, operacionalización	30
2.3. Población y muestra	31
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y	32

confiabilidad	
2.5. Método de análisis de datos	35
2.6. Aspectos éticos	35
III Resultados	36
IV Discusión	44
V Conclusiones	48
VI Recomendaciones	50
VII Referencias	52
Anexos	56
Anexo A. Matriz de consistencia	
Anexo B. Instrumentos	
Anexo C. Fiabilidad	
Anexo D. Validación	
Anexo E. Base de datos	
Anexo F. Artículo científico	

Índice de tablas

	Página	
Tabla 1	Operacionalización de la variable satisfacción del usuario	31
Tabla 2	Ficha técnica de la Variable	33
Tabla 3	Validación de expertos	34
Tabla 4	Niveles de confiabilidad	34
Tabla 5	Fiabilidad	35
Tabla 6	Niveles de la dimensión Fiabilidad	37
Tabla 7	Niveles de la dimensión capacidad de respuesta	38
Tabla 8	Niveles de la dimensión seguridad	39
Tabla 9	Niveles de la dimensión Empatía	40
Tabla 10	Niveles de la dimensión aspectos tangibles	41
Tabla 11	Operacionalización de porcentajes de las 5 dimensiones evaluadas en la calidad del servicio	42

Índice de figuras

	Página
Figura 1 Distribución porcentual de usuarios según su apreciación sobre la calidad del servicio en su dimensión fiabilidad	37
Figura 2 Distribución porcentual de usuarios según su apreciación sobre la calidad del servicio en su dimensión capacidad de respuesta	38
Figura 3 distribución porcentual de usuarios según su apreciación sobre la calidad del servicio en la dimensión seguridad	39
Figura 4 Distribución porcentual de usuarios según su apreciación sobre la calidad del servicio en su dimensión empatía	40
Figura 5 Distribución porcentual de usuarios según su apreciación sobre la calidad del servicio en su dimensión aspectos tangibles	41
Figura 6 Distribución porcentual por dimensiones, respecto a la calidad del servicio	42
Figura 7 Distribución porcentual por cada ítem que conformó el cuestionario de calidad de servicios	43

Resumen

La presente investigación estudió la variable motivación laboral. Tuvo como objetivo general determinar la Calidad de servicio según percepción de los usuarios de la empresa de servicios postales del Perú S.A. sede central, Los Olivos. 2018.

La investigación realizada fue de enfoque cuantitativo, tipo básico de nivel descriptivo, diseño no experimental y de corte transversal. La población a la que se le encuestó a modo de censo estuvo conformada por 75 usuarios. La recolección de datos se llevó a cabo con la técnica de la encuesta y el instrumento fue un cuestionario, se levantó información sobre la variable en estudio, el instrumento de recolección de datos fue validado por juicio de expertos con un resultado de aplicabilidad, la confiabilidad se determinó mediante el coeficiente Alfa Cronbach cuyo valor fue 0,945 para expectativa y 0,967 para la percepción para la variable en estudio.

De acuerdo con los resultados estadísticos que se obtuvieron en relación al objetivo general, correspondientes al resumen total de dimensiones se puede apreciar un alto nivel de satisfacción, con un 67.8 % han expresado su satisfacción por el servicio recibido, y solo un 32.2 % expresan no encontrarse satisfechos con algunos elementos del servicio, asimismo se puede apreciar que las dimensiones calidad de respuesta y aspectos tangibles han alcanzado un mayor nivel de insatisfacción con 33.33 % y 38.67 % respectivamente, de lo cual se puede inferir que el nivel de percepción de los usuarios ha cubierto sus expectativas, esto nos indicaría que los usuarios se sienten seguros y satisfechos en los trámites realizados, es por ello que se presenta un índice alto en los resultados, con lo cual se demuestran que hay calidad del servicio.

Palabras claves: Calidad de servicio

Abstract

The present investigation studied the labor motivation variable. Its general objective was to determine the quality of service of the postal services company of Peru S.A. headquarters, Los Olivos. 2018

The research carried out was of a quantitative approach, basic type of descriptive level, non-experimental and cross-sectional design. The population that was surveyed as a census was made up of 75 users . The data collection was carried out with the survey technique and the instrument was a questionnaire, information was collected on the variable under study, the data collection instrument was validated by expert judgment with a result of applicability, the reliability was determined by the Alfa Cronbach coefficient whose value was 0, 945 for expectation and 0,967 for the perception for the variable under study.

According to the statistical results obtained in relation to the general objective, corresponding to the total summary of dimensions, a high level of satisfaction can be appreciated, with 67.8% have expressed their satisfaction with the service received, and only 32.2% express no be satisfied with some elements of the service, it can also be seen that the dimensions of response quality and tangible aspects have reached a higher level of dissatisfaction with 33.33% and 38.67% respectively, from which it can be inferred that the level of perception of users has covered their expectations, this would indicate that users feel safe and satisfied in the procedures performed, that is why a high index is presented in the results, which shows that there is quality of service.

Keywords: Quality of service

I. Introducción

1.1. Realidad problemática

La calidad en el servicio en estos tiempos es un aspecto primordial en todo ámbito de la vida, más aun sabiendo que el incremento de la población no siempre ha sido acompañado de las mejoras en la producción de bienes y servicio, situación que ha llevado también a discutirse si es mejor ser atendido por un servidor privado o por el estado mismo como entidad pública.

En el caso de la investigación que abordamos justamente corresponde a determinar la Calidad de servicio según percepción de los usuarios de la empresa de servicios postales del Perú S.A. sede central, Los Olivos, en el año 2018, esto a raíz de observar en los usuarios comportamientos diferentes, que iban desde una sonrisa de agradecimiento hasta actitudes de incomodidad muy expresivas y hasta actitudes de descontrol por no haber sido atendido como el cliente solicita.

Estos hechos nos motivaron a preguntarnos cuales son las razones de tales comportamientos, que es lo que les molesta o disgusta a las personas de la atención que brindamos día a día, con la finalidad primeramente de salir de las especulaciones sobre cómo ven los usuarios el servicio que se brinda y por otro lado, conociendo las razones de sus actitudes poder profundizar en el conocimiento de la temática y a partir de allí buscar teóricamente soluciones que ayuden a superar las dificultades identificadas en el centro de servicios.

Por otro lado si bien los servicios son brindados por el personal directamente de la empresa, no siempre las deficiencias en el servicio dependen directamente de la empresa, sin embargo siempre se está buscando servir de la mejor manera al usuario, en ese sentido es que buscamos conocer de mejor manera como se manifiesta la variable calidad de servicio y cuáles son las variantes que pueden hacer alterar la regularidad del servicio

1.2. Trabajos previos

1.2.1. Antecedentes internacionales

Roa (2015) investigación *Opinión de los Usuarios externos sobre la calidad de servicios que brinda el laboratorio clínico del Centro de Salud Sócrates Flores Vivas*, con el propósito de valorar el dictamen de los clientes cutáneos acerca de las condiciones de la prestación que otorga el Laboratorio Clínico del Centro de Salud Sócrates Flores Vivas. Cuantitativa diseño no experimental descriptivo. Muestra fue de 382 usuarios cutáneos que practicaron el uso del Laboratorio, utilizado el cuestionario con 22 ítems. Llegó a la conclusión con que el 92% de consumación de las posibilidades los clientes se encontrarían completamente contentos 74% lo que se reflexiona mesuradamente contento. Los resultados llegan a la conclusión que se tiene que realizar mejoramiento en las condiciones de la prestación de Laboratorio Clínico.

Álvarez, (2012) investigación *Satisfacción de los clientes y usuarios con el servicio ofrecido en redes de mercados gubernamentales*” estudio descriptivo correlacional valorativa, cuantitativo no experimental, población 2950, muestreo de probabilidad estratificado formado por 839 clientes, se adaptaron tecnologías de advertencia y cuestionarios estructurados, escala CALSUPER que es una aclimatación de SERVQUAL, mostrándose que las apreciaciones de los usuarios son mínimas que las perspectivas en un 25.4%, pudiendo estimar las consecuencias negativas de la defectuosa condición de prestación que se concede.

Martínez & Diaz (2016) investigación *La satisfacción del usuario como indicador de calidad en el servicio municipal de deportes, Murcia, España*. Objetivo constituir el nivel de complacencia del usuario a razón de la ocupación y asistencias deportivas municipales del Ayuntamiento de Cartagena. Enfoque cuantitativo, descriptivo comparativo. La población 552 clientes y respecto al año 2015 de 677 clientes. El muestreo suministrado fue el de probabilidades y la herramienta a la que se recurrió fue el cuestionario. Donde se llegó a las siguientes conclusiones: (a) la validez percibida de complacencia por los clientes de la instauración deportiva del

Ayuntamiento de Cartagena es elevadas. Estimándose algunas disimilitudes del cliente perteneciente al año 1991 en relación al 2015 en la manera de notar que es mejor y (b) en las disimilitudes por condición, las mujeres estimaron más alto los servicios de deporte analizados, sobre todo las que tienen edad superior a 65 años y en cuanto a cambiante edad y ocupación muestran un índice elevado de complacencia.

1.2.2. Antecedentes nacionales

Alvarado (2015) en su investigación: *Percepción de la calidad del servicio en la municipalidad de la Perla Callao, 2015*, propósito decretar la nivelación de la condición de prestaciones en la Municipalidad de la Perla Callao 2015, estudio descriptivo simple, la metodología empleada fue descriptiva, población 800 habitantes, muestreo a 80 usuarios, se empleó el SERVQUAL. De las consecuencias se puede demostrar que la nivelación de la apreciación de la condición de prestación en la correlación de confianza el 65% confesó de la misma manera estar entusiasmada, en cuando a la nivelación de confianza el 65% de los clientes exteriorizó así mismo estar complacido y en cuanto a la nivelación de obligación el 65% de la misma forma señaló descubrirse contento, con lo que se llega a la conclusión que a razón de la apreciación de la condición de la prestación el 20% de los habitantes sondeados exteriorizó estar descontento y el 80% están contento en cuanto a la condición de la prestación otorgada.

Higa (2014) investigación: *Percepción de la calidad del servicio de los usuarios de la agencia RENIEC Huaral, 2014*, propósito decretar la nivelación de condición de prestaciones a partir de la perspectiva de los usuarios de la Agencia RENIEC Huaral, 2014, su diseño no experimental, correlacional, cuantitativa. Muestreo de 50 asistentes que acudieron a la agencia RENIEC Huaral, la herramienta de medición fue un cuestionario y se empleó en la escala SERVQUAL graduada a escala de Likert, también se alcanzaron como resultados que el 88% del muestreo estudiado nota una apropiada condición de prestación y un 74% nota que los agentes palpables asimismo son los apropiados. Un 86% notó que el personal tiene capacidades para ejecutar prestaciones prometidas de manera confiable y

meticulosa, un 92% notaron la afable colocación e intención del personal para proveer a los asistentes de una prestación ágil, un 88% de los asistentes notó que los entendimientos, interés y capacidades aconsejan seguridad, y que también hay un interés individualizado concluyendo que la prestación es la adecuada.

Arrué (2014) en su investigación: *Análisis de la calidad del servicio de atención en la oficina desconcentrada de OSIPTEL Loreto desde la percepción del usuario período junio a setiembre de 2014*, propósito analizar la condición de prestación a partir de la perspectiva del usuario, emprendió un estudio no experimental descriptivo de diseño transversal, cuantitativo; para la acumulación de información utilizó un cuestionario y como herramienta una encuesta de interrogantes tipo Likert, muestra aleatoria simple de 196 clientes que asistieron a la oficina de OSIPTEL de Loreto mientras esta el tiempo de junio a septiembre 2014, los mismos que fueron basados a todos los clientes interrogados, concluyendo que estos notaron una moderada (normal) nivelación de satisfacción (62%) en relación a la prestación percibida en todo el procedimiento en la oficina desconcentrada de OSIPTEL Loreto, notaron en 38% el descontento.

1.3. Teorías relacionadas a la calidad de servicio

1.3.1. Definición de la Calidad del servicio.

Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985) para los cuales la condición de servir, asimismo de ser un conducto referente que vale ser dificultoso de calcular, es el producto de la confrontación de las expectativas o aspiraciones del usuario delante a un abastecedor y sus apreciaciones con relación a la prestación recibida; por la cual es la labor y obligación de todos los organismos que constituyen la gestión pública implicare e involucrarse es felicitar un cuidado personalizado y de condición, así como de forma global, eficiente y a su vez con translucidez, dado que la condición de la prestación es aquella que complace los requerimientos de los clientes, argumentos por el cual el cliente de la prestación es quien debe notarse tal que una porción significativa ante la organización, para obtener de esta manera una concordia por medio de las posibilidades que aguardan, en la apreciación que ellos

tienen de la entidad, dado que con la condición rebusca la eminencia en la entidades.

Vargas y Aldana (2011) precisaron a la calidad de servicio como: “La agrupación de tareas esquematizadas para edificar procedimientos que transporten a acrecentar la complacencia de requerimientos, anhelos y posibilidades de aquel que lo necesita” (p. 84); nos quiere decir que la condición de prestación que se brinde por parte del prestador, tiene que contestar al boceto concebido por la entidad para así abastecer una contestación apropiada a las necesidades de los clientes, rebuscando la personalización de cada servicio basado en la particularización del cliente, dado que cuando un cliente realiza la valoración de una prestación ya que realmente se está realizando es un cálculo de la ocupación en la entidad.

Acorde señalaron Lewis and Boom (1983) citado por Álvarez (2012), la condición del servicio se configura como: “signo de medición de que a su vez la nivelación de prestación representa el alcance de la expectativa del usuario referente a un principio resistente” (p. 26); por lo que sería un hecho que se realiza en provecho del usuario, al contestar a sus disposiciones y requerimientos de la entidad está mostrando disposición en reconocer y revelar sus anhelos, sólo así se alcanzará su completa complacencia.

Respecto de la calidad del servicio Vargas y Aldana (2014), relataron que responsabiliza en poseer en cuentecilla que el secreto para alcanzar la condición en la prestación compromete garantizar esmero a los procedimientos, con su pensamiento con su afirmación y resguardo. Justamente se podría alcanzar que se complazca a los clientes, no solamente en los requerimientos, sino también en sus anhelos y deseo.

Por otro lado tenemos que: Prieto (2014) a razón a la calidad del servicio asimismo no relata que la causa de ser de vuestra organización es el cliente, y para el reuniremos impulsos en la asistencia de servicios inmejorables, a través de una correlación interpersonal victoriosa. Todos los trabajadores de la organización son delegado y reflector al cliente de su labor, que proyecta en él su temperamento, su

naturaleza, producía deplorar en el compartimiento, ya que con la condición de la prestación producirá que el cliente se siente a finura porque le otorga entendimiento, basado en el entendimiento de las prestaciones que otorga.

Dimensiones de la calidad de servicio

Primera dimensión: Fiabilidad

Según Parasuraman, Zeithaml y Berry (1993, p. 29) la fiabilidad viene a ser “La habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa”,

Según la Agencia de Desarrollo Local y AMICS. (2014). certificado de calidad ISO 9001, Policía Local de Castellón. La Fiabilidad viene a ser “La capacidad para realizar la prestación prometida de manera confiable y metódica”. Por otro lado es la capacidad para ejecutar la prestación congruente de manera confiable y metódica: puntería y requerimiento; alejamiento de equivocaciones. Esta característica se fundamenta en la apreciación del cliente sobre la habilidad de ejecutar la prestación acordada en la manera y tiempo determinado. La confiabilidad simboliza la habilidad de organizar y de requerimientos para realizar la prestación de manera eficaz y sin desperfectos que impidan o deterioren. Para complacer este principio son requeridos procedimientos experimentados e individual calificado para realizarlos, Cuando la confiabilidad es desestimada, existen peligros dificultosos de pérdida de credulidad de los usuarios (incluso la desorientación del usuario) y altos importes de reparación.

Por otro lado para Sierra et al. (2016) la confianza radica en la propiedad de otorgar la prestación de manera precisa. A su vez compromete la capacidad de la entidad para la realización de la prestación futura de forma perseverante y apropiada. (p. 168).

Desde el punto de vista de Farfán (2007) (como se citó en Díaz, 2017 el propósito es el proceso que radica en producir un artículo que no tenga fallas y si fueran peligros estos sean minúsculos. A su vez, mencionado resultado esta direccionado fundamentalmente al espacio empresarial y está asistente desde el

principio hasta la terminación de la respuesta. En conclusión, se le determina a un artículo o prestación confiable en el momento en que esté en condición, lo que incurre a estar en los términos de diferenciación en toda su existencia científica (p. 11) 32 A su vez, fueron examinados como señales en la magnitud confiabilidad en el molde de operacionalización de la variante: Precisión, garantía, prevención, condición de prestación recibida, exclusión de fallos en la prestación e inclinación por resolver las problemáticas del usuario, cuyas señales direccionaron para manifestar la interrogación del cuestionario y confrontar la nivelación de apreciación de condición de prestación según género.

Segunda dimensión: Capacidad de respuesta

Respecto a la capacidad de respuesta Parasuraman, Zeithaml y Berry (1993, p. 29), sostuvieron que es “la distribución de auxiliar a los usuarios y suministrarlos de una prestación rápida”.

Según la Agencia de Desarrollo Local y AMICS. (2014). certificado de calidad ISO 9001, Policía Local de Castellón, la capacidad de respuesta es la distribución para facilitar una prestación rápida: velocidad, precisión, pertinencia. No conviene con poseer formas para brindar un servicio, sino que debe ser contingente adelantando cuando la petición el cliente. La prestación diferida no permite proponerse en mayor parte de las tareas asequibles y comunitarias de hoy en día. La habilidad de contestación responde a la rapidez en concebir de la petición y en la celeridad y/o exactitud de su satisfacción.

Sierra et al. (2016) indicó que: “Radica en secundar a los usuarios ofreciéndoles una prestación rápida para entusiasmar sus requerimientos de manera eficaz y veloz”. (p. 168)

Rufin y Medina (2012), “es al distribución e intención para auxiliar a los favorecidos y otorgar una prestación rápida” (p. 103).

En este entorno, las señales de la magnitud de contestación que valieron de orientación para confeccionar el interrogatorio son: periodo de contestación, periodo de adjudicación, exactitud y conveniencia, que accedió equiparar la nivelación de apreciación de calidad que poseen los clientes según su género de la prestación de autorización de funcionamiento de la Municipalidad Metropolitana de Lima.

Tercera dimensión: Seguridad

Parasuraman, Zeithaml y Berry (1993) relata que la certeza está correlacionada con los “entendimientos, interés y capacidades exhibidas por los trabajadores, y que inculcan credibilidad y seguridad”, en conjunto con la sanidad y limpieza gremial, intenta la aplicación de dimensiones y el crecimiento de las tareas requeridas para la previsión de peligros correlacionadas con la faena.

La seguridad para la Agencia de Desarrollo Local y AMICS. (2014). certificado de calidad ISO 9001, Policía Local de Castellón viene a ser el entendimiento e interés exhibido por los trabajadores y sus capacidades para aconsejar seguridad y credulidad. El cliente de una prestación necesaria de una credulidad en la apreciación de la prestación, que le motive la serenidad de estar produciendo lo apropiado con la Entidad o Área Organizativa adecuada. La ocupacionalita de los trabajadores con el cliente es un principio de credulidad, mostrando una capacidad y habilidad en el crecimiento de la prestación acordada. Para desarrollar esta característica de condición, se debe descartar cualquiera de las sombras de desconfianza acerca del procedimiento y sus productos. Esta magnitud asocia a los posteriores principios: Profesionalidad: O rivalidad tecnología. Tenencia de las habilidades necesarias y entendimiento de la realización de la prestación. Cortesía: Interés, atención, consideración y cordialidad de los trabajadores de contacto con el usuario. Credibilidad: Credulidad, convicción, honradez en la prestación que se otorga. Seguridad: Inexistencia de amenazas, inseguridad o desconfianza.

Bravo (2011) determinó que la seguridad “se relata al abuso de entendimiento que declara el trabajador en cuanto a la prestación que otorga al usuario

produciendo en él seguridad, credulidad y confianza que esté recomendado en sus intercambios y tareas que hace uso en la prestación”.

Sierra et al. (2016) mantuvieron que confianza es el interés y entendimiento que tienen los cooperadores para infundir seguridad y credulidad en los clientes. A su vez se le llama a la capacidad que acumula a otras habilidades como la afabilidad, profesionalismo, credulidad y certeza.

Cuarta dimensión: Empatía

La empatía según Parasuraman, Zeithaml y Berry (1993, p. 29) es el “interés individualizado que brindan las organizaciones a sus clientes”. En relación podemos observar que los autores determinan que la empatía dentro de una entidad que brinda la prestación no es más que el interés propio que se le facilita a los usuarios. A su vez se expresa a través de la atención que posea la entidad para sus usuarios, por lo general contemplar todo desde la posición en que se aprecia las situaciones del cliente ya que es una objetividad extraña que está experimentando con el propósito de entender el sentir del usuario.

La empatía desde el planteamiento de la Agencia de Desarrollo Local y AMICS. (2014). Certificado de calidad ISO 9001, Policía Local de Castellón, es el Interés personalizado que se brinda a los usuarios. Una prestación es, en definitiva, una correlación entre individuos y las condiciones se fundamenta no solo en el protocolo profesional, sino en comprender y solucionar los requerimientos por las que el usuario “cumple” señalado como prestación. En este conocimiento, es requerido perseverar advertidos al cliente de una prestación a lo largo de todo el procedimiento con datos sobresaliente para el mismo. Esta dimensión asocia diferentes principios: Accesibilidad: Prestación alcanzable y sencillo de contactar. Comunicación: Sostener a los usuarios advertidos usando un idioma que puedan comprender, justamente como oírlos y habilidad para demostrar lo acontecido. Entendimiento del usuario: Producir el ahínco de reconocer a los usuarios y sus requerimientos. (p. 18)

Bravo (2011, p.35), “es colocarse en el sitio de otro. La entidad se coloca en el sitio del cliente. Las entidades tienen que prometer a sus usuarios un interés personalizado, es decir un interés personalizado a cada uno”.

Sierra et al. (2016) señalaron: Que la empatía es la declaración o demostración de tendencia en el interés, de manera particular, que otorgan las entidades u organizaciones a sus usuarios. En otra terminación, es la asociación de las magnitudes previas; correspondencia, alcanzable y entendimiento del cliente (p. 168).

Actualmente bien, la dimensión empatía asocia a los subsiguientes hitos:

Individualización de la prestación, afirmativo con el usuario, habilidad de correspondencia y ductilidad, para que en la ejecución del interrogatorio se equipare la nivelación de apreciación de condición que poseen los clientes según género de la prestación de autorización de funcionamiento en la Municipalidad Metropolitana de Lima.

Quinta dimensión: Elementos tangibles

Parasuraman, Zeithaml y Berry (1993) determinaron los agentes concretos como: “el aspecto de las instauraciones materiales, el conjunto, el empleado y los instrumentos de correspondencia que puedan conducir a una prestación”.

Los elementos tangibles según la Agencia de Desarrollo Local y AMICS. (2014). certificado de calidad ISO 9001, Policía Local de Castellón, están relacionados a la apariencia de los montajes somáticas, conjunto, empleado y palpable que se interpone o empleado en el servicio. Son la fracción evidente de la prestación y del procedimiento conveniente y lo constituyen el aspecto de las construcciones presenciales, los conjuntos, el empleado, la información y otros palpables de notificación. Podría ser concluyentes en la representación en la imagen advertida por el cliente de la prestación y en la concepción de incoherencias entre las expectativas ocasionadas por la correspondencia al cliente de la prestación prometida, con la existencia del mismo por parte del cliente.

Para Sierra, Orta y Moreno (2016, p.168), los agentes palpables representan las particularidades mecánicas del quien suministra el artículo, como también sería, los conjuntos, construcciones, el empleado y otros agentes con lo que el usuario se halla en correlación al acordar la prestación.

Por ende, se examinó como señales en la magnitud componentes palpables en el molde de operación la variante. Las construcciones, condición de conjuntos, aspecto del trabajador, aseo y ordenamiento, porque en principio a estas señales se manifiesta las interrogantes que accedieron equiparar la nivelación de la apreciación de condición de la prestación según género.

1.4. Formulación del problema

Problema General

¿Cuál es el nivel de calidad de servicio según percepción de los usuarios de la empresa de servicios postales del Perú S.A. sede central, Los Olivos. 2018?

Problemas Específicos

Problema específico 1.

¿Cuál es el nivel de calidad de servicio según percepción de los usuarios , respecto a la dimensión fiabilidad, de la empresa de servicios postales del Perú S.A. sede central, Los Olivos. 2018?

Problema específico 2

¿Cuál es el nivel de calidad de servicio según percepción de los usuarios , respecto a la dimensión capacidad de respuesta, de la empresa de servicios postales del Perú S.A. sede central, Los Olivos. 2018?

Problema específico 3.

¿Cuál es el nivel de calidad de servicio según percepción de los usuarios , respecto a la dimensión seguridad, de la empresa de servicios postales del Perú S.A. sede central, Los Olivos. 2018?

Problema específico 4.

¿Cuál es el nivel de calidad de servicio según percepción de los usuarios , respecto a la dimensión empatía, de la empresa de servicios postales del Perú S.A. sede central, Los Olivos. 2018?

Problema específico 5.

¿Cuál es el nivel de calidad de servicio según percepción de los usuarios , respecto a la dimensión elementos tangibles, de la empresa de servicios postales del Perú S.A. sede central, Los Olivos. 2018?

1.5. Justificación del estudio

Justificación metodológica.

El actual estudio, se desarrolló tenue el encausamiento de cantidad, diseño no experimental representativo. De igual forma las herramientas que se emplearon en este estudio, yacer adecuados, establecidos y valorados por lo que han suministrados respuestas sinceras y congruentes con la tipología y diseño del estudio; la sencillez de su empleo y explicación los transformó en valorados y convenientes instrumentos para futuros estudios que respeten variantes correlacionadas como lo son la condición de prestación, complacencia de los clientes, entre otros.

Justificación práctica.

La aportación de este estudio es elemental, dado que admitirá a los empleados entender los desemejantes de la condición de prestación, tales como distinguir las magnitudes que la conforman y reconocer la correlación que posee cada una de aquellas con la cota de condición de prestación que se otorga en cada campo de empleo dentro del medio de tendencia. Los datos proporcionados por este estudio

dotado de información real, que permite ser utilizados en el progreso de un dictamen eficaz y proponer en cargo de aquel. Metodologías apropiadas para fomentar el progreso de una prestación de condición a la sociedad.

1.6. Hipótesis

Siendo la tesis descriptiva no consideramos pertinente el plantearnos hipótesis puesto que se proponen objetivos

1.7. Objetivos

Objetivo General

Determinar el nivel de calidad de servicio según percepción de los usuarios de la empresa de servicios postales del Perú S.A. sede central, Los Olivos. 2018

Objetivos Específicos

Objetivo específico 1

Determinar el nivel de calidad de servicio según percepción de los usuarios, respecto a la dimensión fiabilidad, de la empresa de servicios postales del Perú S.A. sede central, Los Olivos. 2018

Objetivo específico 2

Determinar el nivel de calidad de servicio según percepción de los usuarios, respecto a la dimensión capacidad de respuesta, de la empresa de servicios postales del Perú S.A. sede central, Los Olivos. 2018

Objetivo específico 3.

Determinar el nivel de calidad de servicio según percepción de los usuarios, respecto a la dimensión seguridad, de la empresa de servicios postales del Perú S.A. sede central, Los Olivos. 2018

Objetivo específico 4.

Determinar el nivel de calidad de servicio, respecto a la dimensión empatía según percepción de los usuarios, de la empresa de servicios postales del Perú S.A. sede central, Los Olivos. 2018

Objetivo específico 5.

Determinar el nivel de calidad de servicio según percepción de los usuarios, respecto a la dimensión elementos tangibles, de la empresa de servicios postales del Perú S.A. sede central, Los Olivos. 2018

II. Método

2.1. Diseño de investigación

Conveniente a las definiciones propuestas por Hernández, Fernández y Batista (2014) en el Método del estudio, el estudio es un grupo de procedimientos ordenados, articulista y experimental que se emplean al análisis de un prodigio. En tal dirección el diseño se alude al proyecto o táctica que se resuelve para lograr los datos que se necesita en un estudio.

Tipo de investigación básica

Por su lado Valderrama (2013) expresa: Es reconocida a su vez como estudio teórico, puro, o elemental. Está destinado a contribuir un organismo estructurado de entendimiento investigador y no producir requerida mente respuestas de provecho práctico contiguo. Se ocupa por reunir datos de la existencia para prosperar el entendimiento teórico-científico, guiado al hallazgo de iniciación y reglas.

Diseño de la investigación No experimental

El actual diseño de estudio es No Experimental, con corte transaccional o también llamado transversal, de acuerdo a las definiciones propuestas por Hernández, et al (2014), un estudio no experimental es contemplar prodigios conforme suceden en su entorno nativo, para luego estudiarlos. Se determina estudio no experimental transaccional o también llamado transversal dado que se recoge información en un instante determinado, un periodo singular. Su objetivo es explicar variantes y examinar su requerimiento y relación en un instante determinado.

Para Hernández, et al (2014), los diseños transaccionales de tipología descriptiva poseen como propósito investigar los requerimientos de las formas o cotas de una o más variantes en un poblamiento. El proceso no estriba en hallar en una o diferentes variantes a un conjunto de individuos u otros seres vivientes, objeto, situación, entorno, prodigio, comunidad y de esa manera facilitar su explicación

Nivel de investigación descriptiva

Al tener como propósito el medir el nivel de calidad, nos estamos enfocando a un estudio de nivel de investigación descriptiva basándonos en lo planteado por Hernández, et al (2014)

De acuerdo Vara (2008), los diseños de investigación de tipología descriptiva, generalmente son de metodología cuantitativa; pues estos diseños se usan para medir cuantitativamente la o las variables de una población determinada.

Enfoque cuantitativo

La presente es de enfoque cuantitativo, porque mediante el estudio vamos a medir y describir el nivel de calidad de la gestión educativa, y la recolección de los datos se realizará en un solo momento.

2.2. Variable, operacionalización

2.2.1. Variable : Calidad de servicio

Definición Conceptual de la calidad de servicio

Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985) para los cuales la condición de servir, asimismo de ser un conducto referente que vale ser dificultoso de calcular, es el producto de la confrontación de las expectativas o aspiraciones del usuario delante a un abastecedor y sus apreciaciones con relación a la prestación recibida; por la cual es la labor y obligación de todos los organismos que constituyen la gestión pública implicare e involucrarse es felicitar un cuidado personalizado y de condición, así como de forma global, eficiente y a su vez con translucidez, dado que la condición de la prestación es aquella que complace los requerimientos de los clientes, argumentos por el cual el cliente de la prestación es quien debe notarse tal que una porción significativa ante la organización, para obtener de esta manera una concordia por medio de las posibilidades que aguardan, en la apreciación que ellos tienen de la entidad, dado que con la condición rebusca la eminencia en la entidades.

2.2.2. Operacionalización de la variable calidad de servicio

Por su lado Valderrama (2009) determina la operación de la variable como: una lengua sencilla que se presenta por la busca de sus materias o fundamento que conforma aquella variante para demandar las magnitudes y señales que estos obran a través de la determinación ideal. (p. 30)

Tabla 1

Operacionalización de la variable calidad de servicio

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala y Valores	Niveles y Rango
Fiabilidad	Puntualidad	1,2		
	Compromiso	3,4,5		
Capacidad de respuesta	Puntualidad	6,7		
	Compromiso	8,9		
Seguridad	Precisión en el tiempo disposición	10,11	Nunca (1)	Satisfecho (69-110) Insatisfecho (22-68)
Empatía		12,13	Casi nunca (2)	
	Protocolo de atención Comprensión	14,15,16	A veces (3)	
17,18		Casi siempre(4) siempre (5)		
Elementos tangibles	Elementos físicos	19,20		
	Elementos materiales	21, 22		
	Elementos personales			

2.3. Población y muestra

El poblamiento para Arias (2006), es comprendido como: “un grupo limitado o ilimitado de componentes con particularidades habituales, para los que se encontraran extensivos las respuestas del estudio. Este queda limitado por la problemática y por los propósitos de la investigación” (p.81).

Muestra

La muestra estuvo conformada por 75 usuarios que reciben los servicios en la empresa de servicios postales del Perú S.A. sede central, Los Olivos. 2018.

Muestreo

No probabilístico intencionado según interés del investigador

Criterio de selección

Se encuestó a los usuarios mayores de 25 años de edad

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

Se empleó la táctica de la averiguación. A razón Carrasco (2014) refiere que, “El sondeo es una táctica para averiguación comunitaria por eminencia dado a su empleo, diversidad y facilidad e imparcialidad de la información que con aquella se logra” (p.314).

En un sondeo conformado en escala Likert. Se alude al recojo de datos que simboliza un grupo de ítems en manera de propuestas provechosas (convenientes), acerca de acciones y prodigios comunitarios o congénitos de la existencia (p.318).

Instrumentos

Falcón y Herrera (2005), indicaron “se aluden en relación que se comprende como táctica, el proceso o manera singular de lograr información, la cual tiene que ser protegida a través de una herramienta de recogimiento de información” (p.12).

Las interrogantes empleadas por medio de encuestas nos ayudan para lograr la información que se someterá a ser procesada para conseguir las respuestas, el cual admitirá el conocimiento de los usuarios del lugar de estudio

Para la recolección de los datos se utilizó como instrumento el cuestionario a través de la encuesta, aplicándolo a 75 usuarios.

Tabla 2

Ficha técnica de la variable calidad de servicio:

Ítems	:	Características						
Nombre del Instrumento	:	Cuestionario						
Autor	:	Luis David Mayhuay Robles						
Institución	:	Universidad César Vallejo						
Año:	:	2018						
Descripción	:	El instrumento evalúa el						
Tipo de Instrumento	:	Cuestionario						
Objetivo	:	Determinar el nivel de calidad de servicio de la empresa de servicios postales del Perú S.A. sede central, Los Olivos.						
Población	:	75 ciudadanos						
Numero de Item	:	22						
Aplicación	:	Directa						
Tiempo de administración	:	30 minutos						
Normas de aplicación	:	El servidor marcará en cada ítem de acuerdo a lo que considere evaluado respecto de lo observado						
Escala	:	De Likert						
Nivel o Rango	:	<table border="0"> <thead> <tr> <th><u>Nivel</u></th> <th><u>Rango</u></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Satisfecho</td> <td>[69 - 110]</td> </tr> <tr> <td>Insatisfecho</td> <td>[22 - 68]</td> </tr> </tbody> </table>	<u>Nivel</u>	<u>Rango</u>	Satisfecho	[69 - 110]	Insatisfecho	[22 - 68]
<u>Nivel</u>	<u>Rango</u>							
Satisfecho	[69 - 110]							
Insatisfecho	[22 - 68]							

Validez

Con el propósito de confirmar la confianza exterior en correlación dialéctica la herramienta aplicada en el actual estudio se utilizó la táctica de la valoración definida cordura de entendidos (análisis de jueces).

Tabla 3

Validación de expertos

Experto	Juicio
Experto 1 Mg. Santiago Gallarday Morales	Aplicable
Experto 2 Dr. Chantal Jara Aguirre	Aplicable
Experto 3 Dr. José Quispe Atuncar	Aplicable

Confiabilidad

La confiabilidad para Hernández, et al (2014), es “el grado en que un instrumento produce resultados consistentes y coherentes” (p. 200).

Tabla 4

Niveles de confiabilidad

Valores	Nivel
De -1 a 0	No es confiable
De 0,01 a 0,49	Baja confiabilidad
De 0,5 a 0,75	Moderada confiabilidad
De 0,76 a 0,89	Fuerte confiabilidad
De 0,9 a 1	Alta confiabilidad

Para encontrar el grado de confiabilidad del instrumento. Se someterá al análisis del estadístico Alpha de Crombach dado que es de escala politónica, para lo cual se seleccionará una muestra piloto de 20 empleados.

Tabla 5
Fiabilidad

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,945	expectativa 22
0,967	percepción 22

2.5. Método de análisis de datos

Luego de la obtención de los resultados de la variable estudiada, se estructuraron en el Excel para luego proceder con el procesamiento presentación en tablas figuras con su respectivo análisis

2.6. Aspectos éticos

La actual investigación se desarrolló por la inscrita obedeciendo las legalidades del creador conveniente, indicando las citas correspondientes. El empleo del temario se desarrolló de manera desconocida o anónima por los muchachos con el propósito de alcanzar una respuesta fiable.

III. Resultados

3.1. Descripción de resultados

Tabla 6

Niveles de la dimensión Fiabilidad

	Fiabilidad			
	SATISFACCIÓN Satisfecho (+)		INSATISFACCIÓN Insatisfecho(-)	
	n	%	n	%
P1	56	74.7	19	25.3
P2	54	72.0	21	28.0
P3	56	74.7	19	25.3
P4	45	60.0	30	40.0
P5	45	60.0	30	40.0
Total	256	68.3	119	31.7

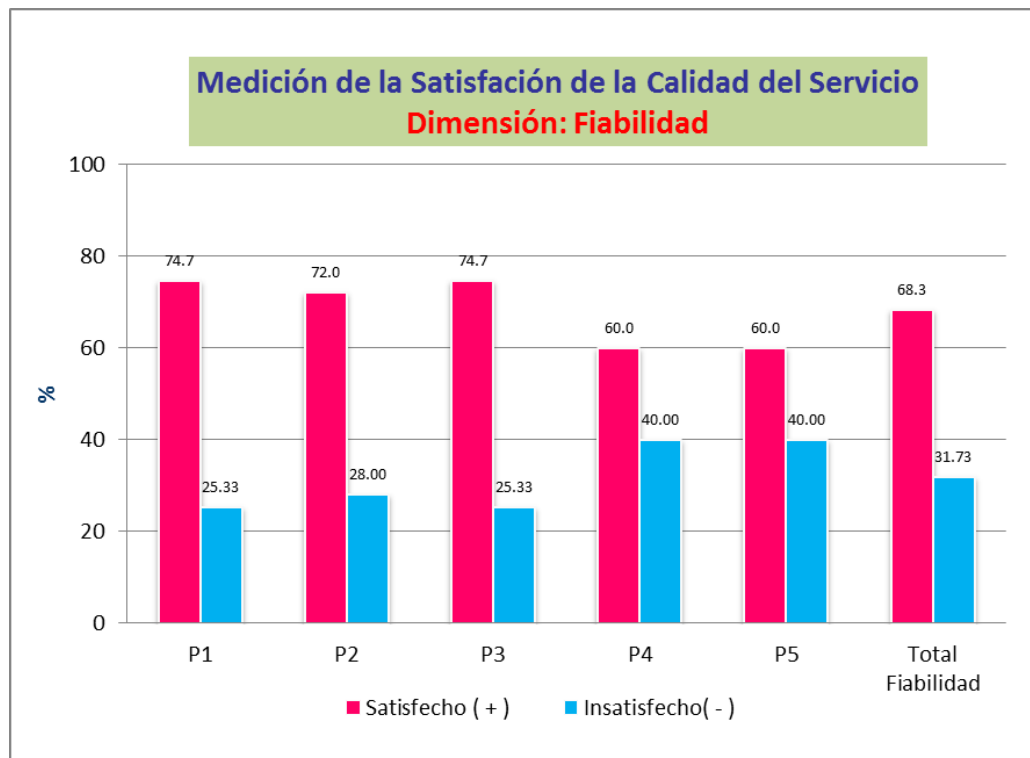


Figura 1. Distribución porcentual de usuarios según su apreciación sobre la calidad del servicio en su dimensión fiabilidad.

En la tabla 6 y figura 1, vemos que, según la percepción de los encuestados respecto a la dimensión fiabilidad, el 68.3 % expresan estar satisfechos con el servicio recibido y solo un 31.7% manifiestan su insatisfacción.

Tabla 7

Niveles de la dimensión capacidad de respuesta

	capacidad de respuesta			
	SATISFACCIÓN Satisfecho (+)		INSATISFACCIÓN Insatisfecho(-)	
	n	%	n	%
P5	53	70.7	22	29.3
P6	45	60.0	30	40.0
P7	54	72.0	21	28.0
P8	48	64.0	27	36.0
Total	200	66.7	100	33.33

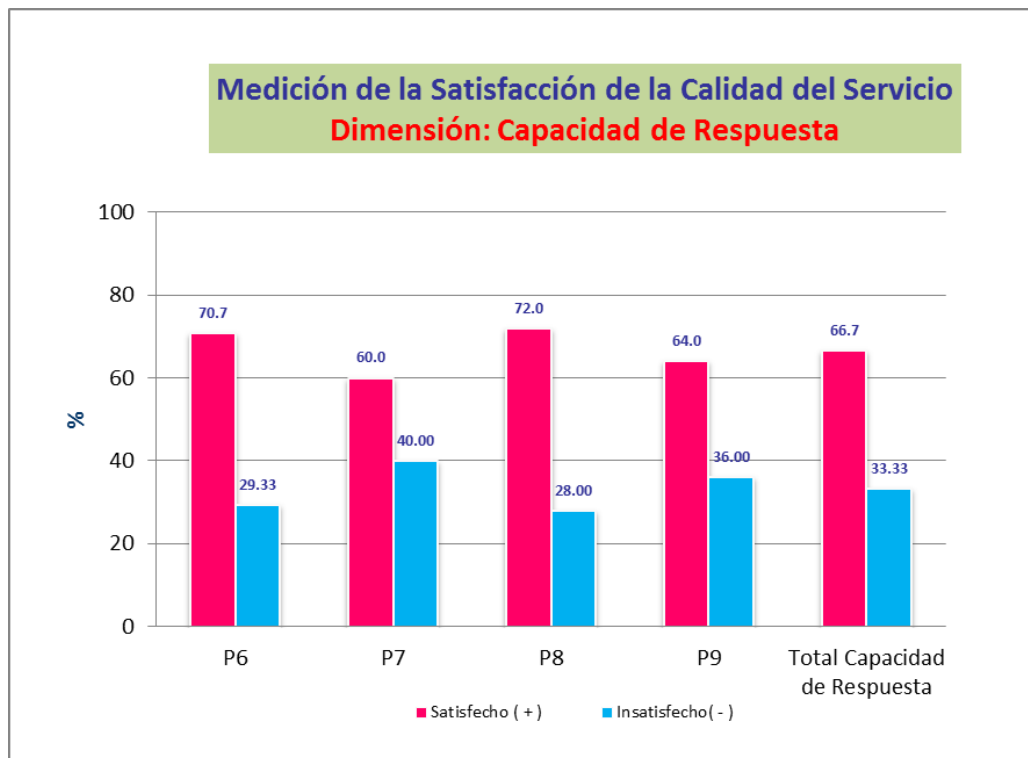


Figura 2. Distribución porcentual de usuarios según su apreciación sobre la calidad del servicio en su dimensión capacidad de respuesta.

En la tabla 7 y figura 2, donde se presenta la dimensión capacidad de respuesta la calidad del servicio, se ve con un nivel de mejora, ya que el 66.7 % expresaron su satisfacción por el servicio recibido, mientras que el 33.33% expresa no estar satisfecho.

Tabla 8

Niveles de la dimensión seguridad

	seguridad			
	SATISFACCIÓN Satisfecho (+)		INSATISFACCIÓN Insatisfecho (-)	
	n	%	n	%
P10	49	65.3	26	34.67
P11	54	72.0	21	28.00
P12	56	74.7	19	25.33
P13	55	73.3	20	26.67
Total	214	71.3	86	28.67

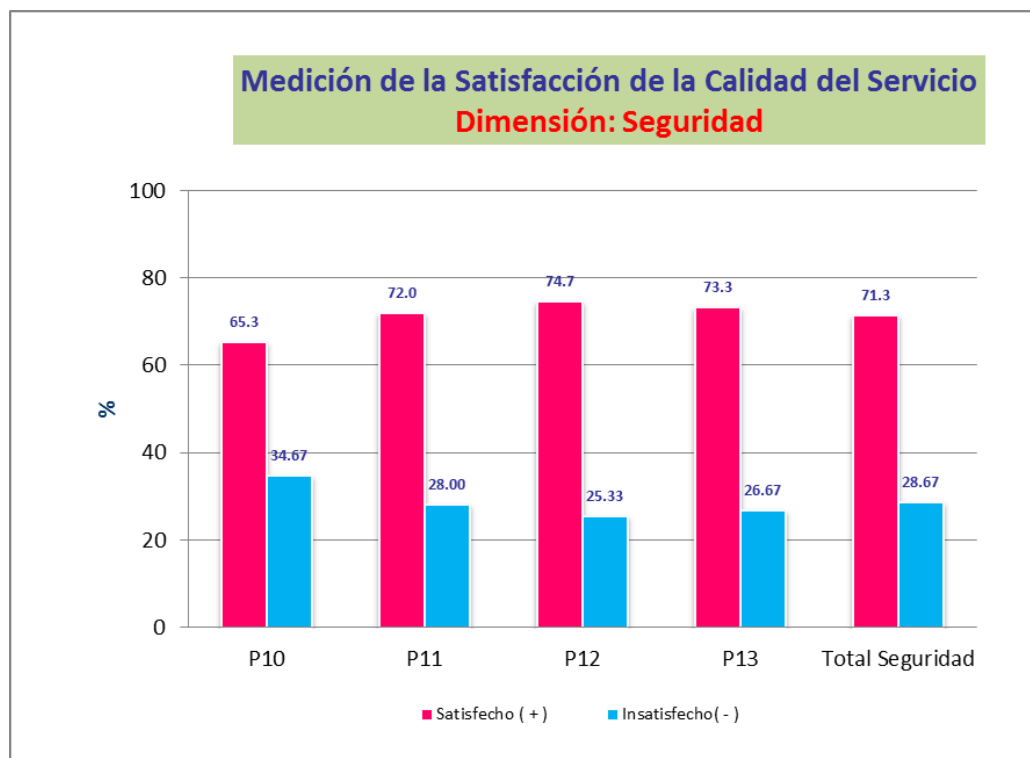


Figura 3: distribución porcentual de usuarios según su apreciación sobre la calidad del servicio en la dimensión seguridad

En la Tabla 8 y figura 3, dimensión seguridad se ve una mejora sustancial en la calidad del servicio, en medida que el 71.3 % de encuestados manifestaron estar satisfechos con el servicio recibido, mientras que el 28.7 % expresaron su insatisfacción por el servicio recibido.

Tabla 9

Niveles de la dimensión Empatía

	Empatía			
	SATISFACCIÓN Satisfecho (+)		INSATISFACCIÓN Insatisfecho (-)	
	n	%	n	%
P14	53	70.7	22	29.33
P15	52	69.3	23	30.67
P16	54	72.0	21	28.00
P17	57	76.0	18	24.00
P18	49	65.3	26	34.67
Total	265	70.7	110	29.33

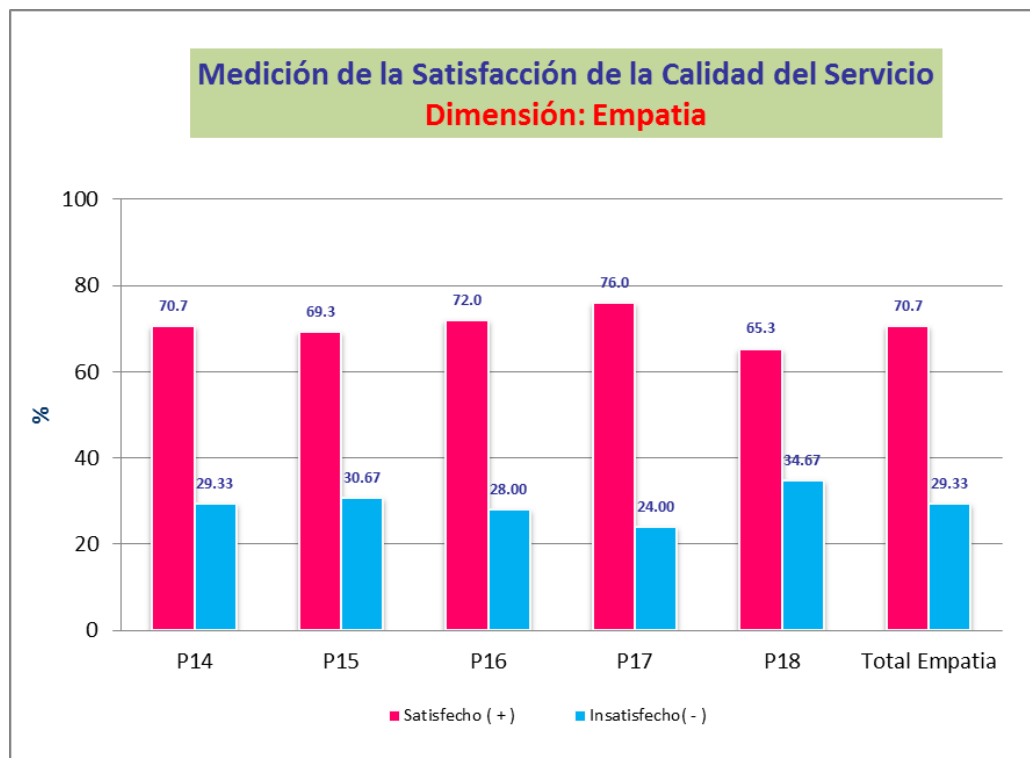


Figura 4. Distribución porcentual de usuarios según su apreciación sobre la calidad del servicio en su dimensión empatía

En la tabla 9 y figura 4, de la dimensión empatía se aprecia una respuesta positiva a la calidad del servicio, tenemos un 70.7 % de encuestados que manifestaron estar satisfechos con el servicio recibido, mientras que el 29.3 % expresaron su insatisfacción por el servicio recibido.

Tabla 10

Niveles de la dimensión aspectos tangibles

	aspectos tangibles			
	SATISFACCIÓN Satisfecho (+)		INSATISFACCIÓN Insatisfecho(-)	
	n	%	n	%
P19	44	58.7	31	41.33
P20	47	62.7	28	37.33
P21	43	57.3	32	42.67
P22	50	66.7	25	33.33
Total	184	61.3	116	38.67

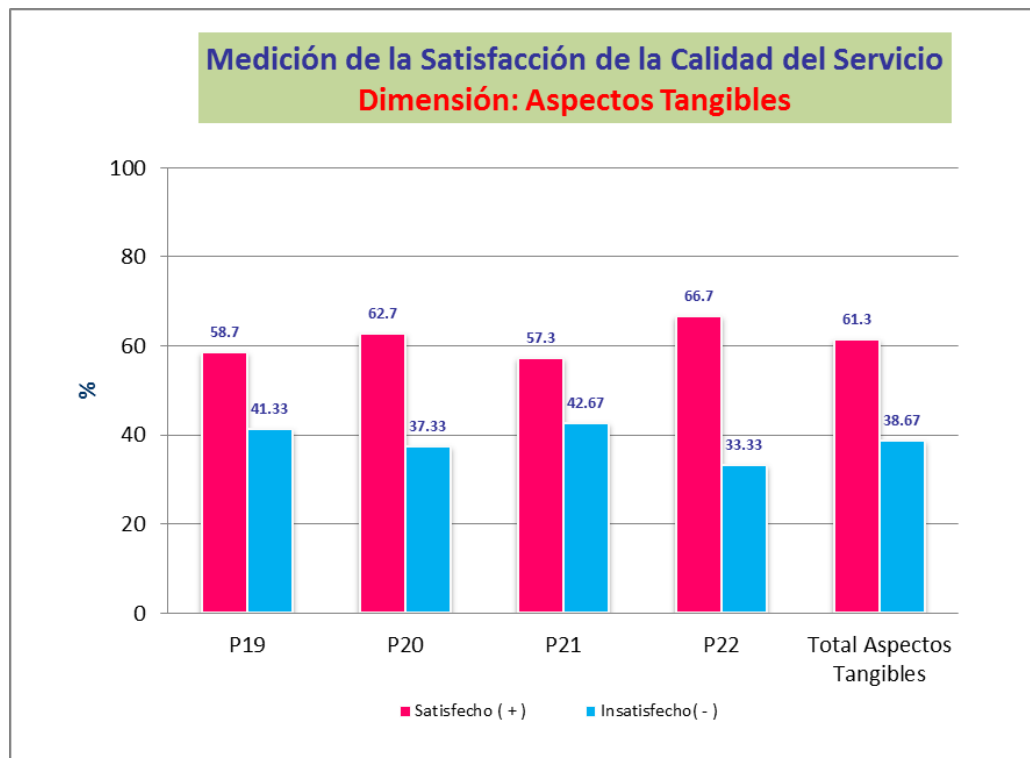


Figura 5. Distribución porcentual de usuarios según su apreciación sobre la calidad del servicio en su dimensión aspectos tangibles

En la tabla 10 y figura 5, correspondiente a la dimensión elementos tangibles apreciamos una mejora en la calidad del servicio, debido a que del total de los encuestados el 61.3 % que manifestaron estar satisfechos con el servicio recibido, mientras que el 38.7 % expresaron su insatisfacción por el servicio recibido.

Tabla 11

Operacionalización de porcentajes de las 5 dimensiones evaluadas en la calidad del servicio.

Dimensiones	Satisfecho	Insatisfecho
	(+)	(-)
Fiabilidad	68.3	31.73
Capacidad de respuesta	66.7	33.33
Seguridad	71.3	28.67
Empatía	70.7	29.3
Aspectos tangibles	61.3	38.67
Promedio de dimensiones	67.8	32.2

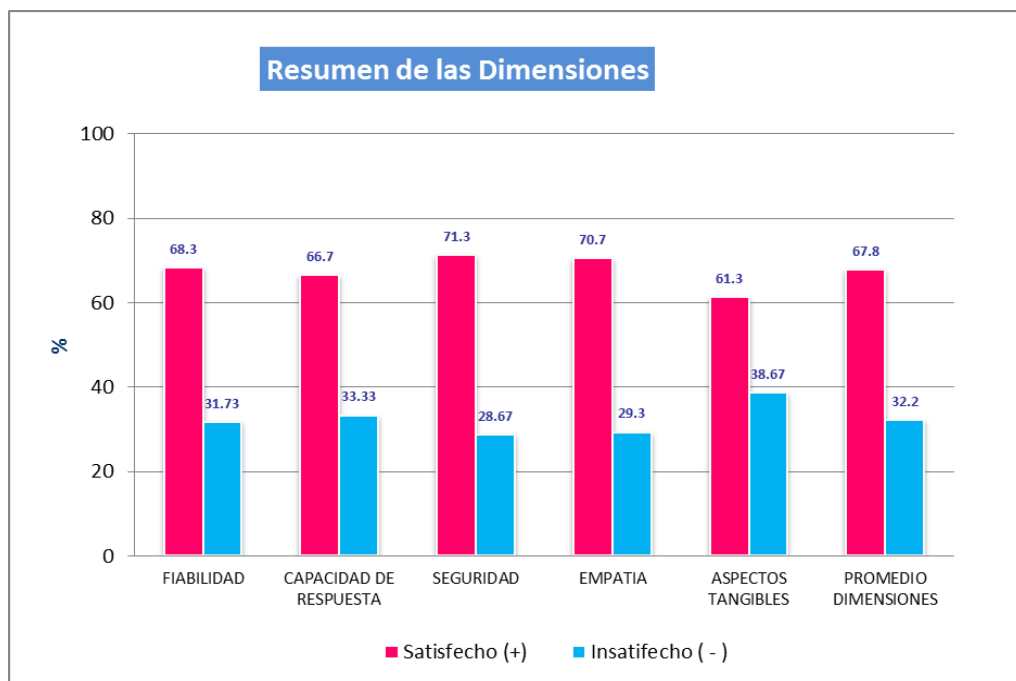


Figura 6. Distribución porcentual por dimensiones, respecto a la calidad del servicio.

De la tabla 11 y figura 6, donde se integra la variable dimensiones se puede apreciar que la satisfacción está muy presente correspondientes al resumen total de dimensiones se puede apreciar un alto nivel de satisfacción, con un pico de 67.8 % , y en 32.2 % hay expresión de insatisfacción, y en referencia con las dimensiones la que expresa una mayor satisfacción es la seguridad con 71.3%, sin precisar que las demás dimensiones están por sobre el 60% de satisfacción .

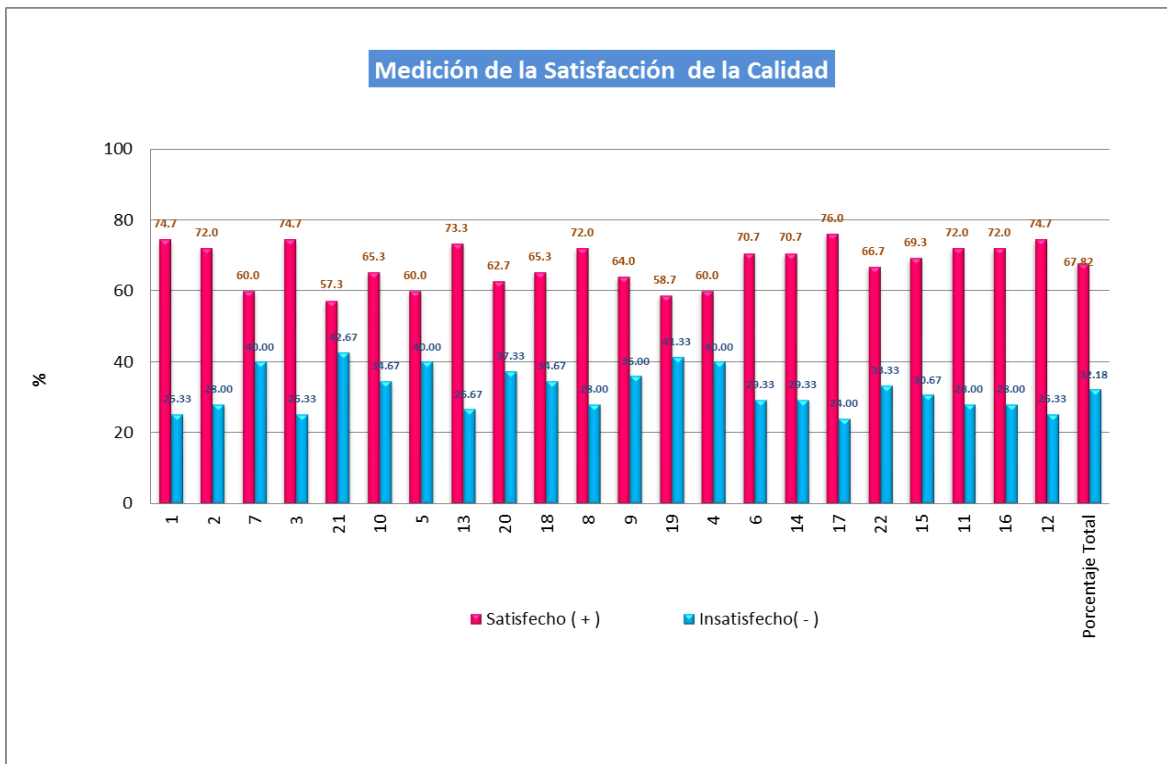


Figura 7. Distribución porcentual por cada ítem que conformó el cuestionario de calidad de servicios

En la figura 7, se presenta el resultado por ítem donde visualizamos que todos evidencian estar por sobre el 60% como muestra de la satisfacción por el servicio.

IV. Discusión

4.1. Discusión de resultados

La investigación que trató acerca de la calidad de servicio, en relación al objetivo general que consintió en determinar el nivel de calidad de servicio según percepción de los usuarios de la empresa de servicios postales del Perú S.A. sede central, Los Olivos. 2018, según los resultados de las encuestas realizadas a los usuarios de los resultados podemos apreciar que los usuarios han respondido mostrarse satisfechos en un 67.8% mientras que un 32.2% muestran insatisfacción, siendo sin embargo la satisfacción mayor.

Respecto al primer objetivo específico que fue determinar el nivel de calidad de servicio según percepción de los usuarios, respecto a la dimensión fiabilidad, los resultados de la investigación muestran que según la percepción de los usuarios en cuanto a la dimensión fiabilidad, el 68.3 % manifiestan encontrarse contentos con la prestación percibida y un 31.7% muestran su

En el orden del 66.7 % han manifestado su complacencia por la prestación percibida, mientras que el 33.33% manifiesta no sentirse complacida con la prestación.

El tercer objetivo específico relacionado a determinar el nivel de calidad de servicio según percepción en relación a la dimensión seguridad, según los encuestados se estima una óptima esencial en condición de prestación, cada vez que está un conjunto característico de 71.3 % que manifestaron encontrarse complacidos con la prestación percibida, mientras que el 28.7 % expresaron su insatisfacción por la prestación recibida.

Respecto al cuarto objetivo específico de determinar el nivel de calidad de servicio, respecto a la dimensión empatía se aprecia una mejora sustancial en la calidad del servicio, ya que de los encuestados el 70.7 % manifestaron estar satisfechos con el servicio recibido, mientras que el 29.3 % expresaron su insatisfacción por el servicio recibido

Respecto al quinto objetivo específico respecto a determinar el nivel de calidad de servicio respecto a la dimensión elementos tangibles, del total de los encuestados el 61.3 % que manifestaron estar satisfechos con el servicio recibido, mientras que el 38.7 % expresaron su insatisfacción por el servicio recibido.

Roa (2015) investigación Opinión de los Usuarios externos sobre la calidad de servicios que brinda el laboratorio clínico del Centro de Salud Sócrates Flores Vivas, con el propósito de valorar el dictamen de los clientes cutáneos acerca de las condiciones de la prestación que otorga el Laboratorio Clínico del Centro de Salud Sócrates Flores Vivas. Cuantitativa diseño no experimental descriptivo. Muestra fue de 382 usuarios cutáneos que practicaron el uso del Laboratorio, utilizado el cuestionario con 22 ítems. Llegó a la conclusión con que el 92% de consumación de las posibilidades los clientes se encontrarían completamente contentos 74% lo que se reflexiona mesuradamente contento. Los resultados llegan a la conclusión que se tiene que realizar mejoramiento en las condiciones de la prestación de Laboratorio Clínico.

Álvarez, (2012) investigación Satisfacción de los clientes y usuarios con el servicio ofrecido en redes de mercados gubernamentales, mostrándose que las apreciaciones de los usuarios son mínimas que las perspectivas en un 25.4%, pudiendo estimar las consecuencias negativas de la defectuosa condición de prestación que se concede.

Martínez & Diaz (2016) investigación La satisfacción del usuario como indicador de calidad en el servicio municipal de deportes, Murcia, España. Llegó a las siguientes conclusiones: (a) la validez percibida de complacencia por los clientes de la instauración deportiva del Ayuntamiento de Cartagena es elevadas. Estimándose algunas disimilitudes del cliente perteneciente al año 1991 en relación al 2015 en la manera de notar que es mejor y (b) en las disimilitudes por condición, las mujeres estimaron más alto los servicios de deporte analizados, sobre todo las que tienen edad superior a 65 años y en cuanto a cambiante edad y ocupación muestran un índice elevado de complacencia.

Alvarado (2015) en su investigación: Percepción de la calidad del servicio en la municipalidad de la Perla Callao, 2015, propósito decretar la nivelación de la condición de prestaciones en la Municipalidad de la Perla Callao 2015, de las consecuencias se puede demostrar que la nivelación de la apreciación de la condición de prestación en la correlación de confianza el 65% confesó de la misma manera estar entusiasmada, en cuando a la nivelación de confianza el 65% de los clientes exteriorizó así mismo estar complacido y en cuanto a la nivelación de obligación el 65% de la misma forma señaló descubrirse contento, con lo que se llega a la conclusión que a razón de la apreciación de la condición de la prestación el 20% de los habitantes sondeados exteriorizó estar descontento y el 80% están contento en cuanto a la condición de la prestación otorgada.

Higa (2014) investigación: Percepción de la calidad del servicio de los usuarios de la agencia RENIEC Huaral, 2014, alcanzaron como resultados que el 88% del muestreo estudiado nota una apropiada condición de prestación y un 74% nota que los agentes palpables asimismo son los apropiados. Un 86% notó que el personal tiene capacidades para ejecutar prestaciones prometidas de manera confiable y meticulosa, un 92% notaron la afable colocación e intención del personal para proveer a los asistentes de una prestación ágil, un 88% de los asistentes notó que los entendimientos, interés y capacidades aconsejan seguridad, y que también hay un interés individualizado concluyendo que la prestación es la adecuada.

Arrué (2014) en su investigación: Análisis de la calidad del servicio de atención en la oficina desconcentrada de OSIPTEL Loreto desde la percepción del usuario período junio a setiembre de 2014, concluyendo que estos notaron una moderada (normal) nivelación de satisfacción (62%) en relación a la prestación percibida en todo el procedimiento en la oficina desconcentrada de OSIPTEL Loreto, notaron en 38% el descontento.

V. Conclusiones

- Primera** Conforme la apreciación de los consumidores dada la magnitud confiabilidad, el 68.3% manifiestan encontrarse contentos con la prestación percibida y solamente un 31.7% muestran su descontento.
- Segunda** En la magnitud habilidad de contestación estimamos un mejoramiento en la condición de la prestación, dada que de la totalidad de los sondeados en el ordenamiento del 66.7% han manifestado su complacencia por la prestación percibida, en tanto que el 33.33% manifiesta complacencia con la prestación.
- Tercera** En la magnitud confianza se estima un mejoramiento esencial en la condición de prestación, cada vez que está un conjunto característico del 71.3% que mostraron encontrarse contentos con la prestación percibida, en tanto el 28.7% manifestaron por la prestación percibida.
- Cuarta** En la magnitud empatía se estima un mejoramiento esencial en la condición de la prestación, cada vez que este conjunto característico del 70.7% que expresaron encontrarse contentos con la prestación, en tanto que el 29.3% manifestaron su descontento por la prestación percibida.
- Quinta** En la magnitud elementos palpables estimamos un mejoramiento en la condición de la prestación, dado a que la totalidad de sondeados el 61.3% que expresaron estar contentos con la prestación percibida, en tanto el 38.7% manifestaron su descontento por la prestación percibida.

VI. Recomendaciones

Primera Desarrollar actividades como talleres o capacitaciones para mejorar el nivel de relaciones interpersonales en los empleados para garantizar un mejor servicio los usuarios

Segunda Capacitar y monitorear a los empleados que están más directamente relacionados con los usuarios con la finalidad de que tomen conciencia en su atención dado que los usuarios muestran bajos niveles de confianza

Tercera Mejorar y modernizar los módulos y ambientes de atención con la finalidad de que los usuarios se sientan mejor atendidos, y de esa manera garantizarles una buena atención para revertir la baja satisfacción que muestran respecto a nuestros ambientes y mobiliario

VII. Referencia

Agencia de Desarrollo Local y AMICS. (2014). *Certificado de calidad ISO 9001, Policía Local de Castellón*. Recuperado de:
www.castello.es/.../MANUAL%20DE%20EVALUACION%20DE%20LA%20SATISF...

Álvarez, G. (2012). *Satisfacción de los clientes y usuarios con el servicio ofrecido en redes de supermercados gubernamentales*. Tesis para optar el grado académico de magister en sistemas de calidad) universidad católica Andrés Bello. Recuperado de:
<http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAS3832.pdf>

Bernal, C. (2006). *Metodología de la investigación. (2da edición)*. México: Person Prentice Hall.

Blanco, A., & Rivero, V. (2009). Calidad de servicio percibida por los clientes residenciales en las oficinas de atención al cliente (oac) de una empresa telefónica. *Revista Ingeniería Industrial Actualidad y Nuevas Tendencias*. 1 (3), 31-42. Recuperado de: <http://servicio.bc.uc.edu.ve/ingenieria/revista/Inge-Industrial/Voll-n3/art3.pdf>

Cottle, D. (1991). *El servicio centrado en el cliente*. Madrid: Díaz de Santos S.A.

Fernández, P., Bajac, H. (2012). *La gestión del Marketing de servicios: principios y aplicaciones para la actividad gerencia*. Buenos Aires, argentina: ediciones Granica.

Gutiérrez, H (2010) *calidad total y productividad* tercera edición McGraw-Hill.
 México

Hernández, R., Fernández, C. y Baspita, P. (2014). *Metodología de la investigación*. D.F. McGraw-Hill.

Hoffman, K., y Bateson, J. (2002). *Fundamentos de marketing de servicios: conceptos, estrategias y casos*. (2da. Ed.). México: International Thomson Editores, S.A.

- Jiménez, J. (2000) *Manual de gestión para jefes de servicios clínicos*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos S.A.
- Miranda F., Chamorro, A., & Rubio, S. (2007) *introducción a la gestión de la calidad*. Madrid: Delta Publicaciones.
- Morillo, M. (2009). *La calidad en el servicio y la satisfacción del usuario en instituciones financieras del municipio Libertador del estado Mérida*. Universidad de los Andes. Recuperado de: http://iies.faces.ula.ve/Revista/Articulos/Revista_27/Pdf/Rev27_Morillo.pdf
- Patroni M., Luna M., Peña H., & Valenzuela D. (2014). *La calidad de los servicios públicos y su incidencia en la administración de la municipalidad provincial Huaura-Huacho*. Recuperado de: <http://190.116.38.24:8090/xmlui/handle/123456789/130>
- Parasuraman; A., Zethaml, v., & Berry, L. (1992). *Calidad total en la gestión de servicios*. Madrid: Díaz de Santos
- Pereira, J.E. (2013). *Atención al cliente del sector público*. Revista marqueteo.com. Recuperado de: <http://www.mercadeo.com/blog/2013/12/atencion-al-cliente-en-el-sector-publico/>
- Pineda, A. L., Gallegos, J. D. C., Cuba, E., Villarino, A. V., Morales, S. P., Flores, M. C., & Lamas, L. P. (2013). La satisfacción y la calidad de servicio en Organizaciones públicas y privadas de Lima Metropolitana. *Revista de Investigación en Psicología*, 16(1),171-190. Recuperado de: <http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/psico/article/view/3926>
- Rojas, H. (2004). *Habilidades sociales*. Perú. Primera edición
- Sánchez, I. M. G. (2007). La nueva gestión pública: evolución y tendencias. *Presupuesto y Gasto público*, 47, 37-64. Recuperado de: http://www.ief.es/documentos/recursos/publicaciones/revistas/presu_gasto_publico/47_GarciaSanchez.pdf

- Setó, M. (2004). *De la calidad de servicios a la fidelidad del cliente*. Madrid: ESIC. Editorial.
- Supo (2015) Mito, *todos los trabajos de investigación tiene hipótesis*. Recuperado de [seminarios de investigación.com/todos-los-trabajos-de-investigación](http://seminarios.de.investigacion.com/todos-los-trabajos-de-investigacion)
- Tumino, M. C., & Poitevin, E. R. (2014). Evaluación de la calidad de servicio universitario desde la percepción de estudiantes y docentes: caso de estudio. *REICE. Revista Electrónica Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10486/661496>
- Urbina Rosas, F. M. (2014). *Calidad del servicio que brindan los funcionarios de orientación al contribuyente de la Intendencia Regional La Libertad-Sunat Trujillo y su influencia en la satisfacción del usuario, en el periodo 2014*. Recuperado de: <http://dspace.unitru.edu.pe/xmlui/handle/123456789/761>
- Villa, J. (2014) *Manual de atención a clientes y usuarios*. Barcelona: Profit Editorial
- Vargas, M y Quiñones, L (2014) *Calidad y servicio concepto y herramientas* 3era edición Bogotá universidad de la sabana: Ecoe ediciones 2014.
- Zorrilla S. (2013) *introducción a la metodología de investigación*. Recuperado de: <http://prezi.com/zcj5bx13qqia/diseño-de-investigacion-de-zorrilla-arena/grachyvalderrama.on24october2013>. Por los usuarios

Anexos

Matriz de consistencia:

**Calidad de servicio según percepción de los usuarios de la empresa de servicios postales del Perú S.A. sede central,
Los Olivos. 2018**

PROBLEMA	OBJETIVO	VARIABLES E INDICADORES				
		CALIDAD				
		Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala	Niveles o rangos
<p>Problema General</p> <p>¿Cuál es el nivel de Satisfacción del usuario de la sede central de la empresa de servicios postales del Perú S.A. Los Olivos-Lima, 2018?</p> <p>Problemas Específicos</p> <p>Problema específico 1.</p> <p>¿Cuál es el nivel de satisfacción del usuario respecto a la fiabilidad de la sede central de la empresa de servicios postales del Perú S.A. Los Olivos-Lima, 2018?</p> <p>Problema específico 2</p> <p>¿Cuál es el nivel de satisfacción del usuario respecto a la capacidad de respuesta de la sede central de la empresa de servicios postales del Perú S.A. Los Olivos-Lima, 2018?</p> <p>Problema específico 3.</p> <p>¿Cuál es el nivel de satisfacción del usuario respecto a la seguridad de la sede central de la empresa de servicios postales del Perú S.A. Los Olivos-Lima, 2018?</p> <p>Problema específico 4.</p> <p>¿Cuál es el nivel de satisfacción del usuario respecto a la empatía de la sede central de la</p>	<p>Objetivo General:</p> <p>Determinar el nivel de satisfacción del usuario de la sede central de la empresa de servicios postales del Perú S.A. Los Olivos-Lima, 2018</p> <p>Objetivos Específicos</p> <p>Objetivo específico 1</p> <p>Determinar el nivel de satisfacción del usuario respecto a la fiabilidad de la sede central de la empresa de servicios postales del Perú S.A. Los Olivos-Lima, 2018</p> <p>Objetivo específico 2</p> <p>Determinar el nivel de satisfacción del usuario respecto a la capacidad de respuesta de la sede central de la empresa de servicios postales del Perú S.A. Los Olivos-Lima, 2018</p> <p>Objetivo específico 3.</p> <p>Determinar el nivel de satisfacción del usuario respecto a la seguridad de la sede central de la empresa de servicios postales del Perú S.A. Los Olivos-Lima, 2018</p> <p>Objetivo específico 4.</p> <p>Determinar el nivel de satisfacción del usuario respecto a la empatía de la sede central de la</p>	Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> - Áreas de peligros señalizados. - La seguridad garantizada durante el día. 	1 - 5	<p>Siempre 5</p> <p>Casi siempre 4</p> <p>A veces 3</p> <p>Casi nunca 2</p> <p>Nunca 1</p>	<p>Satisfecho [69 - 110]</p> <p>Insatisfecho [22 - 68]</p>
Tangibilidad	<ul style="list-style-type: none"> - Instalaciones físicas. - Ambientes amoblados - Áreas despejadas. - 	6 - 9				
Fiabilidad	<ul style="list-style-type: none"> - Trato amable confiables. - Diagnósticos seguros - Tranquilidad en la permanencia 	10 - 13				
Capacidad de respuesta	<ul style="list-style-type: none"> - Rápida entrega de productos. - Rápida atención al usuario. - Comunicación oportuna 	14 - 18				
Empatía	<ul style="list-style-type: none"> - Diálogo amigable. - Atención permanente. - Orientación telefónica. - Comunicación amplia y segura. 	19 - 22				

<p>empresa de servicios postales del Perú S.A. Los Olivos-Lima, 2018? Problema específico 5.</p> <p>¿Cuál es el nivel de calidad de elementos tangibles servicio en la sede central de la empresa de servicios postales del Perú S.A. Los Olivos-Lima, 2018?</p>	<p>empresa de servicios postales del Perú S.A. Los Olivos-Lima, 2018</p> <p>Objetivo específico 5. Determinar el nivel de calidad de elementos tangibles servicio en la sede central de la empresa de servicios postales del Perú S.A. Los Olivos-Lima, 2018.</p>					
--	---	--	--	--	--	--

Cuestionario para evaluar la expectativa de los usuarios (1)

El presente cuestionario corresponde a la investigación titulada “Satisfacción del usuario de la sede central de la empresa de servicios postales del Perú S.A. Los Olivos-Lima, 2018”. La respuesta es de total confidencialidad, por tanto anónimo, por lo que se solicita responder con sinceridad, veracidad y con total libertad, marcando con una (x) el casillero de la alternativa que consideres pertinente.

Escales		
Siempre	S	5
Casi siempre	CS	4
A veces	AV	3
Casi nunca	CN	2
Nunca	N	1

	Dimensión 1: Fiabilidad	S	CS	AV	CN	N
1	El tiempo de espera para recibir el servicio considero que será el adecuado.					
2	Tengo esperanza que los empleados me atenderán lo solicitado en el tiempo establecido.					
3	Considero que si tengo algún problema, los empleados muestran un sincero interés por solucionarlo.					
4	Espero que los empleados realizan bien el servicio y a la primera vez.					
5	Considero que los empleados cuentan con los recursos necesarios para realizar bien su atención al cliente.					
	Dimensión 2: Capacidad de respuesta	S	CS	AV	CN	N
6	Los empleados me comunicaran con sinceridad el tiempo que debo esperar para los trámites que realice.					
7	Los empleados me atenderán en lo solicitado de manera ágil y correcta.					
8	Los empleados siempre están dispuestos a ayudar a los usuarios.					
9	Espero encontrar en los empleados disponibilidad para atenderme en lo que necesite.					
	Dimensión 3: Seguridad	S	CS	AV	CN	N
10	Espero que la confianza de los empleados me ayude a realizar mis trámites adecuadamente.					
11	Espero encontrar en los empleados un trato amable y cortés con los usuarios.					
12	Percibo que los empleados me apoyaran con los trámites a realizar en la entidad.					
13	Espero que los empleados orientan y explican de manera clara y adecuada sobre los trámites a realizar.					
	Dimensión 4: Empatía	S	CS	AV	CN	N
14	Espero de los empleados que me brinden una atención adecuada e individualizada.					
15	El horario de atención será en beneficio de los usuarios.					
16	Los empleados nos recibirán con una buena actitud para atendernos.					
17	Considero que los empleados muestran interés y preocupación por brindar una mejor atención a los usuarios.					
18	Espero que los empleados comprenden los requerimientos y					

	necesidades de los usuarios.					
	Dimensión 5 Elementos Tangibles	S	CS	AV	CN	N
19	Espero encontrar las comodidades básicas en las instalaciones físicas del Centro de Mejor Atención.					
20	Espero las oficinas de atención cuenten con la tecnología moderna para dar un buen servicio.					
21	Espero que los empleados nos permitirán hacer uso adecuado de los bienes y servicio de la empresa.					
22	Percibo que los empleados del centro Atención tienen apariencia pulcra y de buen trato.					

Cuestionario para evaluar la percepción de los usuarios (2)

El presente cuestionario corresponde a la investigación titulada “Satisfacción del usuario de la sede central de la empresa de servicios postales del Perú S.A. Los Olivos-Lima, 2018”. La respuesta es de total confidencialidad, por tanto anónimo, por lo que se solicita responder con sinceridad, veracidad y con total libertad, marcando con una (x) el casillero de la alternativa que consideres pertinente.

Escala		
Siempre	S	5
Casi siempre	CS	4
A veces	AV	3
Casi nunca	CN	2
Nunca	N	1

	Dimensión 1: Fiabilidad	S	CS	AV	CN	N
1	El tiempo que esperó ser atendido en el servicio solicitado fue el adecuado.					
2	Los empleados que le atendieron el servicio respetaron sus exigencias					
3	Frente a un problema sucedido, los empleados mostraron interés por solucionarlo.					
4	Los empleados le atendieron bien el servicio desde la primera vez.					
5	Los empleados tienen recursos suficientes para realizar bien su trabajo					
	Dimensión 2: Capacidad de respuesta	S	CS	AV	CN	N
6	Los empleados comunican a los usuarios el tiempo establecido para cada trámite.					
7	Los empleados ofrecen un servicio rápido y eficiente a los usuarios.					
8	Los empleados siempre están dispuestos a ayudar a los usuarios.					
9	Siempre hay empleados disponibles para atender a los usuarios.					
	Dimensión 3: Seguridad	S	CS	AV	CN	N
10	El comportamiento de los empleados durante la atención, transmite confianza a los usuarios.					
11	Los empleados demuestran un trato amable y cortés con los usuarios durante la atención					
12	Como usuario me siento seguro de los trámites realizados en la entidad.					
13	Los empleados orientan y explican de manera clara y adecuada sobre los trámites a realizar.					
	Dimensión 4: Empatía	S	CS	AV	CN	N
14	Los empleados brindan a los usuarios una atención individualizada.					
15	Esto de acuerdo con el horario de atención para los usuarios.					

16	Los empleados ofrecen una atención personalizada a los usuarios, hecho que está muy bien					
17	Los empleados muestran interés y preocupación por brindar una mejor atención a los usuarios.					
18	Los empleados atienden los requerimientos y necesidades de los usuarios amablemente					
	Dimensión 5 Elementos Tangibles	S	CS	AV	CN	N
19	Me siento cómoda con las instalaciones físicas del Centro de Atención al cliente.					
20	La atención es ágil y buena debido a que cuentan con tecnología moderna.					
21	Los ambientes de la empresa muestran un buen mantenimiento brindan satisfacción al usuario.					
22	Los empleados muestran una adecuada presentación que lo hace atractiva para los usuarios					

Confiabilidad del cuestionario de expectativas

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,945	22

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Item_1	75,03	203,324	,644	,942
Item_2	74,39	206,808	,579	,943
Item_3	74,61	200,916	,667	,942
Item_4	74,21	205,440	,596	,943
Item_5	74,59	207,354	,419	,947
Item_6	74,99	210,121	,422	,946
Item_7	74,75	204,516	,746	,941
Item_8	74,48	203,145	,772	,941
Item_9	74,45	206,765	,632	,942
Item_10	74,40	205,649	,720	,941
Item_11	74,33	201,685	,839	,940
Item_12	74,55	203,467	,700	,941
Item_13	74,44	211,925	,599	,943
Item_14	74,32	211,869	,594	,943
Item_15	74,25	201,759	,664	,942
Item_16	74,44	204,844	,734	,941
Item_17	74,59	206,057	,719	,941
Item_18	74,20	203,162	,836	,940
Item_19	74,51	204,794	,633	,942
Item_20	74,64	201,963	,614	,943
Item_21	74,61	203,024	,614	,943
Item_22	74,35	204,203	,711	,941

Confiabilidad del cuestionario de percepción

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,967	22

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Item_1	75,55	264,062	,775	,965
Item_2	75,04	270,255	,770	,965
Item_3	75,05	266,484	,842	,964
Item_4	75,07	263,766	,821	,964
Item_5	75,53	262,225	,703	,966
Item_6	75,29	266,129	,763	,965
Item_7	75,55	260,575	,857	,964
Item_8	75,15	265,370	,891	,964
Item_9	75,20	265,946	,724	,965
Item_10	75,12	270,810	,710	,965
Item_11	75,01	274,851	,680	,966
Item_12	75,15	270,424	,786	,965
Item_13	75,09	272,113	,764	,965
Item_14	74,95	267,997	,758	,965
Item_15	74,93	263,604	,712	,966
Item_16	74,93	272,685	,687	,966
Item_17	75,09	266,843	,798	,965
Item_18	75,19	274,721	,696	,966
Item_19	75,20	270,973	,645	,966
Item_20	75,59	264,516	,770	,965
Item_21	75,41	266,030	,658	,966
Item_22	75,15	273,965	,671	,966

Anexo D: Validez

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide: el cuestionario de expectativa de la calidad de servicio

Nº	Dimensiones / ítems	Pertinencia ₁		Relevancia ₂		Claridad ₃		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	Dimensión 1: Fiabilidad							
1	El tiempo de espera para recibir el servicio considero que será el adecuado.	X		X		X		
2	Tengo esperanza que los empleados me atenderán lo solicitado en el tiempo establecido.	X		X		X		
3	Considero que si tengo algún problema, los empleados muestran un sincero interés por solucionarlo.	X		X		X		
4	Espero que los empleados realizan bien el servicio y a la primera vez.	X		X		X		
5	Considero que los empleados cuentan con los recursos necesarios para realizar bien su atención al cliente.	X		X		X		
	Dimensión 2: Capacidad de respuesta							
6	Los empleados me comunicaran con sinceridad el tiempo que debo esperar para los trámites que realice.	X		X		X		
7	Los empleados me atenderán en lo solicitado de manera ágil y correcta.	X		X		X		
8	Los empleados siempre están dispuestos a ayudar a los usuarios.	X		X		X		
9	Espero encontrar en los empleados disponibilidad para atenderme en lo que necesite.	X		X		X		
	Dimensión 3: Seguridad							
10	Espero que la confianza de los empleados me ayude a realizar mis trámites adecuadamente.	X		X		X		

11	Espero encontrar en los empleados un trato amable y cortés con los usuarios.	X		X		X		
12	Percibo que los empleados me apoyaran con los trámites a realizar en la entidad.	X		X		X		
13	Espero que los empleados orientan y explican de manera clara y adecuada sobre los trámites a realizar.	X		X		X		
	Dimensión 4: Empatía	Si	No	Si	No	Si	No	
14	Espero de los empleados que me brinden una atención adecuada e individualizada.	X		X		X		
15	El horario de atención será en beneficio de los usuarios.	X		X		X		
16	Los empleados nos recibirán con una buena actitud para atendernos.	X		X		X		
17	Considero que los empleados muestran interés y preocupación por brindar una mejor atención a los usuarios.	X		X		X		
18	Espero que los empleados comprenden los requerimientos y necesidades de los usuarios.	X		X		X		
	Dimensión 5 Elementos Tangibles	Si	No	Si	No	Si	No	
19	Espero encontrar las comodidades básicas en las instalaciones físicas del Centro de Mejor Atención.	X		X		X		
20	Espero las oficinas de atención cuenten con la tecnología moderna para dar un buen servicio.	X		X		X		
21	Espero que los empleados nos permitirán hacer uso adecuado de los bienes y servicio de la empresa.							
22	Percibo que los empleados del centro Atención tienen apariencia pulcra y de buen trato.	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mgtr: Gallarday Morales Santiago Aquiles DNI: 25514954

Especialidad del validador: Maestro en educación: Docencia e investigación universitaria

Octubre del 2018

¹**Pertinencia:**El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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

.....

Santiago Aquiles Gallarday Morales

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide: el cuestionario de percepción de la calidad de servicio

Nº	Dimensiones / ítems	Pertinencia ₁		Relevancia ₂		Claridad ₃		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	Dimensión 1: Fiabilidad							
1	El tiempo que esperó ser atendido en el servicio solicitado fue el adecuado.	X		X		X		
2	Los empleados que le atendieron el servicio respetaron sus exigencias	X		X		X		
3	Frente a un problema sucedido, los empleados mostraron interés por solucionarlo.	X		X		X		
4	Los empleados le atendieron bien el servicio desde la primera vez.	X		X		X		
5	Los empleados tienen recursos suficientes para realizar bien su trabajo	X		X		X		
	Dimensión 2: Capacidad de respuesta							
6	Los empleados comunican a los usuarios el tiempo establecido para cada trámite.	X		X		X		
7	Los empleados ofrecen un servicio rápido y eficiente a los usuarios.	X		X		X		
8	Los empleados siempre están dispuestos a ayudar a los usuarios.	X		X		X		
9	Siempre hay empleados disponibles para atender a los usuarios.	X		X		X		
	Dimensión 3: Seguridad							
10	El comportamiento de los empleados durante la atención, transmite confianza a los usuarios.	X		X		X		
11	Los empleados demuestran un trato amable y cortés con los usuarios durante la atención	X		X		X		

12	Como usuario me siento seguro de los trámites realizados en la entidad.	X		X		X		
13	Los empleados orientan y explican de manera clara y adecuada sobre los trámites a realizar.	X		X		X		
	Dimensión 4: Empatía	Si	No	Si	No	Si	No	
14	Los empleados brindan a los usuarios una atención individualizada.	X		X		X		
15	Esto de acuerdo con el horario de atención para los usuarios.	X		X		X		
16	Los empleados ofrecen una atención personalizada a los usuarios, hecho que está muy bien	X		X		X		
17	Los empleados muestran interés y preocupación por brindar una mejor atención a los usuarios.	X		X		X		
18	Los empleados atienden los requerimientos y necesidades de los usuarios amablemente	X		X		X		
	Dimensión 5 Elementos Tangibles	Si	No	Si	No	Si	No	
19	Me siento cómoda con las instalaciones físicas del Centro de Atención al cliente.	X		X		X		
20	La atención es ágil y buena debido a que cuentan con tecnología moderna.	X		X		X		
21	Los ambientes de la empresa muestran un buen mantenimiento brindan satisfacción al usuario.							
22	Los empleados muestran una adecuada presentación que lo hace atractiva para los usuarios	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mgtr: Gallarday Morales Santiago Aquiles DNI: 25514954

Especialidad del validador: Maestro en educación: Docencia e investigación universitaria

Octubre del 2018

¹**Pertinencia:**El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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

.....

Santiago Aquiles Gallarday Morales

BASE DE DATOS (1)

	Ite m 1	Ite m 2	Ite m 3	Ite m 4	Ite m 5	Ite m 6	Ite m 7	Ite m 8	Ite m 9	Ite m 10	Ite m 11	Ite m 12	Ite m 13	Ite m 14	Ite m 15	Ite m 16	Ite m 17	Ite m 18	Ite m 19	Ite m 20	Ite m 21	Ite m 22
1	5	5	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3
2	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
3	1	3	1	3	2	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	3	3	2	5	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	2	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	4	4	3	4	2	5	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3
7	4	4	3	5	3	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	3	4	5	5	5	4
8	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	3	3	4
9	5	5	5	5	3	3	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	3	3	4
10	2	3	3	3	4	2	3	4	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3
11	2	4	3	1	1	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	4	3	3	2	1	1	2
12	2	3	3	4	2	2	2	3	3	3	3	3	3	4	1	3	2	3	2	1	1	3
13	3	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	3	5	4	3	4	3
14	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
15	3	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5
16	5	5	5	5	5	3	5	5	4	4	5	3	3	4	5	5	5	5	4	5	5	5
17	1	3	1	2	5	2	2	2	2	3	3	3	3	3	5	2	2	3	4	4	5	4
18	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5
19	3	3	1	3	5	3	3	2	3	2	3	3	3	3	4	2	3	3	4	5	3	3
20	4	4	5	4	4	2	4	4	3	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5
21	3	2	3	5	4	2	2	3	3	3	3	2	4	3	5	4	3	3	5	4	2	4
22	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	5	3	4	5	4	3	3	3	3	3	4	3
23	3	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
24	1	2	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	1	2	2	3	2	2	3	2
25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2
26	3	2	4	5	1	3	3	4	5	5	5	3	4	5	4	3	3	5	3	5	5	3
27	4	4	3	2	4	2	2	2	2	2	3	2	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3
28	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4
29	3	3	4	5	5	1	2	3	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4
30	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3
31	1	3	3	3	1	1	1	3	1	3	3	5	3	5	5	2	5	5	5	5	4	4
32	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	2	2	2	3
33	3	3	3	3	3	4	4	3	2	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3
34	3	3	5	5	1	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5
35	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
36	3	5	4	4	2	2	3	4	3	3	3	3	3	2	3	4	3	4	4	3	3	5
37	3	4	4	4	2	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4
38	3	1	1	5	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
39	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	3	3	4

40	5	5	5	5	3	3	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	3	3	4
41	2	3	3	3	4	2	3	4	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3
42	2	4	3	1	1	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	4	3	3	2	1	1	2
43	2	3	3	4	2	2	2	3	3	3	3	3	3	4	1	3	2	3	2	1	1	3
44	3	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	3	5	4	3	4	3
45	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
46	3	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5
47	5	5	5	5	5	3	5	5	4	4	5	3	3	4	5	5	5	5	4	5	5	5
48	1	3	1	2	5	2	2	2	2	3	3	3	3	3	5	2	2	3	4	4	5	4
49	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5
50	3	3	1	3	5	3	3	2	3	2	3	3	3	3	4	2	3	3	4	5	3	3
51	4	4	5	4	4	2	4	4	3	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5
52	3	2	3	5	4	2	2	3	3	3	3	2	4	3	5	4	3	3	5	4	2	4
53	3	5	4	4	2	2	3	4	3	3	3	3	3	2	3	4	3	4	4	3	3	5
54	3	4	4	4	2	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4
55	3	1	1	5	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
56	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	3	3	4
57	5	5	5	5	3	3	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	3	3	4
58	2	3	3	3	4	2	3	4	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3
59	2	4	3	1	1	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	4	3	3	2	1	1	2
60	2	3	3	4	2	2	2	3	3	3	3	3	3	4	1	3	2	3	2	1	1	3
61	3	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	3	5	4	3	4	3
62	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
63	3	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5
64	5	5	5	5	5	3	5	5	4	4	5	3	3	4	5	5	5	5	4	5	5	5
65	3	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5
66	5	5	5	5	5	3	5	5	4	4	5	3	3	4	5	5	5	5	4	5	5	5
67	1	3	1	2	5	2	2	2	2	3	3	3	3	3	5	2	2	3	4	4	5	4
68	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5
69	3	3	1	3	5	3	3	2	3	2	3	3	3	3	4	2	3	3	4	5	3	3
70	4	4	5	4	4	2	4	4	3	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5
71	3	2	3	5	4	2	2	3	3	3	3	2	4	3	5	4	3	3	5	4	2	4
72	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	5	3	4	5	4	3	3	3	3	3	4	3
73	3	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
74	1	2	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	1	2	2	3	2	2	3	2
75	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2

Base de datos (2)

	Ite m 1	Ite m 2	Ite m 3	Ite m 4	Ite m 5	Ite m 6	Ite m 7	Ite m 8	Ite m 9	Ite m 10	Ite m 11	Ite m 12	Ite m 13	Ite m 14	Ite m 15	Ite m 16	Ite m 17	Ite m 18	Ite m 19	Ite m 20	Ite m 21	Ite m 22
1	3	3	3	1	1	3	3	3	3	1	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
2	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	3	4	4	4	3	3	4	4
3	3	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	3	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	2	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	3	4	4	4	2	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4
7	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4
8	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3
10	2	3	3	3	3	3	2	3	4	2	3	4	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3
11	1	4	3	2	2	3	1	3	2	3	4	3	3	2	2	2	2	3	2	1	2	3
12	1	3	2	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	4	1	3	2	3	3	1	2	2
13	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4
14	3	4	3	3	4	4	3	4	5	3	4	4	4	4	5	3	3	4	3	4	3	4
15	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	1	3	2	2	2	2	2	3
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
18	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4
19	3	3	3	5	1	3	4	4	1	5	5	3	5	3	3	5	3	4	4	4	2	3
20	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4
21	2	3	3	3	5	3	2	3	3	3	3	3	3	3	5	4	4	3	4	3	5	4
22	4	4	5	5	4	4	3	4	5	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	5	4
23	3	2	3	4	4	2	3	3	4	4	3	4	3	3	5	5	4	3	5	3	4	4
24	4	4	3	4	3	2	3	3	2	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	2	3	2
25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
26	3	4	3	4	2	3	2	3	3	3	3	4	4	2	3	3	3	3	2	2	2	3
27	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3
28	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	4	3	3	4	5	4	4	4	2	3	2	3
29	3	3	5	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	5	4	3	3	4	3	4	4
30	3	3	4	3	2	4	3	3	3	3	4	2	3	2	3	3	3	4	3	2	2	2
31	1	3	2	1	1	1	1	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	4	3	3	3
32	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	2	3	3	3	2	2	1	4
33	4	3	3	3	1	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	5	3
34	3	5	4	5	2	4	2	5	4	5	5	5	4	5	4	3	5	5	3	3	3	5
35	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	5	4	5	3	3	3	2	4
36	3	4	4	3	2	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	5
37	3	4	4	4	3	2	4	4	4	3	4	4	3	5	5	5	4	4	3	2	3	3
38	1	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5	5	5	3	3	3	3	3
39	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4
40	2	3	3	3	5	3	2	3	3	3	3	3	3	3	5	4	4	3	4	3	5	4



Acta de Aprobación de originalidad de Tesis

Yo, Santiago Aquiles Gallarday Morales, docente de la Escuela de Posgrado de la UCV y revisor del trabajo académico titulado: **Calidad de servicio según percepción de los usuarios de la empresa de servicios postales del Perú S.A. Sede Central. Los Olivos. 2018**, del estudiante **Mayhuay Robles, Luis David**; y habiendo sido capacitado e instruido en el uso de la herramienta Turnitin, he constatado lo siguiente:

Que el citado trabajo académico tiene un índice de similitud constato 23% verificable en el reporte de originalidad del programa turnitin, grado de coincidencia mínimo que convierte el trabajo en aceptable y no constituye plagio, en tanto cumple con todas las normas del uso de citas y referencias establecidas por la universidad César Vallejo.

Lima, 19 de Enero de 2019



Santiago Aquiles Gallarday Morales

DNI: 25514954

Feedback Studio - Mozilla Firefox
 https://ext.turnedin.com/app/carta/es/?s=180=1064660320&lang=es&u=1049816763

feedback studio Calidad de servicio según percepción de los usuarios de la empresa de servicios postales del Perú S.A. sede central, LO...

8 de 18 > ?

Resumen de coincidencias

23 %

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en inglés (Beta)

Coincidencias

1	repositorio.ucv.edu.pe	13 %
2	Entregado a Universida...	8 %
3	docplayer.es	1 %
4	www.rematedeacuana...	<1 %
5	repositorio.unan.edu.ni	<1 %
6	www.ciudadanosalcia...	<1 %

23 / 0

ESCUELA DE POSGRADO
 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Calidad de servicio según percepción de los usuarios de la empresa de servicios postales del Perú S.A. sede central, Los Olivos. 2018

TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:
 Maestro en gestión pública

AUTOR:
 Br. Luis David Maymay Robles

ASESOR:
 Mg. Santiago A. Gallarday Morales

Página: 1 de 47 Número de palabras: 7123

Text-only Report High Resolution Activado

10:16 a. m. 17/01/2019



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)
"César Acuña Peralta"

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: (solo los datos del que autoriza)

MAYHUAY ROBLES LUIS DAVID
D.N.I. : 09635204
Domicilio : Urb. CARAGAY BAJO No. 12-16-05 Los Olivos
Teléfono : Fijo : Móvil : 990493665
E-mail : l.may.huay@serpost.com.pe

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

Tesis de Pregrado

Facultad :
Escuela :
Carrera :
Título :

Tesis de Posgrado

Maestría

Grado : Maestría
Mención : Gestión Pública

Doctorado

3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres:

MAYHUAY ROBLES LUIS DAVID

Título de la tesis:

CAUIDAD DE SERVIDO SEGUN RECEPTOR
DE LOS USUARIOS DE LA EMPRESA DE SERVICIOS POSTALES
DEL PERU SA. SEDE CENTRAL, LOS OLIVOS. 2018
Año de publicación : 2019

4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento,

Si autorizo a publicar en texto completo mi tesis.

No autorizo a publicar en texto completo mi tesis.

Firma :

Fecha:

14 Marzo 2019



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE

ESCUELA DE POSGRADO

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

MAYHORA ROBLES, LUIS DAVID

INFORME TÍTULADO:

CALIDAD DE SERVIDO SEGÚN PERCEPCION DE LOS USUARIOS
DE LA EMPRESA DE SERVICIOS POSTALES DEL PERÚ S.A.
SEDE CENTRAL. LOS OLIVOS. 2018

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

MAESTRO EN GESTIÓN PÚBLICA

SUSTENTADO EN FECHA: 28 DE ENERO 2019

NOTA O MENCIÓN: Aprobado por Mayoría



[Signature]
FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN