



ESCUELA DE POSGRADO
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**Calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios de la
Subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la
Municipalidad Provincial de Lauricocha, Huánuco,
2018.**

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestro en Gestión Pública

AUTOR:

Br. Vargas Chávez, Avilder

ASESOR:

Dr. Baltazar Sulca, Frank Félix

SECCIÓN:

Ciencias Empresariales

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Administración del talento humano

PERÚ – 2018

Página del jurado

Mg. Guarniz Herrera, Paul Graciano
Presidente

Dr. Justiniano Tucto, Ageleo
Secretario

Dr. Baltazar Sulca, Frank Félix
Vocal

Dedicatoria

A Dios, a mis padres, a mis hermanos, por darme la fuerza, sabiduría e inteligencia para salir siempre adelante pese a las dificultades, por colocarme en el mejor camino, iluminando día a día las acciones de mi vida y por darme a todas las bondades materiales y espirituales-

Avilder

Agradecimiento

A todos los profesores de la Maestría en Gestión Pública de la Universidad César Vallejo por su dedicación diario para que la universidad sobresalga como paradigma de los demás y por el apoyo constante en la realización de la investigación.

Al Ing. Yoel Melvin Coz Teodoro por su total e incondicional apoyo, confianza y su preocupación en el crecimiento profesional.

Avilder

Presentación

Señores miembros del jurado, presento ante ustedes la Tesis titulada “Calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios de la Subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la Municipalidad Provincial de Lauricocha, Huánuco – 2018”, con la finalidad de establecer la relación que existe entre la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la Municipalidad Provincial de Lauricocha, Huánuco – 2018, el cual consta de 7 capítulos, en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo para obtener el grado académico de: Maestro en Gestión Pública.

Esperando cumplir con los requisitos de aprobación

El autor

Índice de contenido

Página del jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Presentación	vi
Índice de contenido	vii
Índice de tablas	ix
Índice de figuras	x
RESUMEN	xi
ABSTRACT	xii
I. INTRODUCCIÓN	12
1.1. Realidad problemática	12
1.2. Trabajos previos	15
1.3. Teorías relacionadas al tema	20
1.4. Definiciones conceptuales.....	29
1.5. Formulación del problema.....	30
1.6. Justificación	31
1.7. Hipótesis	32
1.8. Objetivos	33
II. MÉTODO	35
2.1. Diseño de investigación.....	35
2.2. Variables	35
2.3. Población y muestra.....	38
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	38
2.5. Métodos de análisis de datos	44
2.6. Aspectos éticos	45
III. RESULTADOS	46
IV. DISCUSIÓN	64
V. CONCLUSIONES	68
VI. RECOMENDACIONES	70

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	71
ANEXOS	74
Anexo 01. Instrumento.....	75
Anexo 02. Matriz de consistencia	80
Anexo 03. Matriz de validación de instrumento.....	82
Anexo 04. Constancia emitida por la institución que acredite la realización del estudio <i>in situ</i>.....	98
Anexo 05. Bases de datos	99
Anexo 06. Resultados de las pruebas (print de pantallas)	103
Anexo 07. Fotografías	104

Índice de tablas

<i>Tabla 1.</i> Operacionalización de variables.....	37
<i>Tabla 2.</i> Población de estudio	38
<i>Tabla 3.</i> Validez de contenido por juicio de expertos del instrumento.....	40
<i>Tabla 4.</i> Ficha técnica: Cuestionario para evaluar calidad del servicio	41
<i>Tabla 5.</i> Ficha técnica: Cuestionario para evaluar satisfacción del usuario	43
<i>Tabla 6.</i> Frecuencias agrupadas para la variable 01: Calidad del servicio.....	46
<i>Tabla 7.</i> Frecuencias agrupadas para la dimensión 01 de la variable 01: Fiabilidad	48
<i>Tabla 8.</i> Frecuencias agrupadas para la dimensión 02 de la variable 01: Capacidad de respuesta.....	49
<i>Tabla 9.</i> Frecuencias agrupadas para la dimensión 03 de la variable 01: Seguridad	50
<i>Tabla 10.</i> Frecuencias agrupadas para la dimensión 04 de la variable 01: Empatía	51
<i>Tabla 11.</i> Frecuencias agrupadas para la dimensión 04 de la variable 01: Aspectos tangibles	52
<i>Tabla 12.</i> Frecuencias agrupadas para la variable 02: Satisfacción del usuario ..	53
<i>Tabla 13.</i> Frecuencias agrupadas para la dimensión 01 de la variable 02: Expectativa del servicio	54
<i>Tabla 14.</i> Frecuencias agrupadas para la dimensión 02 de la variable 02: Tiempo	55
<i>Tabla 15.</i> Frecuencias agrupadas para la dimensión 03 de la variable 02: Aspectos tangibles	56
<i>Tabla 16.</i> Frecuencias agrupadas para la dimensión 04 de la variable 02: Calidad	57
<i>Tabla 17.</i> Correlación no paramétrica de la hipótesis general.....	58
<i>Tabla 18.</i> Correlación no paramétrica de la hipótesis específica 01	59
<i>Tabla 19.</i> Correlación no paramétrica de la hipótesis específica 02	60
<i>Tabla 20.</i> Correlación no paramétrica de la hipótesis específica 03	61
<i>Tabla 21.</i> Correlación no paramétrica de la hipótesis específica 04	62
<i>Tabla 22.</i> Correlación no paramétrica de la hipótesis específica 05	63

Índice de figuras

<i>Figura 1.</i> Calidad del servicio	47
<i>Figura 2.</i> Fiabilidad.....	48
<i>Figura 3.</i> Capacidad de respuesta	49
<i>Figura 4.</i> Seguridad.....	50
<i>Figura 5.</i> Empatía.....	51
<i>Figura 6.</i> Aspectos tangibles	52
<i>Figura 7.</i> Satisfacción del usuario	53
<i>Figura 8.</i> Expectativa del servicio.....	54
<i>Figura 9.</i> Tiempo	55
<i>Figura 10.</i> Aspectos tangibles	56
<i>Figura 11.</i> Calidad.....	57

RESUMEN

La presente investigación tiene como propósito establecer la relación que existe entre la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios de la Subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la Municipalidad Provincial de Lauricocha, Huánuco – 2018.

En la metodología, se considera el tipo de estudio no experimental con diseño transversal correlacional, se consideró una población de 50 usuarios de la de la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha. De la misma forma la muestra fue igual a la población, empleando el muestreo no probabilístico de tipo censal. Para la recolección de los datos se aplicó la técnica de la encuesta y sus instrumentos el cuestionario sobre calidad de los servicios de 22 ítems y el cuestionario sobre satisfacción del usuario de 18 ítems.

Los resultados del análisis estadístico de las relaciones entre las variables de estudio para los usuarios reflejan un coeficiente de correlación de Rho de Sperman (r) = 0.788**, siendo esta una correlación positiva considerable, a un nivel de significancia de 5% entre las variables de estudio, con un nivel de confianza del 95%.

Por lo tanto, se concluye que estadísticamente que existe relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios de la Subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la Municipalidad Provincial de Lauricocha, Huánuco – 2018, que demuestra a un nivel muy adecuado de calidad del servicio le corresponde un nivel muy adecuado de satisfacción del usuario, a un nivel nada adecuado de calidad del servicio le corresponde un nivel nada adecuado de satisfacción del usuario.

Palabras Clave: calidad, servicio, satisfacción, usuario.

ABSTRACT

The purpose of this research is to establish the relationship that exists between the quality of service and the satisfaction of the users of the Agricultural Development Sub-Directorate of the Provincial Municipality of Lauricocha, Huánuco - 2018.

In the methodology, the type of non-experimental study with a cross-sectional design was considered, a population of 50 users was considered to be that of the Agricultural Development sub-department of the Provincial Municipality of Lauricocha. In the same way, the sample was equal to the population, using non-probabilistic census sampling. To collect the data, the survey technique and its instruments were applied to the questionnaire on quality of services of 22 items and the questionnaire on user satisfaction of 18 items.

The results of the statistical analysis of the relationships between the study variables for the users reflect a correlation coefficient of Spearman's Rho (r) = 0.788 **, this being a considerable positive correlation, at a level of significance of 5% between the study variables, with a confidence level of 95%.

Therefore, it is concluded that statistically there is a significant relationship between the quality of service and the satisfaction of the users of the Agricultural Development Sub-Directorate of the Provincial Municipality of Lauricocha, Huánuco - 2018, which demonstrates a very adequate level of quality of service corresponds to a very adequate level of user satisfaction, at an inadequate level of quality of service corresponds an inadequate level of user satisfaction.

Keywords: quality, service, satisfaction, user.

I. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación será de gran importancia y tendrá implicancia práctica para todos los usuarios, gerentes, usuarios, público en general y para la misma entidad, y se argumenta dado que accederá establecer si la calidad del servicio se relacionado con la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha.

Por otro lado, la investigación reúne todos los requisitos exigidos por la escuela de postgrado de la Universidad para su elaboración, siguiendo todo los procedimientos y metodologías necesarios para que la investigación reúna todos los requisitos de ser una investigación científica y aplicada.

1.1. Realidad problemática

En la actualidad los cambios son constantes, más aún con la globalización, la economía cambia en forma constante, la exigencia de los clientes es cada día mayor y dando como resultado una competencia demoledora, por ello para que una empresa sea exitosa es primordial la calidad del servicio que brinda a sus clientes, además de la calidad de los productos que se ofrece. Toda organización tiene que tener como pilar fundamente la disposición de brindar un buen servicio; ya sean grandes, medianas o pequeñas empresas, estos deben realizar esfuerzos considerables con la finalidad de brindar sus servicios o productos con eficiente y efectividad (Dessler, 1988 citado por García, 2011, p. 1).

En los últimos años muchos investigadores se han enfocado en el estudio de la calidad de los servicios que brindan las organizaciones, y a partir de ello se lograron desarrollar modelos que permiten la medición desde luego complejo de la calidad del servicio. Los mercados con la globalización se tornaron cada vez más exigentes, añadido a ello la subjetividad del servicio, a partir de ello nace la necesidad de aglutinar esfuerzos en estudiar la calidad de cada uno de ellos, del mismo modo su aseguramiento y medición (Adí y Heckmann, 2003, p. 3).

En un mundo globalizado numerosas organizaciones al no alcanza sus objetivos trazados no tienen otra alternativa que llegar a la necesidad de cerrar sus locales creando una pérdida en las organizaciones, debido a múltiples factores. Las empresas buscan de todas formas acrecentar sus comercializaciones y obtener una rentabilidad mayor, pero en diversas momentos u ocasiones el escaso de adiestramiento de los colaboradores y el poco interés de generar satisfacción al usuario generan todo lo contrario produciéndose la insatisfacción en la comercialización y ocasionado una alta posibilidad de llegar a clausurar la organización (Cabel, 2016, p. 2).

Es primordial escuchar al cliente, pero no siempre es suficiente; cada sugerencia, queja o comentario debería apuntarse, es primordial el seguimiento y responder en forma inmediata para que el usuario comprenda que se brinda la importancia debida. El usuario es un gran aliado más allá de ser un comprador de una empresa, puesto que aporta beneficios ya se en el largo, mediano o corto plazo, con la finalidad de generar la multiplicación de los compradores actuales y futuros producto de las recomendaciones, así que el crecimiento de las organizaciones en el mercado depende en gran medida depende e gestionar de forma eficiente las relaciones con los usuarios (Rodríguez, 2002) citado por (García, 2011, p. 1).

A nivel nacional la mayor parte de las organizaciones dejan del lado el interés en la satisfacción de sus usuarios en el tema de atención e infraestructura, producto, considerándose como un factor primordial para lograr incrementar las ventas. El escaso compromiso, capacitación, colaborador inadecuado generan un desequilibrio en la comercialización, el Perú tiene la preeminencia de brindar un sinfín de diversiones que se pueden realizar de modo libre bicicleta de montaña, trekking, escalaciones en rocas, montañismo, estos deberían ser aprovechados con la finalidad de incrementar las ventas, satisfacer al usuario y superar sus expectativas (Cabel, 2016, p. 2).

La complacencia del usuario, es transcendental como indicador como idoneidad para que servicio brindado sea de calidad; sin embargo, de acuerdo al tipo de negocios los resultados dependen de aspectos variables como las características particulares de cada servicio y la percepción de cada individuo (Adí y Heckmann, 2003, p. 3).

Satisfacer al usuario siempre ha formado parte central de las políticas comerciales en las empresas. Si retrocedemos al pasado podemos platicar de concepciones referentes que ya se podía observar en la obsoleta versión de la Norma ISO 9000 de 1994, cuando se habla de los conceptos que debería incluir la Política de Calidad, al instituir metodologías para la consideración del tratado, o la forma como se abordaba las quejas y reclamaciones mediante, con frecuencia, del registro de la No Conformidad como forma principal de actuar; sin embargo, ¿qué sabemos hoy en día del grado de complacencia de nuestros usuarios? Cuando entro en vigor la Norma UNE-EN ISO 9001:2000, las definiciones de orientación a procesos y al usuario permitieron proporcionar a más de uno, cierto dolor de cabeza en su inicio. A la fecha la gran mayoría no recuerda ya casi nada, cómo podíamos asegurar la capacidad de una empresa cuando aspectos tan esenciales no se tomaba en consideración con tanta importancia. Procesos o enfoques, orientadas al usuario, seguimiento, mejora continua y control de la complacencia o satisfacción del usuario, retroalimentación como nociones claras, considerando como algo fundamental la medición de la satisfacción del usuario, quizás en los últimos años, un número significativo de las organizaciones certificadas aún no están instruidas para emprender este tema con la gran importancia que merece (Campama, 2005, p. 1).

La calidad de brindar un buen servicio y la por ende buscar satisfacer al usuario comprenden sustanciales temas en el mundo moderno, tanto en la educación, en la investigación, como también en la industria. La intervención del sector correspondiente a los servicios se fue incrementando (Czinkota y Ronkainen, 2002), agrandando asimismo la inquietud por el particularidad del servicio brindado y que esto sea de calidad, puesto que se reconoce su estratégico, humano y competitivo (Peralta, 2004) citado por (Peralta, 2006, p. 3).

En la Subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha la calidad como en mayoría de la instituciones públicas no se toma como tema relevante la calidad del servicio y por ende buscar la satisfacción de los usuarios que acuden a dicha área a buscar información o solicitar un servicio, por ello en la búsqueda de una evidencia y además de generar valor público, el presente trabajo de investigación busca determinar si la calidad del servicio influye

en la satisfacción de los usuarios de la Subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha, Huánuco.

1.2. Trabajos previos

Realizando la revisión bibliográfica con la finalidad de buscar hallazgos, se han identificado las siguientes investigaciones:

A nivel internacional

Aguilera y Saavedra (2013). *Expectativas y satisfacción de los usuarios de las farmacias en la ciudad de Chillán* (tesis de grado). Universidad de Bío-Bío. Chillán, Chile. Cuyo objetivo fue exponer las expectativas y satisfacción de los usuarios en las farmacias de Chillán. Cotejando las expectativas con las apreciaciones de los usuarios en la calidad del servicio facilitado por las farmacias que se encuentran en el municipio. La investigación nace en virtud a que la salud es un derecho básico, por consiguiente, los establecimientos farmacéuticos son un componente medio en el ejercicio de este derecho puesto que ayuda a salvar existencias y optimizar la salud de los beneficiarios, por lo que la mala praxis, pueden ser muy dañinas. Las empresas farmacéuticas predominan concentrando a las 3 grandes empresas farmacéuticas (Ahumada, Salcobrand, Cruz verde), quienes lidian fuertemente y generan una gran rentabilidad, puesto que son las principales en rubro farmacéutico de Chile cuentan con una diversidad de productos y servicios que proveen el rubro de belleza, salud y bienestar. Asimismo, se cuenta con otras farmacias quienes tienen una participación mucho menor, pero entregan los mismos productos o afines a los de las principales cadenas. En tal sentido la investigación trata de conseguir resultados en base a la complacencia del usuario a la hora de comprar en una farmacia con su desventajas y ventajas, con el fin de poder lograr conclusiones que permitan satisfacer a los usuarios que frecuentemente van en busca del servicios y/o productos que brindan las cadenas farmacéuticas.

Con el fin de medir la satisfacción y las expectativas del usuario de las farmacias de la urbe de Chillán, se hizo una encuesta SERVQUAL ejecutada a una

muestra aleatoria simple, mediante análisis estadístico haciendo uso de Microsoft Office Excel 2007 y del software SPSS, para después efectuar un estudio de los resultados obtenidos, a partir de ellos observar cada dimensión que integraron la encuesta, analizando en forma particular, basados en la percepción y expectativa, obteniendo como resultado una insatisfacción por los clientes en las farmacia de la ciudad de Chillán, puesto que la expectativa es definitivo mayor a la percepción en calidad del servicio de acuerdo a las brechas elaboradas en el desarrollo del instrumento.

Vergara y Quesada (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* (tesis de maestría). Universidad de Cartagena. Cartagena, Colombia. Manifiesta que en dicha investigación usó una aplicación del modelo propuesto por Oh (1999) y una escala para medir del modelo SERVQUAL con la finalidad de estudiar la calidad en los servicios ofertados en las unidades académicas de la facultad de ciencias económicas de la Universidad de Cartagena. Haciendo uso el modelo, se pudo explicar la influencia que poseen unas variables sobre las demás, y también el grado de incidencia de dichas variables al momento de valorar la calidad del servicio, de esta manera se demostró la aplicación del modelo en los centros educativos.

En los resultados de las diversas correlaciones que se pudieron obtener, destacaron los conocimientos con un valioso índice de correlación correspondiente a las dos variables, en quienes influyen significativamente. En tal sentido se llega a la conclusión que, para lograr incrementar la calidad del servicio académico apreciado, se debería considerar con mayor preponderancia las percepciones que los estudiantes poseen sobre los servicios. Asimismo, incrementar la calidad del servicio académico adquiere un efecto doble y positivo sobre la satisfacción de los estudiantes de la facultad, de esta forma incrementa el valor apreciado por el estudiante y la satisfacción que genera. En seguida, por la relación que existe entre el valor distinguido por el alumno y la satisfacción del mismo, se aprecia que, si se incrementa el valor percibido por el alumno, agrandará su complacencia hacia la institución por los servicios ofertados. En la investigación de referenciada por Oh (1999) se llegó a una conclusión muy similar.

Por otro lado, el precio que se paga por concepto de matrícula tiene un predominio inverso con relación al valor percibido por el alumno, ya que si el alumno paga un precio elevado en la matrícula su apreciación del valor se reduce, considerando que, en el coste de la matrícula, una menor apreciación muestra que existe un desconcierto referente al coste que se paga por la misma. Oh (1999) plantea en su suposición una única correlación negativa, entre el coste apreciado en relación al precio y valor general apreciado por el usuario, arguyendo que, a un valor más alto pagado, mejor serán las expectativas creadas por la calidad del servicio tomado. En el estudio se indica también que dicha relación con una correlación negativa de -0.098 entre las dos variables latentes, insinuando que dicho efecto se emplea al caso estudiado.

En conclusión quedó demostrado que el modelo permitió valorar la calidad del servicio de manera exitosa en los centros educativos, para ellos se identificó los puntos claves en los cuales se debe centrar la atención de la institución con el fin de optimizar la complacencia de los alumnos e incrementar la intención de recomendar el centro de estudio, y teniendo en consideración estudios como éste se podrían llegar a generar informes que provean todo el proceso de gestión, de esta forma poder mejorar los aspectos que fueron identificados, en los cuales se tiene alguna insuficiencia, en aras de brindar un buen servicio a los usuarios.

Alén y Fraiz (2006). *Relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del consumidor. Su evaluación en el ámbito del turismo termal* (tesis de maestría). Universidad de Vigo. Pontevedra, España. Las particularidades propuestas para la medición de la calidad del servicio en empresas termales fueron reveladas como apropiados, mostrando la escala excelentes niveles de validez y fiabilidad. Por tal motivo y en la línea de diferentes estudios, se han conseguido evidencias que la calidad del servicio posee multidimensionalidad, en este caso particular formado por cuatro factores o dimensiones críticos (oferta balnearia, oferta del hotel, localización y profesionalidad).

Referente a las suposiciones del estudio, se han demostrado en parte las relaciones planteadas en el patrón de medida. Se halló que la calidad del servicio es una referencia significativa de la satisfacción, en la cual ejerce una influencia significativa y clara (0.740), quedando de este modo la hipótesis contrastada

positivamente. Basados en dichos resultados, los responsables de las empresas de termales convendrían dar un mayor realce a la calidad observada porque optimizará la satisfacción de los usuarios y por consiguiente las empresas tendrán mejores resultados.

Al mismo tiempo, se ha comprobado que la calidad del servicio no es elemento único concluyente de la satisfacción, ya que únicamente explica una variabilidad de 55%.

En definitiva, es obligatorio tener en consideración algunas restricciones que fuerzan a tener moderación de los resultados logrados. Es bueno señalar que, en primer lugar, que la investigación es de carácter sectorial y está limitado a un territorio determinado, por ello las generalizaciones de los resultados alcanzados están supeditadas a la demostración de este en otras partes y zonas territoriales.

A nivel nacional

Peltroche (2016). Calidad del servicio y satisfacción del cliente de la empresa R&S Distribuidores SAC en la ciudad de Trujillo, año 2016 (tesis de grado). Universidad César Vallejo. Trujillo, Perú. Cuyo estudio se ejecutó con la finalidad de investigar la relación que existe entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente de la empresa R&S Distribuidores SAC en la ciudad de Trujillo, año 2016. El estudio fue descriptivo con un diseño no experimental de corte transversal y se efectuó mediante un cuestionario a 226 usuarios con la finalidad de identificar el nivel de calidad del servicio y el nivel de la satisfacción del cliente en relación al servicio brindado por la empresa R&S Distribuidores SAC. Se llegó a la conclusión que entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario existe una relación directa y moderada, cuyo coeficiente de correlación de Spearman fue de 0.569. También se determinó el nivel de la calidad del servicio y el nivel de la satisfacción del cliente son altos con un 83% y 78% respectivamente.

Bejarano (2016). Calidad del servicio y satisfacción de los usuarios del servicio de administración tributaria y fiscalización de la Municipalidad Distrital Santiago de Cao, año 2016 (tesis de grado). Universidad César Vallejo. Trujillo,

Perú. Dicha investigación tuvo la finalidad de determinar la relación que existe entre la calidad del servicio y satisfacción de los clientes del servicio de administración tributaria y fiscalización de la Municipalidad Distrital Santiago de Cao, año 2016. El estudio fue de tipo no experimental descriptiva, de corte transversal; puesto que las variables en estudios no fueron maniobradas y se basó en conocimientos predefinidos, como teorías para evaluar las variables de calidad del servicio y satisfacción de los usuarios. También se empleó un cuestionario a 339 clientes que asistieron al servicio de administración tributaria y fiscalización, para establecer la muestra de estudio se empleó una fórmula probabilística de población finita, asimismo los instrumentos que fueron utilizados son los cuestionarios y una escala, finalmente se llegó a la determinación de la existencia de una relación directa porque con el incremento o disminución de una de las variables cambia en la otra esto es decir que al momento de relacionar dichas variables calidad del servicio y satisfacción de los clientes se obtuvo un índice de correlación de Spearman 0.117 mostrando una correlación positiva muy baja quiere decir que a mayor calidad del servicio mayor es la satisfacción de los clientes.

Cabel (2016). Satisfacción del cliente y su efecto en las Ventas de la tienda Lippi en el mercado Trujillano año 2016 (tesis de grado). Universidad César Vallejo. Trujillo, Perú. Cuya investigación se efectuó con el objetivo de estudiar la satisfacción del cliente y su influencia en las ventas de la tienda Lippi en la ciudad de Trujillo año 2016. La investigación fue descriptiva ya que detalla y estudia las variables sin manipularlas ni modificarlas sino tal cual son en la realidad, el estudio fue no experimental ya que se realiza sin manipular deliberadamente cada una de las variables, quiere decir, no se realizó experimentos ni pruebas, únicamente se observó los fenómenos tal cual son, dentro de su ambiente natural. Los datos conseguidos fueron obtenidos de los usuarios de la tienda Lippi de la ciudad de Trujillo. Para el análisis del estudio se empleó las encuestas con 12 interrogantes, con una escala tipo Likert aplicados a 281 usuarios. El estudio sobre la satisfacción en los usuarios accedió explicar mediante la encuesta que si afecta en forma positiva en un 18% las ventas de la tienda Lippi en la ciudad de Trujillo año 2016.

Quispe (2014) en su Tesis: Calidad del servicio y fidelidad de los socios de créditos PYMES en la COOPAC" Santa María Magdalena", oficina principal-

Ayacucho (tesis de grado). Universidad San Cristóbal de Huamanga. Ayacucho, Perú. Dicho estudio se ubica en el campo de la investigación de la calidad del servicio y la fidelidad; con la finalidad de establecer la relación existente entre ambos conceptos; calidad del servicio y fidelidad, en personas que consiguieron acceder a créditos pymes en la oficina principal de la Cooperativa de Ahorro y Crédito "Santa María Magdalena" de la ciudad de Ayacucho. La metodología desarrollada para llevar a cabo el estudio correspondió a un estudio correlacional de nivel descriptivo, de corte transversal. El instrumento que se utilizó fue la encuesta, mediante un cuestionario bien estructurado y con su respectiva validación. El instrumento se empleó a una muestra determinada en forma aleatoria de 169 personas. La indagación acopiada mediante el instrumento fue llevado a un análisis y procedimiento estadístico. Los resultados alcanzados accedieron establecer que existe una relación directa fuerte entre las variables calidad del servicio percibida por los socios y su fidelidad con la Cooperativa.

1.3. Teorías relacionadas al tema

Luego de haber revisado los textos en las diferentes bibliografías relacionado a nuestro tema de investigación, la cual nos sirvieron como base teórica para sustentar el estudio y para comprender mejor las variables en esta investigación, tenemos:

Variable 1. Calidad del servicio

Adí y Heckmann (2003), manifestaron que:

En un mundo cambiante y moderno, es fundamental ofrecer bienes y servicios de calidad, además es cada vez más importante para competir en el mercado. Los clientes son cada vez más rigurosos y cuentan con un conocimiento básico de lo que significa la calidad. A fin de cumplir con todas las esperanzas del cliente, se llegó desarrollar muchas herramientas y técnicas con la finalidad de asegurar y medir la calidad de un sinfín de productos ofertados por las organizaciones. No obstante, para el caso del sector servicio, todavía sigue siendo muy complicado, debido primordialmente a la subjetividad de su naturaleza que lo caracteriza (p. 5).

Por otro lado también Adí y Heckmann (2003), indican que el servicio en su totalidad no sólo es elemento físico, también es producto del resultado de las acciones creadas por el distribuidor para satisfacer al usuario o cliente. Esto expresa que los servicios tienen tres particularidades propias que revelan la complicación de su investigación (p. 5):

Intangibilidad: quiere decir que un servicio no es ente que se consiga poseer o palpar, más por el contrario es un beneficio que adquiere el cliente.

Heterogeneidad: es la consecuencia del servicio, dependiendo de quién lo realice y de las condiciones bajo las cuales se generan; su apreciación dependerá de la persona que lo contrata.

Inseparabilidad: esta definición involucra que el consumo y la producción del servicio acontecen paralelamente, por lo que el cliente se ve incluido en el mismo.

La subjetividad de la calidad de un servicio se relaciona directamente a lo que el usuario aprecia, quiere decir, el juicio que efectúa sobre la superioridad o la excelencia del servicio que fue recibió. Lograr un resultado que tenga éxito va a depender que la empresa prestadora del servicio tenga la capacidad de comprender y conocer las necesidades del usuario, asimismo de la eficacia y del esfuerzo en la forma como lleva a cabo todo el proceso y también del coste incurrido por el usuario para poder acceder al servicio prestado. Conviene subrayar que el coste del servicio no exclusivamente involucra el precio, sino también el beneficio de tiempo forma y lugar que provea. No obstante, para considerar de calidad un servicio, debe ser consistente la percepción positiva, quiere decir, debe acontecer frecuentemente, no únicamente con uno, sino también con muchos consumidores en diferentes momentos. Dicha labor tiene su grado de dificultad; por ello la utilización de un modelo de gestión del servicios resulta práctica para poder orientar a la organización a adquirir un conocimiento de calidad (Adí y Heckmann, 2003).

Recibir un servicio de calidad por parte de una institución o empresa, hace que el usuario pueda difundir y manifestar con sus semejantes que dicho servicio prestado fue satisfactorio, además de recomendar a acudir cuando se tiene una necesidad a dicha institución u organización; en tal sentido un buen servicio tiene

efecto multiplicador, y esto permite posicionar dentro de un mercado o mejorar la reputación e imagen de una intuición en su ámbito de influencia, generándose de esta forma un valor agregado por el servicio brindado y creando vínculos duraderos con sus clientes o usuarios. Sin embargo, también se debe tener un especial cuidado cuando se brinda un servicio de mala calidad, esto trae consigo un sinnúmero de problemas y dificultades cuando se desea llegar a un mayor número de clientes o usuarios, el efecto multiplicador de lo que se menciona línea arriba suele ser mayor en caso de un servicio de mala calidad; por ello en un mundo globalizado es imprescindible que la calidad del servicio forme parte de la política de un institución o empresa, además de los estudios que pueden estar ligados en aras de mejorar el servicio, con la finalidad de mejorar de manera continua.

Pérez (1994), citado por Quispe (2014), expone que, existen tres tipos de calidad del servicio, esto basados en la satisfacción de cada una de las necesidades apuntadas de acuerdo a la apreciación que el usuario puede tener sobre la complacencia de cada una de ellas:

Calidad requerida: quiere decir el nivel de desempeño de los detalles del servicio brindado.

Calidad esperada: es la complacencia de los aspectos no detallados o «sobrentendidos».

Calidad subyacente: está ligado con la complacencia de las posibilidades no explícitas que todo usuario tiene.

Finalizando con resaltar que la calidad del servicio es la “percepción del valor” por parte del usuario (p. 17).

En tal sentido es fundamental conocer al cliente o usuario, y esto se logra cuando los colaboradores ya sea de las instituciones o empresas se encuentran capacitados con las habilidades y destrezas acorde al servicio que brindan. Conocer al usuario no solo incluye temas tangibles sino también está el lado subjetivo, hasta lo psicológico; por ello es fundamental que el talento humano con la cual cuenta una organización sea un equipo idóneo debido a la multidimensionalidad de la calidad del servicio, ello permitirá ganar cada día clientes que se sientan

felices de haber recibido un servicio acorde a sus necesidades y puedan sentirse satisfechos.

Dimensiones de la calidad del servicio

Miranda (2007), citado Quispe (2014) señala las dimensiones y los ítems del modelo SERVQUAL, que es la base para poder explicar el modelo SERVPERF.

La calidad del servicio es apreciada como una variable multidimensional, siendo estas dimensiones usuales a las discreciones sobre cualquier tipo del servicio.

Las dimensiones asociadas a la calidad del servicio se detallan a continuación (pp. 24-26):

Fiabilidad. Está dimensión comprende a la habilidad de brindar el servicio de una manera precisa. Destreza del consignatario para efectuar el servicio sin falencias, de manera adecuada y fiable, desempeñando las responsabilidades recibidos, un ejemplo serio cumplir de una manera puntual un servicio de tal manera que garantiza la devolución al usuario el precio del dinero, siempre que se origine una demora por encima a los 5 minutos por causas incumbidas a la organización.

Profesionalidad; conocimientos, experiencia y capacidad, obligatorios para cumplir con el servicio; por ejemplo, el colaborador de atención al usuario debe contar con la preparación necesaria para dar una respuesta inmediata al usuario relacionado a su consulta. Si se observa el entorno en la cual se desenvuelven las organizaciones dentro de nuestra realidad, por ejemplo la ciudad de Huánuco, asumiendo el rol de clientes, podremos observar en muchas organizaciones ya sea públicas o privadas descuidan la fiabilidad, sus servicios están afectados por un sinnúmero de falencias, desde luego con mayor preponderancia en el sector público; por ello la brecha en cuanto a un servicio fiable aún es amplia, y esto se irá cerrando con el dinamismo del mercado y además la creciente importancia que tiene las organizaciones de mejorar e implementar un servicio de calidad hacia sus usuarios.

Capacidad de respuesta. Está referido a la aspiración de la empresa de brindar ayuda a sus usuarios y de servir de manera inmediata. Las empresas deberían mostrar disposición de atender y está debe ser clara y además de dar un servicio

inmediato con sus colaboradores muy deseosos de brindar agradecimiento. En caso de que la empresa cometa una falta debe tener una reacción de una manera rápida y diligente, porque de esta forma el usuario considerará en gran medida su reacción y varias veces tendrá en consideración el servicio como de calidad, puesto que se dará cuenta de que la organización reconoce su dificultad y por ende trata de solucionarlo.

En un mundo moderno las actividades se desarrollan a un ritmo acelerado, el cliente tiene múltiples quehaceres, y cuando va en busca un servicio además que este sea lo ideal desea la inmediatez al ser atendido y también la rapidez que debe mostrar la organización en solucionar un problema si se presenta producto del servicio brindado; la capacidad de responder ante estos eventos harán la diferencia entre una organización y otra, la percepción que se puede llevar el cliente se convertirá en una referencia la próxima vez que acude por un mismo servicio a otra organización; entonces la capacidad de respuesta se convierte en una pieza fundamental al momento de brindar un servicio y que esto sea de calidad.

Seguridad. Está dimensión comprende a la comprensión del servicio brindado y la cortesía de los colaboradores, conjuntamente a la destreza para mostrar cordialidad al usuario. Inexistencia de riesgos, peligros o indecisiones. Por ejemplo, actualmente las organizaciones tienen como política la confidencialidad los datos de los usuarios se vuelve fundamental para la satisfacción de este, puesto los recientes casos de venta ilegal de este tipo de información personal.

Cortesía; consideración, atención y respeto, amabilidad del colaborador que trata al usuario. La antipatía de un recepcionista forjará que un hotel pierda usuarios, debido al mal trato recibido por parte del personal, independientemente de las particularidades y demás servicios y comodidades que puede ofrecer dicho hotel.

La seguridad claramente cumple un rol fundamente para que un servicio llegue ser de calidad, cuando menor sea el peligro dentro de una organización tendrá mayor aceptación por parte de un usuario que está pendiente en conseguir un servicio de calidad, esto fortalecerá los lazos hacia dicha institución o empresa cuando se trata de fidelizar clientes o brindar un buen servicio.

Empatía. La empatía comprende que la empresa u organización se debe poner en el lugar del usuario brindando una atención de forma individual a cada uno de sus clientes.

Las cinco dimensiones arriba mencionadas no son directamente visibles y si se desea evaluar se necesita medir en cada uno de ellos una serie de ítems. Además, a cada uno de los ítems se revela mostrando el grado de acuerdo en una escala tipo Likert, que va desde una fuerte disconformidad hasta un total o fuerte conformidad.

El SERVPERF muestra ciertas mejorías:

Demanda de menor tiempo para la administración del cuestionario, debido a que únicamente se pregunta una sola vez por cada ítem o peculiaridad del servicio.

Las medidas de apreciación pronostican mejor la satisfacción que las medidas de contraste.

El trabajo de análisis e interpretación correspondiente es más cómodo de llevar a cabo.

La atención personalizada hace sentir al usuario o cliente que la organización está interesado en brindar una atención adecuada, la persona se siente con mayor libertad de poder señalar sus inquietudes y además de sentirse importante puesto que el colaborar que brinda dicho servicio le presta atención.

Aspectos tangibles. Esta dimensión está referido al aspecto de las infraestructuras físicas, colaboradores, materiales de comunicación y equipos. Así que, por ejemplo, la limpieza en los uniformes en una empresa causa una primera opinión primordial de cara a la satisfacción de los usuarios.

Es común escuchar el dicho “todo entra por los ojos” complementado las demás dimensiones se encuentra los aspectos tangibles, lo que la persona puede ver, lo que se puede apreciar, y a partir de ello poder tener una concepción del entorno que rodea a una organización; es imprescindible tomar en consideración

en mantener un ambiente ameno en una organización desde los directivos, colaboradores hasta los detalles mínimos del ambiente físico, que son percibidos por los clientes y son considerados al momento de calificar sin un servicio es de calidad.

Variable 2. Satisfacción del usuario

Jacques y Michele (1994), citado por Sotelo (2016), señala que:

Conceptualmente "satisfacción del cliente" en los años 80 alcanza una valiosa importancia en el espacio de la biblioteconomía, así como lo expresa la literatura profesional. Regularmente surge en unión a otros dos términos que ingresaron con una potencia muy equivalente: la evaluación y la calidad. A partir de aquel tiempo, estas concepciones se fueron acomodando en forma paulatina a la realidad, así como sucedido con anterioridad en otras empresas en el rubro de los servicios (p. 8).

Considerando el punto de vista del cliente, la complacencia de las necesidades de indagación en una forma de medir la validez del sistema por excelencia. El veredicto de los clientes sobre la insatisfacción o satisfacción, procede concisamente de la calidad de un servicio que se les brinda, de la información que le proporciona o de las particularidades que comprende una información significativa acerca del fracaso o éxito del sistema que llegan cubrir sus intereses (Rey, 2000) citado por (Sotelo, 2016, p. 8).

La mejora continua se da a raíz de un sistema de gestión de la calidad, con la finalidad de aumentar la posibilidad acrecentar la complacencia del usuario y de las partes interesadas e involucradas. Una empresa que acoja una orientación anterior va a generar familiaridad en la capacidad de sus técnicas y en la calidad de sus productos, y de esta forma proporcionar una base para mejorar en forma continua a esto se denomina la "mejora continua". Por lo tanto todo lo indicado anteriormente lleva a un incremento de la satisfacción de los clientes y de otras

partes involucradas e interesadas y a la victoria y éxito de la empresa (De la Torre, 2013) citado por (Sotelo, 2016, pp. 8-9).

Satisfacer al usuario cuando se llega a presentar u ocurrir escenarios de insatisfacción, el indicador debería de detallar las labores que se deberían tomar para eliminarlas. Esto debe ser medido en forma clara y basado en una retroalimentación directa del usuario ya sea de una manera verbal, telefónica o escrita (Montaño, 2016) citado por (Sotelo, 2016, p. 9).

Adí y Heckmann (2003), señalan que la satisfacer al cliente forma parte de uno de los primordiales indicadores de la calidad de brindar un servicio, y esto surge de la diferencia entre lo que el cliente distingue del mismo, después de que la experiencia haya tenido lugar, y las expectativas que estos generan antes de acordarlo o pactarlo. Debido a las características que son propias de un servicio, la relación entre expectativas y las percepciones son relativas a cada uno de los usuarios en particular, por ello es fundamental tal reconocer que es el mismo quien la decreta, no al quien brindó el servicio. No obstante, el distribuidor o proveedor puede influenciar en la complacencia del usuario pretendiendo cumplir con sus expectativas (pudiendo superarlas en el mejor de los casos) o quizás pudiendo, intentar maniobrar las expectativas con la finalidad de que el valor observado por el usuario no sobresalga (p. 5).

Jamal y Nasser (2002), citado por Peltroche (2016), reportan que la complacencia del usuario se encuentra relacionado con individuos que solventaron por unos servicios o productos y utilizaron los servicios y productos. La complacencia del usuario es una consecuencia significativa de la acción de mercantilización a través del cual se requiere desempeñar con los diferentes espacios de la conducta de compra del usuario. En la actualidad debe garantizarse que no es suficiente con cautivar a la clientela, igualmente es indispensable sorprender y encantar (p. 6).

En un mundo en constante cambio y más aún con una competencia a todo nivel, no basta con tener un cliente satisfecho; las organizaciones de hoy en día, además de buscar la satisfacción en sus clientes, también debe tener presente en conseguir impactar “engancha al cliente”, que la persona que se acercó a la

empresa en busca de un bien o servicio, se lleve un valor agregado que lo recuerde siempre y de esta forma retorne y recomiende a otros individuos; la fidelización de los clientes juega de esta manera un rol fundamental en un mercado competitivo, y para ello es necesario innovar cada día, de esta forma formar lazos duraderos que terminan beneficiando a ambas partes (empresa cliente).

Dimensiones de la satisfacción del cliente

Según Sotelo (2016), el instrumento que permita medir la satisfacción de usuarios en una institución de educación superior de acuerdo a los criterios de la norma ISO 9001:2008, comprende las siguientes dimensiones: son expectativas del servicio, tiempo, aspectos tangibles y calidad, adicional a ello se considera la opinión del usuario (p.11).

Expectativa del servicio. Los directivos de la alta dirección deberían de asegurar de que las exigencias del usuario sean determinadas y se cumplieran con la finalidad de incrementar la complacencia o satisfacción del usuario.

Cada individuo cuando va en busca de un producto o servicio siempre tiene expectativas, va depende de la pericia del colaborador de la organización que de una manera apropiada consiga saber el deseo y las expectativas que tiene el cliente, para esta forma poder satisfacer.

Tiempo. Es el lapso que se demora en atender el servicio solicitado y de una manera adecuada.

El tiempo juega un rol fundamental al momento de brindar un servicio, si se presenta un cliente que se encuentra apurado, una demora al momento de atender será perjudicial para atender, además de la probabilidad de perder a dicho cliente y la mala impresión que se puede llevar, por ello siempre se tiene que estar atento y brindar el servicio lo más inmediato posible sin descuidar la calidad de este.

Aspectos tangibles. Viene a ser el valor de las obligaciones concernientes con el producto. La empresa debería establecer: las exigencias detalladas por el usuario, conteniendo las obligaciones para las acciones de traspaso y ulteriores a la misma.

Calidad. Los directivos de la alta dirección deberían inspeccionar el procedimiento de gestión de calidad de la empresa, a periodos planeados, con el fin de asegurar su utilidad, eficacia continua y adecuación.

El control de proceso es imprescindible para brindar un producto o servicio de calidad, estas deben ser supervisadas de manera continua con el fin de evitar errores, ya sea en el producto final o en el servicio, de esta manera se podrá satisfacer al cliente de forma efectiva.

Opinión del usuario. Satisfacción que el cliente nota: la búsqueda del discernimiento del usuario puede envolver la preparación de elementos de ingreso de fuentes como la encuesta de bienestar del usuario, datos del usuario sobre la calidad del producto o servicio brindado, la encuesta de sentir del cliente, la investigación de la pérdida de felicitaciones, negociación, la garantía utilizada y los informes de los funcionarios comerciales.

Siempre es bueno buscar alternativas para conseguir las sugerencias del cliente, y poner en práctica dichas opiniones, de esta manera la organización cumple con la mejora continua teniendo presente el sentir del cliente.

1.4. Definiciones conceptuales

Calidad del servicio. La calidad del servicio como la satisfacción del usuario, recomendación futura y frecuencia de compra, ya que un usuario satisfecho involucra un incremento de la cuota de mercado, de la rentabilidad y del retorno de la inversión (Oh,1999, p.24) citado por (Peltroche, 2016, p. 5).

Fiabilidad. Involucra la destreza con que cuenta la empresa para producir un servicio ofrecido de forma conveniente y continua (Adí y Heckmann, 2003, p. 12).

Capacidad de respuesta. Personifica la soltura de colaborar con los proveerlos y usuarios de un servicio inmediato (Adí y Heckmann, 2003, p. 12).

Seguridad. Se refiere a las sapiencias y al esmero mostrado por los colaboradores de la empresa en relación con la prestación que están ofreciendo, asimismo a la

destreza de los mismos para atraer credibilidad y confianza. En algunos servicios, la seguridad significa la impresión de que el usuario está protegido en sus diligencias y/o en las transacciones que efectúa a través del servicio (Adí y Heckmann, 2003, p. 12).

Empatía. Viene a ser el grado de esmero personificada que brindan las organizaciones a sus usuarios (Adí y Heckmann, 2003, p. 12).

Aspectos tangibles. Simbolizan las particularidades físicas y apariencias del provisor, quiere decir, de los equipos, personal, instalaciones y otros elementos con los que el usuario está en relación al concertar el servicio que necesita (Adí y Heckmann, 2003, p. 12).

Satisfacción del cliente. Se define como un proceso dinámico, multidimensional y complicado que contempla acciones cognitivas, funcional o conductual y afectivo (Tse y cols. 1990; Oliver y De Sarbo, 1988; Oh y Parks, 1997) citado por (Peralta, 2006, p. 5).

Expectativa del servicio. Viene a ser la “expectativa de efectuar o obtener algo” o también la “eventualidad sensato de que algo ocurra” (Real Academia Española de la Lengua, 2008) citado por (Aguilera Ortega y Saavedra Soto, 2013, p. 26).

Calidad. Se define al conjunto de propiedades técnicas-físicos que se han transformado en una suma de particularidades observados e inclusive propuestos por los usuarios (Varo, 1994) citado por (Quispe, 2014, p. 15).

1.5. Formulación del problema

Problema general

¿Qué relación existe entre la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la Municipalidad Provincial de Lauricocha, Huánuco – 2018?

Problemas específicos

¿Qué relación existe entre la fiabilidad y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la Municipalidad Provincial de Lauricocha?

¿Qué relación existe entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la Municipalidad Provincial de Lauricocha?

¿Qué relación existe entre la seguridad y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la Municipalidad Provincial de Lauricocha?

¿Qué relación existe entre la empatía y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la Municipalidad Provincial de Lauricocha?

¿Qué relación existe entre los aspectos tangibles y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la Municipalidad Provincial de Lauricocha?

1.6. Justificación

El cuidado al usuario tiene una importante notabilidad en la complacencia del cliente, alcanzando a ser uno de los pocos instrumentos diferenciadores entre servicios y productos de características afines. Entender, escuchar, estar proclive a brindar soluciones, ayudar, respetar, recordar y apreciar al usuario son una de las cualidades que forjan una buena atención al usuario y dichas particularidades son identificadas por ellos. Estos elementos son trascendentales y por esto se ejecutará una encuesta, la cual es una herramienta ineludible para compilar indagación de la calidad de complacencia de los clientes (Aguilera y Saavedra, 2013, p. 13).

Es de trascendental jerarquía la valoración duradera de la calidad del servicio, puesto que los resultados de esta valoración permitirán realizar un diseño eficiente y eficaz de las actividades con el fin de conseguir la mejora continua en la

prestación del servicio. Plantear la diligencia de tácticas conducentes a la calidad de la fidelidad y del servicio de los usuarios, condescenderán conservar una lugar competidor en las actividades comerciales o del servicio (Quispe, 2014, p. 42).

La Municipalidad Provincial de Lauricocha en una entidad pública que se encarga de la administración local de la población que conforma dicho municipio, su principal objetivo es el desarrollo económico, humano y ambiental., para ello se necesitan valorar e efectuar nuevas tácticas frente a los incesantes cambios que se presenta en dicha entidad.

1.7. Hipótesis

Hipótesis general

Hi: Existe relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la Municipalidad Provincial de Lauricocha, Huánuco – 2018.

H0: No existe relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la Municipalidad Provincial de Lauricocha, Huánuco – 2018.

Hipótesis específicas:

HE1: Existe relación significativa entre la fiabilidad y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la Municipalidad Provincial de Lauricocha.

H0: No existe relación significativa entre la fiabilidad y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la Municipalidad Provincial de Lauricocha.

HE2: Existe relación significativa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la Municipalidad Provincial de Lauricocha.

- H0: No existe relación significativa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la Municipalidad Provincial de Lauricocha.
- HE3: Existe relación significativa entre la seguridad y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la Municipalidad Provincial de Lauricocha.
- H0: No existe relación significativa entre la seguridad y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la Municipalidad Provincial de Lauricocha.
- HE4: Existe relación significativa entre la empatía y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la Municipalidad Provincial de Lauricocha.
- H0: No existe relación significativa entre la empatía y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la Municipalidad Provincial de Lauricocha.
- HE5: Existe relación significativa entre los aspectos tangibles y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la Municipalidad Provincial de Lauricocha.
- H0: No existe relación significativa entre los aspectos tangibles y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la Municipalidad Provincial de Lauricocha.

1.8. Objetivos

Objetivo general

Establecer la relación que existe entre la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la Municipalidad Provincial de Lauricocha, Huánuco – 2018.

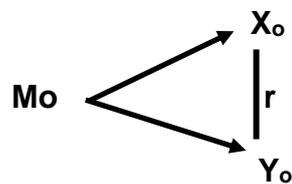
Objetivos específicos:

- OE1: Determinar la relación que existe entre la fiabilidad y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la Municipalidad Provincial de Lauricocha.
- OE2: Determinar la relación que existe entre capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la Municipalidad Provincial de Lauricocha.
- OE3: Determinar la relación que existe entre la seguridad y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la Municipalidad Provincial de Lauricocha.
- OE4: Determinar la relación que existe entre la empatía y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la Municipalidad Provincial de Lauricocha.
- OE5: Determinar la relación que existe entre los aspectos tangibles y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la Municipalidad Provincial de Lauricocha.

II. MÉTODO

2.1. Diseño de investigación

El trabajo de investigación realizado corresponde al diseño de la investigación no experimental correlacional, con su variable transeccional (Hernández y et al, 2010), que es definido como un estudio ejecutado sin la manipulación de manera deliberada las variables involucradas en la investigación, las variables son cualitativas. Al esquematizar este diseño de investigación obtenemos el siguiente diagrama:



Dónde:

- Mo** = Muestra/observación
- Xo** = Expectación de la variable uno.
- Yo** = Expectación de la variable dos.
- r** = Relación entre las dos variables.

La r expresa relación probable entre variables y se alcanza a calcular, a través del coeficiente de correlación de Rho de Spearman.

2.2. Variables

Calidad del servicio: Viene a ser la valoración que es observado respectivo al servicio tomado por los usuarios, la apreciación del servicio estará en función del tributo del mismo, considerando el antes, durante y después de la comercialización. Y el nivel del servicio que realmente interesa es el que subjetivamente se distingue. (Quispe, 2014).

Satisfacción del usuario: La percepción del usuario de haber utilizado correctamente su tiempo, habiendo recibido respecto a sus propias expectativas en un determinado contexto ambiental y la mejor prestación posible del servicio (Sotelo, 2016)

Tabla 1. Operacionalización de variables

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Variable 1 Calidad del servicio	Viene a ser la valoración que es observado respecto al servicio tomado por los usuarios, la apreciación del servicio estará en función del tributo del mismo, considerando el antes, durante y después de la comercialización. Y el nivel del servicio que realmente interesa es el que subjetivamente se distingue. (Quispe, 2014).	Se usó el cuestionado ya validado tipo Likert con 22 preguntas del modelo SERVPERF, con un alfa de Cronbach de 0.9098 Cada uno de los indicadores están relacionadas con las dimensiones: Fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y aspectos tangibles (Quispe, 2014).	Fiabilidad	Mantenimiento de promesas Hacer bien	5	Ordinal
			Capacidad de respuesta	Comunicación instantánea Atención rápida Orientación a ayudar a los clientes	4	
			Seguridad	Confianza Cortesía	4	
			Empatía	Empatía con el cliente	5	
Variable 2 Satisfacción del usuario	La percepción del usuario de haber utilizado correctamente su tiempo, habiendo recibido respecto a sus propias expectativas en un determinado contexto ambiental y la mejor prestación posible del servicio (Sotelo, 2016).	Se usó el cuestionario ya validado tipo Likert con 17 preguntas con un alfa de Cronbrach de 0.902. Cada uno de los indicadores están relacionado con las dimensiones expectativas del servicio, tiempo, aspectos tangibles, calidad y opinión del usuario (Sotelo, 2016),	Expectativa del servicio	Enfoque al cliente	6	Ordinal
			Tiempo	Tiempo de atención al cliente	3	
			Aspectos tangibles	Procesos relacionados con el cliente	4	
			Calidad	Revisión por la dirección Comunicación con el cliente	4	
			Opinión del usuario	Bienestar del cliente		
Variable interviniente Aspectos sociodemográficos			Edad	Menor a 30 Mayor a 30	2	Ordinal
			Sexo	Masculino Femenino	2	Nominal
			Grado de instrucción	Primaria Secundaria Superior	2	Ordinal

Elaboración: propia

2.3. Población y muestra

Población: la población estuvo constituido por 50 usuarios de la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha, Huánuco – 2018.

Tabla 2. Población de estudio

Sujetos	Hombres	Mujeres	Total
Usuarios de la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha	25	25	50

Fuente: elaboración propia

Muestra: fue igual a la población, todos los usuarios de la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha serán parte de la investigación. El **tipo de muestreo** será censal (Hernández y et al, 2010) indica que “únicamente cuando queremos realizar un censo debemos circunscribir en la investigación a todos los casos (personas, animales, plantas, objetos) del universo o la población”, ya que todos los usuarios formaran parte para el establecimiento de la relación que existe entre la calidad del servicio y satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha, Huánuco – 2018.

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

Se empleó instrumentos preestablecidos con la finalidad de recoger la información y recolección de datos:

Técnicas: tomando en consideración la naturaleza de la investigación y sus particularidades del mismo, las técnicas utilizadas fueron los siguientes.

Técnica de fichaje. Esta técnica conceptual fue empleada para estructurar la información relaciona al tema de la investigación.

Técnica de encuesta. Es una técnica que consiste en acopiar información mediante de un instrumento organizado por preguntas y alternativas de respuesta.

Instrumentos de recolección de datos:

Fichas. Este instrumento fue utilizado para la compilación de la información para desarrollar la parte teórica y metodológica del estudio.

Cuestionario. Se usó como instrumento el cuestionario, para la recopilación de información de cada variable involucrado en la investigación.

Cuestionario sobre calidad del servicio

Está estructurado en 22 ítems tipo Likert preguntas del modelo SERVPERF, con 05 dimensiones: fiabilidad 5 ítems, capacidad de respuesta 04 ítems, seguridad 04 ítems, empatía 05 ítems y aspectos tangibles 04 ítems. Con opciones de respuesta de Completamente de desacuerdo (5), En acuerdo (4), Ni de acuerdo, ni en desacuerdo (3), En desacuerdo (2), Completamente en desacuerdo (1). Del mismo modo, las categorías y rangos a emplearse: Nada satisfecho (22 – 39), Poco satisfecho (40 – 57), Medianamente satisfecho (58 – 75), Satisfecho (76 – 93) y Muy satisfecho (94 – 110).

Cuestionario sobre satisfacción del usuario

Está estructurado en 18 ítems tipo Likert (Sotelo, 2016), con 05 dimensiones: expectativa del servicio 06 ítems, tiempo 03 ítems, aspectos tangibles 04 ítems, calidad 05 ítems y opinión del usuario con opción para que el encuestado pueda dar su punto de vista. Con opciones de respuesta de Completamente de desacuerdo (5), En acuerdo (4), Ni de acuerdo, ni en desacuerdo (3), En desacuerdo (2), Completamente en desacuerdo (1). Así mismo, las categorías y rangos a emplearse: Nada satisfecho (17 – 30), Poco satisfecho (31 – 44), Medianamente satisfecho (45 – 58), Satisfecho (59 – 72) y Muy satisfecho (73 – 85).

Validez y confiabilidad:

Validez

Mediante juicio de expertos (técnica juicio de expertos) es como se logró la validez del contenido, el cual determinó si el cuestionario reúne la condición mínima según la muestra de investigación.

Tabla 3. Validez de contenido por juicio de expertos del instrumento

N°	Grado académico	Apellidos y nombres del experto	Apreciación
1	Doctor	Justiniano Tucto, Agelo	Aplicable
2	Doctor	Mendoza Balarezo Javier	Aplicable
3	Doctor	Evaristo Borja, Eugenio Marlon	Aplicable

Fuente: elaboración propia

Confiabilidad

El instrumento por ser politómico se sometió a la prueba de fiabilidad interna de Alpha de Cronbach con la cual se determinará el cálculo de consistencia interna con un valor mayor igual a $\alpha = 0.8$ en la investigación se obtuvo el valor de Alfa de Cronbach = 0.951.

Frías (2014) cita a George y Mallery (2003) quienes sugieren como razonamiento frecuente las recomendaciones siguientes a fin de valorar el alfa de Cronbach con sus respectivos coeficientes (p. 3):

Factor alfa > 0.9, quiere decir que existe una fiabilidad interna calificado como excelente

Factor alfa > 0.8, quiere decir que existe una fiabilidad interna calificado como bueno

Factor alfa > 0.7, quiere decir que existe una fiabilidad interna calificado como aceptable

Factor alfa > 0.6, quiere decir que existe una fiabilidad interna calificado como cuestionable

Factor alfa > 0.5, quiere decir que existe una fiabilidad interna calificado como pobre

Factor alfa < 0.5, quiere decir que existe una fiabilidad interna calificado como inaceptable

Tabla 4. Ficha técnica: Cuestionario para evaluar calidad del servicio

Ficha técnica	
Nombre:	Cuestionario para evaluar calidad del servicio
Autor:	Avilder Vargas Chávez
Años de edición	2018
Dimensiones:	Explorada cada dimensión considerada: <ul style="list-style-type: none">- Fiabilidad- Capacidad de respuesta- Seguridad- Empatía- Aspectos tangibles
Ámbito de aplicación:	Usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha
Administración:	Colectiva e individual
Duración:	40 min (aproximado)
Objetivo:	Evaluar la variable de calidad del servicio de manera global y sus respectivas dimensiones
Validez:	El instrumento cuenta con opinión de juicio de expertos, puesto que ya se encuentra validado.

Confiabilidad:	La prueba de confiabilidad Alpha de Cronbrach del cuestionario para evaluar la calidad del servicio es 0.9098, cuestionario del modelo SERVPERF
Campo de aplicación:	Usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha, Huánuco – 2018
Aspectos a evaluar:	<p>El cuestionario está constituido por 22 ítems distribuidos en 05 dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dimensión I: fiabilidad 5 ítems - Dimensión II: capacidad de respuesta 04 ítems - Dimensión III: seguridad 04 ítems - Dimensión IV: empatía 05 ítems - Dimensión V: aspectos tangibles 04 ítems.
Calificación:	<ul style="list-style-type: none"> - Completamente de desacuerdo (5) - En acuerdo (4) - Ni de acuerdo, ni en desacuerdo (3) - En desacuerdo (2) - Completamente en desacuerdo (1)
Categorías:	<ul style="list-style-type: none"> - Muy satisfecho 94 – 110 - Satisfecho 76 – 93 - Medianamente satisfecho 58 – 75 - Poco satisfecho 40 – 57 - Nada satisfecho 22 – 39

Elaboración: propia

Tabla 5. Ficha técnica: Cuestionario para evaluar satisfacción del usuario

Ficha técnica	
Nombre:	Cuestionario para evaluar satisfacción del usuario
Autor:	Avilder Vargas Chávez
Años de edición	2018
Dimensiones:	<p>Explorada las dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Expectativa del servicio - Tiempo - Aspectos tangibles - Calidad - Opinión del usuario
Ámbito de aplicación:	Usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha
Administración:	Colectiva e individual
Duración:	40 min (aproximado)
Objetivo:	Evaluar la variable de satisfacción del cliente de manera global y considerando cada dimensión
Validez:	El instrumento está basado en la opinión de juicio de expertos, puesto que ya se encuentra validado.
Confiabilidad:	La prueba de confiabilidad Alpha de Cronbach del cuestionario para evaluar la satisfacción del cliente es 0.902, cuestionario (Sotelo, 2016)
Campo de aplicación:	Usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha, Huánuco – 2018
Aspectos a evaluar:	El cuestionario está constituido por 18 ítems distribuidos en 05 dimensiones:

	<ul style="list-style-type: none"> - Dimensión I: expectativa del servicio 06 ítems - Dimensión II: tiempo 03 ítems - Dimensión III: aspectos tangibles 04 ítems - Dimensión IV: calidad 05 ítems - Dimensión V: opinión del usuario con opción para que el encuestado pueda dar su punto de vista.
Calificación:	<ul style="list-style-type: none"> - Completamente de desacuerdo (5) - En acuerdo (4) - Ni de acuerdo, ni en desacuerdo (3) - En desacuerdo (2) - Completamente en desacuerdo (1)
Categorías:	<ul style="list-style-type: none"> - Muy satisfecho 73 – 85 - Satisfecho 59 – 72 - Medianamente satisfecho 45 – 58 - Poco satisfecho 31 – 44 - Nada satisfecho 17 – 30

Elaboración: propia

2.5. Métodos de análisis de datos

- **Programas estadísticos.** La indagación requerida para el estudio fue recogida a través de los cuestionarios y los datos pasados a una base de datos, haciendo uso el programa SPSS 24 y Excel para el procesamiento de los datos obtenidos.

- **Análisis descriptivo**

Se hizo uso del análisis descriptivo para:

Distribución de frecuencia. A fin de resumir toda la información recogida en campo de ambas variables de estudio, se utilizó tablas de datos en donde se presenta las frecuencias absolutas y relativas porcentuales.

Gráficos. Los datos fueron analizados y presentados mediante gráficos estadísticas de tipo barra, cuyo propósito es alcanzar un rápido análisis visual.

- **Análisis inferencial**

Para la prueba de hipótesis, se hizo un análisis inferencial. Las variables en estudio no siempre se miden en un grado o nivel por razón o intervalos; de igual forma se logran examinar datos nominales y ordinales (variables categóricas), como fue para del presente investigación (escala ordinal) (Guillén y Valderrama, 2015, p 100).

La evaluar la hipótesis la prueba no paramétrica que se usó fue:

Coefficiente de correlación de Rho de Sperman (r). Se utilizó este coeficiente para conocer los grados o niveles de correlación o asociación lineal entre cada variable que se estudió. La prueba permitió acceder realizar la medición de la asociación de las dos variables y se utilizan cuando se miden en una escala ordinal, para el caso de las clasificaciones por categorías (Guillen, 2013, citado por Guillén y Valderrama, 2015, p 86).

2.6. Aspectos éticos

Los resultados productos de la investigación se mantuvieron en reserva. Además de informar a las personas pertinentes, quienes tomaron cartas en el asunto al fin de mejorar alguna de las variables, también contó con la autorización y permiso de la entidad en la cual se desarrolló la investigación.

Se respetó la información que se usó para la investigación, citando las referencias bibliográficas de todos los autores quienes fueron mencionados a lo largo del estudio.

III. RESULTADOS

3.1. Análisis descriptivo

En base los cuestionarios utilizados y aplicados a los usuarios se recogió los resultados, en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha, Huánuco – 2018; posteriormente se pasó a tabularlas y determinadas, para después ser ajustadas en las tablas de frecuencias agrupada, para finalmente se puede explicar y estudiar con más facilidad, mediante el procedimiento estadístico en el software SPSS v24; que arrojaron resultados se muestran a continuación.

a) Variable 01

Tabla 6. Frecuencias agrupadas para la variable 01: Calidad del servicio

	Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada satisfecho	3	6.0	6.0	6.0
	Poco satisfecho	12	24.0	24.0	30.0
	Medianamente satisfecho	18	36.0	36.0	66.0
	Satisfecho	12	24.0	24.0	90.0
	Muy satisfecho	5	10.0	10.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

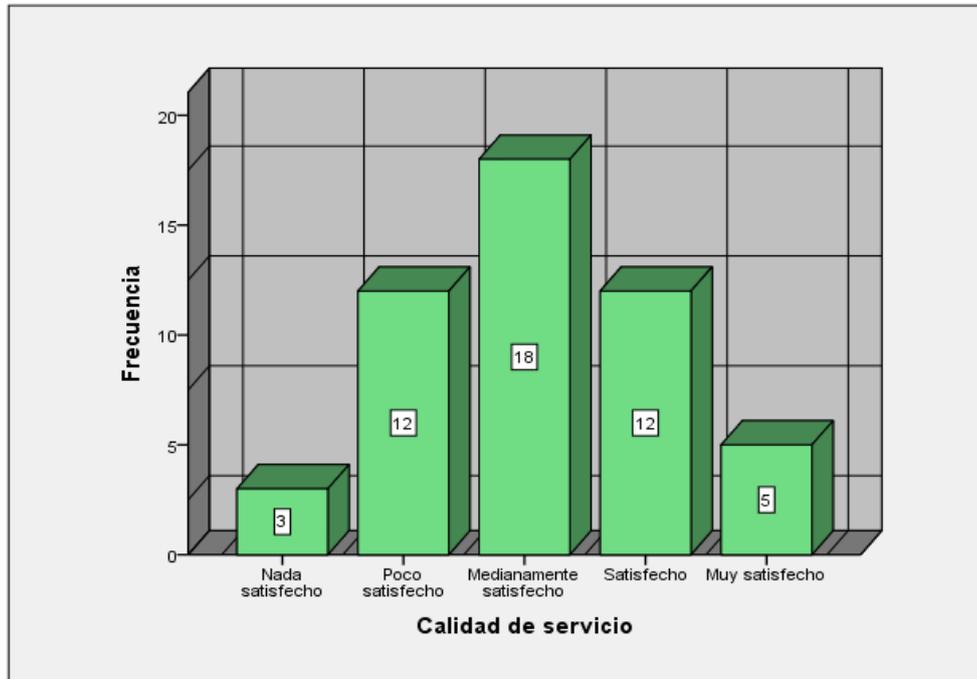
Fuente: elaboración propia

Interpretación:

Acorde a la tabla 6 se valora que 18 usuarios que representa al 36% de la muestra que fue estudiada indicaron encontrarse medianamente satisfecho con la calidad del servicio; 12 usuarios que representa al 24% de la muestra expresaron sentirse tanto poco satisfecho y satisfecho con la calidad del servicio, 5 usuarios que representa al 10% de la muestra revelaron encontrarse muy satisfecho con la calidad del servicio, y 3 usuarios que representa al 6% de la muestra dijeron sentirse nada satisfecho con la calidad del servicio.

En la figura 1, se muestra una visión manifiesta de los resultados:

Figura 1. Calidad del servicio



Fuente: elaboración propia

➤ **Dimensión 01 de la variable 01**

Tabla 7. Frecuencias agrupadas para la dimensión 01 de la variable 01: Fiabilidad

	Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada satisfecho	5	10.0	10.0	10.0
	Poco satisfecho	8	16.0	16.0	26.0
	Medianamente satisfecho	18	36.0	36.0	62.0
	Satisfecho	14	28.0	28.0	90.0
	Muy satisfecho	5	10.0	10.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

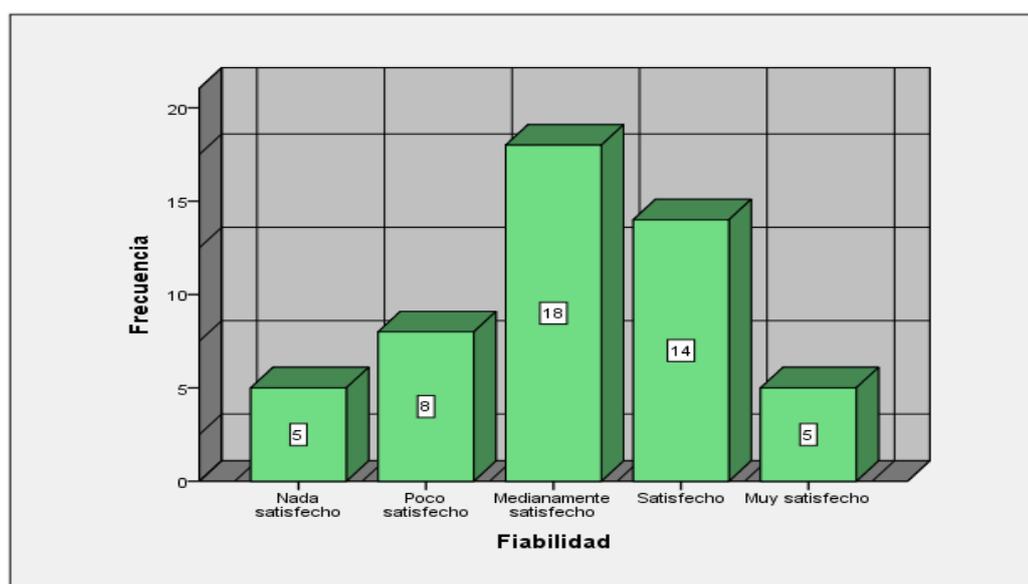
Fuente: elaboración propia

Interpretación:

Acorde a la tabla 7 se percibe que 18 usuarios que representa al 36% de la muestra que fue estudiada señalaron sentirse medianamente satisfecho con la fiabilidad del servicio; 14 usuarios que representa al 28% de la muestra expresaron sentirse satisfecho con la fiabilidad del servicio, 8 usuarios que representa al 16% de la muestra revelaron sentirse poco satisfecho con la fiabilidad del servicio, y finalmente 5 usuarios que representa al 10% de la muestra expresaron sentirse nada satisfecho y muy satisfecho con la fiabilidad del servicio.

En la figura 2, se muestra una visión manifiesta de los resultados:

Figura 2. Fiabilidad



Fuente: elaboración propia

➤ **Dimensión 02 de la variable 01**

Tabla 8. Frecuencias agrupadas para la dimensión 02 de la variable 01: Capacidad de respuesta

Descripción		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada satisfecho	5	10.0	10.0	10.0
	Poco satisfecho	11	22.0	22.0	32.0
	Medianamente satisfecho	18	36.0	36.0	68.0
	Satisfecho	11	22.0	22.0	90.0
	Muy satisfecho	5	10.0	10.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

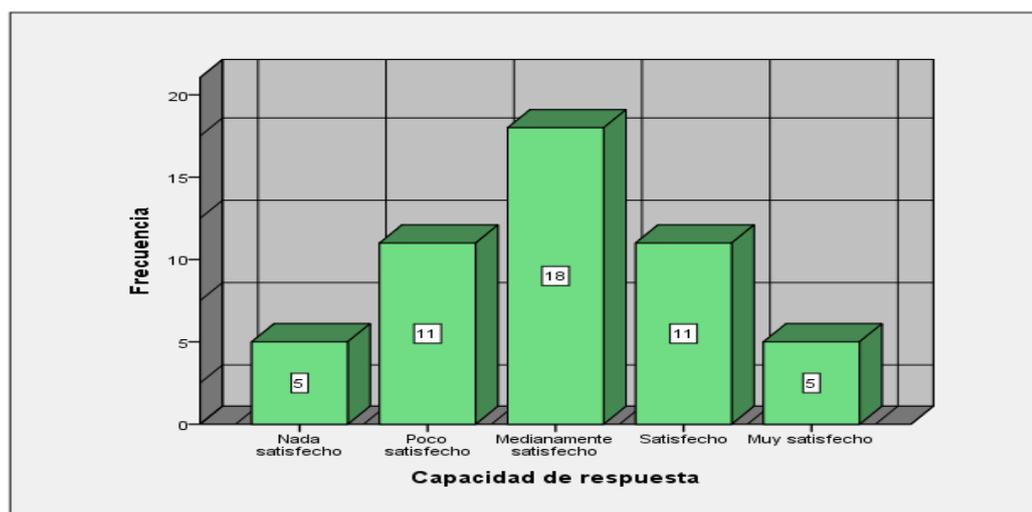
Fuente: elaboración propia

Interpretación:

Acorde a la tabla 8 se percibe que 18 usuarios que representa al 36% de la muestra que fue estudiada manifestaron sentirse medianamente satisfecho con la capacidad de respuesta del servicio; 11 usuarios que representa al 22% de la muestra expresaron sentirse poco satisfecho y satisfecho en cada uno de los casos con la capacidad de respuesta del servicio y finalmente 5 usuarios que representa al 10% de la muestra expresaron sentirse nada satisfecho y muy satisfecho para cada caso con la capacidad de respuesta del servicio.

En la figura 3, se muestra una visión manifiesta de los resultados:

Figura 3. Capacidad de respuesta



Fuente: elaboración propia

➤ **Dimensión 03 de la variable 01**

Tabla 9. Frecuencias agrupadas para la dimensión 03 de la variable 01: Seguridad

	Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada satisfecho	1	2.0	2.0	2.0
	Poco satisfecho	3	6.0	6.0	8.0
	Medianamente satisfecho	23	46.0	46.0	54.0
	Satisfecho	8	16.0	16.0	70.0
	Muy satisfecho	15	30.0	30.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

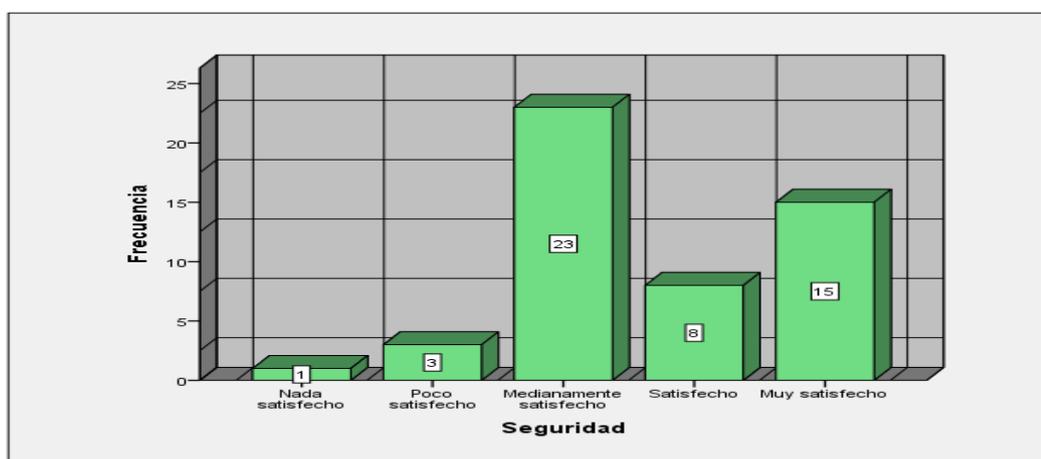
Fuente: elaboración propia

Interpretación:

Acorde a la tabla 9 se percibir que 23 usuarios que representa al 46% de la muestra que fue estudiada dijeron sentirse medianamente satisfecho con la seguridad del servicio; 15 usuarios que representa al 30% de la muestra expresaron sentirse muy satisfecho con la seguridad del servicio, 8 usuarios que representa al 16% de la muestra expresaron sentirse satisfecho con la seguridad del servicio, 3 usuarios que representa al 6% de la muestra expresaron sentirse poco satisfecho con la seguridad del servicio y 1 usuario que representa al 2% de la muestra reveló sentirse nada satisfecho con la seguridad del servicio.

En la figura 4, se muestra una visión manifiesta de los resultados:

Figura 4. Seguridad



Fuente: elaboración propia

➤ **Dimensión 04 de la variable 01**

Tabla 10. Frecuencias agrupadas para la dimensión 04 de la variable 01: Empatía

Descripción		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada satisfecho	2	4.0	4.0	4.0
	Poco satisfecho	3	6.0	6.0	10.0
	Medianamente satisfecho	18	36.0	36.0	46.0
	Satisfecho	20	40.0	40.0	86.0
	Muy satisfecho	7	14.0	14.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

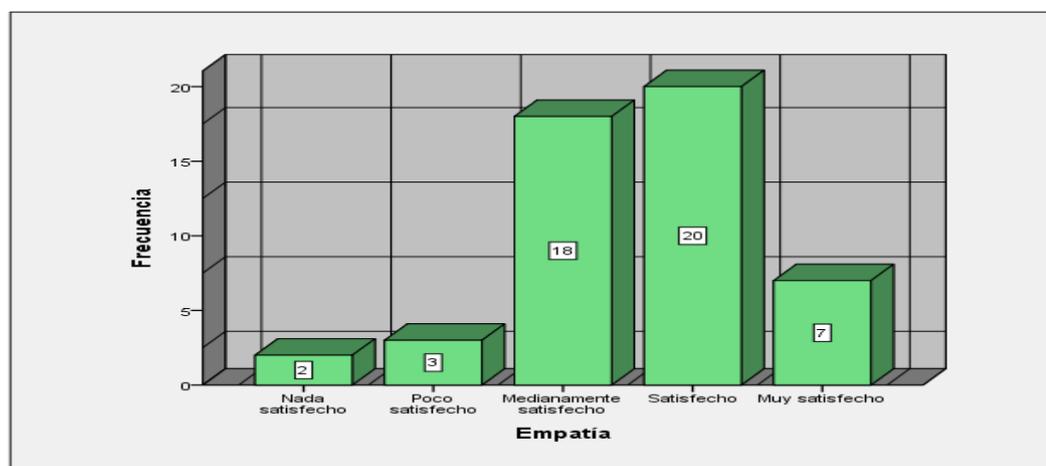
Fuente: elaboración propia

Interpretación:

Acorde a la tabla 10 se percibir que 20 usuarios que representa al 40% de la muestra que fue estudiada dijeron sentirse satisfecho con la empatía del servicio; 18 usuarios que representa al 36% de la muestra expresaron sentirse medianamente satisfecho con la empatía del servicio, 7 usuarios que representa al 14% de la muestra expresaron sentirse muy satisfecho con la empatía del servicio, 3 usuarios que representa al 6% de la muestra expresaron sentirse poco satisfecho con la empatía del servicio y 2 usuario que representa al 4% de la muestra reveló sentirse nada satisfecho con la empatía del servicio.

En la figura 5, se muestra una visión manifiesta de los resultados:

Figura 5. Empatía



Fuente: elaboración propia

➤ **Dimensión 05 de la variable 01**

Tabla 11. Frecuencias agrupadas para la dimensión 04 de la variable 01: Aspectos tangibles

Descripción		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada satisfecho	2	4.0	4.0	4.0
	Poco satisfecho	5	10.0	10.0	14.0
	Medianamente satisfecho	16	32.0	32.0	46.0
	Satisfecho	17	34.0	34.0	80.0
	Muy satisfecho	10	20.0	20.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

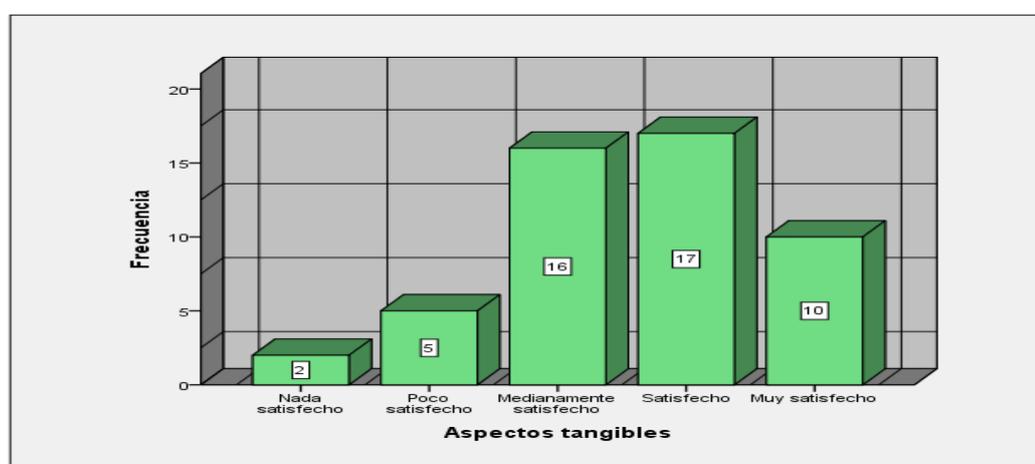
Fuente: elaboración propia

Interpretación:

Acorde a la tabla 11 se percibir que 17 usuarios que representa al 34% de la muestra que fue estudiada dijeron sentirse satisfecho con los aspectos tangibles del servicio; 16 usuarios que representa al 32% de la muestra expresaron sentirse medianamente satisfecho con los aspectos tangibles del servicio, 10 usuarios que representa al 20% de la muestra expresaron sentirse muy satisfecho con los aspectos tangibles del servicio, 5 usuarios que representa al 10% de la muestra expresaron sentirse poco satisfecho con los aspectos tangibles del servicio y 2 usuario que representa al 4% de la muestra reveló sentirse nada satisfecho con los aspectos tangibles del servicio.

En la figura 6, se muestra una visión manifiesta de los resultados:

Figura 6. Aspectos tangibles



Fuente: elaboración propia

b) **Variable 02**

Tabla 12. Frecuencias agrupadas para la variable 02: Satisfacción del usuario

Descripción		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada satisfecho	2	4.0	4.0	4.0
	Poco satisfecho	7	14.0	14.0	18.0
	Medianamente satisfecho	24	48.0	48.0	66.0
	Satisfecho	7	14.0	14.0	80.0
	Muy satisfecho	10	20.0	20.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

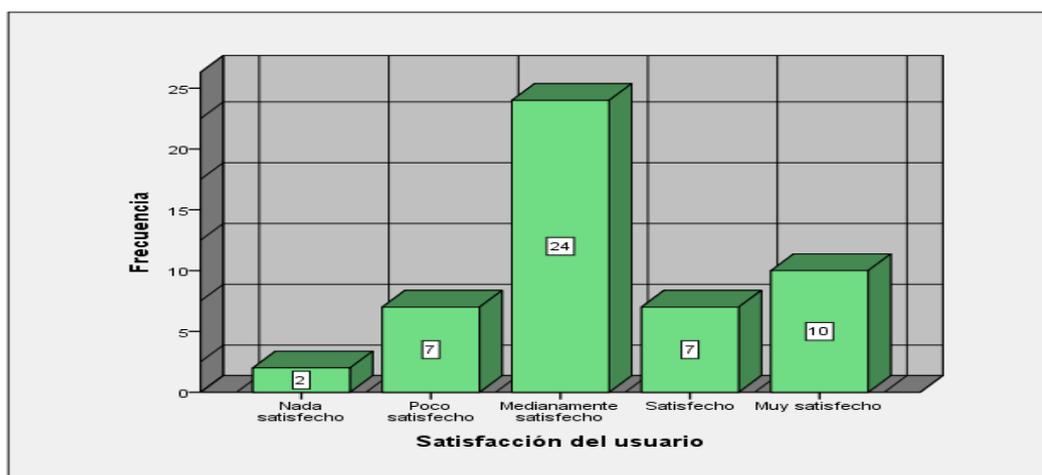
Fuente: elaboración propia

Interpretación:

Acorde a la tabla 12 se percibe que 24 usuarios que representa al 48% de la muestra que fue estudiada expresaron que la satisfacción del usuario es medianamente satisfecho; 10 usuarios que representa al 20% de la muestra dijeron que la satisfacción del usuario es muy satisfecho, 7 usuarios que representa al 14% de la muestra expresaron que la satisfacción del usuario es poco satisfecho y satisfecha para cada uno de los casos y finalmente 2 usuarios que representa al 4% de la muestra expresaron que la satisfacción del usuario es nada satisfecho.

En la figura 7, se muestra una visión manifiesta de los resultados:

Figura 7. Satisfacción del usuario



Fuente: elaboración propia

➤ **Dimensión 01 de la variable 02**

Tabla 13. Frecuencias agrupadas para la dimensión 01 de la variable 02: Expectativa del servicio

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada satisfecho	2	4.0	4.0	4.0
Poco satisfecho	3	6.0	6.0	10.0
Medianamente satisfecho	19	38.0	38.0	48.0
Satisfecho	20	40.0	40.0	88.0
Muy satisfecho	6	12.0	12.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

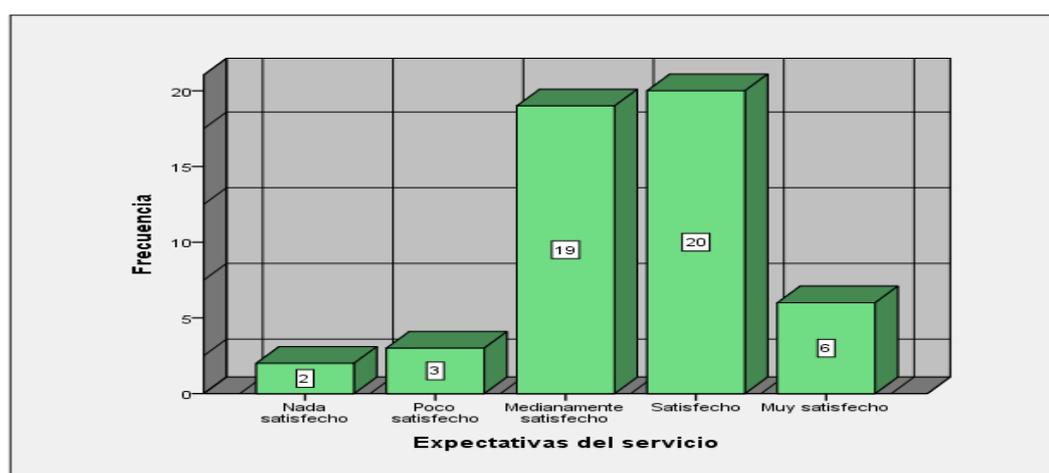
Fuente: elaboración propia

Interpretación:

Acorde a la tabla 13 se percibe que 20 usuarios que representa al 40% de la muestra que fue estudiada expresaron que la expectativa del servicio es satisfecho; 19 usuarios que representa al 38% de la muestra dijeron que la expectativa del servicio es medianamente satisfecho, 6 usuarios que representa al 12% de la muestra expresaron que la expectativa del servicio es muy satisfecho, 3 usuarios que representa al 6% de la muestra revelaron que la expectativa del servicio es poco satisfecho y 2 usuarios que representa al 4% de la muestra dijeron que la expectativa del servicio es nada satisfecho.

En la figura 8, se muestra una visión manifiesta de los resultados:

Figura 8. Expectativa del servicio



Fuente: elaboración propia

➤ **Dimensión 02 de la variable 02**

Tabla 14. Frecuencias agrupadas para la dimensión 02 de la variable 02: Tiempo

	Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada satisfecho	16	32.0	32.0	32.0
	Poco satisfecho	8	16.0	16.0	48.0
	Medianamente satisfecho	20	40.0	40.0	88.0
	Satisfecho	3	6.0	6.0	94.0
	Muy satisfecho	3	6.0	6.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

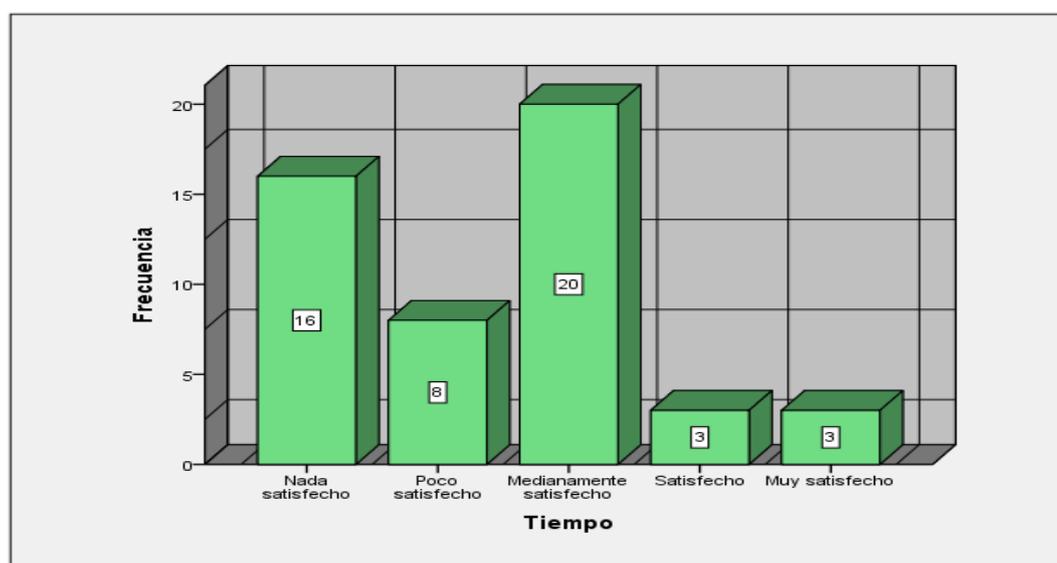
Fuente: elaboración propia

Interpretación:

Acorde a la tabla 14 se percibe que 20 usuarios que representa al 40% de la muestra que fue estudiada expresaron que el tiempo es medianamente satisfecho; 16 usuarios que representa al 32% de la muestra expresaron que el tiempo es nada satisfecho; 8 usuarios que representa al 16% de la muestra revelaron que el tiempo es poco satisfecho y finalmente 3 usuarios que representa al 6% de la muestra dijeron que el tiempo es satisfecho y muy satisfecho en ambos casos.

En la figura 9, se muestra una visión manifiesta de los resultados:

Figura 9. Tiempo



Fuente: elaboración propia

➤ **Dimensión 03 de la variable 02**

Tabla 15. Frecuencias agrupadas para la dimensión 03 de la variable 02: Aspectos tangibles

	Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada satisfecho	2	4.0	4.0	4.0
	Poco satisfecho	4	8.0	8.0	12.0
	Medianamente satisfecho	27	54.0	54.0	66.0
	Satisfecho	13	26.0	26.0	92.0
	Muy satisfecho	4	8.0	8.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

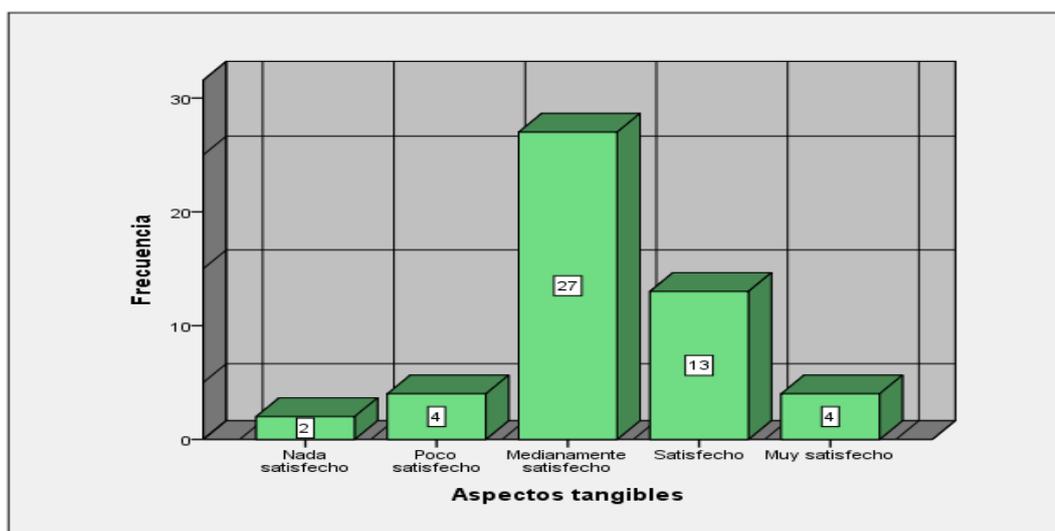
Fuente: elaboración propia

Interpretación:

Acorde a la tabla 15 se percibe que 27 usuarios que representa al 54% de la muestra que fue estudiada dijeron que los aspectos tangibles son medianamente satisfecho; 13 usuarios que representa al 26% de la muestra expresaron que los aspectos tangibles son satisfecho, 4 usuarios que representa al 8% de la muestra expresaron que los aspectos tangibles es poco satisfecho y muy satisfecho en ambos casos y finalmente 2 usuarios que representa al 4% de la muestra revelaron que los aspectos tangibles son nada satisfecho.

En la figura 10, se muestra una visión manifiesta de los resultados:

Figura 10. Aspectos tangibles



Fuente: elaboración propia

➤ **Dimensión 04 de la variable 02**

Tabla 16. Frecuencias agrupadas para la dimensión 04 de la variable 02: Calidad

Descripción		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada satisfecho	7	14.0	14.0	14.0
	Poco satisfecho	6	12.0	12.0	26.0
	Medianamente satisfecho	19	38.0	38.0	64.0
	Satisfecho	9	18.0	18.0	82.0
	Muy satisfecho	9	18.0	18.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

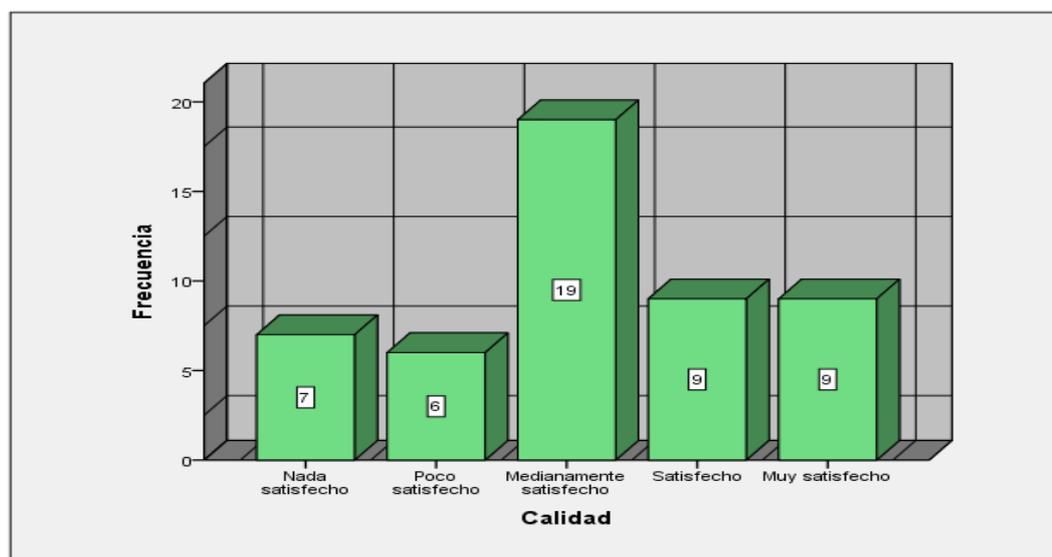
Fuente: elaboración propia

Interpretación:

Acorde a la tabla 16 se percibe que 19 usuarios que equivalen el 38% de la muestra que fue estudiada revelaron que la calidad es medianamente satisfecha; 9 usuarios que representa al 18% de la muestra dijeron que la calidad es satisfecho y muy satisfecho para cada uno de los casos; 7 usuarios que representa al 14% de la muestra expresaron que la calidad es nada satisfecho y finalmente 6 colaborador que representa al 12% de la muestra revelaron que la calidad es poco satisfecha.

En la figura 11, se muestra una visión manifiesta de los resultados:

Figura 11. Calidad



Fuente: elaboración propia

3.2. Análisis inferencial

Se empleó la prueba de Rho de Spearman para conocer el grado o nivel de correlación de las dos variables que fueron estudiadas, puesto que los datos obtenidos fueron cualitativos ordinales.

a) Hipótesis general

Formulación de hipótesis:

Hipótesis nula: No existe relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha, Huánuco – 2018.

Hipótesis alterna: Existe relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha, Huánuco – 2018.

Nivel de significancia teórica:

$$\alpha = 0.05$$

Regla de decisión:

Si $p < \alpha$ entonces se rechaza la hipótesis nula

Estadístico de prueba:

Tabla 17. Correlación no paramétrica de la hipótesis general

Correlación		Calidad de servicio	Satisfacción del usuario	
Rho de Spearman	Calidad de servicio	Coefficiente de correlación	1.000	0.788**
		Sig. (bilateral)	.	0.000
		N	50	50
	Satisfacción del usuario	Coefficiente de correlación	0.788**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	.
		N	50	50

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

Fuente: elaboración propia

Interpretación:

Acorde a la tabla 17 el coeficiente de correlación de Spearman revela que existe correlación positiva considerable entre ambas variables y es muy significativo estadísticamente ($r = 0.788^{**}$, $p = 0.000 < 0.05$).

b) Hipótesis específica 01

Formulación de hipótesis:

Hipótesis nula: No existe relación significativa entre la fiabilidad y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha.

Hipótesis alterna: Existe relación significativa entre la fiabilidad y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha.

Nivel de significancia teórica:

$$\alpha = 0.05$$

Regla de decisión:

Si $p < \alpha$ entonces se rechaza la hipótesis nula

Estadístico de prueba:

Tabla 18. Correlación no paramétrica de la hipótesis específica 01

Correlación		Fiabilidad	Satisfacción del usuario	
Rho de Spearman	Fiabilidad	Coficiente de correlación	1.000	0.548**
		Sig. (bilateral)	.	0.000
		N	50	50
	Satisfacción del usuario	Coficiente de correlación	0.548**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	.
		N	50	50

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

Fuente: elaboración propia

Interpretación:

Acorde a la tabla 18 el coeficiente de correlación de Spearman revela que existe correlación positiva moderada entre la dimensión 01 de la variable independiente y la variable dependiente es muy significativo estadísticamente ($r = 0.548^{**}$ $p = 0.000 < 0.05$).

c) Hipótesis específica 02

Formulación de hipótesis:

Hipótesis nula: No existe relación significativa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha.

Hipótesis alterna: Existe relación significativa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha.

Nivel de significancia teórica:

$$\alpha = 0.05$$

Regla de decisión:

Si $p < \alpha$ entonces se rechaza la hipótesis nula

Estadístico de prueba:

Tabla 19. Correlación no paramétrica de la hipótesis específica 02

Correlación		Capacidad de respuesta	Satisfacción del usuario	
Rho de Spearman	Capacidad de respuesta	Coeficiente de correlación	1.000	0.693**
		Sig. (bilateral)	.	0.000
		N	50	50
	Satisfacción del usuario	Coeficiente de correlación	0.693**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	.
		N	50	50

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

Fuente: elaboración propia

Interpretación:

Acorde a la tabla 19 el coeficiente de correlación de Spearman revela que existe correlación positiva considerable entre la dimensión 02 de la variable independiente y la variable dependiente es muy significativo estadísticamente ($r = 0.693^{**}$, $p = 0.000 < 0.05$).

d) Hipótesis específica 03

Formulación de hipótesis:

Hipótesis nula: No existe relación significativa entre la seguridad y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha.

Hipótesis alterna: Existe relación significativa entre la seguridad y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la Municipalidad Provincial de Lauricocha.

Nivel de significancia teórica:

$$\alpha = 0.05$$

Regla de decisión:

Si $p < \alpha$ entonces se rechaza la hipótesis nula

Estadístico de prueba:

Tabla 20. Correlación no paramétrica de la hipótesis específica 03

Correlación		Seguridad	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Seguridad	Coefficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	.000
		N	50
	Satisfacción del usuario	Coefficiente de correlación	0.885**
		Sig. (bilateral)	0.000
		N	50

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

Fuente: elaboración propia

Interpretación:

Acorde a la tabla 20 el coeficiente de correlación de Spearman revela que existe correlación positiva considerable entre la dimensión 03 de la variable independiente y la variable dependiente es muy significativo estadísticamente ($r = 0.885^{**}$, $p = 0.000 < 0.05$).

e) Hipótesis específica 04

Formulación de hipótesis:

Hipótesis nula: No existe relación significativa entre la empatía y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha.

Hipótesis alterna: Existe relación significativa entre la empatía y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha.

Nivel de significancia teórica:

$$\alpha = 0.05$$

Regla de decisión:

Si $p < \alpha$ entonces se rechaza la hipótesis nula

Estadístico de prueba:

Tabla 21. Correlación no paramétrica de la hipótesis específica 04

Correlación		Empatía	Satisfacción del usuario	
Rho de Spearman	Empatía	Coefficiente de correlación	1.000	0.578**
		Sig. (bilateral)	.	0.000
		N	50	50
	Satisfacción del usuario	Coefficiente de correlación	0.578**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	.
		N	50	50

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

Fuente: elaboración propia

Interpretación:

Acorde a la tabla 21 el coeficiente de correlación de Spearman revela que existe correlación positiva considerable entre la dimensión 04 de la variable independiente y la variable dependiente es muy significativo estadísticamente ($r = 0.578^{**}$, $p = 0.000 < 0.05$).

f) Hipótesis específica 05

Formulación de hipótesis:

Hipótesis alterna: No existe relación significativa entre los aspectos tangibles y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha.

Hipótesis alterna: Existe relación significativa entre los aspectos tangibles y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha.

Nivel de significancia teórica:

$\alpha = 0.05$

Regla de decisión:

Si $p < \alpha$ entonces se rechaza la hipótesis nula

Estadístico de prueba:

Tabla 22. Correlación no paramétrica de la hipótesis específica 05

Correlación		Aspectos tangibles	Satisfacción del usuario	
Rho de Spearman	Aspectos tangibles	Coefficiente de correlación	1.000	0.545**
		Sig. (bilateral)	.	0.000
		N	50	50
	Satisfacción del usuario	Coefficiente de correlación	0.545**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	.
		N	50	50

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

Fuente: elaboración propia

Interpretación:

Acorde a la tabla 22 el coeficiente de correlación de Spearman revela que existe correlación positiva moderada entre la dimensión 05 de la variable independiente y la variable dependiente es muy significativo estadísticamente ($r = 0.545^{**}$, $p = 0.000 < 0.05$).

IV. DISCUSIÓN

Basado en los resultados obtenidos en la investigación se logró establecer que si existe relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios al obtener un coeficiente de correlación de Rho de Spearman positiva considerable de $r = 0.788^{**}$ (tabla 17); que demuestra a un nivel muy adecuado de calidad del servicio le corresponde un nivel muy adecuado de satisfacción del usuario, a un nivel nada adecuado de calidad del servicio le corresponde un nivel nada adecuado de satisfacción del usuario.

Este resultado supera a la obtenida por Peltroche (2016) en su Tesis: *Calidad del servicio y satisfacción del cliente de la empresa R&S Distribuidores SAC en la ciudad de Trujillo, año 2016*. Cuya investigación se realizó con el objetivo de analizar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente de la empresa R&S Distribuidores SAC en la ciudad de Trujillo, año 2016. Concluyendo que entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente existe una relación moderada y directa, donde el coeficiente de correlación de Spearman es 0,569. También se identificó el nivel de la calidad del servicio que es alto en un 83% y el nivel de la satisfacción del cliente que es alto en un 78%. Asimismo difiere al resultado obtenido por Bejarano (2016) en su Tesis: *Calidad del servicio y satisfacción de los usuarios del servicio de administración tributaria y fiscalización de la Municipalidad Distrital Santiago de Cao, año 2016*. Dicha investigación tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre la calidad del servicio y satisfacción de los usuarios del servicio de administración tributaria y fiscalización de la Municipalidad Distrital Santiago de Cao, año 2016. Se llegó a la conclusión de que existe una relación directa ya que en el aumento o disminución de una variable se invierte en la otra esto quiere decir que al relacionar las variables calidad del servicio y satisfacción de los usuarios obtenemos un índice de correlación de Spearman 0.117 reflejando una Correlación positiva muy baja quiere decir que a mayor calidad del servicio mayor es la satisfacción de los usuarios.

En cuanto a las hipótesis específicas se consiguieron los subsecuentes resultados:

En la hipótesis específica 01; se señala que: Existe relación significativa entre la fiabilidad y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo

Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha. Esta hipótesis se valida al obtener un coeficiente de correlación de Rho de Spearman positiva moderada de $r = 0.548^{**}$ (tabla 18) entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario; es decir a un nivel muy adecuado de fiabilidad le corresponde un nivel muy adecuada de satisfacción del usuario; a un nivel nada adecuado de fiabilidad le corresponde nivel nada adecuado de satisfacción del usuario. Este resultado es similar con la investigación de Vergara y Quesada (2011) en su investigación: *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*. Manifiesta que, en el estudio, se utilizó una adaptación del modelo propuesto por Oh (1999) y la escala de medición propuesta en el modelo SERVQUAL para analizar la calidad en el servicio ofrecido por las unidades académicas adscritas a la facultad de ciencias económicas de la Universidad de Cartagena. Entre las correlaciones obtenidas se pudieron destacar las percepciones con un alto índice de correlación con respecto a dos variables, en las cuales influyen significativamente. Como efecto de mayor relevancia se concluye que para poder aumentar la calidad del servicio académico percibido se debe hacer énfasis en las percepciones que, de los servicios, tienen los estudiantes. También aumentar la calidad del servicio académico tendrá un doble efecto positivo sobre la satisfacción de los estudiantes de la facultad, incrementando el valor percibido por el estudiante y su satisfacción. Luego, por la relación que existe entre el valor percibido por el estudiante y la satisfacción del mismo, se observa que, si aumenta el valor percibido por el estudiante, aumentará su satisfacción hacia los servicios que ofrece la institución.

En la hipótesis específica 02; se señala que: Existe relación significativa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha. Esta hipótesis se valida al obtener un coeficiente de correlación de Rho de Spearman positiva considerable de $r = 0.693^{**}$ (tabla 19) entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario; es decir a un nivel muy adecuado de capacidad de respuesta le corresponde un nivel muy adecuada de satisfacción del usuario; a un nivel nada adecuado de capacidad de respuesta le corresponde nivel nada adecuado de satisfacción del usuario. Este resultado es similar con la investigación

de Alén y Fraiz (2006) en su investigación: *Relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del consumidor. Su evaluación en el ámbito del turismo termal*. En lo que se refiere a las hipótesis de la investigación, se han confirmado parcialmente las relaciones propuestas en el modelo de medida. Se encontró que la calidad del servicio es un antecedente importante de la satisfacción, sobre la que ejerce una influencia clara y significativa (0.740), quedando de este modo contrastada positivamente la hipótesis. En base a estos resultados, los directivos de establecimientos termales deberían dar una mayor importancia a la calidad percibida porque mejorará la satisfacción del cliente y por ende los resultados de la empresa.

En la hipótesis específica 03; se señala que: Existe relación significativa entre la seguridad y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha. Esta hipótesis se valida al obtener un coeficiente de correlación de Rho de Spearman positiva considerable de $r = 0.885^{**}$ (tabla 20) entre la seguridad y la satisfacción del usuario; es decir a un nivel muy adecuado de seguridad le corresponde un nivel muy adecuada de satisfacción del usuario; a un nivel nada adecuado de seguridad le corresponde nivel nada adecuado de satisfacción del usuario. Dicho resultado corrobora la investigación de Quispe (2014) en su Tesis: *Calidad del servicio y fidelidad de los socios de créditos PYMES en la COOPAC" Santa María Magdalena", oficina principal-Ayacucho*. Su trabajo de investigación se ubica en el campo de estudio de la calidad del servicio y la fidelidad; con el objetivo de determinar la relación que existe entre ambos conceptos; calidad del servicio y fidelidad, en socios que obtuvieron créditos pymes en la oficina principal de .la Cooperativa de Ahorro y Crédito "Santa María Magdalena" de Ayacucho. Los resultados obtenidos permitieron determinar que hay una fuerte relación directa entre la calidad del servicio percibida por los socios y su fidelidad con la Cooperativa.

En la hipótesis específica 04; se señala que: Existe relación significativa entre la empatía y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha. Esta hipótesis se valida al obtener un coeficiente de correlación de Rho de Spearman positiva considerable

de $r = 0.578^{**}$ (tabla 21) entre la empatía y la satisfacción del usuario; es decir a un nivel muy adecuado de empatía le corresponde un nivel muy adecuada de satisfacción del usuario; a un nivel nada adecuado de empatía le corresponde nivel nada adecuado de satisfacción del usuario. Este resultado es similar con la investigación de Cabel (2016) en su Tesis: *Satisfacción del cliente y su efecto en las Ventas de la tienda Lippi en el mercado Trujillano año 2016*. Cuyo estudio de investigación se realizó con la finalidad de analizar la satisfacción del cliente y su efecto en las ventas de la tienda Lippi en la ciudad de Trujillo año 2016. La investigación sobre la satisfacción en los clientes permitió demostrar a través de la encuesta que si afecta positivamente en un 18% las ventas de la tienda Lippi en la ciudad de Trujillo año 2016.

En la hipótesis específica 05; se señala que: Existe relación significativa entre los aspectos tangibles y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha. Esta hipótesis se valida al obtener un coeficiente de correlación de Rho de Spearman positiva moderada de $r = 0.545^{**}$ (tabla 22) entre los aspectos tangibles y la satisfacción del usuario; es decir a un nivel muy adecuado de los aspectos tangibles le corresponde un nivel muy adecuada de satisfacción del usuario; a un nivel nada adecuado de los aspectos tangibles le corresponde nivel nada adecuado de satisfacción del usuario. Dicho resultado se contrasta con la investigación de Aguilera y Saavedra (2013) en su trabajo de investigación: *Expectativas y satisfacción de los usuarios de las farmacias en la ciudad de Chillán*. En dicha investigación se buscó exponer las expectativas y satisfacción de los usuarios en las farmacias de Chillán. Comparando las expectativas con las percepciones de los usuarios en la calidad del servicio prestado por las farmacias existente en la comuna. Los resultados arrojados, de esta manera observar cada una de las dimensiones que integran la encuesta, las que fueron analizadas de forma individual, por dimensión, en base a expectativas y percepción, arrojando como resultado una insatisfacción por los usuarios en las farmacias de la ciudad de Chillán, ya que las expectativas son definitivamente mayores a las percepciones en la calidad del servicio de acuerdo con las brechas realizadas en el desarrollo del instrumento.

V. CONCLUSIONES

Al culminar el estudio realizado se llegó a las subsecuentes conclusiones acorde a los resultados obtenidos en la investigación:

Primero: Se estableció que existe relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha, Huánuco – 2018; obteniendo un coeficiente de correlación de Rho de Spearman $r = 0.788^{**}$, que muestra que existe correlación positiva considerable entre la variable calidad del servicio y satisfacción de los usuarios y es estadísticamente muy significativo.

Segundo: Se determinó que existe relación significativa entre la fiabilidad y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha; logrando un coeficiente de correlación de Rho de Spearman $r = 0.548^{**}$, que muestra que existe correlación positiva moderada entre la dimensión 01 de la variable 01 fiabilidad y la variable 02 satisfacción del usuario y es estadísticamente muy significativo.

Tercero: Se determinó que existe relación significativa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha; alcanzando un coeficiente de correlación de Rho de Spearman $r = 0.693^{**}$, que muestra que existe correlación positiva considerable entre la dimensión 02 de la variable 01 capacidad de respuesta y la variable 02 satisfacción del usuario y es estadísticamente muy significativo.

Cuarto: Se determinó que existe relación significativa entre la seguridad y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha; logro un coeficiente de correlación de Rho de Spearman $r = 0.885^{**}$, que muestra que existe correlación positiva considerable entre la dimensión 03 de la variable 01 seguridad y la variable 02 satisfacción del usuario y es estadísticamente muy significativo.

Quinto: Se determinó que existe relación significativa entre la empatía y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha; alcanzando un coeficiente de correlación de Rho de Spearman $r = 0.578^{**}$, que muestra que existe correlación positiva considerable entre la dimensión 04 de la variable 01 empatía y la variable 02 satisfacción del usuario y es estadísticamente muy significativo.

Sexta: Se determinó que existe relación significativa entre los aspectos tangibles y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha; alcanzando un coeficiente de correlación de Rho de Spearman $r = 0.545^{**}$, que muestra que existe correlación positiva moderada entre la dimensión 05 de la variable 01 aspectos tangibles y la variable 02 satisfacción del usuario y es estadísticamente muy significativo.

VI. RECOMENDACIONES

Se tiene las siguientes recomendaciones:

Primero: La calidad de los servicios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha debe elaborar modelos que calidad que servicio que permitan a los usuarios sentirse más satisfecho con la atención que se le brinda, y de esta forma contribuir en la mejora de la calidad del servicio.

Segundo: La subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha debe mejorar la fiabilidad de su servicio, con el fin de hacer bien las cosas y mantener las promesas a los usuarios.

Tercero: La subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha debe optimizar la capacidad respuesta de su servicio, con el fin de mejorar la comunicación instantánea, atención rápida y orientación a ayudar a los usuarios.

Cuarto: La subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha debe corregir la seguridad de su servicio, con el fin de mejorar la confianza y cortesía de sus atenciones hacia sus usuarios.

Quinto: La subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha manejar la empatía constante en su servicio, con la finalidad de entablar confianza con los usuarios.

Sexta: La subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha debe invertir en su la imagen mejorando los aspectos tangibles de su servicio, con el fin de ser reconocido en la sociedad y de esta forma mejorar la apariencia y atracción de sus usuarios.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Adí, G. y Heckmann, G. (2003). *Medición de la Calidad de los Servicios*. Obtenido de https://www.ucema.edu.ar/posgrado-download/tesinas2003/MADE_Weil.pdf.
- Aguilera, N. y Saavedra, C. (2013). *Expectativas y satisfacción de los usuarios de las farmacias en la ciudad de Chillán*. Universidad del Bío Bío, Chillán - Chile.
- Alén, M. y Fraiz, J. (2006). *Relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del consumidor*. Su evaluación en el ámbito del turismo termal. *Investigaciones europeas de dirección y economía de la empresa*, 12(1).
- Bejarano, L. (2016). *Calidad del servicio y satisfacción de los usuarios del servicio de administración tributaria y fiscalización de la Municipalidad Distrital Santiago de Cao, año 2016*. Universidad César Vallejo, Trujillo.
- Cabel, A. (2016). *Satisfacción del cliente y su efecto en las Ventas de la tienda Lippi en el mercado Trujillano año 2016*. Universidad César Vallejo, Trujillo.
- Campama, G. (2005). *10 métodos para medir la satisfacción de los clientes*. Recuperado 14 de noviembre de 2018, a partir de <https://es.scribd.com/document/348162330/Octubre-2005-Satisfaccion-del-Cliente-pdf>
- Carrera, C.. (2013). *Fundamentos epistemológicos de la investigación*. Recuperado 2 de junio de 2018, a partir de http://ffyl.uach.mx/coloquio_posg_2013/dra_carrera_hdez.pdf
- Frías, D. (2014). *Apuntes de SPSS*. Universidad de Valencia. Recuperado de <http://www.uv.es/friasnav/ApuntesSPSS.pdf>. Recuperado a partir de <http://www.uv.es/~friasnav/ApuntesSPSS.pdf>

- García, L. (2011). *Calidad del servicio y satisfacción de los clientes del Banco Ripley S.A. – agencia Mall Aventura Plaza, Trujillo*, año 2011. Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo. Recuperado a partir de http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/3890/garcia_g.pdf?sequence=1
- Guillén, O. y Valderrama, S. (2015). *Guía para elaborar la tesis universitaria escuela de Postgrado*. Recuperado a partir de <http://andoeducandoperu.com/wordpress/wp-content/uploads/2016/01/GUIA-2015-15-October-Vf-30.pdf>
- Hernández, R., y et al. (2010). *Metodología de la investigación* (5a ed). México, D.F: Mc Graw-Hill.
- Martínez, V. (2013). *Paradigmas de investigación. Manual multimedia para el desarrollo de trabajos de investigación. Una visión desde la epistemología dialéctico crítica*. Recuperado de: <http://manualmultimediatestis.com/sites/default/files/Paradigmas%20de%20investigaci%C3%B3n.pdf>. Recuperado a partir de http://www.academia.edu/download/38994313/7_Paradigmas_de_investigacion_2013.pdf
- Peltroche, E. (2016). *Calidad del servicio y satisfacción del cliente de la empresa R&S Distribuidores SAC en la ciudad de Trujillo*, año 2016. Universidad César Vallejo, Trujillo. Recuperado a partir de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/448/peltroche_ae.pdf?sequence=1
- Peralta, J. (2006). *Rol de las expectativas en el juicio de satisfacción y calidad percibida del servicio*. *Límite*, 1(14).
- Quispe, S. (2014). *Calidad del servicio y fidelidad de los socios de créditos PYMES en la COOPAC« Santa María Magdalena», oficina principal-Ayacucho*. Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga, Ayacucho.

Sotelo, J. (2016). *Instrumento para medir la satisfacción de usuarios en base a la norma ISO 9001: 2008.*

Vergara, J. y Quesada, V. (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, 15.*

ANEXOS

Anexo 01. Instrumento

Cuestionario para evaluar calidad del servicio

Estimado usuario, agradeciendo por anticipado su valioso tiempo, por favor sírvase completar el presente cuestionario.

El objetivo de estas preguntas es evaluar la calidad del servicio. El cuestionario es anónimo, por lo que se agradece contestar con la mayor sinceridad posible.

Instrucción. A continuación, encontrará una serie de enunciados.

Ninguna respuesta es correcta o incorrecta. Elija la que más se adecue a su forma de pensar. La información que Ud. proporcione es confidencial y sólo será utilizada para fines de investigación académica.

Género: _____

Grado de instrucción: _____

Completamente en desacuerdo: CD En Desacuerdo: D Ni de acuerdo ni en desacuerdo: N En acuerdo: A Completamente de acuerdo: CA

N°	Ítems	CD (1)	D (2)	N (3)	A (4)	CA (5)
	Fiabilidad					
	I. Mantenimiento de promesas					
01	La subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha le brinda el servicio en el tiempo pactado					
02	Cuando en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha le prometieron algún trámite en cierto tiempo, lo cumplieron					
	II. Hacer bien					
03	Cuando tuvo algún problema o dificultad: la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha mostraron un sincero interés en solucionarlo					
04	En la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha le brindaron un servicio de madera adecuada					
05	En la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha sus pedidos se encontraron disponibles y se obtuvieron con facilidad					
	Capacidad de respuesta					

I.	Comunicación instantánea					
06	En la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha le informa con puntualidad y con sinceridad acerca de todas las condiciones del servicio					
II.	Atención rápida					
07	Se observa rapidez por parte de los trabajadores de la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha gestionar operaciones del cliente					
III.	Orientación a ayudar a los clientes					
08	Los trabajadores de la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha siempre demostraron estar dispuestos a ayudarlo					
09	En la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha aun estando demasiado ocupados respondieron rápidamente a sus preguntas					
Seguridad						
I.	Confianza					
10	El comportamiento y desempeño de los trabajadores de la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha transmite confianza					
11	Se sintió seguro cuando realizo sus pedidos a la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha					
12	Los trabajadores de la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha están capacitados para realizar bien su trabajo					
II.	Cortesía					
13	Los trabajadores de la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha te tratan siempre con amabilidad					
Empatía						
I.	Empatía con el cliente					
14	Los trabajadores de la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha brindan su servicio con amabilidad, respeto y paciencia					
15	En la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha tiene horarios de trabajo conveniente para usted					

16	Recibió una atención personalizada, por parte del personal de la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha					
17	La subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha se preocupa en buscar lo mejor para sus intereses					
18	Los trabajadores de la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha conocen sus necesidades específicas					
Aspectos tangibles						
I. Apariencia						
19	En la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha se muestran nuevos productos y nuevas tecnologías de apariencia moderna					
20	Los trabajadores de la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha tienen apariencia pulcra					
II. Atracción						
21	Los trabajadores de la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha cuentan con los equipos y materiales necesarios para su atención					
22	Los elementos materiales y documentación relacionada con el servicio son visiblemente atractivos					

Fuente: adaptado del modelo SERVPERF para medir calidad del servicio

Cuestionario para evaluar satisfacción del usuario

Estimado usuario, agradeciendo por anticipado su valioso tiempo, por favor sírvase completar el presente cuestionario.

El objetivo de estas preguntas es evaluar la satisfacción del cliente. El cuestionario es anónimo, por lo que se agradece contestar con la mayor sinceridad posible.

Instrucción. A continuación, encontrará una serie de enunciados.

Ninguna respuesta es correcta o incorrecta. Elija la que más se adecue a su forma de pensar. La información que Ud. proporcione es confidencial y sólo será utilizada para fines de investigación académica.

Género: _____

Grado de instrucción: _____

Completamente en desacuerdo: CD En Desacuerdo: D Ni de acuerdo ni en desacuerdo: N En acuerdo: A Completamente de acuerdo: CA

N°	Ítems	CD (1)	D (2)	N (3)	A (4)	CA (5)
	Expectativas del servicio					
I.	En foque al cliente					
01	La subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha conoce mis intereses y necesidades como usuario					
02	El servicio que se me brinda se adapta a mis necesidades como usuario					
03	Estoy satisfecho con las actividades que se realizan para el servicio que se me brinda					
04	El servicio otorgado cumplió con mis necesidades y expectativas solicitadas					
05	Considero que existen expectativas adicionales respecto al servicio que se me brindo					
06	La subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha cuenta con el personal capacitado para prestar el servicio que se me brinda					
	Tiempo					
I.	Tiempo de atención al cliente					
07	Se me informo sobre el tiempo en que se realizará el servicio					
08	La respuesta al servicio solicitado se obtuvo dentro del plazo establecido					
09	El tiempo de realización del servicio es el adecuado					

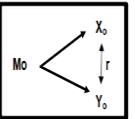
Aspectos tangibles						
I. Procesos relacionados con el cliente						
10	El personal cuenta con recursos suficientes para llevar a cabo su trabajo					
11	Los procesos para que se me brinde el servicio son eficientes					
12	El personal dispone de tecnología adecuada para realizar su trabajo (equipos informáticos y de otro tipo)					
13	Existe disponibilidad de recursos e información para llevar a cabo el proceso de la prestación del servicio que se me brinda					
Calidad						
I. Revisión por la dirección						
14	La atención que recibo sobre el servicio que se me brinda satisface mis necesidades					
15	La comunicación entre el personal que me brinda el servicio es eficiente					
16	La disposición del personal que me brinda el servicio es adecuada					
17	En general, considero que el servicio que se me brinda es un servicio de calidad					
II. Comunicación con el cliente						
18	Se me pregunta sobre alguna aportación para mejorar la prestación de los servicios en mi empresa					
Opinión del usuario						
I. Bienestar del cliente						
Considera hacer algún comentario adicional en cuanto a la satisfacción de usuarios en su organización.						

Fuente: adaptado del instrumento para medir la satisfacción de usuarios en base a la norma ISO 9001:2008 (Sotelo, 2016).

Anexo 02. Matriz de consistencia

Calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha, Huánuco – 2018

PROBLEMAS PRINCIPAL	OBJETIVOS PRINCIPAL	HIPÓTESIS PRINCIPAL	OPERACIONALIZACIÓN					TÉCNICA E INSTRUMENTO	METODOLOGÍA TIPO	POBLACIÓN Y MUESTRA							
			VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES/INDICADORES											
			VARIABLE 1			Variable 1: calidad del servicio											
		Calidad del servicio	Es el valor que es percibido del servicio recibido por los clientes, la percepción del servicio estará en función de la prestación del mismo, teniendo en cuenta el antes, durante y después de la venta. Y el nivel de desempeño que realmente importa es el que subjetivamente percibe el cliente.	Para medir la calidad del servicio se usará el cuestionario ya validado tipo Likert con 22 preguntas del modelo SERVPERF, con un alfa de Crombrach de 0.9098. Cada uno de los indicadores están relacionadas con las dimensiones: Fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y aspectos tangibles.	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Respuesta tipo Likert	Niveles y rangos								
¿Qué relación existe entre la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha, Huánuco – 2018?					Establecer la relación que existe entre la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha, Huánuco – 2018		Existe relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha, Huánuco – 2018		Fiabilidad	Mantenimiento de promesas Hacer bien	5	Completamente de desacuerdo (5) En acuerdo (4) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo (3) En desacuerdo (2) Completamente en desacuerdo (1)	Muy satisfecho 94 – 110 Satisfecho 76 – 93 Mediamente satisfecho 58 – 75 Poco satisfecho 40 – 57 Nada satisfecho 22 – 39	Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario del modelo SERVPERF, con un alfa de Crombrach de 0.9098, para medir calidad del servicio Por su finalidad: básica Por el periodo: transversal Por el diseño: descriptivo correlacional		Población: 100 usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha, Huánuco – 2018	
									Capacidad de respuesta	Comunicación instantánea Atención rápida Orientación a ayudar a los clientes	4						
									Seguridad	Confianza Cortesía	4						
									Empatía	Empatía con el cliente	5						
									Aspectos tangibles	Apariencia Atracción	4						

ESPECÍFICOS	ESPECÍFICOS	ESPECÍFICOS	VARIABLE 2			Variable 2: Satisfacción del cliente						DISEÑO			
						Dimensio nes	Indicadores	Ítems	Respuesta tipo Likert	Niveles y rangos					
¿Qué relación existe entre la fiabilidad y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha?	Determinar la relación que existe entre la fiabilidad y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha	Existe relación significativa entre la fiabilidad y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha	Satisfacción del cliente	La percepción del usuario de haber utilizado correctament e su tiempo, habiendo recibido respecto a sus propias expectativas en un determinado contexto ambiental y la mejor prestación posible del servicio	Para medir la satisfacción del cliente se usará el cuestionario ya validado tipo Likert con 17 preguntas de (Sotelo, 2016), con un alfa de Crombrach de 0.902. Cada uno de los indicadores están relacionado con las dimensiones expectativas del servicio, tiempo, aspectos tangibles, calidad y del opinión del usuario	Expectativa del servicio	Enfoque al cliente	6			Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario de (Sotelo, 2016), con un alfa de Crombrach de 0.902, para medir niveles de satisfacción en clientes 	Muestra: La muestra será igual a la población, todos los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha, Huánuco – 2018 formarán parte de la investigación (tipo de muestreo censal).			
¿Qué relación existe entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha?	Determinar la relación que existe entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha	Existe relación significativa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha				Tiempo	Tiempo de atención al cliente	3						Completamente de desacuerdo (5)	Muy satisfecho 73 – 85
¿Qué relación existe entre la seguridad y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha?	Determinar la relación que existe entre la seguridad y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha	Existe relación significativa entre la seguridad y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha				Aspectos tangibles	Procesos relacionados con el cliente	4						En acuerdo (4)	Satisfecho 59 – 72
¿Qué relación existe entre la empatía y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha?	Determinar la relación que existe entre la empatía y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha	Existe relación significativa entre la empatía y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha				Calidad	Revisión por la dirección Comunicación con el cliente	4						Ni de acuerdo, ni en desacuerdo (3)	Medianamente satisfecho 45 – 58
¿Qué relación existe entre los aspectos tangibles y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha?	Determinar la relación que existe entre los aspectos tangibles y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha	Existe relación significativa entre los aspectos tangibles y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha				Opinión del usuario	Bienestar del cliente							En desacuerdo (2)	Poco satisfecho 31 – 44
¿Qué relación existe entre los aspectos tangibles y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha?	Determinar la relación que existe entre los aspectos tangibles y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha	Existe relación significativa entre los aspectos tangibles y la satisfacción de los usuarios en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha												Completamente en desacuerdo (1)	Nada satisfecho 17 – 30

Fuente: elaboración propia

Anexo 03. Matriz de validación de instrumento

Experto 1

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide calidad de servicio

N°	DIMENSIONES / ítems	CRITERIO DE EVALUACIÓN														Observaciones y recomendaciones	
		Completamente en desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En acuerdo	Completamente de acuerdo	Relación entre la variable y dimensión										
	DIMENSIÓN 1. Fiabilidad						Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	
1	La subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha le brinda el servicio en el tiempo pactado						X		X		X		X		X		
2	Cuándo en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha le prometieron algún trámite en cierto tiempo, lo cumplieron						X		X		X		X		X		
3	Cuándo tuvo algún problema o dificultad: la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha mostraron un sincero interés en solucionarlo						X		X		X		X		X		

4	En la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha le brindaron un servicio de madera adecuada						X		X		X		X		X	
5	En la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha sus pedidos se encontraron disponibles y se obtuvieron con facilidad						X		X		X		X		X	
	DIMENSIÓN 2. Capacidad de respuesta						Si	No								
6	En la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha le informa con puntualidad y con sinceridad acerca de todas las condiciones del servicio						X		X		X		X		X	
7	Se observa rapidez por parte de los trabajadores de la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha gestionar operaciones del cliente						X		X		X		X		X	
8	Los trabajadores de la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha siempre demostraron estar dispuestos a ayudarlo						X		X		X		X		X	

9	En la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha aun estando demasiado ocupados respondieron rápidamente a sus preguntas						X		X		X		X		X		
	DIMENSIÓN 3. Seguridad						Si	No									
10	El comportamiento y desempeño de los trabajadores de la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha trasmite confianza						X		X		X		X		X		
11	Se sintió seguro cuando realizo sus pedidos a la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha						X		X		X		X		X		
12	Los trabajadores de la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha están capacitados para realizar bien su trabajo						X		X		X		X		X		
13	Los trabajadores de la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha te tratan siempre con amabilidad						X		X		X		X		X		

14	Los trabajadores de la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha brindan su servicio con amabilidad, respeto y paciencia						X		X		X		X		X		
15	En la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha tiene horarios de trabajo conveniente para usted						X		X		X		X		X		
16	Recibió un atención personalizada, por parte del personal de la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha						X		X		X		X		X		
17	La subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha se preocupa en buscar lo mejor para sus intereses						X		X		X		X		X		
18	Los trabajadores de la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha conocen sus necesidades específicas						X		X		X		X		X		
DIMENSIÓN 4. Aspectos tangibles							Sí	No									

19	En la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha se muestran nuevos productos y nuevas tecnologías de apariencia moderna						X		X		X		X		X		
20	Los trabajadores de la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha tienen apariencia pulcra						X		X		X		X		X		
21	Los trabajadores de la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha cuentan con los equipos y materiales necesarios para su atención						X		X		X		X		X		
22	Los elementos materiales y documentación relacionada con el servicio son visiblemente atractivos						X		X		X		X		X		

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide satisfacción del cliente

Nº	DIMENSIONES / ítems	CRITERIO DE EVALUACIÓN														Observaciones y recomendaciones
		Completamente en desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En acuerdo	Completamente de acuerdo	Relación entre la variable y dimensión									
						Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1. Expectativas del servicio															
1	La subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha conoce mis intereses y necesidades como usuario					X		X		X		X		X		
2	El servicio que se me brinda se adapta a mis necesidades como usuario					X		X		X		X		X		
3	Estoy satisfecho con las actividades que se realizan para el servicio que se me brinda					X		X		X		X		X		
4	El servicio otorgado cumplió con mis necesidades y expectativas solicitadas					X		X		X		X		X		
5	Considero que existen expectativas adicionales respecto al servicio que se me brindo					X		X		X		X		X		

6	La subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha cuenta con el personal capacitado para prestar el servicio que se me brinda					X		X		X		X		X	
7	Se me informo sobre el tiempo en que se realizará el servicio					X		X		X		X		X	
8	La respuesta al servicio solicitado se obtuvo dentro del plazo establecida					X		X		X		X		X	
9	El tiempo de realización del servicio es el adecuado					X		X		X		X		X	
	DIMENSIÓN 2. Aspectos tangibles					Si	No	Si	No	Si	No	Si	No		
10	El personal cuenta con recursos suficientes para llevar a cabo su trabajo					X		X		X		X		X	
11	Los procesos para que se me brinde el servicio son eficientes					X		X		X		X		X	
12	El personal dispone de tecnología adecuada para realizar su trabajo (equipos informáticos y de otro tipo)					X		X		X		X		X	
13	Existe disponibilidad de recursos e información para llevar a cabo el proceso de la prestación del servicio que se me brinda					X		X		X		X		X	

DIMENSIÓN 3. Calidad								Si	No								
14	La atención que recibo sobre el servicio que se me brinda satisface mis necesidades							X		X		X		X		X	
15	La comunicación entre el personal que me brinda el servicio es eficiente							X		X		X		X		X	
16	La disposición del personal que me brinda el servicio es adecuada							X		X		X		X		X	
17	En general, considero que el servicio que se me brinda es un servicio de calidad							X		X		X		X		X	
18	Se me pregunta sobre alguna aportación para mejorar la prestación de servicios en mi empresa							X		X		X		X		X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: Guillermo Juto, Agel
 DNI: 22700413

Especialidad del validador: Doctor en Administración de la Educación

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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

23 de Julio del 2018


 Dr. Agel Guillermo Juto
 DOCENTE DE INVESTIGACION
 Firma del Experto Informante.

Experto 2

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide calidad de servicio

N°	DIMENSIONES / ítems	CRITERIO DE EVALUACIÓN														Observaciones y recomendaciones
		Completamente en desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En acuerdo	Completamente de acuerdo	Relación entre la variable y dimensión									
						Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1. Fiabilidad															
1	La subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha le brinda el servicio en el tiempo pactado					X		X		X		X		X		
2	Cuándo en la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha le prometieron algún trámite en cierto tiempo, lo cumplieron					X		X		X		X		X		
3	Cuándo tuvo algún problema o dificultad: la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha mostraron un sincero interés en solucionarlo					X		X		X		X		X		

4	En la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha le brindaron un servicio de madera adecuada						X		X		X		X		
5	En la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha sus pedidos se encontraron disponibles y se obtuvieron con facilidad						X		X		X		X		
	DIMENSIÓN 2. Capacidad de respuesta						Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	
6	En la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha le informa con puntualidad y con sinceridad acerca de todas las condiciones del servicio						X		X		X		X		
7	Se observa rapidez por parte de los trabajadores de la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha gestionar operaciones del cliente						X		X		X		X		
8	Los trabajadores de la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha siempre demostraron estar dispuestos a ayudarlo						X		X		X		X		

9	En la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha aun estando demasiado ocupados respondieron rápidamente a sus preguntas						X		X		X		X		X	
DIMENSIÓN 3. Seguridad							Si	No	Si	No	Si	No	Si	No		
10	El comportamiento y desempeño de los trabajadores de la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha trasmite confianza						X		X		X		X		X	
11	Se sintió seguro cuando realizo sus pedidos a la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha						X		X		X		X		X	
12	Los trabajadores de la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha están capacitados para realizar bien su trabajo						X		X		X		X		X	
13	Los trabajadores de la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha te tratan siempre con amabilidad						X		X		X		X		X	

14	Los trabajadores de la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha brindan su servicio con amabilidad, respeto y paciencia					X	X	X	X	X				
15	En la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha tiene horarios de trabajo conveniente para usted					X	X	X	X	X				
16	Recibió un atención personalizada, por parte del personal de la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha					X	X	X	X	X				
17	La subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha se preocupa en buscar lo mejor para sus intereses					X	X	X	X	X				
18	Los trabajadores de la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha conocen sus necesidades específicas					X	X	X	X	X				
	DIMENSIÓN 4. Aspectos tangibles					Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	

19	En la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha se muestran nuevos productos y nuevas tecnologías de apariencia moderna					X		X		X		X		X		
20	Los trabajadores de la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha tienen apariencia pulcra					X		X		X		X		X		
21	Los trabajadores de la subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha cuentan con los equipos y materiales necesarios para su atención					X		X		X		X		X		
22	Los elementos materiales y documentación relacionada con el servicio son visiblemente atractivos					X		X		X		X		X		

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide satisfacción del cliente

N°	DIMENSIONES / ítems	CRITERIO DE EVALUACIÓN														Observaciones y recomendaciones	
		Completamente en desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En acuerdo	Completamente de acuerdo	Relación entre la variable y dimensión										
							Si	No									
	DIMENSIÓN 1. Expectativas del servicio																
1	La subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha conoce mis intereses y necesidades como usuario						X		X		X		X		X		
2	El servicio que se me brinda se adapta a mis necesidades como usuario						X		X		X		X		X		
3	Estoy satisfecho con las actividades que se realizan para el servicio que se me brinda						X		X		X		X		X		
4	El servicio otorgado cumplió con mis necesidades y expectativas solicitadas						X		X		X		X		X		
5	Considero que existen expectativas adicionales respecto al servicio que se me brindo						X		X		X		X		X		

6	La subgerencia de Desarrollo Agropecuario de la municipalidad Provincial de Lauricocha cuenta con el personal capacitado para prestar el servicio que se me brinda						X		X		X		X		
7	Se me informo sobre el tiempo en que se realizará el servicio						X		X		X		X		
8	La respuesta al servicio solicitado se obtuvo dentro del plazo establecida						X		X		X		X		
9	El tiempo de realización del servicio es el adecuado						X		X		X		X		
	DIMENSIÓN 2. Aspectos tangibles						Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	
10	El personal cuenta con recursos suficientes para llevar a cabo su trabajo						X		X		X		X		
11	Los procesos para que se me brinde el servicio son eficientes						X		X		X		X		
12	El personal dispone de tecnología adecuada para realizar su trabajo (equipos informáticos y de otro tipo)						X		X		X		X		
13	Existe disponibilidad de recursos e información para llevar a cabo el proceso de la prestación del servicio que se me brinda						X		X		X		X		

DIMENSIÓN 3. Calidad							Si	No								
14	La atención que recibo sobre el servicio que se me brinda satisface mis necesidades						X		X		X		X		X	
15	La comunicación entre el personal que me brinda el servicio es eficiente						X		X		X		X		X	
16	La disposición del personal que me brinda el servicio es adecuada						X		X		X		X		X	
17	En general, considero que el servicio que se me brinda es un servicio de calidad						X		X		X		X		X	
18	Se me pregunta sobre alguna aportación para mejorar la prestación de servicios en mi empresa						X		X		X		X		X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: *Evaristo Borja* *Eugenio Mula*
 DNI: *8018025.e*

Especialidad del validador: *Doctor en Administración de la Educación*

..... *27* de *Junio* del 20.....

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: 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

.....
 Firma del Experto Informante.

**Anexo 04. Constancia emitida por la institución que acredite la realización
del estudio *in situ***

Anexo 05. Bases de datos

Base de datos de la variable 01. Calidad del servicio

N°	D1: Fiabilidad					D2: Capacidad de respuesta				D3: Seguridad				D4: Empatía				D5: Aspectos tangibles				Sumatoria					
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	V1	V1D1	V1D2	V1D3	V1D4
1	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	92	20	19	16	20	17
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	88	20	16	16	20	16
3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	86	19	15	16	20	16
4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5	5	103	25	18	17	23	20
5	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	81	18	15	14	18	16
6	2	2	2	2	2	4	4	4	2	4	2	4	2	2	4	4	2	4	2	4	4	66	10	14	12	16	14
7	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	91	23	16	16	20	16
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	94	20	16	17	24	17
9	4	4	4	3	4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	5	84	19	14	15	19	17
10	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	86	19	16	16	20	15
11	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	78	17	14	13	18	16
12	4	5	4	4	5	5	5	5	3	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	99	22	18	17	24	18
13	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	81	19	13	15	18	16
14	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	79	19	13	13	19	15
15	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	2	4	4	4	4	2	72	17	14	12	17	12
16	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	81	19	15	14	17	16
17	2	2	2	2	2	3	4	3	2	3	2	4	2	2	2	2	1	2	2	2	4	52	10	12	11	9	10
18	4	4	4	4	3	3	3	1	4	3	2	3	1	4	3	1	4	4	4	3	4	70	19	11	9	16	15
19	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	72	15	14	13	16	14
20	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	1	4	4	4	3	4	4	4	4	2	80	20	14	13	19	14
21	3	2	3	3	4	2	2	2	3	3	1	3	2	2	2	2	2	3	4	2	3	56	15	9	9	11	12
22	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	5	5	89	19	15	16	20	19

23	4	3	4	4	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	97	20	17	16	24	20
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	84	20	16	13	20	15		
25	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	102	24	19	18	21	20	
26	4	4	4	5	5	4	5	5	3	4	4	3	4	4	3	3	5	5	5	4	4	4	91	22	17	15	20	17	
27	1	1	2	2	4	4	4	4	1	4	2	3	2	3	4	3	5	5	4	4	1	4	67	10	13	11	20	13	
28	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	76	15	14	12	19	16	
29	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	76	17	15	13	16	15	
30	4	4	4	1	3	3	2	4	1	2	3	3	5	4	3	3	3	2	4	2	3	2	65	16	10	13	15	11	
31	4	4	4	3	5	4	5	5	3	5	3	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	94	20	17	16	22	19	
32	4	4	3	3	4	3	4	4	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	81	18	13	13	20	17	
33	2	2	2	4	4	4	4	3	2	4	2	3	2	2	4	3	4	4	4	4	4	3	70	14	13	11	17	15	
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	89	20	16	16	20	17	
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	87	20	16	15	20	16	
36	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	75	18	15	12	16	14	
37	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	2	4	4	4	4	2	2	71	19	12	11	17	12	
38	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	83	20	15	14	19	15	
39	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	76	16	14	12	18	16	
40	4	4	4	4	4	2	4	4	2	2	2	1	4	2	4	4	4	4	5	4	5	4	77	20	12	9	18	18	
41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	108	25	20	18	25	20	
42	3	3	3	2	2	2	4	4	2	4	2	3	2	3	4	4	4	4	2	2	2	2	63	13	12	11	19	8	
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	88	20	16	16	20	16	
44	3	3	3	4	4	3	3	3	1	3	3	3	3	5	4	4	5	5	5	4	5	5	81	17	10	12	23	19	
45	4	4	3	3	4	3	4	4	1	4	2	3	4	2	4	4	4	4	4	5	5	5	80	18	12	13	18	19	
46	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	72	15	13	12	17	15	
47	2	2	2	2	4	4	4	4	3	3	3	3	2	3	4	3	4	4	4	4	4	2	70	12	15	11	18	14	
48	4	4	4	1	4	4	3	4	4	2	1	1	1	3	3	3	4	2	4	4	2	2	64	17	15	5	15	12	
49	3	3	3	3	4	3	2	3	2	3	2	4	2	2	4	3	3	3	4	3	3	3	65	16	10	11	15	13	
50	4	5	5	4	5	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	5	4	3	3	85	23	15	14	18	15	

Fuente: elaboración propia

Base de datos de la variable 01. Satisfacción del usuario

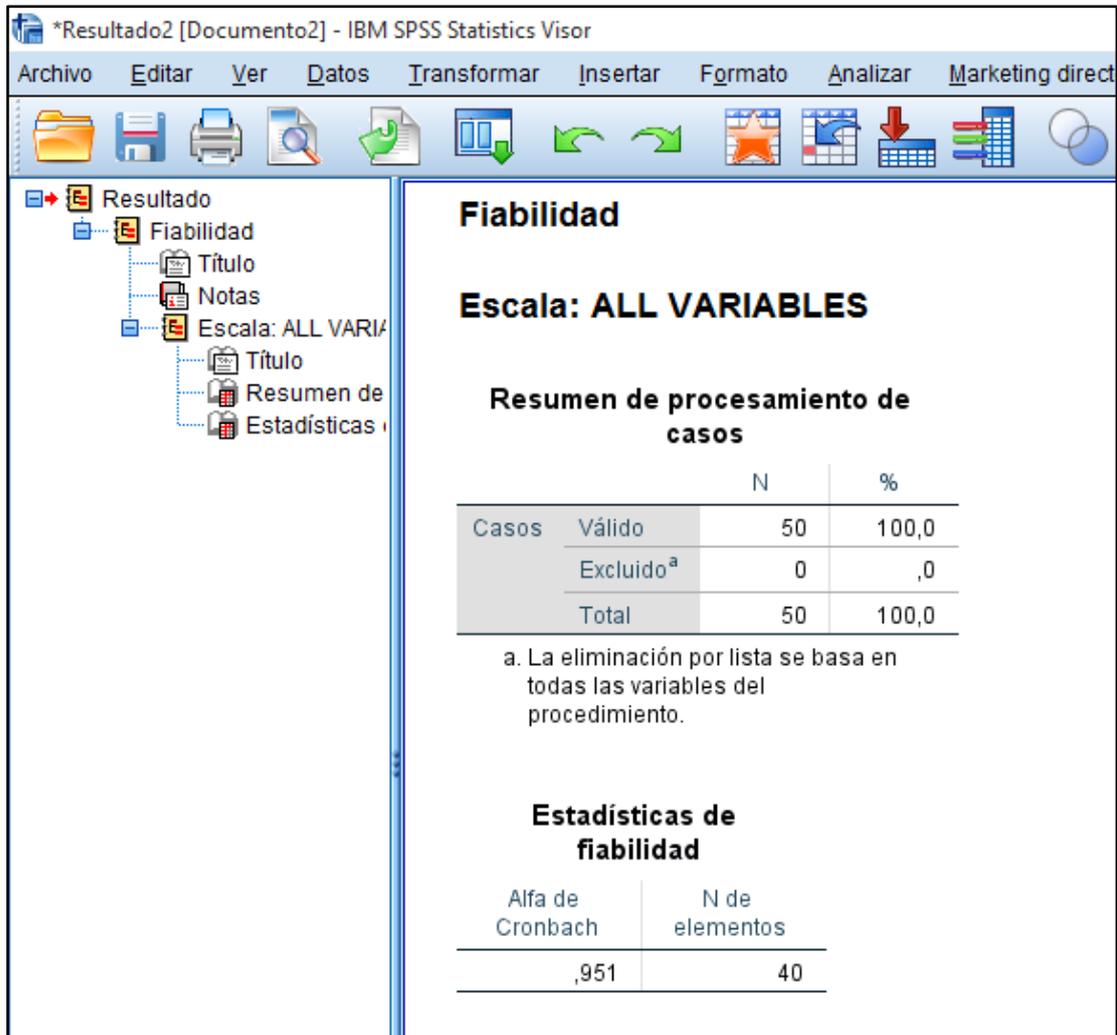
N°	D1: Expectativas del servicio						D2: Tiempo			D3: Aspectos tangibles				D4: Calidad					Sumatoria				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	V2	V2D1	V2D2	V2D3	V2D4
1	5	4	5	4	2	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	67	23	11	15	18
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72	24	12	16	20
3	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	74	26	12	16	20
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	3	3	3	5	5	80	30	15	16	19
5	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	59	21	10	12	16
6	2	2	4	4	4	4	4	2	4	2	2	4	4	4	2	2	2	4	56	20	10	12	14
7	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	73	25	12	16	20
8	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	79	26	13	19	21
9	2	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	2	2	2	3	1	4	5	57	21	10	11	15
10	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	64	24	11	13	16
11	4	4	4	4	3	4	3	3	3	2	3	4	4	4	3	3	3	3	61	23	9	13	16
12	3	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4	73	24	12	17	20
13	3	3	5	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	65	23	11	14	17
14	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	59	19	11	12	17
15	4	4	5	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	63	24	11	12	16
16	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	2	2	3	3	63	25	12	13	13
17	3	4	5	5	5	5	5	2	4	2	2	4	4	3	1	1	4	2	61	27	11	12	11
18	3	4	4	4	4	4	4	1	4	1	1	1	4	1	1	1	4	4	50	23	9	7	11
19	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	62	22	10	14	16
20	1	4	4	1	4	4	1	4	4	4	4	1	1	1	1	1	4	4	48	18	9	10	11
21	4	2	4	4	3	3	3	2	4	2	2	2	3	3	2	1	2	4	50	20	9	9	12
22	4	5	5	5	5	3	3	3	5	4	4	5	5	3	3	3	4	4	73	27	11	18	17
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5	3	3	3	4	3	75	30	15	14	16

24	5	5	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	58	22	9	11	16
25	4	4	5	2	5	5	5	4	4	4	3	3	5	5	3	3	3	4	71	25	13	15	18
26	5	4	5	5	5	5	4	3	3	4	3	3	5	3	3	3	4	4	71	29	10	15	17
27	1	2	1	2	1	4	3	2	4	2	1	1	4	1	1	1	2	4	37	11	9	8	9
28	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	62	22	11	13	16
29	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60	21	12	12	15
30	3	4	4	4	5	3	4	3	4	2	3	4	4	3	2	1	4	2	59	23	11	13	12
31	5	4	5	5	5	4	4	4	5	2	3	4	4	4	4	3	4	5	74	28	13	13	20
32	3	5	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	55	20	9	11	15
33	2	3	5	5	4	5	3	3	5	2	3	3	4	1	2	1	4	3	58	24	11	12	11
34	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	70	25	12	15	18
35	3	4	3	3	4	3	3	2	3	2	4	3	3	3	3	3	2	4	55	20	8	12	15
36	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	60	22	10	12	16
37	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	58	20	9	12	17
38	3	3	3	5	3	4	4	3	4	2	3	3	4	4	3	3	4	3	61	21	11	12	17
39	4	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	56	19	9	12	16
40	2	3	2	2	4	4	2	2	4	4	2	2	2	2	2	1	3	4	47	17	8	10	12
41	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	3	5	5	3	5	3	4	4	75	25	14	17	19
42	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	59	23	9	12	15
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	70	24	12	15	19
44	3	1	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	1	5	1	48	16	7	12	13
45	3	3	4	4	3	4	3	3	4	2	2	4	4	1	3	2	3	3	55	21	10	12	12
46	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	4	51	20	9	12	10
47	2	4	4	2	1	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	4	48	15	7	11	15
48	4	2	4	4	4	4	4	1	4	1	1	1	1	1	1	3	1	4	45	22	9	4	10
49	4	4	4	3	4	4	4	2	4	2	3	3	3	3	3	3	2	4	59	23	10	11	15
50	4	3	5	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	63	21	11	15	16

Fuente: elaboración propia

Anexo 06. Resultados de las pruebas (print de pantallas)

Prueba de fiabilidad de instrumentos. Puesto que el instrumento utilizado ya fue validado, se realizó esta prueba con la finalidad de confirmar la fiabilidad de los instrumentos. El resultado se procesó con el software SPSS V24, y se obtuvo el valor de Alfa de Cronbach = 0.951, el cual se presenta a continuación:



The screenshot displays the IBM SPSS Statistics Visor interface. The main window shows the results of a reliability analysis for the scale 'Escala: ALL VARIABLES'. The left sidebar shows a tree view with 'Resultado' expanded to 'Fiabilidad', which includes 'Escala: ALL VARIABLES' and its associated 'Título', 'Resumen de', and 'Estadísticas'.

Fiabilidad

Escala: ALL VARIABLES

Resumen de procesamiento de casos

	N	%
Casos		
Válido	50	100,0
Excluido ^a	0	,0
Total	50	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,951	40

Anexo 07. Fotografías

