



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Calidad de Servicio y Satisfacción del Usuario en la Gerencia Regional de  
Transportes y Comunicaciones La Libertad-2018.

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

**AUTORA**

Patricio Castillo, Rocío del Pilar

**ASESORA**

Dra. Calvanapon Alva, Flor Alicia

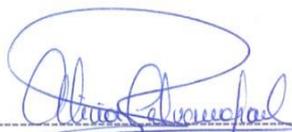
**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

Marketing

**TRUJILLO - PERÚ**

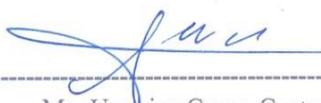
2018

**Jurado evaluador**



---

Dra. Calvanapón Alva, Flor Alicia  
Presidenta



---

Mg. Ugarriza Gross, Gustavo  
Secretario



---

Mg. Cárdenas Rodríguez, Karina Jacqueline  
Vocal

## **Dedicatoria**

A mis familiares, que gracias a su apoyo con mucho esfuerzo y cariño supieron guiarme por el camino de la superación, espero no defraudarlos.

A mi hermano Wilfredo quien siempre estuvo apoyándome para continuar con mis estudios y lograr superarme como persona y llegar a ser profesional.

A mis hijos Brigitte y Leandro que fueron el motor para poder logara este paso en mi vida, y a la más pequeña de la familia Ashly, que gracias a ella estamos más unidos.

A mi jefe de área Luis Calderón, por brindarme el apoyo cuando lo necesite, muchas gracias a todos mis amigos y amigas por estar siempre a mi lado apoyándome incondicionalmente para no abandonar mis estudios.

## **Agradecimiento**

A Dios por darme salud y la fuerza necesaria para poder culminar mis estudios sin desmayar y poder lograr mis objetivos en esta etapa de mi vida.

A mis hijos Brigitte y Leandro, que fueron el motor para poder lograr este paso en mi vida; y a la más pequeña de la familia Ashly que gracias a ella ahora estamos mas unidos.

A mi amiga incondicional Anita Ninatanta que siempre estuvo apoyándome, a Victoria gracias por todo amigas sin ustedes no hubiera podido seguir adelante.

A la universidad Cesar vallejo y docentes especialmente a la mis Karina Cárdenas, que siempre nos respaldó durante los años que permanecimos en la Institución guiándonos con sus conocimientos.

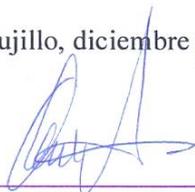
A la Dra. Alicia Calvanapon, que más que una docente fue una gran amiga siempre dispuesta a apoyarme para no desmayar en mi objetivo gracias Mis por todo lo que hizo por mis compañeros y por mí, es una excelente profesional y mi persona favorita.

### **Declaratoria de autenticidad**

Yo, Rocío del pilar Patricio Castillo, DNI N° 40390025, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces. En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Trujillo, diciembre del 2018



---

Rocío del pilar Patricio Castillo  
DNI N° 40390025

## **Presentación**

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada Calidad de Servicio y Satisfacción del Usuario en la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones La Libertad-2018, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el Título Profesional de Licenciada en Administración.

La Autora

## Índice

Jurado evaluador .....	¡Error! Marcador no definido.
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento .....	iv
Declaratoria de autenticidad .....	¡Error! Marcador no definido.
Presentación.....	vi
Índice.....	vii
Resumen.....	ix
<i>Abstract</i> .....	x
<b>I. Introducción.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1. Realidad problemática .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2. Trabajos previos .....</b>	<b>4</b>
<b>1.2.1. En el contexto internacional.....</b>	<b>4</b>
<b>1.2.2. En el contexto nacional.....</b>	<b>5</b>
<b>1.3. Teorías relacionadas al tema .....</b>	<b>6</b>
<b>1.3.1. Calidad y servicio.....</b>	<b>6</b>
<b>1.3.2. Satisfacción al usuario.....</b>	<b>10</b>
<b>1.4. Formulación al Problema .....</b>	<b>15</b>
<b>1.5. Justificación del estudio .....</b>	<b>15</b>
<b>1.7. Objetivos.....</b>	<b>17</b>
<b>1.7.1. Objetivo General. ....</b>	<b>17</b>
<b>1.7.2. Objetivos Específicos.....</b>	<b>17</b>
<b>II. Método: .....</b>	<b>20</b>
<b>2.1. Diseño de investigación .....</b>	<b>20</b>
<b>2.2. Variables .....</b>	<b>21</b>
<b>2.3. Operacionalización de variables: .....</b>	<b>22</b>
<b>2.4. Población y muestra .....</b>	<b>24</b>
<b>2.4.1. La población.....</b>	<b>24</b>
<b>2.4.2. Muestra. ....</b>	<b>24</b>
<b>2.4.4. Criterios de selección.....</b>	<b>25</b>
<b>2.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad .....</b>	<b>25</b>
<b>2.5.1. Técnica.....</b>	<b>25</b>

2.5.2. Instrumento.....	25
2.5.3. La validación.....	26
2.5.4. La confiabilidad .....	27
2.6. Métodos de análisis de datos .....	28
2.7. Aspectos éticos. ....	29
<b>III. Resultados .....</b>	<b>30</b>
<b>IV. Discusión .....</b>	<b>38</b>
<b>V. Conclusiones .....</b>	<b>40</b>
<b>VI. Recomendaciones.....</b>	<b>42</b>
<b>VII. Propuesta .....</b>	<b>44</b>
<b>VIII. Referencias.....</b>	<b>57</b>

## Resumen

La presente investigación tuvo como finalidad determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y satisfacción al usuario en la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad-2018. Tuvo un alcance correlacional, no experimental, transversal. Se trabajó con una población de 3940 usuarios que asistieron durante cuatro semanas y una muestra por muestreo probabilístico por conveniencia y aleatorio simple, la cantidad de 103 usuarios a quienes se les aplicó un cuestionario con respuestas basadas en la escala de Likert. El procesamiento y análisis de datos se realizó mediante la estadística descriptiva utilizando el SPSS 21, así como también se aplicó el coeficiente de correlación Rho Spearman el cual nos permitió conocer el grado de relación que existe entre ambas variables, los resultados obtenidos permiten conocer el nivel de la calidad de servicio al usuario por lo que se consideró un nivel medio el nivel de Satisfacción al usuario se encontró en un nivel medio por lo perciben una satisfacción baja, y por último se comprobó la hipótesis determinando la relación que existe entre la calidad de servicio y satisfacción al usuario en la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones La Libertad, es una correlación positiva fuerte pues el coeficiente de correlación (Rho de Spearman) es de 0.540. Este valor sirve para rechazar la hipótesis ( $H_0$ ) y se Acepta la Hipótesis Alternativa ( $H_1$ ), que viene hacer que existe relación entre las variables.

**Palabras clave:** Calidad, servicio, satisfacción, usuario.

## ***Abstract***

*The purpose of the present investigation was to determine the relationship that exists between the quality of service and user satisfaction in the Regional Management of Transportation and Communications of La Libertad-2018. It had a correlational, not experimental, transversal scope. We worked with a population of 3940 users who attended during four weeks and a sample by random sampling by convenience and simple random, the amount of 103 users to whom a questionnaire was applied with answers based on the Likert scale. The processing and analysis of data was done through descriptive statistics using the SPSS 21, as well as the Rho Spearman correlation coefficient was applied, which allowed us to know the degree of relationship between both variables, the results obtained allow us to know the level of the quality of service to the user, so the level of satisfaction to the user was considered to be at an average level because they perceive a low satisfaction, and finally the hypothesis was verified determining the relationship that exists between the quality of service and satisfaction to the user in the Regional Management of Transport and Communications La Libertad, is a strong positive correlation because the correlation coefficient (Rho de Spearman) is 0.540. This value serves to reject the hypothesis (H0) and the Alternative Hypothesis (Hi) is accepted, which means that there is a relationship between the variables.*

**Keywords:** *Quality, service, satisfaction, user.*

## **I. Introducción**

### **1.1. Realidad problemática**

En estos tiempos de mundo globalizado en el que vivimos, la calidad de atención de atención al usuario se considera como uno de los temas más importantes en el sector empresarial, en los ámbitos públicos y privados, el objetivo principal es cumplir con los requerimientos de los usuarios para que puedan lograr realizar su proceso en el menor tiempo posible y así poder satisfacer sus necesidades. Si los usuarios se sienten satisfechos al ser atendidos amablemente por el personal que labora en la entidad no generarían inconvenientes en la Gerencia Regional de Transporte y Comunicaciones de La Libertad, teniendo en cuenta la cantidad de personas que a diario van a dicha institución a solicitar sus licencias de conducir, para transportes público de pasajeros o privado, generando colas inmensas en la institución y el malestar de algunos usuarios el cual desean que se les atienda rápido, sin darse cuenta que en las instituciones públicas existe burocracia, porque se tiene que seguir los lineamientos establecidos.

Lo que muchas personas que laboran en instituciones públicas no entienden ni logran comprender, es que el servicio a clientes o usuarios es hoy en día uno de los aspectos más importantes del marketing político que exigen en estos tiempos, el desarrollo de la imagen corporativa de la institución; es responsabilidad y tarea de cada uno de ellos del buen o mal servicio que puedan brindar a los usuarios.

Si tenemos en cuenta que en las entidades públicas no se está preparado para brindar una buena atención a los usuarios, porque existe personal que no están contentos con el trabajo que vienen realizando en dicha institución porque laboran más de 40 años, es el motivo principal para que los usuarios se quejen por la mala calidad de servicio que se les brinda, se les resulta difícil a los jefes de área comprenderlos porque son personas adultas y se tiene que tener un trato cordial hacia ellos. La atención y el trato con el público es un factor de éxito en la entidad, eso conlleva a generar mayor ingreso y lograr satisfacer sus necesidades de cada usuario.

Según Latinobarometro (1995-2011), el grado de satisfacción de la ciudadanía con la democracia en el Perú se sitúan en un puesto inferior a la medida Regional. Igualmente, persisten marcadas desigualdades sociales y territoriales, conduciendo a un alto porcentaje de ciudadanos que piensan que la distribución de la riqueza es injusta. En este sentido, la defensoría del pueblo ha venido reportando cientos de conflictos sociales anualmente, la mayoría de ellos sin solución. Esta problemática está directamente relacionada con la capacidad de gastos de las regiones. En el año 2011, los tres niveles de Gobierno del Perú ejecutaron, en conjunto menos del 70% de los recursos disponibles para la inversión pública (Presidencia del Consejo de Ministros-Gobierno del Perú, 2013).

Con el fin de otorgar mayor autonomía a las regiones para dismantelar el tan cuestionado centralismo capitalino, desde el gobierno se comenzó hace más de diez años, a otorgar más presupuesto a las Regiones. Sin embargo, estas transferencias de recursos no han significado mejorar la calidad de vida a los pobladores, debido a que el presupuesto asignado no fue invertido adecuadamente. El Perú tiene evidentemente, el estado más disfuncional de América latina. Las instituciones no funcionan o en muchos lugares, prácticamente no existen. Los servicios públicos son deficientes y existen serios problemas de corrupción y falta de eficiencia. Los problemas que presenta el estado peruano en relación con la calidad de gestión pública pueden ser sintetizados en los siguientes (Presidente del consejo de Ministros, Gobierno del Peru-2013).

La falta de un sistema de eficiente de planificación y los problemas para la integración con el sistema de presupuesto público, el Ceplan ha demostrado ser una entidad eficiente desde el punto de vista del estado , por consiguiente no se garantiza la alineación de las políticas nacionales con las locales a nivel del presupuesto público, sin embargo se han logrado obtener resultados de acuerdo a la implementación de presupuesto por resultados, que aún no ha superado los obstáculos de la asignación de recursos.

La mala elaboración del manual de organizaciones y funciones en varias entidades públicas, más aún muchas entidades no cuentan con el manual de funciones para que cada trabajador tenga claro lo que debe de hacer a diario, existiendo varios problemas que repercuten directamente a la forma en que se organizó la institución, esto significa que fueron creadas bajo el viejo modelo de gestión funcional, con jerarquías, estamentos y sin precisar los procesos adecuados, se impusieron normas y regulaciones uniformes que no tienen en cuenta las particularidades y diferencias de los distintos organismos del estado.

Inadecuados procesos de producción de bienes, servicios públicos y la falta de una administración empresarial eficiente conlleva que las instituciones públicas caigan en serios problemas respecto a la calidad y servicios que ofrecen al público, estos problemas se agravan más en los gobiernos locales más aun en la Gerencia de Transportes. Infraestructura, equipamiento y gestión logística no suficiente, muchas veces las capacidades de gestión en las entidades del estado se ven limitadas por falta de equipos y locales, no existe una estructura adecuada para cada espacio del colaborador, predomina la dispersión y la falta de planificación.

Política deficiente en la administración de recursos humanos, la diversidad de regímenes laborales, conducen también a una dificultad necesaria para que puedas adaptarte al trabajo de las entidades públicas. Como la gran parte de Instituciones Públicas lo maneja el Gobierno de turno esto hace conducir a una mala selección y evaluación de personal, que muchas veces abre la puerta al nepotismo y la corrupción de funcionarios.

En esta realidad de la administración pública en el Perú, también recae en las Gerencias Regionales de Transportes que no son ajenas a esta problemática, es el caso de la institución en estudio, teniendo en cuenta que existen factores que contribuyen a los viejos estilos de trabajo que no están adaptadas con las políticas nacionales de modernización del Estado, como se sabe durante décadas predominó un solo partido político en la Región La Libertad, esto es uno de los más grandes problemas que existe en la entidad dejando personal que no cuenta con el nivel académico adecuado para ocupar el puesto en la entidad causando así un malestar al usuario al no saber comprender y responder la necesidad de cada persona que llega a realizar su trámite en cualquiera de las áreas.

La Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones La Libertad es un órgano de línea que depende del Gobierno Regional La Libertad, de naturaleza ejecutiva, técnica jurídica y de supervisión en el ámbito de Transportes y Comunicaciones, se encuentra directamente subordinado técnica y jurídicamente al Ministerio de Transportes y Comunicaciones y de forma administrativa al Gobierno Regional, su finalidad reconocida oficialmente es planificar, organizar, orientar y fiscalizar las acciones en el campo de transportes y comunicaciones dentro de su jurisdicción Regional, formalmente la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones La Libertad también está comprometida con la política de modernización del Estado, sin embargo, aun presenta una estructura

organizacional anticuada basada en el modelo de gestión por funciones y no por procesos (GRTC-LL-2017).

Este estudio tiene como objetivo verificar si existe efecto positivo o negativo entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones La Libertad -2018, percibidas por parte de los usuarios. Por otro lado, la presente investigación nos dará a conocer los elementos claves de la problemática que existe dentro de la Institución de forma más amplia en la administración pública, es posible buscar desarrollar propuestas de mejora en la calidad de servicio y la satisfacción del usuario desde el punto de vista de los ciudadanos.

## **1.2. Trabajos previos**

### **1.2.1. En el contexto internacional.**

Gonzales (2014), en su trabajo “La Calidad y la satisfacción del cliente en el hotelería Low Cost” España. Y tuvo como conclusión principal la importancia de gestionar la calidad en un hotel para conseguir clientes satisfechos y lograr ahorro en una gestión integral de la empresa para obtener óptimos resultados en la cuenta de explotación. La Gestión de la Calidad Total es muy costosa de poner en marcha, pero una vez implantada en un hotel los costes se reducen a largo plazo.

La conclusión que saco es la importancia de satisfacer al consumidor. Un consumidor satisfecho repite de establecimiento ya sea el mismo hotel u otro de la misma cadena o grupo, entonces se generan clientes para otros hoteles del grupo. También se aprecia la importancia de que el cliente se vaya satisfecho de un hotel porque a la hora de expresar sus experiencias en las webs como Tripadvisor.com o Booking.com pueden condicionar a otros clientes con los comentarios que se escriben a la hora de elegir un hotel u otro en base a puntuaciones y comentarios. Esta situación post consumo es muy importante de controlar, puesto que, la opinión del cliente una vez abandona el hotel es muy difícil cambiarla (p.12).

Ruiz y Gomes (2015) en su tesis “Análisis de la calidad percibida, satisfacción, valor percibido e intenciones futuras de los usuarios de los servicios deportivos públicos gestionados por Longoño Deporte-2015”, el método utilizado es descriptivo cuantitativo. La

técnica la encuesta, la población estuvo constituida por el total de los usuarios de Logroño deporte según datos proporcionados por la entidad y se concluyó que:

El nivel de satisfacción de los usuarios de Longoño Deporte es muy positivo y supera los valores de la calidad percibida. Destaca la correlación positiva entre la frecuencia de práctica y el nivel de satisfacción. El usuario que muestra mayor nivel de satisfacción es mujer con más de 65 años, jubilada y con formación primaria, que dedica entre 90 y 120 minutos a realizar actividad física de intensidad media (principalmente dirigida, aunque también libre) 4 o más días a la semana (p.32).

### **1.2.2. En el contexto nacional.**

Urbina (2015) en su tesis “la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la empresa corporación norte s.a.c.-ciudad de Trujillo 2014” tiene como principal objetivo “determinar la influencia de la calidad de servicio en la satisfacción de los clientes”, el diseño de investigación que se utilizó fue “descriptivo transversal, al igual que el método deductivo, inductivo, analítico y sintético”, las técnicas de investigación fueron la entrevista y la encuesta y concluye que: la calidad de servicio si influye favorablemente en la satisfacción de los clientes de la empresa Corporación Norte S.A.C. Ciudad de Trujillo 2014.

Peña (2017) en su tesis “influencia de la calidad del servicio en la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad distrital de Pueblo Nuevo, Provincia de Chincha, Región Ica, año 2016” Se trabajó con una muestra de 138 pobladores del Distrito de Pueblo Nuevo, La presente investigación es cuantitativa, descriptiva correlacional, el diseño de investigación es no experimental transversal y concluye que: “Existe correlación positiva alta de 0.859, entre la calidad del servicio y satisfacción del usuario que se ofrece en la Municipalidad Distrital de Pueblo Nuevo, Provincia de Chincha, Región Ica, año 2016. Para el 55.07% de los pobladores encuestados sobre calidad de servicio, solo califica en el nivel a veces, lo cual explicaría que la calidad de servicio también se ubique también en un nivel casi siempre, según la apreciación del 24.8% de los pobladores que participaron en el estudio, por cuanto se está validando la hipótesis” (p.85). “La calidad del servicio si influye en el grado de satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Distrital de Pueblo Nuevo, en el año 2016”.

### **1.3. Teorías relacionadas al tema**

#### **1.3.1. Calidad y servicio.**

##### ***1.3.1.1. Calidad.***

Según Riveros (2007) “es el nivel de cumplimiento de los requisitos del servicio o del producto, que hace preferido por el cliente. Para lograrlo es necesario que todas las actividades de la organización funcionen de la mejor forma” (p.5).

Alcalde (2007), menciona “la calidad es implícita en los genes de la humanidad; es la capacidad que tiene el ser humano por hacer bien las cosas” (p. 2).

##### ***1.3.1.2. Servicio.***

Según Kotler (2008) “servicio es cualquier actividad o beneficio que una parte puede ofrecer a otra”. Por lo tanto, un servicio es esencialmente intangible y no se puede poseer, el servicio es una acción utilitaria que satisface una necesidad específica de un cliente (p.30).

“Los servicios son una forma de producto que consiste en actividades, beneficios o satisfacciones ofrecidos a la venta y son básicamente intangibles ya que no tienen como resultado la obtención de la propiedad de algo” (p. 43)

Para Hoffman y Bateson (2011):

Se tiene que tener en cuenta la distinción entre bienes y servicios no siempre es perfectamente clara. De hecho, puede ser muy difícil, si no es que imposible, proporcionar un ejemplo de un bien o de un servicio puros. Un bien puro implicaría que los beneficios recibidos por el consumidor no contienen elementos proporcionados por el servicio. De manera similar un servicio puro no contendrá elementos tangibles (p. 4).

##### ***1.3.1.3. Calidad de servicio.***

La calidad de servicio tiene un papel fundamental en aquellas organizaciones que quieran fijar su visión y obtener una posición reconocida y continuada en el tiempo. Vargas y Aldana (2007), “dicen que se creó las normas ISO, aparición del concepto de desarrollo humano, desde la visión de las necesidades humanas con un enfoque integral, se desarrolló la tecnología y servicios de salud, se crearon círculos de calidad, gestión en calidad y servicio, mejora continua, servicios públicos” (pp. 103-112).

Zeithaml et al. (2009), comentan que “las percepciones se consideran en relación con las expectativas del cliente, porque son dinámicas debido a que pueden cambiar con el tiempo, también de una cultura a otra, o, de una persona a otra” (p.26). “Inclusive lo que hoy se puede considerar como servicio de calidad mañana puede ser diferente, o las cosas que satisfacen hoy al cliente mañana no es lo mismo. Además, hay que tomar en cuenta que la calidad y la satisfacción al cliente se basan en las percepciones de los clientes sobre el servicio y no de criterios” (p. 26).

Para los autores Parasuraman, Zeithaml, y Berry (1985), “la calidad percibida del servicio es un juicio global de la superioridad o excelencia de una empresa, y se relaciona con la diferencia entre expectativas y percepciones” (pp. 41-50).

Vemos que Brady y Cronin (2001), mencionan que “los consumidores juzgan la calidad de los servicios con base en sus percepciones del resultado técnico proporcionado el proceso por el que se entregó este resultado y la calidad de los alrededores físicos donde se entrega el servicio, es decir: Calidad del resultado, calidad de la interacción y calidad del ambiente físico” (p.15).

Citando a Parasuraman, Zeithaml, y Berry (1988) encontramos que:

Oliver (1980) proponía que “la satisfacción es una función de la desconfirmación de desempeño con expectativas, Parasuraman propuso que la calidad de servicio era una función de las diferencias entre las expectativas y la desempeño en las 10 dimensiones de calidad. Luego, a través de pruebas empíricas, nace SERVQUAL cambiando las diez dimensiones mencionadas antes por un modelo de 22 ítems/ 5 dimensiones: Confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y tangibles” (p. 56).

#### **1.3.1.4. Dimensiones.**

Al mismo tiempo caballero et al. (Citado por Parasuman, Zeithaml y Berry, 2017) establece las siguientes dimensiones en la calidad del servicio:

*Accesibilidad.* “Se refiere a la capacidad en cuanto a ser asequible y a facilitar la comunicación al cliente. Por tal, es necesario para quienes estén en contacto con el cliente deban ser expresivos. Para incrementar esta accesibilidad muchas empresas cuentan con líneas de atención al cliente durante las 24 horas del día” (p.17).

*Capacidad de respuesta.* “Es aquí donde la organización debe contar con la disposición oportuna en cuanto a la atención, brindando un servicio eficiente por parte del personal. Por cuanto así existiese algún error cometido, la empresa, debe reaccionar de la mejor manera posible, como consecuencia de ello dependerá el grado de apreciación que el cliente tenga de nuestra organización, de acuerdo a su percepción dependerá si el servicio ofrecido es considerado de calidad” (p.29.).

*Comprensión.* “Se refiere al afán que tiene la organización por conocer al cliente, sus necesidades brindando una atención personalizada” (p.33.)”.

*Comunicación.* “El lenguaje empleado por la organización debe ser clara y precisa, adecuándolo para cada tipo de cliente, si como también prestar atención a sus dudas e inquietudes mostrando disposición para escucharle” (p.33.).

*Credibilidad.* “Sinceridad y rectitud en el servicio prestado, confianza del cliente hacia el personal” (p.14).

*Elementos tangibles.* “Como específica en el libro citado Zeithaml (2009), que es el aspecto de las instalaciones físicas, del personal, del equipo y de los materiales de comunicación que utiliza la institución” (p. 77).

*Fiabilidad.* “Destreza con la que cuenta el proveedor para ofrecer un servicio adecuado sin desaciertos, cumpliendo con sus responsabilidades pactadas” (p.29).

*Profesionalidad.* “Competencias, discernimientos y destrezas adecuados para efectuar el servicio” (p.28).

*Seguridad.* Ausencia de amenazas, desgracias o desconfianza, según Zeithaml (2009), “esta dimensión probablemente es más importante cuando el cliente percibe al servicio como de alto riesgo o servicios que se sienten inseguros sobre su capacidad para evaluar sus resultados” (p. 72).

*Empatía.* según lo citado por Zeithaml (2009), “comentan que es la atención personalizada que la institución brinda a sus usuarios” (p. 73).

Para Zeithaml (2009), La esencia de la empatía es transmitir que los clientes son especiales, únicos y que se entienden sus necesidades, debido a que los clientes desean sentirse importantes y comprendidos para las organizaciones que les otorga servicio. Resalta que aun cuando las compañías más grandes tienen más recursos que las compañías chicas, éstas se perciben como más informadas sobre necesidades e inquietudes específicos de los clientes debido a que ofrecen los servicios de una manera más personalizada (p. 75).

*Tangibles.* como específica en el libro citado Zeithaml (2009), “que es el aspecto de las instalaciones físicas, del personal, del equipo y de los materiales de comunicación que utiliza la institución” (p. 77).

Además, de paso los tangibles con continuidad los usan las compañías de servicio a fin de mejorar su imagen, señalar calidad a los clientes y proporcionar continuidad; asimismo la mayoría de las compañías crean una estrategia de calidad del servicio para la empresa, combinando los tangibles con otra dimensión.

#### **1.3.1.5. Medición de la variable.**

Según Vergara y Quezada (2011) en su artículo de investigación la variable se mide a través de un modelo de ecuaciones estructurales, dispuestos por Parasumaran, Valarie, Zeithalm y

Berry, (1985) quienes emplearon una escala de 22 ítems del SERVQUAL basados en sus cinco dimensiones, para medir la calidad del servicio.

Así mismo Gutiérrez et al (2010) en su artículo de investigación referente a “la gestión pública de gobiernos locales, en lo que refiere a la medición de la variable calidad de servicio, emplearon en su análisis el modelo de ecuaciones estructurales constituidas por sus diez dimensiones propuestas por Gronroos” (p.76).

### **1.3.2. Satisfacción al usuario.**

#### ***1.3.2.1. Conceptualización de satisfacción del usuario.***

“La satisfacción de un usuario presenta un interés especial por la parte académica y profesional, dados en distintos sectores de una actividad, por los beneficios que obtiene y reporta al conjunto empresarial, el lograr la satisfacción de cada usuario”. (Anderson, Fornell y Lehman, 1994; Oliver, 2010; Caruana et al, (2015). El eje central de un éxito empresarial es lograr la satisfacción del usuario (Anthanassopoulos, Gounaris, Stathakopoulos, 2001) y como elemento primordial del marketing (Git et al., 2005)

Wittaker (1988), especifica a “la actitud como una tendencia positiva o negativa con respecto a objetos o ideas” (p.51). “El rendimiento de una persona que cumple positivamente su labor se relaciona con la satisfacción del cliente, lo que conocemos como eficiencia y productividad, es decir en cualquier ámbito la satisfacción e insatisfacción dependerá de la calidad de servicio que se le brinde” (p.51).

Andia et al, (2002), refiere que “la satisfacción de cada usuario involucra experiencias cognitivas y racionales, las cuales son derivadas de las diferencias de las expectativas y el comportamiento del servicio, se encuentra supeditada a una cierta cantidad de factores como, culturales, necesidades personales, valores morales, expectativas y a la propia organización. Dichos elementos establecen que para cada persona la satisfacción se presenta de distinta forma. Su objetivo, es satisfacer la necesidad de cada usuario y el análisis de satisfacción como un instrumento de medida de la calidad de la atención” (p.53).

Para el Ministerio de Salud (2012), “la encuesta de satisfacción obtuvo resultados más importantes en lo que compete a un buen servicio de calidad, influyendo su comportamiento, para ciertos autores influye en: El usuario procure o no procure atención; El usuario siga o no las instrucciones del prestador de servicios; El usuario regrese o no regrese al prestador de servicios”.

Según Cantú (2001) “la calidad y satisfacción del usuario es más complicado de medir, almacenar e inspeccionar, no se puede adelantar a resultados, pues su demanda es muy baja, esto ocasiona que la calidad de un servicio sea juzgada por el cliente que en su momento lo recibe, considerando que los factores como comportamiento, actitud y habilidad son la satisfacción de cada usuario” (p.50).

Asimismo, en lo que concierne “se espera que quien atiende sea una persona amistosa, atento, adecuado, amable, mientras que, en el aspecto físico, influye la limpieza, ropa adecuada y aspecto general, en cuanto a comportamiento se frece un buen trato, lenguaje claro, saber escuchar, dar soluciones, respuestas rápidas. Thompson y Sunol (1996) señala que las expectativas y la calidad son importantes para la satisfacción del usuario para que cubra sus expectativas” (p.108).

Varela (1992) menciona que “los conocimientos para medir satisfacción, son resumidos en tres aspectos: Obtención de la retroalimentación imprescindible para la gestión y optimización de los recursos que se brindan como servicio; se constituye una medida que legaliza la capacidad de una organización para dar cuenta de las necesidades de los usuarios, pueden ser utilizados como indicador de control de calidad; la satisfacción es un activo con los que cuentan las organizaciones para mejorar resultados a medio plazo” (p.75).

### ***1.3.2.2. Características de la satisfacción del usuario.***

Se señala tres características fundamentales del constructo satisfacción (Giese y Cote, 2000; Moliner, 2004): “la etapa, la respuesta y el foco, en primer lugar, se entiende como una respuesta cognitiva de un usuario” (Oliver, 1980; Day, 1984), afectiva (Westbrook y Reily, 1983), cognitiva- afectiva (Bigné y Andreu, 2004). En la actualidad, muchos de los

investigadores consideran a las respuestas de un usuario a lo cognitivo- afectivo (Ruiz, 2011).

En segundo, está “la integración de uno o varios focos, el producto adquirido, servicio requerido, vendedor, expectativas o experiencia como consumo. Sin embargo, es importante recalcar a dos focos que son el producto comprado y trato que se recibe por el usuario durante el proceso de compra”. (Ruiz, 2011). En tercer lugar, “la etapa en la que se da la satisfacción, es previa durante o posterior al acto de obtener el producto. Tras esta razón hay un consenso en que se produce el consumo” (Mano y Oliver, 1993).

### ***1.3.2.3. Enfoques de estudio de la satisfacción del usuario.***

Los modelos de satisfacción del usuario se dividen en tres: el modelo cognitivo, modelo afectivo y cognitivo-afectivo (Moliner, 2004; Parra, 2006; Oliver, 2010). “El primer modelo se define como una evaluación que la realiza el usuario, en base a un estándar de diferencias sobre distintos aspectos de un servicio, su referente más significativo es la desconfirmación. El modelo afectivo, no considera al componente evaluativo al considerar que los afectos y emociones juegan un papel primordial” (p.28).

Finalmente está “el modelo cognitivo-afectivo este constituye ambas teorías y entiende a la satisfacción del usuario como un resultado de procesos”. A continuación, se presenta los modelos con autores más influyentes:

- *Modelo cognitivo de la satisfacción* “este modelo define a la satisfacción del usuario como respuesta del consumidor que es dada por una expectativa, discrepancia y rendimiento percibido” (Oliver, 1980). Hunt (1977) “cree a la satisfacción como la evaluación que es analizada sin experiencia de consumo es buena como se esperaba. Este punto de vista se ve con carácter cognitivo, donde se analiza de manera racional y evalúa los diferentes aspectos de un servicio”. El enfoque cognitivo permite diferenciar el estándar obtenido por el usuario, por otro lado, la teoría de desconfirmación es reconocida como el soporte principal de un estudio de satisfacción (Ruiz & Palací, 2011), “mientras que las otras teorías fueron un complemento y facilitador para dicho proceso” (p29.).

- *Modelo de la desconfirmación de expectativas*; Oliver (1980) “reconoce como soporte teórico desde los orígenes al más importante a la teoría de desconfirmación” (Ruiz & Palaci, 2011) sirviendo de base para la modelización y operativización de la calidad (Parasuraman et al., 1985), esta teoría se presenta que la satisfacción es resultado de la diferencia de expectativa y percepción del usuario (Szymanski y Henard, 2001; Oliver, 2010). El modelo de la desconfirmación de expectativas (Varela, 1992; Ruiz, 2011). En la fase uno la satisfacción está determinada por la desconfirmación y se debe a la diferencia que se presenta en rendimiento y expectativas que ha sido percibido del producto y servicio (Oliver, 1980), Las expectativas y el rendimiento influyen indirectamente a la satisfacción a través de la desconfirmación, actuado como mediador (Yi, 1993; marzo 1999). La segunda fase, influye directamente en los niveles de satisfacción, el usuario intenta adaptar el rendimiento del producto o servicio que es brindado, los usuarios no solo hacen comparación de sus expectativas con su percepción (efecto contraste) sino que requieren de adaptación de percepciones a sus expectativas (efecto asimilación), en la segunda fase el efecto contraste y asimilación actúan en conjunto, finalmente, la tercera fase incluye el efecto directo y rendimiento percibido (Marzo, 1999). Se justifica debido a que si el servicio cumple con su función el usuario se encontrará satisfecho, independientemente de si las expectativas (Tse & Wilton, 1988). “En la última fase del usuario determina de manera directa por la desconfirmación de expectativas (efecto contraste) por las expectativas (efecto asimilación)”. Los resultados de un desconfirmación pueden ser positivo, nulo o negativo (Oliver, 2010). “La positiva se daba cuando el rendimiento o resultado supera a las expectativas, la simple se origina cuando el resultado iguala a las expectativas y la negativa cuando es inferior a las expectativas” (p.30).
  
- *Modelo afectivo de la satisfacción*; “los estudios avanzados llevan a los investigadores a que consideren la satisfacción con un estado afectivo, psicológico o emocional que es derivado del consumo de un servicio” (Giese y Cote, 2000). Lo exponentes que presentan este enfoque afectivo son Westbrook y Reilly (1983), entendiendo la satisfacción como la respuesta emocional que inicia de un resultado de experiencias relacionadas con el servicio, estos efectos son producidos por las

emociones que experimentan cada usuario durante el consumo de un servicio siendo el resultado una satisfacción o insatisfacción (Bigné y Andreu, 2004). Además Oliver (1997), señala que los efectos representan a cada sentimiento frente a su pensamiento o vertiente de la satisfacción, se caracterizan por su estructura bidimensional, el agrado- desagrado y activación- tranquilidad que tienen experiencias subjetivas (Mano y Oliver, 1993; Martínez y Martínez, 2007). Bigné y Andreu (2004) “el agrado, desagrado o valencia emocional es un sentimiento que resulta una experiencia agradable o desagradable, como estar contesto, ilusionado, animado y satisfecho o descontento, infeliz, desilusionado” (p.21).

- *Modelo cognitivo- afectivo de la satisfacción*; “desde los años 80 hasta la actualidad, la satisfacción se considera un fenómeno cognitivo afectivo, al fusionar ambas corrientes se denominaron modelo cognitivo- afectivo de la satisfacción” (Yi, 1993; Bigné y Andreu, 2004; Martínez & Martínez, 2007). “La satisfacción se puede definir como post-consumo y post- uso los cuales son susceptibles a cada cambio. y su resultado se da por procesos psicosociales de carácter cognitivo y afectivo” (Martínez y Martínez, 2007). “El modelo cognitivo-afectivo es visto más allá del procesamiento cognitivo del usuario ya que no siempre es por el comportamiento que tienen de forma racional sino por la decisión que influye en la decisión al momento de su consumo y la intervención del mediador” (Oliver, 1980). Autores como Oliver (1993) quienes encuentran la influencia en las valoraciones de satisfacción del servicio que son realizados. “Cuando se evalúa un servicio importante la interacción que se produce entre usuario y lo efectos producidos por la compra. Quienes tienen mayor importancia” (Wirtz & Bateson, 1999). “La perspectiva precognitiva puede suceder con productos o servicios que no tienen experiencia previa que puedan dejar evaluar correctamente el servicio. La relación de objetos afectivos son objeto de debate” (Bigné & Andreu, 2004).

#### ***1.3.2.4. Dimensiones de la Satisfacción del Usuario.***

Dueñas (1998), define la satisfacción como “el nivel de estado de ánimo de un usuario respecto a la comparación de la adquisición y el rendimiento de un servicio con las propias expectativas del usuario” (p.108).

Además, plantea sobre la existencia de tres dimensiones:

- *Dimensión Humana.* “la razón fundamental de los servicios es brindar una atención buena, garantizando calidad, lo cual implicará el funcionamiento adecuado del individuo en su ambiente, permitiendo su desarrollo integral. Los servicios brindados son dirigidos a todo el público. Su sistema de atención hace honor a su trabajo y persona. Existe un papel fundamental que debe cumplir la persona que ofrece un servicio o producto y es el del trato cordial, comprensión y respeto hacia el otro” (p.109).
- *Dimensión técnico- científica.* Donabedian (1996) señala que “de acuerdo a las circunstancias se evalúa la atención técnica y es ahí donde se encuentra diferencias de disponibilidad, se establece una norma que permite compararlo con los mejores resultados posibles a partir de los recursos que disponen” (p.107).
- *Dimensión entorno.* Marriner (1999), “plantea su teoría centrada en el entorno, el cual influye en muchos factores, otro concepto de entorno es el cúmulo de las condiciones e influencias externas que afectan a la vida y desarrollo personal de uno, evitando que sean capaces de mejorar, esta dimensión implica un nivel básico de comodidad, ambientación y limpieza de confianza que percibe el usuario por el servicio” (p.108).

#### **1.4. Formulación al Problema**

¿Cuál es la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción al usuario en la gerencia regional de transportes y comunicaciones La Libertad?

#### **1.5. Justificación del estudio**

Teniendo en cuenta lo dicho por Hernández Fernández y Baptista (2010) “Indica el porqué de la investigación exponiendo sus razones. Por medio de la justificación debemos demostrar que el estudio es necesario e importante” (p.40), y a continuación,

se indican algunos de estos criterios formulados como preguntas, que fueron adaptados por Hernández Fernández y Baptista (2010):

**Conveniencia.** Este trabajo surge de la necesidad evidente de promover acciones que contribuyan a la calidad de servicio de la gerencia regional de transportes y comunicaciones -La Libertad teniendo en cuenta que resulta de vital importancia para las operaciones fundamentales de la misma, se enfocan primordialmente en la administración de los recursos humanos y la administración de los asuntos generales.

**Relevancia social.** Esto impacta directamente, en el desarrollo social y económico de las comunidades, y, por lo tanto, el presente estudio también se justifica para los fines sociales exigidos a la investigación científica, los mayores beneficiados de esta investigación serán los usuarios que a diario llegan a la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones La Libertad, más aún se contribuirá a mejorar la imagen de la institución.

**Implicaciones prácticas.** La investigación permitirá detectar aspectos que restringe brindar un servicio de calidad, mostrando que la gerencia de transportes necesita de manera urgente una implementación de un sistema de gestión de servicio al cliente. Así también la puesta en marcha de una propuesta de mejoramiento de calidad de servicio, entendida como el conjunto de criterios administrativos y organizacionales que contribuyan a la mejora de atención de los usuarios externos.

**Valor teórico.** La presente investigación considera que el estudio es fundamental teóricamente por los principios de “la teoría administrativa de las relaciones humanas, la que se basa en las personas y las relaciones de éstas a través de la motivación, liderazgo, comunicación y desempeño laboral todo en un clima social adecuado, además resulta de gran importancia medir la calidad del servicio que se brinde a los usuarios de la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones La Libertad, puesto que permitirá obtener indicadores que faciliten un mejor desarrollo de la calidad de servicio y la satisfacción al usuario en la entidad en estudio”.

**Utilidad metodológica.** Metodológicamente, la determinación de la relación existente entre la calidad de servicio y la satisfacción al usuario, en la Gerencia

Regional de Transportes y Comunicaciones La Libertad, permitirá identificar el tipo de relación existente entre las variables de estudio, lo que servirá para proponer planes y estrategias que mejoren tanto los procesos de gestión administrativa de la institución como la calidad de servicio y brindado a los usuarios.

## **1.6. Hipótesis.**

**Hi:** Existe una relación positiva entre la calidad de servicio y satisfacción del usuario en la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad-2018.

**H<sub>0</sub>:** Existe una relación negativa entre la calidad de servicio y satisfacción del usuario en la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad-2018.

## **1.7. Objetivos.**

### **1.7.1. Objetivo General.**

Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y satisfacción al usuario en la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad-2018.

### **1.7.2. Objetivos Específicos.**

- ✓ Determinar el nivel de la calidad de servicio al usuario en la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad-2018.
- ✓ Determinar el nivel de satisfacción al usuario en la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad-2018.
- ✓ Determinar la relación entre elementos tangibles y las dimensiones de satisfacción del usuario en la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad-2018.
- ✓ Determinar la relación entre fiabilidad y las dimensiones de satisfacción del usuario en la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad-2018.

- ✓ Determinar la relación entre capacidad de respuesta y las dimensiones de satisfacción del usuario en la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad-2018.
- ✓ Determinar la relación entre seguridad y las dimensiones de satisfacción del usuario en la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad-2018.
- ✓ Determinar la relación entre empatía y las dimensiones de satisfacción del usuario en la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad-2018.

## **II. Método**

### **2.1. Diseño de investigación**

#### **No Experimental.**

El presente estudio aplica un diseño de investigación No Experimental, ya que no se está manipulando deliberadamente las variables de estudio. Esto indica que las observaciones y análisis de las variables se observaron naturalmente tal cual se desenvuelven en su entorno real.

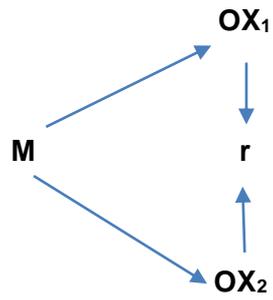
#### **Transversal.**

El diseño del presente estudio es Transversal ya que describimos las variables y analizamos su impacto e interrelación en un momento dado.

#### **Correlacional.**

“Describen relaciones entre dos o más categorías, conceptos o variables en un momento determinado” (Hernández, et al., 2014, p. 157).

El estudio fue de tipo no experimental porque mide situaciones o hechos que son observables en su contexto natural sin que se manipule las características de la muestra. Así mismo, el tipo de investigación por su temporalidad es de corte transversal porque se realizó en un periodo específico.



Dónde:

M = Clientes potenciales.

OX<sub>1</sub> = observación de variable Calidad de Servicio.

OX<sub>2</sub> = observación de variable Satisfacción del Usuario.

r = Relación entre las dos variables.

## 2.2. Variables

**Variable 1:** Calidad de Servicio.

**Variable 2:** Satisfacción del Usuario

### 2.3. Operacionalización de variables:

Tabla 2.1

*Operacionalización de la variable Calidad de Servicio.*

Variable	Definición Conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Calidad de servicio.	Calidad es el hábito desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes y ofrecerles, en consecuencia, un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable, aún bajo situaciones imprevistas o ante errores, de tal manera que el cliente se sienta comprendido, atendido y servido personalmente, con dedicación y eficacia, y sorprendido con mayor valor al esperado, proporcionando en consecuencia mayores ingresos y menores costos para la organización (Según Pizzo 2013).	Para medir la variable se utilizará un cuestionario el cual consta de 18 Items llamado escala multidimensional SERVQUAL que mide y relaciona la percepción del cliente y las expectativas respecto de calidad de servicio.	Elementos tangibles  Fiabilidad  Seguridad  Empatía  Capacidad de respuesta	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Instalaciones</li> <li>• Aspectos de los trabajadores</li> <li>• Aspectos de los equipos de los problemas.</li> <li>• Instalaciones seguras</li> <li>• Percepción del servicio recibido</li> <li>• Comunicación precisa</li> <li>• Comportamiento confiable de los trabadores.</li> <li>• Personal calificado.</li> <li>• Comprensión del usuario</li> <li>• Atención personalizada.</li> <li>• Horarios de atención flexibles.</li> <li>• Rapidez en atención</li> <li>• Entrega de licencias es rápida</li> </ul>	Ordinal

*Nota:* La tabla de operacionalización las dimensiones e indicadores se consideraron de la investigación de *Caballero Noriega Andrés*

Tabla 2.2

*Operacionalización de la variable: Satisfacción del Usuario.*

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala
Satisfacción del usuario	Se define como el nivel de estado de ánimo de un usuario respecto a la comparación de la adquisición y el rendimiento de un servicio con las propias expectativas del usuario (Dueñas, 1998)	Los puntajes se obtendrán a partir de un instrumento de satisfacción el usuario, el cual evalúa tres dimensiones: humana, técnico-científica y entorno. Consta de 20 ítems, con un formato de respuesta de escala Likert de 5 puntos. Se puede aplicar de manera individual como grupal.	Humana  Técnico-científica  Entorno.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trato cordial y amable.</li> <li>• Se respeta el orden de los usuarios.</li> <li>• Respeto la privacidad de los usuarios</li> <li>• Recibe orientación respecto al servicio.</li> <li>• Comprende la orientación que recibe.</li> <li>• El tiempo de atención es suficiente.</li> <li>• El ambiente de atención es adecuado.</li> <li>• El ambiente es ordenado y limpio.</li> <li>• Cuenta con servicios adecuados.</li> </ul>	Ordinal

*Nota:* La tabla de Operacionalización las dimensiones e indicadores se consideraron de la investigación de Ramírez Saavedra Verón

## 2.4. Población y muestra

### 2.4.1. La población.

La población está conformada por todos ciudadanos que a diario llegan a realizar diferentes trámites el cual brinda la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones, a quienes se les denomina usuarios.

Para poder determinar la población del estudio se tomó en consideración la cantidad de usuarios que asistieron durante cuatro semanas dando el total de 3940.

### 2.4.2. Muestra.

La muestra fue definida por muestreo probabilístico por conveniencia y aleatorio simple, cantidad de 103 usuarios, para el desarrollo de la investigación se aplicará la formula estadística de población finita el cual se aplicó la siguiente formula.

Dónde:

**n** = Muestra = finita

**N** = Tamaño de Población = 3940

**Z** = Nivel de Confianza = 2.05

**S** = Varianza = 2.5

**E** = Nivel de precisión absoluta = 0.5

$$n = \frac{NZ^2S^2}{(N-1)E^2 + Z^2S^2}$$

$$n = \frac{((3940)(2.05))^2 2.5^2}{(3940-1)0.5^2 + 2.05^2 2.5^2}$$

$$n = 102.36$$

$$n = 103 \text{ usuarios}$$

### **2.4.3. Unidad de análisis.**

Un usuario de la Gerencia de Transportes y Comunicaciones La Libertad -2018.

### **2.4.4. Criterios de selección.**

#### ***2.4.4.1. Criterios de inclusión.***

Usuarios de la Gerencia de Transportes y Comunicaciones La Libertad -2018, de ambos sexos mayores de 18 años.

#### ***2.4.4.2. Criterios de exclusión.***

Usuarios que no residan dentro de la Región La Libertad.

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

### **2.5.1. Técnica.**

La técnica que se utilizó para la presente investigación para recolectar datos de los usuarios de la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones La Libertad-2018 es la encuesta, es aquella técnica que recoge información sobre aspectos muy específicos, basada en una interacción directa o indirecta entre el investigador con el encuestado.

### **2.5.2. Instrumento.**

El instrumento que se utilizó fue el cuestionario, el cual se aplicará a los usuarios de la gerencia regional de transportes y comunicaciones La Libertad-2018, dividido en 2; uno se será de calidad de servicio y el otro sobre satisfacción al usuario. Para medir la calidad de servicio se utilizará un cuestionario el cual consta de 18 Ítems llamado escala multidimensional SERVQUAL que mide y relaciona la percepción del cliente y las expectativas respecto de calidad de servicio. Con las siguientes dimensiones: elementos tangibles, fiabilidad, seguridad, empatía. El formato de respuesta es de escala Likert de 5 puntos.

Para medir la satisfacción con el usuario, se empleará un instrumento de satisfacción al

usuario, el cual evalúa tres dimensiones: humana, técnico-científica y entorno. Consta de 17 ítems, con un formato de respuesta de escala Likert de 5 puntos. Se puede aplicar de manera individual como grupal.

Tabla 2.3

*Técnicas e instrumentos*

Variable	Técnicas	Instrumentos	Informantes
Calidad de servicio	Encuesta	cuestionario	Usuarios
Satisfacción del usuario	Encuesta	Cuestionario	Usuarios

*Nota:* Elaboración propia

**2.5.3. La validación**

La validación del instrumento se realizó según el coeficiente de Validez V- Aiken, calculándose las valoraciones de todos los jueces con relación a un ítem y al grupo de ítems.

$$V = \frac{S}{(n(c - 1))}$$

Siendo:

S = la sumatoria de respuestas de jueces

n = Número de jueces

e = Número de valores de la escala de valoración

Tabla 2.4

*Validación de contenido por criterio de jueces*

Variable	Nº de jueces	Nº de Ítems	En relación a un ítem				En relación a un grupo de ítems
			V-Aiken suficiencia	V-Aiken Claridad	V-Aiken Coherencia	V-Aiken Relevancia	V-Aiken
Calidad de Servicio	5	18	0.97	0.95	0.96	0.96	0.96
Satisfaction	5	20	0.97	0.95	0.96	0.96	0.96

*Nota:* Validación según coeficiente V de Aiken

Tabla 2.4.

*V Aiken con intervalos de confianza*

<b>Valor promedio de la calificación</b>	<b>V</b>	<b>IC 95% V</b>
3.14	0.713	0.499 – 0.861
3.43	0.810	0.601 – 0.924
3.57	0.857	0.653 – 0.950
3.71	0.903	0.709 – 0.973
3.86	0.953	0.775 – 0.992
4.00	1.000	0.845 – 1.000

*Nota:* Información obtenida de George y Mallery.

#### **2.5.4. La confiabilidad**

Para Validar el instrumento se utilizó el alfa de Cronbach y se obtuvo una confiabilidad de 0.939 para la variable calidad de servicio y 0.907 para la variable satisfacción al usuario alcanzó un nivel de confiabilidad muy aceptable, siendo este test consistente y adecuado para el estudio.

Se aplicó una encuesta piloto a una muestra de 29 usuarios de la gerencia de transportes y comunicaciones La Libertad -2018.

Tabla 2.5

*Estadístico de Confiabilidad*

<b>Variable</b>	<b>N° de Encuestas</b>	<b>Alfa de Cronbach</b>
Calidad de Servicio	29	0.939
Satisfacción al Usuario	29	0.907

*Nota:* Elaboración propia

Se tomará el resultado obtenido de la confiabilidad para ver el valor del coeficiente alfa de cronbach.

Tabla 2.6.  
Valores de coeficientes de alfa de Cronbach

<b>Coeficiente alfa</b>	➤ 0.9 es excelente
<b>Coeficiente alfa</b>	➤ 0.8 es bueno
<b>Coeficiente alfa</b>	➤ 0.7 es aceptable
<b>Coeficiente alfa</b>	➤ 0.6 es cuestionable
<b>Coeficiente alfa</b>	➤ 0.5 es pobre –Coeficiente alfa

*Nota:* Información obtenida de George y Mallery (2003, p.231)

## 2.6. Métodos de análisis de datos

Se utilizó el método estadístico correlacional para obtener los resultados. El procesamiento de la información se realizó en Microsoft Excel y SPSS que permitió tener una base de datos organizada, Se utilizó la prueba de normalidad de Kolmogorov – Smirnov, la prueba nos da como resultado que la significancia está por debajo del 0.05, para calidad de servicio nos dio como resultado una significancia de 0.000 y para la variable Satisfacción al usuario un resultado de 0.002, concluimos que la distribución no es normal por lo tanto se utilizó pruebas no paramétricas como es el Coeficiente de Correlación Rho de Spearman que sirve para hallar la relación entre ambas variables.

Tabla 2.7.  
Prueba de Normalidad de Calidad de Servicio y Satisfacción al usuario.

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>		
	Estadístico	gl	Sig.
VAR_CALIDAD_SE RV	,154	100	,000
VAR_SATISFACCIO N_USUARIO	,118	100	,002

*Nota:* Prueba de normalidad

También se utilizó el Coeficiente de Correlación Rho de Spearman que sirve para hallar la relación entre ambas variables (no paramétrico); de esta manera se llegó a cumplir los objetivos de la investigación.

Tabla 2.8

*Tabla estandarizada de correlación de Spearman*

Intervalo	Descripción
-1 y -0.96	Correlación negativa perfecta
- 0.95 y -0.51	Correlación negativa fuerte
-0.50 y - -0.11	Correlación negativa moderada
-0.10 y - 0.01	Correlación negativa débil
0 - 0	Correlación nula
0.01 - 0.10	Correlación positiva débil
0.11 - 0.50	Correlación positiva moderada
0.50 - 0.95	Correlación positiva fuerte
0.96 - 1	Correlación positiva perfecta

Fuente: Carrasquero (2000.p.35).

## **2.7. Aspectos éticos.**

La presente investigación se sustentó en los principios de la ética, a razón de que los participantes considerados en el presente estudio de investigación otorgaron su aprobación guardando la reserva de su identidad.

Por lo tanto, el autor-investigador se compromete en respetar los resultados en su auténtica data y generar las conclusiones y recomendaciones de manera objetiva.

### III. Resultados

- 3.1. Determinar el nivel de la calidad de servicio al usuario en la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad - 2018.

Tabla 3.1

*Nivel de la calidad de servicio al usuario en la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad - 2018.*

<b>Calidad de Servicio</b>	<b>fi</b>	<b>h%</b>
Bajo	22	22,0%
Medio	51	51,0%
Alto	27	27,0%
Total	100	100%

*Nota:* Datos extraídos de la encuesta aplicada a los usuarios en la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad - 2018.

Respecto a la tabla 3.1, se evidencia los niveles de calidad de servicio según tres niveles: alto, medio y bajo; describiendo las frecuencias de agrupamiento en sus diferentes categorías, se obtuvo una frecuencia de 22,0% en el nivel bajo, por otro lado, se tiene una frecuencia de 51,0% en un nivel medio y finalmente un 27,0% que se encuentra en un nivel alto. se considera solo resultados de 100 investigados por que tres no contestaron todo el instrumento.

**3.2.** Determinar el nivel de Satisfacción al usuario en la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad - 2018.

Tabla 3.2

*Nivel de Satisfacción al usuario en la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad - 2018.*

<b>Satisfacción del Usuario</b>	<b>fi</b>	<b>h%</b>
Bajo	24	24,0%
Medio	49	49,0%
Alto	27	27,0%
Total	100	100%

*Nota:* Datos extraídos de la encuesta aplicada a los usuarios en la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad - 2018.

Respecto a la tabla 3.2, se evidencia los niveles descriptivos de satisfacción del usuario según tres niveles: alto, medio y bajo; describiendo las frecuencias de agrupamiento en sus diferentes categorías, se obtuvo una frecuencia de 24,0% en el nivel bajo, por otro lado, se tiene una frecuencia de 49,0% en un nivel medio y finalmente un 27,0% que se encuentra en un nivel alto.

**3.3.** Relación entre la calidad de servicio en su dimensión elementos tangibles y satisfacción del usuario en la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad-2018.

Tabla 3.3

*Relación entre la calidad de servicio en su dimensión elementos tangibles y satisfacción del usuario en la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad-2018*

			DIM_ELEM _TANG	VAR_SATIS FACCION_ USUARIO
Rho de Spearman	DIM_ELEM_TANG	,331**	1,000	,331**
		,001	.	,001
		100	100	100
	VAR_SATISFACCIO	1,000	,331**	1,000
	N_USUARIO	.	,001	.
		100	100	100

*Nota:* Basado en encuestas aplicadas a 103 usuarios de la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad-2018.

En la tabla 3.3. Se observa que el coeficiente de correlación (Rho de Spearman) es de 0.331 y según el grado de relación de Spearman existe una correlación positiva moderada entre la calidad de servicio en su dimensión elementos tangibles y satisfacción del usuario en la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad-2018.

**3.4.** Relación entre la calidad de servicio en su dimensión fiabilidad y satisfacción del usuario en la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad-2018.

Tabla 3.4

*Relación entre la calidad de servicio en su dimensión fiabilidad y satisfacción del usuario en la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad-2018.*

			DIM_CONFI ABILIDAD	VAR_SATIS FACCION_U SUARIO
	DIM_CONFIABILIDAD	,473**	1,000	,473**
		,000	.	,000
		100	100	100
Rho de Spearman	VAR_SATISFACCION _USUARIO	1,000	,473**	1,000
		.	,000	.
		100	100	100

*Nota:* Basado en encuestas aplicadas a 103 usuarios de la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad-2018.

En la tabla 3.4. Se observa que el coeficiente de correlación (Rho de Spearman) es de 0.473 y según el grado de relación de Spearman existe una correlación positiva moderada entre la calidad de servicio en su dimensión fiabilidad y satisfacción del usuario en la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad-2018.

**3.5.** Relación entre la calidad de servicio en su dimensión capacidad de respuesta y de satisfacción del usuario en la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad-2018.

Tabla 3.5

*Relación entre la calidad de servicio en su dimensión capacidad de respuesta y satisfacción del usuario en la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad-2018.*

			DIM_CAP_R ESP	VAR_SATIS FACCION_ USUARIO
Rho de Spearman	DIM_CAP_RESP	,512**	1,000	,512**
		,000	.	,000
		100	100	100
	VAR_SATISFACCION _USUARIO	1,000	,512**	1,000
		.	,000	.
		100	100	100

*Nota:* Basado en encuestas aplicadas a 103 usuarios de la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad-2018.

En la tabla 3.5. Nos muestra que existe relación entre la variable Calidad de Servicio en su dimensión capacidad de respuesta y el Satisfacción del usuario, con una significancia de 0.000 (valor  $_p$ ) menor que el 5%, además el coeficiente de correlación de Spearman (0.512), indica que existe una correlación positiva fuerte, en los usuarios en la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad - 2018

**3.6.** Relación entre la calidad de servicio en su dimensión empatía y la satisfacción del usuario en la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad-2018.

Tabla 3.6

*Relación entre la calidad de servicio en su dimensión empatía y satisfacción del usuario en la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad-2018.*

			DIM_EMPA TIA	VAR_SATI SFACCION _USUARIO
Rho de Spearman	DIM_EMPATIA	Coefficiente de correlación	1,000	,453**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	100	100
	VAR_SATISFACCIO N_USUARIO	Coefficiente de correlación	,453**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	100	100

*Nota:* Basado en encuestas aplicadas a 103 usuarios de la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad-2018.

En la tabla 3.6. Se observa que el coeficiente de correlación (Rho de Spearman) nos muestra que existe relación entre la variable Calidad de Servicio en su dimensión empatía y el Satisfacción del usuario, con una significancia de 0.000 (valor  $_p$ ) menor que el 5%, además el coeficiente de correlación de Spearman (0.453), indica que existe una correlación positiva moderada, en los usuarios en la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad - 2018

**3.7.** Relación entre la calidad de servicio y satisfacción al usuario en la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones La Libertad-2018.

Tabla 3.7

*Relación entre la calidad de servicio y satisfacción al usuario en la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones La Libertad-2018.*

		VAR_SATIS	VAR_CALID
		FACCION_U	AD_SERV
		SUARIO	
Rho de Spearman	VAR_CALIDAD_SER V	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,540**
		N	100
Rho de Spearman	VAR_SATISFACCION _USUARIO	Coefficiente de correlación	,540**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	100

*Nota:* Basado en encuestas aplicadas a 103 usuarios de la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad-2018.

En la tabla 3.7. Se observa que el coeficiente de correlación (Rho de Spearman) es la relación entre las variables calidad de servicio y satisfacción del usuario, en donde se evidencia correlación positiva fuerte entre las variables planteadas  $r=.540^{**}$ .

### **3.8. Contrastación de Hipótesis.**

Hipótesis de la Investigación:

$H_i$ : Existe relación entre la calidad de servicio y satisfacción al usuario en la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad-2018.

Hipótesis Nula:

$H_0$ : No existe relación entre la calidad de servicio y satisfacción al usuario en la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad-2018.

Dado el coeficiente de correlación (Rho de Spearman) es de 0.540, se prueba que existe una relación positiva fuerte entre las Variables la calidad de servicio y satisfacción al usuario en la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad-2018, por tanto, se rechaza la Hipótesis Nula ( $H_0$ ) y se Acepta la Hipótesis Alternativa ( $H_i$ ).

#### IV. Discusión

La Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones La Libertad es un órgano de línea que depende del Gobierno Regional La Libertad, de naturaleza ejecutiva, técnica jurídica y de supervisión en el ámbito de Transportes y Comunicaciones, se encuentra directamente subordinado técnica y jurídicamente al Ministerio de Transportes y Comunicaciones y de forma administrativa al Gobierno Regional, su finalidad reconocida oficialmente es planificar, organizar, orientar y fiscalizar las acciones en el campo de transportes y comunicaciones dentro de su jurisdicción Regional, formalmente la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones La Libertad también está comprometida con la política de modernización del Estado, sin embargo, aun presenta una estructura organizacional anticuada basada en el modelo de gestión por funciones y no por procesos (GRTC-LL-2017).

Respecto de la relación entre la calidad de servicio y satisfacción al usuario en la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones La Libertad-2018 se obtuvo como resultado que el coeficiente de correlación (Rho de Spearman) es de 0.540 y según el grado de relación de Spearman existe una correlación positiva fuerte lo cual coincide con el trabajo previo elaborado por Peña (2017) cuyo resultado fue que existe correlación positiva alta de 0.859, entre la calidad del servicio y satisfacción del usuario que se ofrece en la Municipalidad Distrital de Pueblo Nuevo, Provincia de Chincha, Región Ica, año 2016.

Respecto a la Calidad de Servicio en su dimensión capacidad de respuesta y la Satisfacción del usuario en la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad-2018, se obtuvo como resultado que el coeficiente de correlación (Rho de Spearman) es de 0.512, y según el grado de relación de Spearman existe una correlación positiva fuerte lo cual coincide con el trabajo previo elaborado por Peña (2017) cuyo resultado fue que existe correlación positiva alta de 0.859, entre la calidad del servicio y satisfacción del usuario que se ofrece en la Municipalidad Distrital de Pueblo Nuevo, Provincia de Chincha, Región Ica, año 2016.

Respecto a la Calidad de Servicio en sus dimensiones empatía, fiabilidad y elementos tangibles y la Satisfacción del usuario en la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad-2018, se obtuvo como resultado que los coeficientes de correlación (Rho de Spearman) son 0.453, 0.473 y 0.331 Respectivamente y según el grado de

relación de Spearman existe una correlación positiva moderada lo cual no coincide con el trabajo previo elaborado por Peña (2017) cuyo resultado fue que existe correlación positiva alta de 0.859, entre la calidad del servicio y satisfacción del usuario que se ofrece en la Municipalidad Distrital de Pueblo Nuevo, Provincia de Chincha, Región Ica, año 2016.

Respecto al nivel de la calidad de servicio al usuario en la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad-2018, se obtuvo que de 22,0% en el nivel bajo, por otro lado, se una frecuencia de 51,0% en un nivel medio y finalmente un 27,0% que se encuentra en un nivel alto lo cual coincide con Peña (2017) quien obtuvo que de los usuarios de Municipalidad Distrital de Pueblo Nuevo, Provincia de Chincha, Región Ica, año 2016 para el 55.07% calidad de servicio, solo califica en el nivel medio (...) y mientras que para el 24.8%.califica en un nivel medio.

Respecto al nivel de la calidad de servicio al usuario en la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad-2018, se obtuvo que el 24,0% en el nivel bajo, por otro lado, se tiene una frecuencia de 49,0% en un nivel medio y finalmente un 27,0% que se encuentra en un nivel alto lo cual coincide con Peña (2017) quien obtuvo que de los usuarios de Municipalidad Distrital de Pueblo Nuevo, Provincia de Chincha, Región Ica, año 2016 para el 55.07% calidad de servicio, solo califica en el nivel medio (...) y mientras que para el 24.8%.califica en un nivel medio.

## V. Conclusiones

- 5.1.** Se determinó que el nivel de la calidad de servicio al usuario en la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad, según las encuestas es medio con un 51% de encuestados y bajo en un 22%. (Tabla 3.1.)
- 5.2.** Se determinó que el nivel de Satisfacción al usuario en la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad, se encuentra en un nivel medio con un 49% y el 24% de los encuestados perciben una satisfacción baja. (Tabla 3.2.)
- 5.3.** Se identificó que la relación entre la calidad de servicio en su dimensión elementos tangibles y satisfacción del usuario en la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad, tiene una correlación positiva, basándonos en el empleo del coeficiente de correlación (Rho de Spearman) que arrojo un valor de 0.331. (Tabla 3.3.)
- 5.4.** Se identificó que la relación entre la calidad de servicio en su dimensión fiabilidad y satisfacción del usuario en la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad, presenta una correlación positiva moderada, pues la prueba del coeficiente de correlación (Rho de Spearman) es de 0.473. (Tabla 3.4.)
- 5.5.** Se identificó que la relación entre la calidad de servicio en su dimensión capacidad de respuesta y de satisfacción del usuario en la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad, tiene una correlación positiva fuerte, pues el coeficiente de correlación (Rho de Spearman) es de 0.512. (Tabla 3.5.)
- 5.6.** Se identificó que la relación entre la calidad de servicio en su dimensión empatía y la satisfacción del usuario en la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad, presenta una correlación positiva moderada

entre las variables, pues el coeficiente de correlación (Rho de Spearman) es de 0.453. (Tabla 3.6.)

- 5.7.** Se determinó que la relación entre la calidad de servicio y satisfacción al usuario en la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones La Libertad, es una correlación positiva fuerte pues el coeficiente de correlación (Rho de Spearman) es de 0.540. Este valor sirve para rechazar la hipótesis ( $H_0$ ) y se Acepta la Hipótesis Alternativa ( $H_i$ ), que viene hacer que existe relación entre las variables. (Tabla 3.7.)

## **VI. Recomendaciones**

- 6.1.** Se recomienda al Gerente de la Gerencia, hacer un análisis de los procesos para que de esta manera pueda evaluar que procedimientos se puedan retirar, para que el usuario reciba un mejor servicio, este análisis se tiene que hacer en conjunto con todas las áreas implicadas para que al tener diversas opiniones se mejore.
- 6.2.** Se recomienda a la persona encarga del área de recursos humanos, que periódicamente haga una encuesta para conocer la satisfacción de los usuarios y que mejoras se debe hacer y aprovechar que se encuentra en un nivel medio la satisfacción para lograr subir a un nivel alto.
- 6.3.** Se recomienda al Gerente, que haga una evaluación de las instalaciones de la Gerencia y coordine con la Municipalidad para que les otorguen un presupuesto para hacer el mejoramiento de mobiliario, etc., para ofrecer un servicio de calidad.
- 6.4.** Se recomienda al Gerente realizar una capacitación al personal sobre el tema de atención al cliente, para que exista una buena comunicación entre el personal que atiende y el usuario que recibe la información, tomando en cuenta que no todos los usuarios poseen la misma capacidad de comprensión.
- 6.5.** Se recomienda la personal que atiende directamente al usuario, mejorar su atención y ser un poco flexibles en el tema del horario y más eficientes al emitir las tarjetas de circulación, pues muchas veces el usuario está en la cola aun, pero el personal de caja llega la hora de salida y deja de atender a las personas que aún esperan y esto no sólo pasa en caja sino también con el tema de mesa de partes.
- 6.6.** Se recomienda la personal que antes de iniciar sus labores hagan ejercicios de relajamiento, para que de alguna forma les ayude a empezar más tranquilos sus labores y no sean empáticos a la hora de prestar la atención.

- 6.7.** Se recomienda al Gerente tomar en cuenta las recomendaciones dadas en los anteriores puntos pues esto va ayudar a mejorar la calidad de servicio y por ente se logrará la satisfacción del usuario, pues ambas variables se relacionan entre sí.
- 6.8.** Se recomienda a futuros investigadores realizar un estudio experimental sobre el tema de la satisfacción y la calidad en el servicio, para tener un mayor alcance del tema.

## **VII. Propuesta**

# **IMPLEMENTAR UN PROGRAMA DE CALIDAD DEL SERVICIO PARA AUMENTAR LA SATISFACCIÓN.**

**Trujillo, 14 diciembre de 2018**

## **Capítulo I: Descripción general**

### **1.1.Introducción**

En la actualidad cada día la competencia es mayor y para llegar a mantener la competitividad se debe de innovar la calidad de servicio que se brinda al usuario para así satisfacer sus necesidades y sus exigencias que lo requiere, ya que como se sabe que el usuario o cliente cada día exige más, donde este usuario ya no busca la comodidad de precio si no también una buena atención con una amabilidad exuberante, un trato personalizado, una atención rápida, un ambiente agradable, lo cual esto debe de caracterizar a esta organización con un excelente nivel para lograr la satisfacción del usuario y con ello lograr que el usuario adquiera los servicios que se le ofrecen.

La implementación de este programa de capacitación de calidad de servicio es para diferenciarse de la competencia. Para llevar a cabo esta propuesta es para mejorar la actitud de los colaboradores, ya que al mejorar la actitud se transmitirá al usuario la confianza al momento de ofrecer el servicio brindado.

### **1.2. Fundamentación**

En la investigación que se realizó sobre la calidad de servicio y satisfacción al usuario en la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones La Libertad-2018, se observó que hay una baja deficiencia en donde los clientes no están satisfechos donde evidencia que en la tabla 3.2. Donde se obtuvo una frecuencia de 49,0% en un nivel medio, en la localidad de servicio se evidencia en la tabla 3.1, se tuvo una frecuencia de 51,0% en el cual se sitúa en un nivel medio. Es por ello que se propondrá la implementación de un programa de calidad del servicio para aumentar la satisfacción del cliente, donde se involucre el Gerente General y los empleados para que todos se identifiquen con la organización y así lograr un nivel alto en la satisfacción del usuario.

### **1.3. Objetivos**

#### **1.3.1. Objetivo general**

Implementar de un programa de calidad del servicio para aumentar la satisfacción del usuario.

### **1.3.2. Objetivos específicos**

- Fortalecer y enriquecer los conocimientos y habilidades de los empleados referente a calidad del servicio y satisfacción del usuario.
- Motivar constantemente al empleado, para lograr los objetivos de la organización basados en calidad del servicio y satisfacción del usuario.
- Brindar formatos para medir la calidad del servicio y la satisfacción del usuario de manera periódica.

### **1.4. Alcance o ejecutor del programa de capacitación.**

La ejecución de esta propuesta serán los protagonistas el Gerente General y los empleados para que todos se identifiquen con la organización y así lograr un nivel alto en la satisfacción del usuario ya que al mejorar la actitud se transmitirá al usuario la confianza al momento de ofrecer el servicio brindado.

## Capítulo II: Estudio del desarrollo de la implementación de un programa de capacitación.

### 2.1. Programa.

#### Plan de capacitación

<b>Tema:</b>	Calidad del servicio y satisfacción del cliente
<b>Tipo de Evento (Estrategia):</b>	Seminario
<b>Cantidad de Participantes:</b>	25
<b>Lugar de realización:</b>	La Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad-2018.

Horario (Tiempo)	Desarrollo de actividades	Materiales a utilizarse	Objetivo
	<b>Apertura del seminario</b>		
15 minutos	<p>Sensibilización (dinámica participativa).</p> <p>Para despertar el interés y entusiasmo por seguir participando en la actividad y lograr, de esta manera, un compromiso sostenible.</p> <p>Se procedió a:</p>	Lapiceros y papel	Generar un ambiente de confianza, romper el hielo.

1. Repartir papel a cada uno de los participantes, en donde anotó una de las cualidades que lo identifica ante los demás.
2. Se reunieron todos los papeles.
3. Se repartieron nuevamente al grupo ya revueltos.
4. Cada participante leyó la cualidad y trató de adivinar quien escribió la misma.

<b>Horario (Tiempo)</b>	<b>Desarrollo de actividades</b>	<b>Materiales a utilizarse</b>	<b>Objetivo</b>
30 minutos	<b>Filosofía de la organización</b>  <b>Misión:</b> Inspiramos a los usuarios al mejoramiento de su calidad de	Presentación en cañón multimedia.	Que el participante tenga muy bien claro la filosofía, y que se sienta identificado con ella.

vida, a través del desarrollo de sus competencias.

**Visión:**

Ser una organización líder, innovadora y sólida que impulsa el desarrollo; integrada por personal comprometido, leal y competente.

**Valores:**

- Creatividad
- Excelencia
- Espíritu de servicio
- Integridad
- Fe en el potencial humano

(Dinámica con recortes de papel para armar la misión y

visión)

### Calidad de servicio

Es exceder las expectativas de clientes a través de conocimiento de los servicios, además de la cordialidad, respeto y empatía hacia el usuario.

El Cliente es:

- El que recibe un servicio.
- Quien tiene una necesidad.
- Quien tiene poder de decir.
- El que define la calidad.
- El que evalúa tu desempeño como proveedor.
- El que justifica tu existencia.

20 minutos

Presentación en  
cañón multimedia.

Que el participante aplique la cultura de calidad de servicio, y que su trabajo lo realice con dedicación

- El que no siempre tiene la razón, pero va primero.

### **Imagen personal**

25 minutos	<ul style="list-style-type: none"><li>- Una imagen positiva se crea con: la imagen personal, el lenguaje corporal y verbal y una vestimenta adecuada.</li><li>- La higiene personal habla bien de las personas que la aplican, denotan cuidado, interés y aspiración profesional.</li><li>- Mantener cada módulo de la institución en óptimas condiciones en cuanto a limpieza.</li><li>- El uniforme utilizado por el colaborador refleja la imagen profesional de la empresa.</li></ul>	Se realizará discusión de grupos a través de los mismos	Que los participantes proporcionen críticas constructivas
------------	---	---	---

### **Cultura del servicio**

20 minutos	<b>Qué es Cultura de Servicio:</b>	Dar a conocer los estándares que se	Un mejor conocimiento sobre la Cultura de Calidad de
------------	------------------------------------	-------------------------------------	--

Es la que Infiuye en la gente para comportarse y relacionarse con métodos orientados hacia el servicio o hacia la premisa “El cliente es primero”

debe regir la Cultura de Servicio

Servicio

**- Cortesía**

Trate al cliente como lo más importante de su trabajo.

Sea asertivo

Maneje las situaciones

Escuchar con atención

**- Responsabilidad**

Administración del tiempo

Puntualidad

Solucionar imprevisto

**- Efectividad**

No prometa en exceso

**- Consistencia**

Aplicación correcta de los estándares.

**Expectativas de los clientes Niveles de expectativas**

**Básico:**

Es lo mínimo indispensable que se espera

**- Esperado:**

15 minutos      Estará representado de acuerdo al precio que ha pagado.

**- Deseado:**

Es el que le gustaría recibir

Dar a conocer los estándares que se debe regir la Cultura de Servicio

Un mejor conocimiento sobre la Cultura de Calidad de Servicio

**Satisfacción y retención de clientes**

Formas de Satisfacción del Cliente y retención:

- 20 minutos
- Ofrecer un servicio o producto de calidad
  - Cumplir con lo ofrecido
  - Brindar un buen servicio al cliente

Dar a conocer los estándares que se debe regir la Cultura de Servicio.

Un mejor conocimiento sobre la Cultura de Calidad de Servicio

- Brindar atención personalizada
- Brindar una atención rápida
- Brindar un servicio extra

### Medición de satisfacción del cliente

#### Objetivo:

Medir algunos aspectos de fallas de la empresa, para mejorarlas e implementar nuevas estrategias, para alcanzar el éxito de la empresa.

#### Instrumentos de evaluación

##### Cliente oculto:

15 minutos

Es una técnica utilizada por las empresas para evaluar y medir la calidad en la atención al cliente

Dar a conocer los estándares que se debe regir la Cultura de Servicio

Un mejor conocimiento sobre la Cultura de Calidad de Servicio

##### Buzón de sugerencias

Tiene como objetivo recoger las sugerencias, quejas y reclamaciones de los clientes, sobre el funcionamiento de los servicios que se brinda, con el fin de mejorar su funcionamiento o corregir las necesarias.

### Recapitulación

10 minutos

Ejercicios de atención al cliente.

### **Evaluación final**

5 minutos Preguntas finales sobre el tema.

175 minutos dura este seminario de capacitación para mejorar la calidad de servicio.

### Capítulo III: Evaluación financiera

A continuación, se presenta un breve presupuesto.

#### 3.1. Presupuesto.

<b>Unidad</b>	<b>Material</b>	<b>Total</b>
	Alquiler de computadora y cañonera	S/. 300.00
10 und.	Pliegos de papel bond	S/. 10.00
06 und.	Marcadores	S/. 30.00
05 und.	Pliegos de cartulina de colores	S/. 12.50
20 und.	Lapiceros	S/. 13.00
20 und.	Tijeras	S/. 35.00
01 und.	Masking tape	S/. 8.00
60 und.	Fotocopias	S/. 17.20
	Refrigerio	S/. 250.00
	<b>Total</b>	<b>S/. 675.70</b>

El costo total es de S/. 675.70.00.

## VIII. Referencias

- Anderson, E., Fornell, C., & Lehmann, D. (1994). Customer satisfaction, market share, and profitability: findings from Sweden. *Journal of Marketing*, 58(3), 53-66.
- Andía, C.; Pineda, A.; Sottec, V. Ramírez, J.; Molina, M. y Romero, Z. (2002). Satisfacción del usuario de los servicios de consulta externa del Hospital I Espinar.
- Athanassopoulos, A., Gounaris, S., & Stathakopoulos, V. (2001). Behavioural responses to customer satisfaction: an empirical study. *European Journal of Marketing*, 35(5/6), 687-707.
- Bigné, J. & Andreu, L. (2004). Modelo cognitivo-afectivo de la satisfacción en servicios de ocio y turismo. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 2(21), 89-120
- .Cantú H. (2001). Desarrollo de una cultura de calidad. México: McGraw Hill.
- Caruana, A., Ramasashan, B., & Krentler, K. A. (2015). Assessing the Different Roles of Marketing Theory and Practice in the Jaws of Economic Uncertainty. Springer.
- Day, R. (1984). Modeling choices among alternative responses to dissatisfaction. *Advances in Consumer Research*, 11(1), 496-499.
- Donabedian, A. (1996). Garantía y monitoria de la calidad de la atención médica. Recuperado de: <http://bibliotecasibe.ecosur.mx/sibe/book/000023423>
- Dueñas, O. (2012). Dimensiones de la Calidad en los Servicios de Salud. Ob. Cit. p.3.
- Gil, I., Sánchez, M., Berenguer, G., & González, M. (2005). Encuentro de servicio, valor percibido y satisfacción del cliente en la relación entre empresas. *Cuadernos de Estudios Empresariales*, 2(15), 47-72.
- Giese, J., & Cote, J. (2000). Defining consumer satisfaction. *Academy of Marketing Science Review*, 1(1), 1-22.
- Hunt, H. (1977). Conceptualization and measurement of consumer satisfaction and dissatisfaction. Cambridge: Marketing Science Institute.

- Martínez, L., & Martínez, J. (2007). Cognitive-affective model of consumer satisfaction. An exploratory study within the framework of a sporting evento. *Journal of Business Research*, 60(2), 108-114.
- Marriner, A. (1999). *Modelos y Teorías de Enfermería*. Ed. Harcourt. Brace: España.
- Ministerio de Salud (2012). Satisfacción del Usuario Externo. Dirección de Calidad en Salud. Recuperado de:  
<http://www.minsa.gob.pe/dgsp/observatorio/documentos/teleconferencia/Satisfacci%C3%B3n%20del%20Usuario%20Externo>.
- Mano, H., & Oliver, R. L. (1993). Assessing the dimensionality and structure of the consumption experience: evaluation, feeling, and satisfaction. *Journal of Consumer Research*, 20(12), 451-466.
- Marzo, J. (1999). Estudio psicosocial de la satisfacción de los usuarios de organizaciones hoteleras. (Tesis Doctoral). Universidad de Valencia, Valencia.
- Moliner, B. (2004). La formación de la satisfacción/insatisfacción del consumidor y del comportamiento de queja: aplicación al ámbito de los restaurantes. (Tesis Doctoral). Universidad de Valencia, España.
- Oliver, L. (2010). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer* (2ed.). New York: ME Sharpe.
- Oliver, R. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 60-69.
- Parra, M. C. (2006). La Insatisfacción del Consumidor y las Respuestas ante la Insatisfacción: un Análisis Teórico y Empírico. (Tesis Doctoral). Murcia: Universidad Católica de Murcia.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V, & Berry, L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.
- Ruiz, M. (2011). Aproximación cognitiva al estudio de la satisfacción en el ámbito de consumo: propuesta de un modelo integrador. (Tesis Doctoral). Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia.

- Ruíz, M., & Palací, F. (2011). Variables cognitivas y psicología del consumidor. El modelo de la confirmación de expectativas en la actualidad. *Boletín de Psicología*, 103, 61-73.
- Tse, D., & Wilton, P. (1988). Models of consumer satisfaction formation: an extensión. *Journal of Marketing Research*, 25(2), 204-212.
- Thompson, A. & Sunol, R. (1995). Expectations as determinants of patient satisfaction: Concepts, theory and evidence. *International Journal for Quality in Health Care*: 127-141.
- Westrook, R. A., & Reilly, M. D. (1983). Valuepercept disparity: an alternative to the disconfirmation of expectations theory of consumer satisfaction. *Advances in Consumer Research*, 10(1), 256-261.
- Wittakker, J. (1988). *Psicología Motivacional*. Editorial Interamericana. México.
- Wirtz, J., & Bateson, J. (1999). Consumer satisfaction with services: integrating the environment perspective in services marketing into the traditional disconfirmation paradigm. *Journal of Business Research*, 44(1), 55-66.
- Varela, J. (1992). Satisfacción/insatisfacción de los consumidores y comportamientos postconsumo derivados. *Estudios sobre consumo*, 23, 65-78.
- Yi, Y. (1993). The determinants of consumer satisfaction: the moderating role of ambiguity. *Advances in Consumer Research*, 20(1), 502-506.

## ANEXOS

### ANEXO 1

#### ENCUESTA CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCION AL USUARIO EN LA GERENCIA REGIONAL DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES LA LIBERTAD, AÑO 2018.

##### Datos Personales:

Edad:

Lugar de Procedencia:

Grado de Instrucción:

Estado Civil:

Soltero(a)

Casado(a)

Conviviente

Divorciado(a)

SEXO:

#### ESCALA PARA CALIDAD DE SERVICIO.

**Instrucciones:** A continuación, se ofrece una serie de afirmaciones que representan la ocurrencia de experiencias de emociones positivas y negativas que las personas podrían sentir. Por lo que pedimos marque el grado de desacuerdo o acuerdo en cada afirmación que se presenta con un ASPA (X) su número de elección, y trate de contestar sin consultar a otra persona y de acuerdo al enunciado. Debe responder todas las afirmaciones presentadas siendo lo más sincero posible.

La escala tiene 5 puntos que se detallan a continuación

Afirmaciones	Puntaje
Totalmente de acuerdo (TDA)	5
De acuerdo (DA)	4
Indiferente (NA/ND)	3
En desacuerdo (ED)	2
Totalmente en desacuerdo (TED)	1

No.	Ítems	TED (1)	ED (2)	NA/ND (3)	DA (4)	TDA (5)
1.	Las instalaciones de la gerencia regional de transportes son agradables y atractivas.					
2.	Los profesionales de la entidad presentan buen aspecto y van aseados.					
3.	La entidad tiene equipos de apariencia moderna					
4.	Los materiales (folletos, orden de los documentos y similares) son visualmente atractivos).					
5.	Esta usted conforme con la infraestructura y equipos empleados por la entidad para la atención.					
6.	El personal de la entidad realiza bien su trabajo desde la primera vez.					
7.	Los colaboradores de la entidad responden a las preguntas ante cualquier duda que presente.					
8.	El personal de la entidad informa con precisión cuando concluirá el servicio ofrecido.					
9.	Los colaboradores de la entidad se encuentran a disposición para atenderle.					
10.	Los colaboradores relacionados a brindar información a los usuarios, lo realizan oportunamente y con amabilidad.					
11.	El comportamiento de los colaboradores de la entidad le trasmite confianza.					
12.	Se sientes seguros al realizar sus gestiones en la entidad.					
13.	Los colaboradores son siempre amables con los usuarios.					
14.	Los colaboradores de la entidad tienen suficientes conocimientos para responder las preguntas de los usuarios.					
15.	El personal de la entidad le ha brindado un trato personalizado.					
16.	La entidad tiene horarios que satisfacen las necesidades del usuario.					
17.	La entidad se preocupa por los intereses de los usuarios.					
18.	La entidad atiende las necesidades específicas de los usuarios.					

## ANEXO 2

## Fichas de Validación

### VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN MEDIANTE JUICIO DE EXPERTOS

DATOS GENERALES: 9

Apellidos y nombres del experto	Cargo e institución donde labora	Nombre del instrumento	Autor(a) del instrumento
Escobar Espinoza Jairo	Docente UCV	Cuestionario para medir Calidad de Servicio	Instrumento elaborado por la autora de la investigación

TÍTULO DEL ESTUDIO:

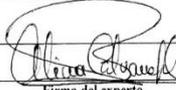
ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

Coloque un ASPA (X) de acuerdo a la siguiente calificación: 1 (No cumple con el criterio), 2 (Bajo Nivel), 3 (Moderado nivel), 4 (Alto nivel) criterios de validez propuesto por W de Kendall (Escobar & Cuervo, 2008).

Dimensio- nes	Indicadores	Ítems	Opciones de respuesta	SUFICIENCIA				CLARIDAD				COHERENCIA				RELEVANCIA						
				1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4			
Elementos tangibles	Instalaciones	Las instalaciones de la gerencia regional de transportes son agradables y atractivas.					✓					✓					✓					✓
	Aspectos de los trabajadores	Los profesionales de la entidad presentan buen aspecto y van aseados					✓					✓					✓					✓
	Equipos	La entidad tiene equipos de apariencia moderna					✓					✓					✓					✓
		Los materiales (folletos, orden de los documentos y similares ) son visualmente atractivos)					✓					✓					✓					✓
Confiable	Instalaciones seguras	Esta usted conforme con la infraestructura y equipos empleados por la entidad para la atención					✓					✓					✓					✓
	Percepción del trabajo recibido	El personal de la entidad realiza bien su trabajo desde la primera vez					✓					✓					✓					✓
	Comunicación precisa	Los colaboradores de la entidad responden a mis preguntas ante cualquier duda que presente					✓					✓					✓					✓

Capacidad de respuesta	Información oportuna	El personal de la entidad me informa con precisión cuando concluirá el servicio ofrecido					✓					✓					✓					✓
	Disponibilidad del personal	Los profesionales de la entidad se encuentran a disposición para atenderme					✓					✓					✓					✓
	información oportuna al usuario	Los colaboradores relacionados en brindar información a los usuarios sobre temas de alguna actualización entre otros, lo realizan con prontitud					✓					✓					✓					✓
Seguridad	Comportamiento confiable de los colaboradores	El comportamiento de los colaboradores de la entidad me transmite confianza					✓					✓					✓					✓
	Personal calificado	los usuarios se sienten seguros al realizar sus gestiones en la entidad					✓					✓					✓					✓
	Comportamiento del usuario	Los colaboradores son siempre amables con los usuarios					✓					✓					✓					✓
Empatía	Atención personalizada	Los colaboradores de la entidad tienen suficiente conocimientos para responder las preguntas de los usuarios.					✓					✓					✓					✓
		El personal de la entidad me ha brindado un trato personalizado					✓					✓					✓					✓
	Horarios de atención flexible	La entidad tiene horarios que satisfacen mis necesidades como usuario.					✓					✓					✓					✓
	Comprensión de necesidades	La entidad se preocupa por los intereses de los usuarios.					✓					✓					✓					✓
La entidad atiende las necesidades específicas de los usuarios.						✓					✓					✓					✓	

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:  Procede su aplicación  
 Procede su aplicación previo levantamiento de las observaciones que se adjuntan  
 No procede su aplicación

Trujillo 30/10/2018	1799554		
Lugar y fecha	DNI. N°	Firma del experto	Teléfono



**VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN MEDIANTE JUICIO DE EXPERTOS**

**DATOS GENERALES: 9**

Apellidos y nombres del experto	Cargo e institución donde labora	Nombre del instrumento	Autor(a) del instrumento
<i>Mg. Tejada Chavez Luis</i>	<i>Docente</i>	Cuestionario para medir Calidad de Servicio	Instrumento elaborado por la autora de la investigación

**TÍTULO DEL ESTUDIO:**

**ASPECTOS DE VALIDACIÓN:**

Coloque un ASPA (X) de acuerdo a la siguiente calificación: 1 (No cumple con el criterio), 2 (Bajo Nivel), 3 (Moderado nivel), 4 (Alto nivel) criterios de validez propuesto por W de Kendall (Escobar & Cuervo, 2008).

Dim ensio nes	Indicadores	Ítems	Opciones de respuesta	SUFICIENCIA				CLARIDAD				COHERENCIA				RELEVANCIA			
				1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Elementos tangibles	Instalaciones	Las instalaciones de la gerencia regional de transportes son agradables y atractivas.				✓				✓				✓					✓
	Aspectos de los trabajadores	Los profesionales de la entidad presentan buen aspecto y van aseados				✓				✓				✓					✓
	Equipos	La entidad tiene equipos de apariencia moderna				✓				✓				✓					✓
		Los materiales (folletos, orden de los documentos y similares ) son visualmente atractivos)				✓				✓				✓					✓
Confianza	Instalaciones seguras	Esta usted conforme con la infraestructura y equipos empleados por la entidad para la atención				✓				✓				✓					✓
	Percepción del trabajo recibido	El personal de la entidad realiza bien su trabajo desde la primera vez				✓				✓				✓					✓
	Comunicación precisa	Los colaboradores de la entidad responden a mis preguntas ante cualquier duda que presente				✓				✓				✓					✓

Capacidad de respuesta	Información oportuna	El personal de la entidad me informa con precisión cuando concluirá el servicio ofrecido				✓				✓				✓					✓
	Disponibilidad del personal	Los profesionales de la entidad se encuentran a disposición para atenderme				✓				✓				✓					✓
	información oportuna al usuario	Los colaboradores relacionados en brindar información a los usuarios sobre temas de alguna actualización entre otros, lo realizan con prontitud				✓				✓				✓					✓
Seguridad	Comportamiento confiable de los colaboradores	El comportamiento de los colaboradores de la entidad me transmite confianza				✓				✓				✓					✓
	Personal calificado	los usuarios se sienten seguros al realizar sus gestiones en la entidad				✓				✓				✓					✓
	Comportamiento del usuario	Los colaboradores son siempre amables con los usuarios				✓				✓				✓					✓
		Los colaboradores de la entidad tienen suficiente conocimientos para responder las preguntas de los usuarios.				✓				✓				✓					✓
Empatía	Atención personalizada	El personal de la entidad me ha brindado un trato personalizado				✓				✓				✓					✓
	Horarios de atención flexible	La entidad tiene horarios que satisfacen mis necesidades como usuario.				✓				✓				✓					✓
	Comprensión de necesidades	La entidad se preocupa por los intereses de los usuarios.				✓				✓				✓					✓
La entidad atiende las necesidades específicas de los usuarios.					✓				✓				✓					✓	

**OPINIÓN DE APLICABILIDAD:**  
 Procede su aplicación  
 Procede su aplicación previo levantamiento de las observaciones que se adjuntan  
 No procede su aplicación

Trujillo <i>19/12/18</i>	<i>4256 8862</i>	<i>[Firma]</i>	<i>485000 - 3448</i>
Lugar y fecha	DNI. N°	Firma del experto	Teléfono

**VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN MEDIANTE JUICIO DE EXPERTOS**

DATOS GENERALES: 9

Apellidos y nombres del experto <i>DE BRACOMENTE ROSALES PGRRO</i>	Cargo e institución donde labora <i>UCV</i>	Nombre del instrumento Cuestionario para medir Calidad de Servicio	Autor(a) del instrumento Instrumento elaborado por la autora de la investigación
---	--	---	---

TÍTULO DEL ESTUDIO:

ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

Coloque un ASPA (X) de acuerdo a la siguiente calificación: 1 (No cumple con el criterio), 2 (Bajo Nivel), 3 (Moderado nivel), 4 (Alto nivel) criterios de validez propuesto por W de Kendall (Escobar & Cuervo, 2008).

Dimensio nes	Indicadores	Ítems	Opciones de respuesta	SUFICIENCIA				CLARIDAD				COHERENCIA				RELEVANCIA			
				1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Elementos tangibles	Instalaciones	Las instalaciones de la gerencia regional de transportes son agradables y atractivas.				X				X				X				X	
	Aspectos de los trabajadores	Los profesionales de la entidad presentan buen aspecto y van aseados				X				X				X				X	
	Equipos	La entidad tiene equipos de apariencia moderna				X				X				X				X	
Los materiales (folletos, orden de los documentos y similares ) son visualmente atractivos)					X				X				X				X		
Confiabilidad	Instalaciones seguras	Esta usted conforme con la infraestructura y equipos empleados por la entidad para la atención				X				X				X				X	
	Percepción del trabajo recibido	El personal de la entidad realiza bien su trabajo desde la primera vez				X				X				X				X	
	Comunicación precisa	Los colaboradores de la entidad responden a mis preguntas ante cualquier duda que presente				X				X				X				X	

Capacidad de respuesta	Información oportuna	El personal de la entidad me informa con precisión cuando concluirá el servicio ofrecido				X				X				X				X
	Disponibilidad del personal	Los profesionales de la entidad se encuentran a disposición para atenderme				X				X				X				X
	información oportuna al usuario	Los colaboradores relacionados en brindar información a los usuarios sobre temas de alguna actualización entre otros, lo realizan con prontitud				X				X				X				X
Seguridad	Comportamiento o confiable de los colaboradores	El comportamiento de los colaboradores de la entidad me trasmite confianza				X				X				X				X
	Personal calificado	los usuarios se sienten seguros al realizar sus gestiones en la entidad				X				X				X				X
	Comportamiento del usuario	Los colaboradores son siempre amables con los usuarios				X				X				X				X
Los colaboradores de la entidad tienen suficiente conocimientos para responder las preguntas de los usuarios.					X				X				X				X	
Empatía	Atención personalizada	El personal de la entidad me ha brindado un trato personalizado				X				X				X				X
	Horarios de atención flexible	La entidad tiene horarios que satisfacen mis necesidades como usuario.				X				X				X				X
	Comprensión de necesidades	La entidad se preocupa por los intereses de los usuarios.				X				X				X				X
La entidad atiende las necesidades específicas de los usuarios.					X				X				X				X	

OPINION DE APLICABILIDAD:  Procede su aplicación  
 Procede su aplicación previo levantamiento de las observaciones que se adjuntan  
 No procede su aplicación

Trujillo <i>8/10/2018</i>	<i>18157625</i>		
Lugar y fecha	DNI. N°	Firma del experto	Teléfono

**VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN MEDIANTE JUICIO DE EXPERTOS**

DATOS GENERALES: 9

Apellidos y nombres del experto	Cargo e institución donde labora	Nombre del instrumento	Autor(a) del instrumento
Calvanapon Alva Flor Alicia	Docente Metodologo de U	Cuestionario para medir Calidad de Servicio	Instrumento elaborado por la autora de la investigación

TÍTULO DEL ESTUDIO:

**ASPECTOS DE VALIDACIÓN:**

Coloque un ASPA (X) de acuerdo a la siguiente calificación: 1 (No cumple con el criterio), 2 (Bajo Nivel), 3 (Moderado nivel), 4 (Alto nivel) criterios de validez propuesto por W de Kendall (Escobar & Cuervo, 2008).

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Opciones de respuesta	SUFICIENCIA				CLARIDAD				COHERENCIA				RELEVANCIA						
				1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4			
Elementos tangibles	Instalaciones	Las instalaciones de la gerencia regional de transportes son agradables y atractivas.					✓					✓					✓					✓
	Aspectos de los trabajadores	Los profesionales de la entidad presentan buen aspecto y van aseados					✓					✓					✓					✓
	Equipos	La entidad tiene equipos de apariencia moderna					✓					✓					✓					✓
Los materiales (folletos, orden de los documentos y similares ) son visualmente atractivos)						✓					✓					✓					✓	
Confiabilidad	Instalaciones seguras	Esta usted conforme con la infraestructura y equipos empleados por la entidad para la atención					✓					✓					✓					✓
	Percepción del trabajo recibido	El personal de la entidad realiza bien su trabajo desde la primera vez					✓					✓					✓					✓
	Comunicación precisa	Los colaboradores de la entidad responden a mis preguntas ante cualquier duda que presente					✓					✓					✓					✓

Capacidad de respuesta	Información oportuna	El personal de la entidad me informa con precisión cuando concluirá el servicio ofrecido					✓					✓					✓					✓
	Disponibilidad del personal	Los profesionales de la entidad se encuentran a disposición para atenderme					✓					✓					✓					✓
	información oportuna al usuario	Los colaboradores relacionados en brindar información a los usuarios sobre temas de alguna actualización entre otros, lo realizan con prontitud					✓					✓					✓					✓
Seguridad	Comportamiento confiable de los colaboradores	El comportamiento de los colaboradores de la entidad me transmite confianza					✓					✓					✓					✓
	Personal calificado	los usuarios se sienten seguros al realizar sus gestiones en la entidad					✓					✓					✓					✓
	Comportamiento del usuario	Los colaboradores son siempre amables con los usuarios					✓					✓					✓					✓
Empatía	Atención personalizada	El personal de la entidad me ha brindado un trato personalizado					✓					✓					✓					✓
	Horarios de atención flexible	La entidad tiene horarios que satisfacen mis necesidades como usuario.					✓					✓					✓					✓
	Comprensión de necesidades	La entidad se preocupa por los intereses de los usuarios. La entidad atiende las necesidades específicas de los usuarios.					✓					✓					✓					✓

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:  Procede su aplicación  
 Procede su aplicación previo levantamiento de las observaciones que se adjuntan  
 No procede su aplicación

Trujillo 30/10/2018	17995554		
Lugar y fecha	DNI. N°	Firma del experto	Teléfono

## ANEXO 03

### Alfa de Cronbach de la Variable Calidad de Servicio

#### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,950	,951	35

#### Anexo 04:

#### ESCALA PARA MEDIR SATISFACCION AL USUARIO

**Instrucciones:** A continuación, se ofrece una serie de afirmaciones que representan la ocurrencia de experiencias de emociones positivas y negativas que las personas podrían sentir. Por lo que pedimos marque el grado de insatisfecho o satisfecho en cada afirmación que se presenta con un ASPA (X) su número de elección, y trate de contestar sin consultar a otra persona y de acuerdo al enunciado. Debe responder todas las afirmaciones presentadas siendo lo más sincero posible.

La escala tiene 5 puntos que se detallan a continuación

Afirmaciones	Puntaje
Muy satisfecho (MS)	5
Satisfecho (S)	4
Ni satisfecho ni insatisfecho (NS/NI)	3
Insatisfecho (I)	2
Totalmente insatisfecho (TI)	1

N°	Items					
		TI (1)	I (2)	NS/ NI (3)	ST (4)	MS (5)
1.	Se sintió satisfecho con el trato del personal de la entidad.					
2.	Como se siente con el personal de atención, respeta el orden de llegada de los usuarios.					
3.	Como se sintió con el tiempo de espera para la entrega de su licencia.					
4.	Cuan satisfecho esta con el personal cuando usted le consulta sobre sus dudas.					
5.	Como se siente con el personal que le atiende respeta su privacidad durante la atención.					
6.	El personal que lo atiende lo hace correctamente y como se siente después de ser atendido.					

7.	Como se siente cuando el personal que lo atiende se encuentra correctamente uniformado y limpio.					
8.	Como se siente al ser orientado mientras espera ser atendido.					
9.	Está satisfecho sobre las indicaciones relacionadas en cuanto a los servicios que solicita.					
10.	Cuan satisfecho esta con el personal que lo atiende, le orienta sobre los beneficios y cómo usar los servicios dentro de la institución.					
11.	Cuan satisfecho esta con el personal, mantiene confidencialidad respecto a la información y servicios que solicita.					
12.	Cuan satisfecho esta con el tiempo que dura la atención, le es suficiente.					
13.	Cuan satisfecho se siente en la sala de espera de la entidad, está limpia y ordenada.					
14.	Como se siente con la sala de espera de la entidad tiene buena ventilación.					
15.	Como se siente con la iluminación de la sala de la entidad.					
16.	Como se siente con respecto a los servicios higiénicos, están a su disposición.					
17.	Como se siente que en la entidad existan recipientes para recolectar residuos sólidos cerca.					

**Gracias Por su Colaboración.**

## **ANEXO 05**

### Fichas de Validación

**VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN MEDIANTE JUICIO DE EXPERTOS**

**DATOS GENERALES:9**

Apellidos y nombres del experto	Cargo e institución donde labora	Nombre del instrumento	Autor(a) del instrumento
<i>Alvarado Espinoza Jair</i>	<i>Docente UCV</i>	Cuestionario para medir Satisfacción al Usuario	Instrumento elaborado por la autora de la investigación

**TÍTULO DEL ESTUDIO:**

**ASPECTOS DE VALIDACIÓN:**

Coloque un ASPA (X) de acuerdo a la siguiente calificación: 1 (No cumple con el criterio), 2 (Bajo Nivel), 3 (Moderado nivel), 4 (Alto nivel) criterios de validez propuesto por W de Kendall (Escobar & Cuervo, 2008).

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Opciones de respuesta	SUFICIENCIA				CLARIDAD				COHERENCIA				RELEVANCIA			
				1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Satisfacción al usuario	humana	Se sintió satisfecho con el trato del personal de la entidad.	.				✓				✓				✓				✓
		El personal que lo atiende lo hace correctamente y como se siente después de ser atendido.					✓				✓				✓				✓
		Se respeta el orden de los usuarios	Como se siente con el personal de atención, respeta el orden de llegada de los usuarios.				✓				✓				✓				✓
		Respeto la privacidad de los usuarios	Como se siente con el personal que le atiende respeta su privacidad durante la atención.				✓				✓				✓				✓

Técnico-científico	Recibe orientación respecto al servicio.	Cuan satisfecho esta con el personal, mantiene confidencialidad respecto a la información y servicios que solicita.				✓				✓				✓				✓
		Cuan satisfecho esta con el personal cuando usted le consulta sobre sus dudas.				✓				✓				✓				✓
		Está satisfecho sobre las indicaciones relacionadas en cuanto a los servicios que solicita.				✓				✓				✓				✓
	Comprende la orientación recibida	Cuan satisfecho esta con el personal que lo atiende, le orienta sobre los beneficios y como usar los servicios dentro de la institución.				✓				✓				✓				✓
		Como se siente al ser orientado mientras espera ser atendido.				✓				✓				✓				✓
	El tiempo de atención es suficiente	Como se sintió con el tiempo de espera para la entrega de su licencia.				✓				✓				✓				✓
Entorno	El ambiente de atención es adecuado	Cuan satisfecho esta con el tiempo que dura la atención, le es suficiente.				✓				✓				✓				✓
		Como se siente cuando el personal que lo atiende se encuentra correctamente uniformado y limpio.				✓				✓				✓				✓
	El ambiente es ordenado y limpio	Como se siente con la sala de espera de la entidad tiene buena ventilación.				✓				✓				✓				✓
		Cuan satisfecho se siente en la sala de espera de la entidad, está limpia y ordenada				✓				✓				✓				✓

	Cuentan con servicio adecuados	Como se siente con respecto a los servicios higiénicos, están a su disposición.				✓				✓				✓				✓
		Como se siente que en la entidad exista recipientes para recolectar residuos sólidos cerca				✓				✓				✓				✓

Procede su aplicación

**OPINION DE APLICABILIDAD:** Procede su aplicación previo levantamiento de las observaciones que se adjuntan

No procede su aplicación

Trujillo 31/10/2018	18085273		942919489
Lugar y fecha	DNI. N°	Firma del experto	Teléfono

**VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN MEDIANTE JUICIO DE EXPERTOS**

**DATOS GENERALES:9**

Apellidos y nombres del experto <b>DE BRITACONTE MONDICO EGARO</b>	Cargo e institución donde labora <b>UCV</b>	Nombre del instrumento Cuestionario para medir Satisfacción al Usuario	Autor(a) del instrumento Instrumento elaborado por la autora de la investigación
---	--	---	---

TÍTULO DEL ESTUDIO:

**ASPECTOS DE VALIDACIÓN:**

Coloque un ASPA (X) de acuerdo a la siguiente calificación: 1 (No cumple con el criterio), 2 (Bajo Nivel), 3 (Moderado nivel), 4 (Alto nivel) criterios de validez propuesto por W de Kendall (Escobar & Cuervo, 2008).

	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Opciones de respuesta	SUFICIENCIA				CLARIDAD				COHERENCIA				RELEVANCIA			
					1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Satisfacción al usuario	humana	Trato cordial	Se sintió satisfecho con el trato del personal de la entidad.	.				X				X				X				X
			El personal que lo atiende lo hace correctamente y como se siente después de ser atendido.				X				X				X				X	
		Se respeta el orden de los usuarios	Como se siente con el personal de atención, respeta el orden de llegada de los usuarios.				X				X				X				X	
		Respeto la privacidad de los usuarios	Como se siente con el personal que le atiende respeta su privacidad durante la atención.				X				X				X				X	

Técnico-científico	Recibe orientación respecto al servicio.	Cuan satisfecho esta con el personal, mantiene confidencialidad respecto a la información y servicios que solicita.				X				X				X				X
		Cuan satisfecho esta con el personal cuando usted le consulta sobre sus dudas.				X				X				X				X
		Está satisfecho sobre las indicaciones relacionadas en cuanto a los servicios que solicita.				X				X				X				X
	Comprende la orientación recibida	Cuan satisfecho esta con el personal que lo atiende, le orienta sobre los beneficios y como usar los servicios dentro de la institución.				X				X				X				X
		Como se siente al ser orientado mientras espera ser atendido.				X				X				X				X
		El tiempo de atención es suficiente	Como se sintió con el tiempo de espera para la entrega de su licencia.				X				X				X			
Entorno	El ambiente de atención es adecuado	Cuan satisfecho esta con el tiempo que dura la atención, le es suficiente.				X				X				X				X
		Como se siente cuando el personal que lo atiende se encuentra correctamente uniformado y limpio.				X				X				X				X
	El ambiente es ordenado y limpio	Como se siente con la sala de espera de la entidad tiene buena ventilación.				X				X				X				X

	Cuentan con servicio adecuados	Como se siente con respecto a los servicios higiénicos, están a su disposición.				X				X				X				X
		Como se siente que en la entidad exista recipientes para recolectar residuos sólidos cerca				X				X				X				X

**Procede su aplicación**

**OPINION DE APLICABILIDAD:**  **Procede su aplicación previo levantamiento de las observaciones que se adjuntan**

**No procede su aplicación**

Trujillo / 11 de Octubre 2018	18157625		
Lugar y fecha	DNI. N°	Firma del experto	Teléfono

DATOS GENERALES:9

Apellidos y nombres del experto	Cargo e institución donde labora	Nombre del instrumento	Autor(a) del instrumento
Calvanappon Alva Flor Alicia	Docente Metodólogo UCV	Cuestionario para medir Satisfacción al Usuario	Instrumento elaborado por la autora de la investigación

TÍTULO DEL ESTUDIO:

ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

Coloque un ASPA (X) de acuerdo a la siguiente calificación: 1 (No cumple con el criterio), 2 (Bajo Nivel), 3 (Moderado nivel), 4 (Alto nivel) criterios de validez propuesto por W de Kendall (Escobar & Cuervo, 2008).

	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Opciones de respuesta	SUFICIENCIA				CLARIDAD				COHERENCIA				RELEVANCIA			
					1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Satisfacción al usuario	humana	Trato cordial	Se sintió satisfecho con el trato del personal de la entidad.				✓			✓				✓				✓		
			El personal que lo atiende lo hace correctamente y como se siente después de ser atendido.				✓			✓			✓						✓	
		Se respeta el orden de los usuarios	Como se siente con el personal de atención, respeta el orden de llegada de los usuarios.			✓			✓			✓							✓	
		Respeto la privacidad de los usuarios	Como se siente con el personal que le atiende respeta su privacidad durante la atención.				✓			✓			✓						✓	
			Cuan satisfecho esta con el personal, mantiene confidencialidad respecto a la información y servicios que solicita.			✓			✓			✓							✓	

Técnico -científico	Recibe orientación respecto al servicio.	Cuan satisfecho esta con el personal, mantiene confidencialidad respecto a la información y servicios que solicita.				✓			✓			✓					✓	
		Cuan satisfecho esta con el personal cuando usted le consulta sobre sus dudas.				✓			✓			✓						✓
		Está satisfecho sobre las indicaciones relacionadas en cuanto a los servicios que solicita.				✓			✓			✓						✓
	Comprende la orientación recibida	Cuan satisfecho esta con el personal que lo atiende, le orienta sobre los beneficios y como usar los servicios dentro de la institución.				✓			✓			✓						✓
		Como se siente al ser orientado mientras espera ser atendido.				✓			✓			✓						✓
	El tiempo de atención es suficiente	Como se sintió con el tiempo de espera para la entrega de su licencia.				✓			✓			✓						✓
Entorno	El ambiente de atención es adecuado	Cuan satisfecho esta con el tiempo que dura la atención, le es suficiente.				✓			✓			✓					✓	
		Como se siente cuando el personal que lo atiende se encuentra correctamente uniformado y limpio.				✓			✓			✓						✓
		Como se siente con la sala de espera de la entidad tiene buena ventilación.				✓			✓			✓						✓
	El ambiente es ordenado y limpio	Cuan satisfecho se siente en la sala de espera de la entidad, está limpia y ordenada				✓			✓			✓					✓	

Cuentan con servicio adecuados	Como se siente con respecto a los servicios higiénicos, están a su disposición.					✓			✓			✓					✓
	Como se siente que en la entidad exista recipientes para recolectar residuos sólidos cerca					✓			✓			✓					✓

Procede su aplicación

OPINION DE APLICABILIDAD:  Procede su aplicación previo levantamiento de las observaciones que se adjuntan

No procede su aplicación

Trujillo 30/10/2018	17998554.		
Lugar y fecha	DNI. N°	Firma del experto	Teléfono

VALIDACION DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACION MEDIANTE JUICIO DE EXPERTOS

DATOS GENERALES:9

Apellidos y nombres del experto	Cargo e institución donde labora	Nombre del instrumento	Autor(a) del instrumento
Cárdenas Rodríguez Karina	Docente UCV	Cuestionario para medir Satisfacción al Usuario	Instrumento elaborado por la autora de la investigación

TÍTULO DEL ESTUDIO:

ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

Coloque un ASPA (X) de acuerdo a la siguiente calificación: 1 (No cumple con el criterio), 2 (Bajo Nivel), 3 (Moderado nivel), 4 (Alto nivel) criterios de validez propuesto por W de Kendall (Escobar & Cuervo, 2008).

	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Opciones de respuesta	SUFICIENCIA				CLARIDAD				COHERENCIA				RELEVANCIA			
					1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Satisfacción al usuario humana		Trato cordial	Se sintió satisfecho con el trato del personal de la entidad.	.				✓				✓				✓				✓
			El personal que lo atiende lo hace correctamente y como se siente después de ser atendido.				✓				✓				✓				✓	
			Como se siente con el personal de atención, respeta el orden de llegada de los usuarios.				✓				✓				✓				✓	
			Como se siente con el personal que le atiende respeta su privacidad durante la atención.				✓				✓				✓				✓	
			Cuan satisfecho esta con el personal, mantiene confidencialidad respecto a la información y servicios que solicita.				✓				✓				✓				✓	

Técnico-científico	Recibe orientación respecto al servicio.	Cuan satisfecho esta con el personal, mantiene confidencialidad respecto a la información y servicios que solicita.					✓				✓				✓				✓
		Cuan satisfecho esta con el personal cuando usted le consulta sobre sus dudas.					✓				✓				✓				✓
		Está satisfecho sobre las indicaciones relacionadas en cuanto a los servicios que solicita.					✓				✓				✓				✓
	Comprende la orientación recibida	Cuan satisfecho esta con el personal que lo atiende, le orienta sobre los beneficios y como usar los servicios dentro de la institución.					✓				✓				✓				✓
		Como se siente al ser orientado mientras espera ser atendido.					✓				✓				✓				✓
Entorno	El tiempo de atención es suficiente	Como se sintió con el tiempo de espera para la entrega de su licencia.					✓				✓				✓				✓
		Cuan satisfecho esta con el tiempo que dura la atención, le es suficiente.					✓				✓				✓				✓
	El ambiente de atención es adecuado	Como se siente cuando el personal que lo atiende se encuentra correctamente uniformado y limpio.					✓				✓				✓				✓
Como se siente con la sala de espera de la entidad tiene buena ventilación.						✓				✓				✓				✓	
	El ambiente es ordenado y limpio	Cuan satisfecho se siente en la sala de espera de la entidad, está limpia y ordenada					✓				✓				✓				✓
	Cuentan con servicios adecuados	Como se siente con respecto a los servicios higiénicos, están a su disposición.					✓				✓				✓				✓
		Como se siente que en la entidad exista recipientes para recolectar residuos sólidos cerca					✓				✓				✓				✓

Procede su aplicación

OPINION DE APLICABILIDAD: Procede su aplicación previo levantamiento de las observaciones que se adjuntan

No procede su aplicación

Trujillo 31/10/18	18 667440		976367478
Lugar y fecha	DNI. N°	Firma del experto	Teléfono

**VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN MEDIANTE JUICIO DE EXPERTOS**

**DATOS GENERALES-9**

Apellidos y nombres del experto	Cargo e institución donde labora	Nombre del instrumento	Autor(a) del instrumento
Mg. Tejada Chavez Luis	Docente	Cuestionario para medir Satisfacción al Usuario	Instrumento elaborado por la autora de la investigación

TÍTULO DEL ESTUDIO:

**ASPECTOS DE VALIDACIÓN:**

Coloque un ASPA (X) de acuerdo a la siguiente calificación: 1 (No cumple con el criterio), 2 (Bajo Nivel), 3 (Moderado nivel), 4 (Alto nivel) criterios de validez propuesto por W de Kendall (Escobar & Cuervo, 2008).

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Opciones de respuesta	SUFICIENCIA				CLARIDAD				COHERENCIA				RELEVANCIA			
				1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Satisfacción al usuario humana	Trato cordial	Se sintió satisfecho con el trato del personal de la entidad.	.				✓				✓				✓				✓
		El personal que lo atiende lo hace correctamente y como se siente después de ser atendido.					✓				✓				✓				✓
	Se respeta el orden de los usuarios	Como se siente con el personal de atención, respeta el orden de llegada de los usuarios.					✓				✓				✓				✓
	Respeto la privacidad de los usuarios	Como se siente con el personal que le atiende respeta su privacidad durante la atención.					✓				✓				✓				✓
Técnico científico	Recibe orientación respecto al servicio.	Cuan satisfecho esta con el personal, mantiene confidencialidad respecto a la información y servicios que solicita.					✓				✓				✓				✓
		Cuan satisfecho esta con el personal cuando usted le consulta sobre sus dudas.					✓				✓				✓				✓
		Está satisfecho sobre las indicaciones relacionadas en cuanto a los servicios que solicita.									✓				✓				✓
	Comprende la orientación recibida	Cuan satisfecho esta con el personal que lo atiende, le orienta sobre los beneficios y como usar los servicios dentro de la institución.									✓				✓				✓
		Como se siente al ser orientado mientras espera ser atendido.									✓				✓				✓
	El tiempo de atención es suficiente	Como se sintió con el tiempo de espera para la entrega de su licencia.									✓				✓				✓
Entorno	El ambiente de atención es adecuado	Cuan satisfecho esta con el tiempo que dura la atención, le es suficiente.									✓				✓				✓
		Como se siente cuando el personal que lo atiende se encuentra correctamente uniformado y limpio.									✓				✓				✓
	El ambiente es ordenado y limpio	Como se siente con la sala de espera de la entidad tiene buena ventilación.									✓				✓				✓
Cuentan con servicio adecuados	Como se siente con respecto a los servicios higiénicos, están a su disposición.						✓				✓				✓				✓
	Como se siente que en la entidad exista recipientes para recolectar residuos sólidos cerca										✓				✓				✓

**Procede su aplicación**

**OPINION DE APLICABILIDAD:**  **Procede su aplicación** previo levantamiento de las observaciones que se adjuntan  
 **No procede su aplicación**

Trujillo 19/12/18	42567062		485000-7468
Lugar y fecha	DNI. N°	Firma del experto	Teléfono

## ANEXO 06

### Alfa de Cronbach de la Variable Satisfacción del Usuario

#### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,938	,939	18

**Anexo 07**

**Consentimiento Informado**

Sr. (a)

.....

Con el debido respeto me presento a usted, mi nombre es Rocío del Pilar Patricio Castillo, Alumna de la escuela de pregrado del programa SUBE de la Universidad César Vallejo – Trujillo. En la actualidad me encuentro realizando una investigación sobre Calidad de Servicio y Satisfacción al Usuario de la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones La Libertad. Año 2018.; y para ello quisiera contar con su valiosa colaboración. El proceso consiste en la aplicación de dos encuestas: Escala de Calidad de Servicio y la Escala de Satisfacción del Usuario. En caso acepte participar en la investigación, afirmo haber sido informado (a) de todos los procedimientos de la investigación. En caso tenga alguna duda con respecto a algunas preguntas se explicará cada una de ellas. Gracias por su colaboración.

Atte.

ESTUDIANTE DE LA ESCUELA DE PREGRADO  
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

---

Yo.....

Con número de DNI: ..... acepto participar en la investigación Calidad de Servicio y Satisfacción al Usuario de la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones La Libertad. Año 2018 Año 2018. De la señora Rocío del Pilar Patricio Castillo.

Día: .... /..... /.....









