



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA

Calidad de servicio del proceso de admisión de envíos postales en SERPOST- Lima.

Una propuesta de mejora

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestra en Gestión Pública

AUTORA:

Br. Dora Hilda Cuarez Auccapure (ORCID:0000-0003-2652-9829)

ASESOR:

Dr. Noel Alcas Zapata (ORCID: 0000-0001-9308-4319)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Políticas Públicas

Lima – Perú

2020

Dedicatoria

A mi padre Flavio Cuarez LLallire, a mi madre María Auccapure Castillo que desde el cielo me cuida, a mi hija Dazai Yukio Usin Cuarez, a mi nieta Danella Toledo Usin, a mi comunidad 12, a mis hermanos en especial a mi hermana Deninis, a mi prima Hilda Chumbe Auccapure, a mis ahijados, sobrinos, cuñados, toda mi familia y amigos por todo su apoyo.

Dora

Agradecimiento

A Dios y a mi familia que siempre está conmigo; a la Universidad César Vallejo por permitir realizar mis metas en mis estudios de postgrado. A mi excelentísimo asesor de Proyecto y Desarrollo de Tesis, Dr. Noel Alcas Zapata, por su excelente guía, asesoramiento con su dinamismo y dotes profesionales ha logrado despertar en mí la pasión por la ciencia, el conocimiento y la investigación.

Página del Jurado



DICTAMEN DE LA SUSTENTACIÓN DE TESIS

EL / LA BACHILLER (ES): CUAREZ AUCCAPURE, DORA HILDA

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

CALIDAD DE SERVICIO DEL PROCESO DE ADMISIÓN DE ENVÍOS POSTALES EN SERPOST- LIMA. UNA PROPUESTA DE MEJORA

Fecha: 25 de enero de 2020

Hora: 8.45 a.m.

JURADOS:

PRESIDENTE: Dr. Alejandro Ramirez Rios

Firma: [Handwritten Signature]

SECRETARIO: Mg. Gustavo Ernesto Zarate Ruiz

Firma: [Handwritten Signature]

VOCAL: Dr. Noel Alcas Zapata

Firma: [Handwritten Signature]

El Jurado evaluador emitió el dictamen de:

..... *Aprobar por mayoría*

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

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

Recomendaciones sobre el documento de la tesis:

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

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

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Declaración de Autoría

Yo, Dora Hilda Cuarez Aucajare, estudiante de la Escuela de Posgrado, Maestría en Gestión Pública, de la Universidad César Vallejo, Sede Lima Norte; declaro el trabajo académico titulado "Calidad de servicio del proceso de admisión de envíos postales en Serpost- Lima: una propuesta de mejora" presentada, en 75 folios para la obtención del grado académico de Maestro en Gestión Pública, es de mi autoría. De conformidad con la Resolución de Vicerrectorado Académico N° 00011-2016-UCV-VA. Lima, 31 de marzo de 2016.

Por tanto, declaro lo siguiente:

He mencionado todas las fuentes empleadas en el presente trabajo de investigación, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes, de acuerdo con lo establecido por las normas de elaboración de trabajos académicos.

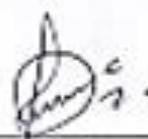
No he utilizado ninguna otra fuente distinta de aquellas expresamente señaladas en este trabajo.

Este trabajo de investigación no ha sido previamente presentado completa ni parcialmente para la obtención de otro grado académico o título profesional.

Soy consciente de que mi trabajo puede ser revisado electrónicamente en búsqueda de plagios.

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

Lima, 17 enero del 2020



Firma

Dora Hilda Cuarez Aucajare

DNI: 09049225

Presentación

Señor presidente

Señores miembros del jurado

Presento la Tesis titulada: Calidad de servicio del proceso de admisión de envíos postales en Serpost- Lima: una propuesta de mejora, en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo para optar el grado académico de Maestro en Gestión Pública.

Esperamos que nuestros modestos aportes contribuyan con algo en la solución de la problemática de la gestión pública en especial en los aspectos relacionados con problemática de la gestión en la empresa y la gestión por resultados en SERPOST S.A.

La información se ha estructurado en seis capítulos teniendo en cuenta el esquema de investigación sugerido por la universidad. En el primer capítulo se expone la introducción, la misma que contiene Realidad problemática, los trabajos previos, las teorías relacionadas al tema, la formulación del problema, la justificación del estudio, las hipótesis y los objetivos de investigación. Asimismo, en el segundo capítulo se presenta el método, en donde se abordan aspectos como: el diseño de investigación, las variables y su operacionalización, población y muestra, las técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad, los métodos de análisis de datos y los aspectos éticos. Los capítulos III, IV, V, y VI contienen respectivamente: los resultados, discusión, conclusiones, recomendaciones y referencias

La autora

Índice

	Pág.
Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Página del jurado	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Presentación	vi
Índice	vii
Resumen	x
Abstract	xi
I. Introducción	1
II. Método	11
2.1 Tipo y diseño de investigación	11
2.2 Variable, Operacionalización	12
2.3 Población, muestra y muestreo	13
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	14
2.5 Procedimiento	15
2.6 Métodos de análisis de datos	16
2.7 Aspectos éticos	16
III. Resultados	17
IV. Discusión	30
V. Conclusiones	34
VI. Recomendaciones	37
Referencias	38
Anexos	44
Matriz de consistencia	45
Instrumento	47
Resultados del análisis de fiabilidad	50
Base de datos de la prueba piloto	52
Base de datos de la muestra	54
Certificados de validez de contenido	60

Índice de tablas

	Pág.	
Tabla 1	Operacionalización de la variable calidad de servicio	49
Tabla 2	Niveles de la calidad de servicio, según áreas operativas	17
Tabla 3	Niveles de la fiabilidad, según áreas operativas	18
Tabla 4	Niveles de la seguridad, según áreas operativas	19
Tabla 5	Niveles de la capacidad de respuesta, según áreas operativas	20
Tabla 6	Niveles de la empatía, según áreas operativas	21
Tabla 7	Niveles de los elementos tangibles, según áreas operativas	22
Tabla 8	Rangos promedio de la calidad de servicio en dos áreas de atención	23
Tabla 9	Estadístico de prueba U de Mann-Whitney de la calidad de servicio	23
Tabla 10	Rangos promedio de la fiabilidad en dos áreas de atención	24
Tabla 11	Estadístico de prueba U de Mann-Whitney de la fiabilidad	24
Tabla 12	Rangos promedio de la seguridad en dos áreas de atención	25
Tabla 13	Estadístico de prueba U de Mann-Whitney de la seguridad	25
Tabla 14	Rangos promedio de la capacidad de respuesta en dos áreas de atención	26
Tabla 15	Estadístico de prueba U de Mann-Whitney de la capacidad de respuesta	26
Tabla 16	Estadístico de prueba U de Mann-Whitney de la empatía	27
Tabla 17	Rangos promedio de los elementos tangibles en dos áreas de atención	27
Tabla 18	Estadístico de prueba U de Mann-Whitney de los elementos tangibles	28
Tabla 19	Estadístico de prueba U de Mann-Whitney de los elementos tangibles	28

Índice de figuras

	Pág.	
Figura 1	Diseño de investigación	11
Figura 2	Niveles de la calidad de servicio, según áreas operativas	17
Figura 3	Niveles de la fiabilidad, según áreas operativas	18
Figura 4	Niveles de la seguridad, según áreas operativas	19
Figura 5	Niveles de la capacidad de respuesta, según áreas operativas	20

Figura 6	Niveles de la empatía, según áreas operativas	21
Figura 7	Niveles de los elementos tangibles, según áreas operativas	22

Resumen

El objetivo general de este estudio fue determinar el nivel de la Calidad de Servicio en las áreas de Expendio y Distribución del Proceso de Admisión de Envíos Postales en SERPOST-LIMA. Para este propósito, la investigación se desarrolló en el marco de un enfoque cuantitativo, con características de estudio de nivel básico, con diseño descriptivo comparativo, no experimental, transversal y con una muestra de 160 usuarios externos de SERPOST - Lima. Se utilizó la técnica de la encuesta, mediante la aplicación de un cuestionario con escala de medición ordinal, el cual previamente fueron sometido al criterio de validez de contenido, mediante el juicio de expertos y confiabilidad, con la utilización del estadístico Alfa de Cronbach a una muestra piloto de 30 personas.

Sobre el objetivo general los resultados descriptivos indican que, en el área de Expendio, la calidad de servicio está en el nivel satisfecho con el 38,8% de las percepciones de los usuarios, frente al 29,4% del nivel aceptable que corresponde al área de Distribución. Asimismo, los resultados inferenciales indican en primer lugar, que la diferencia de rangos es de 42,72. Esto permite afirmar la existencia de diferencias en la calidad de servicio entre las percepciones de los usuarios en esas dos áreas. En segundo lugar, se concluye que existen diferencias significativas en la Calidad de servicio de las áreas de Expendio y Distribución en los procesos de Admisión de Envíos Postales en SERPOST-LIMA. Lo cual se demuestra con la Sig. asintótica(bilateral) = ,000 < 0,05, el estadístico U de Mann-Whitney = 1491,500 y $Z = -5,835$.

Palabras claves: calidad de servicio, empatía, confiabilidad, capacidad de respuesta.

Abstract

The general objective of this study was to determine the level of Quality of Service in the areas of sale and Distribution of the Process of Admission of Postal Shipments in SERPOST-LIMA. For this purpose, the research was carried out within the framework of a quantitative approach, with basic level study characteristics, with a comparative, non-experimental, transversal descriptive design and with a sample of 160 external users of SERPOST - Lima. The survey technique was used, through the application of a questionnaire with ordinal measurement scale, which was previously submitted to the content validity criterion, through expert judgment and reliability, with the use of the Cronbach Alpha statistic at a pilot sample of 30 people.

Regarding the general objective, the descriptive results indicate that, in the area of sale, the quality of service is at the level satisfied with 38.8% of user perceptions, compared to 29.4% of the acceptable level corresponding to the Distribution area. In addition, the inferential results indicate first, that the range difference is 42.72. This allows us to affirm the existence of differences in the quality of service between user perceptions in these two areas. Secondly, it is concluded that there are significant differences in the Quality of service of the areas of sale and Distribution in the processes of Admission of Postal Shipments in SERPOST-LIMA. Which is demonstrated with the asymptotic Sig (bilateral) = , 000 <0.05, the Mann-Whitney U statistic = 1491,500 and Z = -5,835.

Keywords: quality of service, empathy, reliability, responsiveness.

I. Introducción

La calidad de servicio es una variable que en los últimos años ha tomado singular importancia en las empresas, así como en los organismos en las empresas, también en los organismos gubernamentales y sectoriales de los países, dado que se enfoca dentro del propósito de mejora en los productos y calidad de vida de la población. Asimismo, esta variable se enmarca dentro de la gestión de la calidad en el cual se tienen un conjunto de factores e indicadores que están asociados, los cuales generan cierto impacto en los usuarios. También, es evidente que las organizaciones y las empresas evalúan el impacto que tienen la Calidad de Servicio en los usuarios. Para ello, indagan acerca de las expectativas y satisfacción por el servicio recibido. En esta línea de pensamiento, se hace imprescindible investigar esta variable en el contexto de la empresa pública del estado: Servicios Postales del Perú, en el periodo 2019

Serpost S. A. es una entidad pública, regida bajo un marco normativo del estado, a través del régimen de FONAFE, dicha entidad es regulada por el Ministerio de Transporte y Comunicaciones que desde su cartera establece directrices a Serpost S.A. el cual presenta deficiencias, debilidades en los procesos operativos, normativos, que tiene como resultado el bajo desempeño funcional de sus recursos entre ellos el personal que brinda atención al público, lo cual ocasiona deficiencias a la calidad de servicio en las etapas de admisión de envíos postales, razón por lo cual ha incrementado de manera desfavorable los reclamos de sus usuarios que afectan a la imagen e intereses de la empresa.

Cabe precisar que los reclamos producidos debido a la baja calidad del servicio han conllevado diversas actitudes de los usuarios o clientes, quienes presentan molestias e incomodidad descontento, insatisfacción del servicio postal, que conlleva al incremento de reclamos que se plasma en los libros de reclamaciones, publicaciones periodísticos, televisivos, por lo que se concluye en varias interrogantes del ¿por qué tales conductas?, con la finalidad de identificar cómo nos ven los usuarios y asimismo como se percibe el servicio postal que se brinda en las instalaciones de la empresa Serpost.

Por otra parte, se debe tener en cuenta que, si bien los servicios de admisión son atendidos por el personal propio de la empresa, no siempre las deficiencias en el servicio dependen directamente de la empresa, sin embargo, la institución viene gestionando mecanismos para brindar la mejora en la atención al público, por lo que esta investigación

identificará como se manifiesta la variable calidad de servicio y cuáles son las variantes que pueden hacer alterar la regularidad del servicio.

Por otro lado, se permitirá conocer las razones de sus actitudes e insatisfacción de los usuarios que conlleve a profundizar en el conocimiento de la temática y a partir de allí buscar teóricamente soluciones con el fin de superar las dificultades que presenta los servicios de admisión de Serpost S.A.

Por ello, se considera esta investigación de gran importancia a fin de poder encontrar alternativas de soluciones a la problemática que atraviesa la empresa y su personal quienes tienen contacto con el público, identificadas organizacionalmente como “expendedoras” cuya función es de recepcionar las correspondencias a través de las ventanillas de atención.

Caber precisar, que esta investigación tiene como objetivo principal, proyectar propuesta de mejora en la calidad del servicio del proceso de admisión de los envíos postales en Serpost–Lima, que permita conducirnos al mejoramiento continuo del servicio y reducir los reclamos de los usuarios por el incumplimiento de los servicios postales en el proceso de admisión de sus correspondencias y sus procesos operativos internos postales de la empresa Serpost S.A.

Finalmente, los resultados de esta investigación permitirán identificar la problemática en la calidad del servicio y planteará propuesta de mejora que beneficiará directamente a las expendedoras quienes realizaran un eficiente proceso de admisión con resultados de llegar a la excelencia y mejora en la calidad del servicio a los usuarios, alcanzando el éxito a través del trabajo en equipo de envíos postales en la empresa Serpost S.A.

En referencia a los trabajos previos revisados en el contexto internacional sobre la variable calidad de servicio, se tiene a (Armada, Martínez- Gallego, Segarra, & Díaz, 2016) concluyeron que en ese caso particular los recursos disponibles para el servicio, condicionan la calidad, evidenciándose asimismo, que unos tienen mayor relevancia que otros, sobre la satisfacción percibida. Estos resultados, pueden facilitar la posible toma de decisiones en la mejora de los aspectos que son, peor valorados, y afianzar la calidad, así como la fidelización de los clientes y la satisfacción en lo referente al servicio que brinda la municipalidad. Asimismo, (Numpaque, Buitrago, & Pardo, 2019) concluyeron que en lo referente a la percepción que tienen los pacientes, sobre la calidad de los servicios que se brindan en general, se puede ver como un factor que es determinante para el establecimiento de los

posibles planes de mejora a nivel operativo, dentro del hospital y en las instituciones prestadoras de los servicios de salud. También, (Sánchez, García, & Suárez, 2019) concluyeron que se deben mejorar los servicios de orientación para el empleo, a través de sus funciones y procesos de actuación para el beneficio de la población a través de un enfoque integral facilitando a los usuarios y usuarias gestionen su carrera y su proyecto profesional en contextos sociolaborales cambiantes e inciertos. Por último, otra implicación razonable conecta con la necesidad de normalizar, en la misma medida, los procesos de evaluación sobre el impacto de las acciones, no solo en términos cuantitativos y transversales, sino también de forma longitudinal y en términos más cualitativos sobre el modo en que se benefician las personas.

Otro resultado fue el de (López, 2018), quien concluyó que existe clientes insatisfechos debido a la atención del personal no quienes no brindan una trato personalizado además de la falta de capacitación y poco recursos por lo que no se abastecen en la atención por lo que recomiendan fortalecer estas debilidades y crear incentivos, actividades, seguridad dentro de la empresa a fin lograr la calidad en el servicio. Asimismo, (Quispe & Ayaviri, 2016) concluye que el constructo de la satisfacción puede ser abordado en sus dimensiones y complejidades teniendo en cuenta sus actividades y necesidades de la organización ya sea producto o servicio, asimismo de acuerdo a su investigación se ha llegado a determinar que la medida la confianza presenta un rol muy importante en las organizaciones así como la lealtad en base a la relación con la organización de prestación de servicios.

En referencia a los trabajos previos revisados en el contexto internacional sobre la variable calidad de servicio, se tiene a (Serrano, 2018) quien concluyó, que se debe implementar estrategias para mejorar la calidad del servicio y reducir los niveles de insatisfacción de los usuarios, a través de equipos modernos, capacitaciones constantes a su personal, aumentar ventanillas de atención para la atención de sus clientes. Asimismo, (Chávez, Quezada, & Tello, 2017), concluyeron, que las expectativas del cliente del sector transporte terrestre interprovincial aún no se encuentran satisfechas, se recomienda a las empresas trabajar con el objetivo de no solo alcanzarlas sino superarlas de esta forma las empresas estarán preparadas ante la eventual llegada de competidores extranjeros, o la exposición de los clientes locales a estándares de calidad mucho más elevados y exigentes. También, (Mariños, 2018) recomienda fortalecer a sus recursos humanos mediante capacitaciones, implementar disposiciones internas, bajo una estricta política normativa y el

mejoramiento de su infraestructura que brinde seguridad y sea más confortable, para el mejoramiento en la calidad del servicio que brinda dicha institución. Por otra parte, (Ramirez, 2016) concluye que existe una relación directa y positiva entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario al brindar un mejor servicio mayor es la satisfacción de los pacientes, por lo que recomienda brindar un mejor trato a los pacientes con seguridad y confianza, así como mejorar el aspecto tangible como equipos médicos para una mejor atención.

El concepto de calidad se asocia fundamentalmente al beneficio que recibe el cliente o usuario y nunca al producto del servicio. En ese sentido la calidad se convierte en un concepto hasta cierto punto relativo, que no es definido por si mismo, si no como el grado de acercamiento entre la aptitud por el uso de producto que desea el cliente y la aptitud para el uso conseguido por el prestador del servicio. Es decir, la calidad es la satisfacción de los requerimientos, necesidades y expectativas de los clientes (Camisón, Cruz, & González, 2006a).

En este orden de ideas, (Sanabria, Romero, & Flórez, 2015) afirman que el concepto de calidad involucra dos aspectos o criterios que son fundamentales: el resultado y el estándar. Es decir, la calidad se entiende como el resultado de comparar los resultados parciales obtenidos en un proceso, frente a los requerimientos previamente planteados. También, (Cote, Tena, & Madrazo, 2013) sostiene que en el caso de la calidad, existen varios elementos que convergen, como la satisfacción asociada a la mínima cantidad de riesgos y de eventos que pueden ser adversos, y a los cuales se les debe optimizar los recursos disponibles.

Para (Camisón et al., 2006a), señala sobre lo tangible y intangibilidad que están predominado por sus componentes, indicando que cuando hablamos de bienes, productos predomina a tangible y cuando hablamos de servicio se predomina a intangible, este último es posible que sea la única característica en común en cuanto a los servicios, también menciona La Heterogeneidad, La inseparabilidad y el carácter perecedero de los servicios. Asimismo nos menciona a Zeithaml (1981) citado (Camisón et al., 2006a), quien señala que mientras más componente intangible recae en el servicio, más influencia tendrán los aspectos tangibles que lo complementen, estos serán más fáciles de evaluar a los usuarios.

También, realizaron un estudio sobre la calidad resaltando las líneas relevantes, para ello se utilizó el juicio comparativo para la transformación ordinal entre empresas del sistema

con escalas de precios adecuados o confiables. En ese sentido los resultados indicaron la presencia de cinco fabricantes de línea que se llama ancha y quince filiales que compiten ocho productos en el mercado (Curry, 1985). Asimismo, (Gronroos, 1978) sostiene que en el caso concreto de las compañías de Suecia y Finlandia, la principal diferencia entre ellas es la dificultad para la oferta de los productos en forma concreta y tangible. Se evidencia, por lo tanto, una carencia de desarrollo de la teoría del mercadeo. Por otra parte, (Medina, García, & De la Garza, 2009) afirman que en la medición de la calidad en general, los usuarios tienen la idea que los sistemas de información les ayudan a aumentar la productividad y a tomar las decisiones para la mejora de los procesos. También, (Griful Ponsati & Canela Campos, 2005) citados por (Sotelo, 2016), sostiene que la calidad es entendida como la satisfacción en relación con la satisfacción del cliente. Por otra parte, (Gorina, Limonero, Peñart, Jiménez, & Gassó, 2014) afirmaron que el grado de satisfacción depende de las características propias de cada modelo organizativo, siendo el alguno el modelo dispensarizado el que tiene mayor prevalencia. Por otra parte, (Vera & Trujillo, 2016) encontró que la satisfacción del usuario, tiene aspectos como la lealtad que estas asociadas. Asimismo, indica que los precios y la empatía son aspectos que asumen especial importancia.

El servicio al cliente tiene singular importancia por la competencia que se ha generado entre las empresas por su captación de clientes y su posicionamiento. Esta importancia radica en que progresivamente se tiene que mejorar el servicio, adaptándolo a las necesidades del cliente, quienes al final de cuentas son los que deciden si se quedan con el producto o cambian de empresa. En ese sentido, (Solórzano & Acevedo, 2013) afirman que en este proceso dinámico y cambiante se deben considerar los siguientes aspectos: El nivel de competencia existente, la variedad de productos ofertados, la calidad y precios vigentes, la buena atención, el trato personalizado, servicio rápido, etc.

En referencia al concepto sobre la calidad del servicio se tiene a (Hoffman y Bateson, 2011) citados por (De la Peña, 2014; Mejias, Godoy, & Piña, 2018) afirman que es entendida como la comparación entre las percepciones de los usuarios o clientes y sus expectativas. Esto en resumen implica la satisfacción del cliente, que puede asociarse a ciertos beneficios como ventas repetidas, ventas más frecuentes. Asimismo, en el caso de instituciones públicas se entiende que es la satisfacción por el servicio que se recibe, con un trato afable y rápido. Asimismo, (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985) sostienen que la calidad de los servicios

en cierta forma es indefinida y hasta poco investigada, y que se evidencia la presencia de dimensiones que pueden ser explicadas mediante las expectativas y la satisfacción de los usuarios o clientes. En ese sentido, se puede definir la calidad del servicio como la brecha que existe entre las expectativas del consumidor y la gestión para satisfacerlas. También, (Buzzell y Gale, 1987), citados por (Camisón et al., 2006a), sostienen que el concepto de calidad de servicio deja entrever que existe cierta traslación del sentido clásico objetivo hacia el sentido subjetivo que se basa en la percepción del cliente. En ese sentido la calidad, la define el cliente, dado que él es el que dice que es, como es y la calidad de los productos o servicio en caso particular se define en relación a la percepción del consumidor. En este sentido, la calidad de servicio se puede abordar, estudiar y hasta organizar, tomando como marco de referencia dos características importantes como la calidad del servicio externo e interno (Iqbal, Hassan, & Habibah, 2018; Almohaimmeed, 2019). También, (Parasuraman, Berry, & Zeithaml, 1993; Siew, Ayankunle, Hanisah, & Downe, 2011), realizaron un cálculo para la calidad de servicio, estableciendo diferencias entre las percepciones externas de los clientes en relación con sus expectativas.

Por otra parte, (Chiavenato, 2009) en referencia a la percepción sostiene que es un proceso que es activo, mediante el cual los individuos pueden interpretar y organizar sus impresiones que les permitan establecer un significado al entorno inmediato. En ese sentido, se sabe que cada persona tiene su propia visión e interpretación del mundo circundante. Asimismo, las expectativas que pueden tener un cliente o usuario están afectadas por factores internos y externos a él. Los factores internos en realidad son personales que están asociados a su personalidad y que de alguna manera condicionan su forma de interpretar su entorno, como lo sostienen (Delgado, López, & Luna, 1993; Pelegrín, Juaneda, & Olartel, 2016).

(Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1991) redujeron las dimensiones de la calidad de servicio de 10 a cinco dimensiones: fiabilidad, seguridad, capacidad de respuesta, empatía y elementos tangibles. Dimensiones que se utilizan actualmente para medir esta variable. Este es un modelo llamado SERQUAL, que en la práctica constituye una herramienta para el diagnóstico que puede medir el servicio al cliente y la percepción como lo sostienen también, (Siew et al., 2011).

La fiabilidad en la práctica se evidencia cuando un empleado demuestra su capacidad para cumplir bien con sus funciones y compromiso laboral a la primera (Parasuraman et al.,

1991). Asimismo, (Ruiz, 2002) sostiene que la fiabilidad se entiende que es una aptitud que una persona tiene para realizar una función que se requiere, bajo ciertas condiciones en un tiempo dado. En ese sentido se tiene que la fiabilidad, contiene tres aspectos a mencionar: (a) la función que se desempeña, (b) condiciones que se establecen para desempeñar la función y (c) el tiempo necesario para cumplir o desempeñar de manera satisfactoria o adecuada la función encomendada. Asimismo, (Siew et al., 2011), sostienen que la confiabilidad es una capacidad que deben demostrar los empleados de una empresa u organización para poder cumplir sus promesas a tiempo.

En este aspecto se hace referencia al conocimiento del personal y la habilidad para inspirar confianza, por ello debe tomarse en cuenta el personal capacitado, la experiencia en el campo de la seguridad, implica ser un factor importante para los usuarios que cuentan con el servicio postal y depositar sus envíos. En este orden de ideas, (Parasuraman et al., 1991), sostiene que la seguridad es el nivel el conocimiento que tiene el cliente o usuario respecto a la atención mostrados por los empleados. Asimismo, en este escenario, el empleado debe demostrar credibilidad y confianza.

La capacidad de respuesta es otra de las dimensiones que presenta la calidad de servicio, y es entendida como la atención primaria, en donde la institución se adapta a las condiciones específicas de cada cliente. En este proceso, se orienta para que pueda realizar los trámites de manera rápida y se ayuda a resolver los problemas de los usuarios (Gérvás, Pané, & Sicras, 2006). También, (Parasuraman et al., 1991) afirman que la capacidad de respuesta se tiene que evidenciar en los empleados como una disposición para ayudar a los clientes en todo momento y proporcionarles un servicio rápido.

La empatía es entendida como una habilidad que tienen los trabajadores de los lugares de atención al público, capaz de captar las necesidades, los sentimientos, y los problemas de los demás. Esto implica que se ponen en el lugar del otro, para responder adecuadamente a sus reacciones emocionales. Esto requiere en la práctica una escucha activa, y sobre todo la comprensión, con mucho asertividad. Las personas que son empáticas, facilitan el proceso de diálogo y la interacción positiva, como lo sostiene (Balart, 2007). También, (Parasuraman et al., 1991) sostienen que la empatía, se expresa o demuestra con la atención individualizada que se ofrece a cada cliente. Es decir, se hace referencia al proceso en el cual se atiende al cliente.

Dirigido a las instalaciones físicas, equipamiento y apariencia del personal: limpieza de las instalaciones, equipamiento necesario, estado de conservación de la infraestructura, mobiliario y equipos, mantenimiento y limpieza de las instalaciones de las áreas operativas donde tienen acceso el público usuario, apariencia y presentación del personal, conocimiento y dominio de las tarifas y productos postales del servicio postal. En este sentido, (Parasuraman et al., 1991) afirman que, los elementos tangibles son aspectos que se deben considerar, como por ejemplo la presentación de las instalaciones físicas, el nivel de mantenimiento y la modernidad incorporada en los equipos, la apariencia física de los empleados.

La presente investigación es cuantitativa, se utilizarán los procesos del método científico bajo la encuesta SEVQUAL, siendo la más acertada para este estudio por su validez, confiabilidad, Asimismo, se desarrollará bajo el encausamiento de cantidad, diseño no experimental representativo. Las herramientas que se emplearan en esta investigación, son adecuados, establecidos y valorado por lo que han suministrados respuestas sinceras y congruentes con la tipología y diseño del estudio; la sencillez de su empleo y explicación los transformó en valorados y convenientes instrumentos para futuros estudios que respeten variantes correlacionadas como lo son las condiciones de prestación, comparecencia de los clientes, entre otros.

Esta investigación contiene un estudio elemental, que servirá a los empleados y funcionarios de Serpost S.A. en entender las diversas condiciones de prestación, tales como distinguir las magnitudes que la conforman y reconocen la correlación que posee cada una de aquellas con la cota de condición de prestación que se otorga en cada campo de empleo dentro del medio de tendencia, llegando a la meta final para lograr brindar una mejor calidad de gestión en la atención de admisión de los envíos postales a los usuarios, bajo metodologías apropiadas para fomentar el progreso de una prestación de condición y satisfacción de la sociedad.

En esta investigación trata de determinar la variable la calidad de servicio que se brinda a los usuarios en los procesos de admisión de envíos postales en Serpost Lima, por lo tanto es fundamental en este estudio la opinión de usuario, quienes con su aportación serán esenciales para los resultados que permitirá aplicar decisiones, medidas para mejorar la gestión de la calidad de servicio, de esta manera lograr el beneficio de la instituciones públicas, así como de sus trabajadores, reducir errores, omisiones, deficiencias y lograr el

servicio adecuado, óptimo para la sociedad y sus necesidades, dado que es un derecho que el estado nos proporcione un servicio de calidad.

En relación al planteamiento del problema, se ha formulado un objetivo general: ¿Cuál es el nivel de la Calidad de Servicio en las áreas de Expendio y Distribución del Proceso de Admisión de Envíos Postales en SERPOST- LIMA? Asimismo, se han planteado cinco problemas específicos: (a) ¿Cuál es el nivel de fiabilidad en las áreas de Expendio y Distribución del Proceso de Admisión de Envíos Postales en SERPOST- LIMA?, (b) ¿Cuál es el nivel de seguridad en las áreas de Expendio y Distribución del Proceso de Admisión de Envíos Postales en SERPOST- LIMA?, (c) ¿Cuál es el nivel de capacidad de respuesta en las áreas de Expendio y Distribución del Proceso de Admisión de Envíos Postales en SERPOST- LIMA?, (d) ¿Cuál es el nivel de empatía en las áreas de Expendio y Distribución del Proceso de Admisión de Envíos Postales en SERPOST- LIMA? y (e) ¿Cuál es el nivel de los elementos tangibles en las áreas de Expendio y Distribución del Proceso de Admisión de Envíos Postales en SERPOST- LIMA?

En cuanto a las hipótesis o supuestos de este estudio se formularon una hipótesis general: Existen diferencias significativas en la Calidad de servicio de las áreas de Expendio y Distribución en los procesos de Admisión de Envíos Postales en SERPOST-LIMA. También, se tienen cinco hipótesis específicas: (a) existen diferencias significativas en la fiabilidad de las áreas de Expendio y Distribución del Proceso de Admisión de Envíos Postales en SERPOST- LIMA, (b) existen diferencias significativas en la seguridad de las áreas de Expendio y Distribución del Proceso de Admisión de Envíos Postales en SERPOST- LIMA, (c) existen diferencias significativas en la capacidad de respuesta de las áreas de Expendio y Distribución del Proceso de Admisión de Envíos Postales en SERPOST- LIMA, (d) existen diferencias significativas en la empatía de las áreas de Expendio y Distribución del Proceso de Admisión de Envíos Postales en SERPOST- LIMA y (e) existen diferencias significativas en los elementos tangibles de las áreas de Expendio y Distribución del Proceso de Admisión de Envíos Postales en SERPOST- LIMA.

En referencia a los objetivos de esta investigación, se puede afirmar que se formuló un objetivo general: determinar el nivel de la Calidad de Servicio en las áreas de Expendio y Distribución del Proceso de Admisión de Envíos Postales en SERPOST- LIMA. Asimismo, se han planteado cinco objetivos específicos: (a) determinar el nivel de fiabilidad en las áreas de Expendio y Distribución del Proceso de Admisión de Envíos Postales en

SERPOST- LIMA, (b) determinar el nivel de seguridad en las áreas de Expendio y Distribución del Proceso de Admisión de Envíos Postales en SERPOST- LIMA, (c) determinar el nivel de capacidad de respuesta en las áreas de Expendio y Distribución del Proceso de Admisión de Envíos Postales en SERPOST- LIMA, (d) determinar el nivel de empatía en las áreas de Expendio y Distribución del Proceso de Admisión de Envíos Postales en SERPOST- LIMA, (e) determinar el nivel de los elementos tangibles en las áreas de Expendio y Distribución del Proceso de Admisión de Envíos Postales en SERPOST- LIMA.

II. Método

2.1 Tipo de estudio y diseño de investigación

Paradigma positivista

Los paradigmas son entendidos como supuestos teóricos que se relacionan con la formas de interpretar la realidad o contexto, como lo sostiene Kuhn (1962), referenciado por (Ramos, 2015). Al respecto, (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014), afirman que el paradigma positivista es un aspecto importante, porque es aquí donde se sustentan todas las investigaciones del enfoque cuantitativo y sobre todo las pruebas de hipótesis.

Enfoque

En enfoque cuantitativo, está dentro del paradigma positivista e implica en uso de la estadística como una de sus herramientas principales para el tratamiento de los datos, según lo afirman (Anguera et al., 2010).

Tipo de estudio

Esta investigación en referencia al tipo de estudio es básica, porque uno de sus propósitos es ahondar en el conocimiento de la variable de estudio. Asimismo, no se orienta a la resolución de problemas de manera inmediata, como lo sostienen (Müggenburg & Pérez, 2007).

Diseño de investigación

El diseño de investigación en este caso es descriptivo, dado que se describe la variable en su estado natural sin manipular los datos. Asimismo, es descriptivo comparativo, porque uno de sus objetivos es comprobar la existencia de diferencias entre los grupos de estudio, con respecto a sus percepciones, como lo sostiene (Lerma, 2009). Esto significa, que a las muestras determinadas se les aplica el mismo instrumento de medición de la variable.

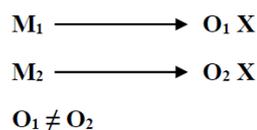


Figura 1. Diseño de investigación

Dónde:

M₁; M₂: Muestras de estudio

O₁; O₂: Observaciones de las muestras

X: Variable de estudio

Asimismo, ese diseño es transversal, puesto que los datos se recogieron en un solo momento de tiempo y uno de sus propósitos es analizar la interrelación y efectos de la variable en el contexto, como lo indican, (Hernández, Cuevas, Mendoza, & Méndez, 2017).

2.2. Variable, operacionalización

Definición conceptual de la calidad de servicio

(Parasuraman et al., 1985) sostienen que la calidad de los servicios en cierta forma es indefinida y hasta poco investigada, y que se evidencia la presencia de dimensiones que pueden ser explicadas mediante las expectativas y la satisfacción de los usuarios o clientes. En ese sentido, se puede definir la calidad del servicio como la brecha que existe entre las expectativas del consumidor y la gestión para satisfacerlas.

Definición operacional

La definición operacional de una variable es en la práctica, la descripción de sus principales características, indicadores, escala de medición y niveles o categorías que se han establecido. Se describe también, cómo se mide la variable, el tipo de instrumento y otros aspectos que el investigador considere relevantes en su estudio, como lo indican (Villavicencio, Torrachi, Pariona, & Alvear, 2019).

Definición operacional de la calidad del servicio

Esta variable, contiene cinco dimensiones: la dimensión fiabilidad con cinco ítems, la dimensión capacidad de respuesta con cuatro ítems, la dimensión seguridad también tiene cuatro ítems, la dimensión empatía con cinco ítems y finalmente los elementos tangibles que son medidos mediante cuatro ítems. Asimismo, esta variable se mide utilizando la técnica de la encuesta con un cuestionario, con opciones de respuesta politómicas u ordinales (cinco opciones de respuesta).

Operacionalización de variables

La operacionalización de variables es un proceso con sentido lógico, que consiste en desagregar los elementos o partes de la variable, hasta llegar a un nivel muy concreto, que permite a su vez medir los hechos que ocurren, mediante la utilización de alguna técnica. Esto implica, observar, recoger información, valorar dicha información a través de sus indicadores, que son los que orientan todo el proceso de medición de la variable. Al respecto, (Reguant & Martínez-Olmo, 2014), afirman que la operacionalización es un proceso de desagregación de la variable de lo abstracto a lo particular (ver anexo 3).

2.3 Población, muestra y muestreo

Población

La población o universo referencial, es entendida como un conjunto de elementos con características o propiedades similares como lo sostienen (Hernández & Mendoza, 2018). En ese sentido, la población de esta investigación está conformada por 400 usuarios que visitan las oficinas de las áreas de Expendio y distribución de SERPOST – LIMA en un mes.

Muestra

La muestra es una parte de la población, y uno de los requisitos para su selección es de que los elementos o unidades de análisis, tengan las mismas propiedades, como lo sostienen (Hernández & Mendoza, 2018). Asimismo, para este estudio la muestra fue de 160 usuarios que visitaron las oficinas de las áreas de Expendio y Distribución de SERPOST – LIMA en un mes.

Para el cálculo de la muestra, dado que la población es finita se aplicó la fórmula propuesta por (Bernal, 2010):

$$n = \frac{Z^2 P \cdot Q \cdot N}{\varepsilon^2 (N - 1) + Z^2 \cdot P \cdot Q}$$

Dónde, además: (a) Z (1,96) es el valor de la distribución normal, para un nivel de confianza de $(1 - \alpha)$, (b) P es la proporción de éxito (y equivale a 0,5), (c) Q = $(Q = 1 - P)$ es la proporción de fracaso al elegir un elemento de la población (Se le asigna el valor de 0,5), (d) ε es la tolerancia al error (0,06), (e) N es el tamaño de la población (400), (f) n es el tamaño de la muestra.

Reemplazando se tiene:

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5) \times 400}{0,06^2(400-1) + 1,96^2 \cdot (0,5)(0,5)} = 160$$

Muestreo

El muestreo es un procedimiento que se utiliza para determinar la muestra de estudio. Puede ser aleatorio si se aplican los criterios de la teoría de probabilidades, en los cuales todos tienen la misma probabilidad de participar en la investigación. Al respecto, (Anguera et al., 2010), sostienen que tratándose de poblaciones finitas, el muestreo es aleatorio simple o irrestrictamente aleatorio. Es decir, todas las unidades de análisis, tienen la misma probabilidad de selección.

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

Técnica

La técnica es entendida como un procedimiento práctico aceptado por la comunidad científica, orientado a obtener información relevante para la solución de problemas que presentan las diferentes disciplinas científicas. En ese sentido, toda técnica implica el uso de algún instrumento de aplicación, como lo afirma (Rojas, 2011).

La encuesta es una de las técnicas más utilizadas para el recojo de los datos de las variables y tiene como uno de sus instrumentos, el cuestionario que es un conjunto de preguntas, preparadas de acuerdo a los indicadores de las dimensiones de la variable, como lo sostiene (Bernal, 2010).

Instrumento

El cuestionario se entiende que es un conjunto de preguntas o ítems, debidamente elaborados, con el propósito de obtener información de un grupo masivo de personas en un tiempo determinado (Bernal, 2010).

Ficha técnica del cuestionario

Objetivo de estudio	Determinar los niveles de la calidad de servicio
Diseño de investigación	Descriptivo comparativo, transversal

Población	400 usuarios de SERPOST - LIMA
Tipo de muestra	Aleatoria simple
Error muestral	0,06
Tipo de aplicación	Individual
Tiempo de duración en la aplicación	Cinco minutos
Trabajo de campo	Realizado por la investigadora

Validez

La validez es un aspecto que se asocia al juicio del investigador. Se hace referencia al grado en que el instrumento mide la variable de investigación. Esto significa que se deben revisar la redacciones de los ítems, por varios expertos para asegurarse de la consistencia interna entre ítems e indicadores (Bernal, 2010). Por otra parte, para este estudio, se ha utilizado la validez de contenido, mediante el juicio de expertos y considerando en cada ítems su pertinencia, relevancia y claridad.

Confiabilidad

La confiabilidad es el grado en que un instrumento tiene con respecto a sus puntuaciones obtenidas con el en una muestra concreta. Es decir se debe calcular en cada ocasión, como lo sostienen (Morales, Urosa, & Blanco, 2003). En ese sentido, para este estudio se consideró una muestra piloto de 30 usuarios de SERPOST-LIMA, los cuales no participaron en la muestra seleccionada. Asimismo, dada la naturaleza del instrumento de medición, se aplicó el estadístico de confiabilidad Alfa de Cronbach, con el cual se obtuvo 0,927, lo cual prueba que el instrumento es confiable para este estudio.

2.5 Procedimiento

Para este estudio, previamente se realizó la descripción de su realidad problemática, a partir de la cual se determinó el título del estudio. Posteriormente se buscaron trabajos previos a nivel internacional y nacional con una antigüedad no mayor a cinco años. Seguidamente, se elaboró el capítulo I, en base a las teorías y definiciones de la variable de investigación y atendiendo al constructo de la misma, muy necesario para consolidar la teoría.

Cuando se tuvo claro el constructo de la variable, se procedió a elaborar el cuestionario para su medición con 22 ítems con escala ordinal tipo Likert. Asimismo, los datos fueron

procesados con el programa SPSS, a nivel descriptivo e inferencial, generándose para su interpretación y presentación tablas y figuras.

2.6 Métodos de Análisis de datos

En lo referente al análisis de los datos, se utilizó la descripción como una estrategia para expresar el comportamiento de la variable en su estado natural. Asimismo, a nivel inferencial se aplicó el estadístico U – Mann Whitney para evaluar la presencia de diferencias significativas entre los dos grupos de estudio, teniendo como marco de referencia el tipo de instrumento y la escala de medición de la variable. En todo este proceso, se ha utilizado también, el método hipotético deductivo, el mismo que va de aspectos generales hacia aspectos particulares dentro de la metodología científica, como lo sostiene (Bernal, 2010).

2.7 Aspectos éticos

La presente investigación ha cumplido con los criterios establecidos por el diseño de investigación cuantitativa de la Universidad César Vallejo, obedeciendo las legalidades. Asimismo, se ha cumplido con respetar la autoría de las fuentes de información. Asimismo, se ha respetado el consentimiento informado de las personas que proporcionaron la información en los dos grupos de estudio. También, se expresa que en este estudio no hay plagio ni autoplagio alguno.

III. Resultados

3.1 Descripción de la calidad de servicio

Tabla 2

Niveles de la calidad de servicio, según áreas operativas

		Grupos			
		Área de expendio	Área de distribución	Total	
Calidad de servicio	Insatisfecho	Recuento	0	7	7
		% del total	0,0%	4,4%	4,4%
	Aceptable	Recuento	18	47	65
		% del total	11,3%	29,4%	40,6%
	Satisfecho	Recuento	62	26	88
		% del total	38,8%	16,3%	55,0%
Total	Recuento	80	80	160	
	% del total	50,0%	50,0%	100,0%	

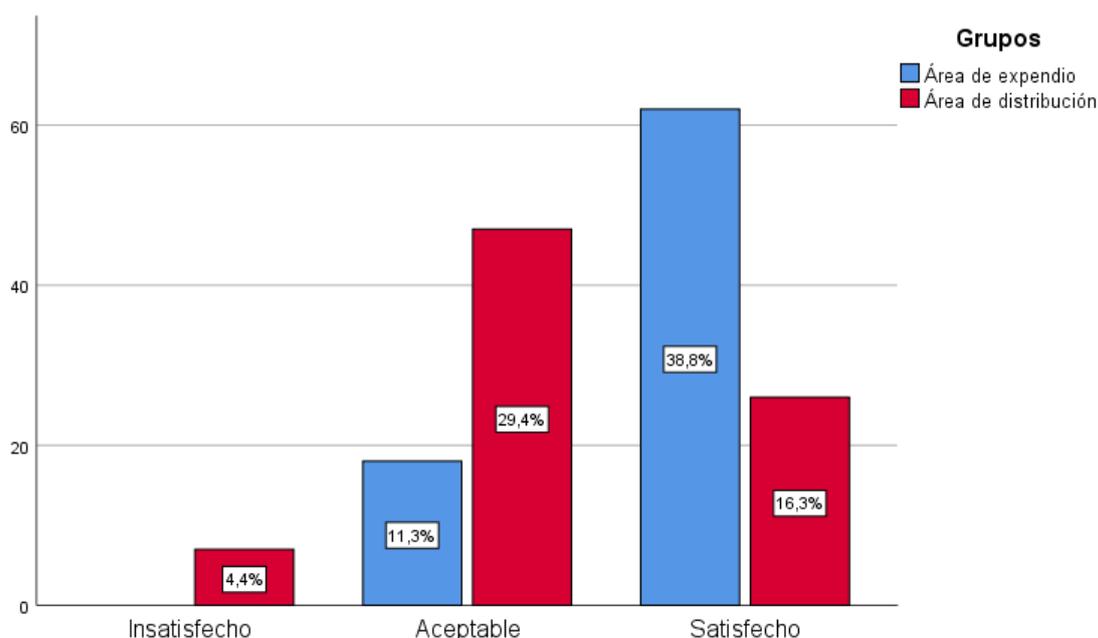


Figura 2. Niveles de la calidad de servicio, según áreas operativas

La tabla 2 y figura 2, muestran los niveles de la calidad de servicio según dos áreas de atención operativas de SERPOST – Lima. Se observa que, en el área de Expendio, la calidad de servicio está en el nivel satisfecho con el 38,8% de las percepciones de los usuarios, frente al 29,4% del nivel aceptable que corresponde al área de Distribución.

3.1.1 Descripción de las dimensiones de la calidad de servicio

Dimensión fiabilidad

Tabla 3

Niveles de la fiabilidad, según áreas operativas

		Grupos			Total
		Área de expendio	Área de distribución		
Fiabilidad	Insatisfecho	Recuento	0	7	7
		% del total	0,0%	4,4%	4,4%
	Aceptable	Recuento	17	42	59
		% del total	10,6%	26,3%	36,9%
	Satisfecho	Recuento	63	31	94
		% del total	39,4%	19,4%	58,8%
Total	Recuento	80	80	160	
	% del total	50,0%	50,0%	100,0%	

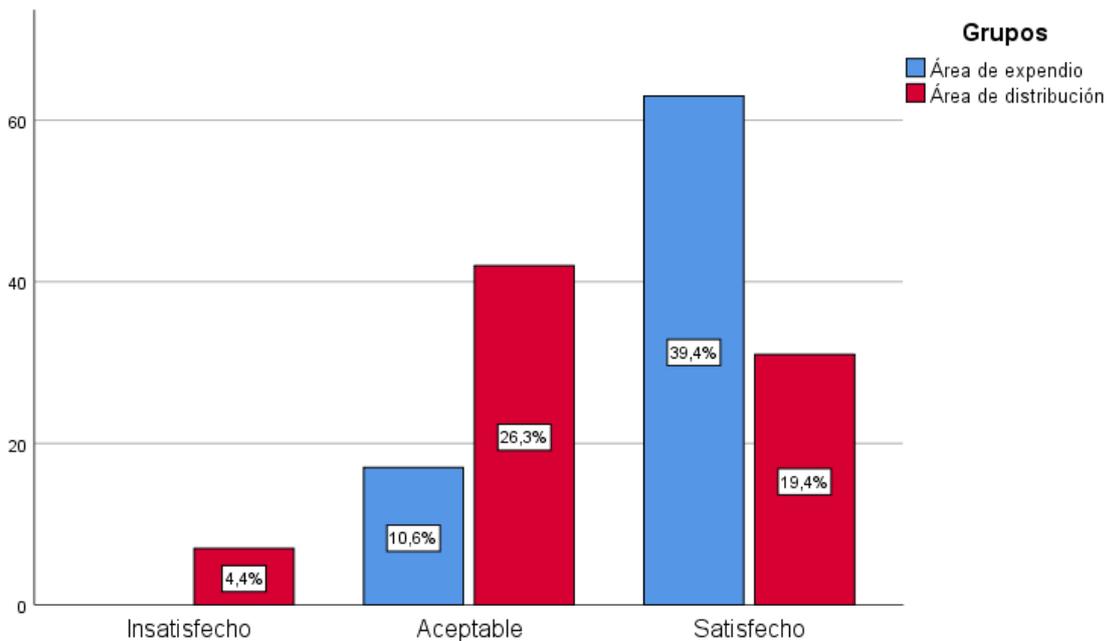


Figura 3. Niveles de la fiabilidad, según áreas operativas

La tabla 3 y figura 3, muestran los niveles de la fiabilidad según dos áreas de atención operativas de SERPOST – Lima. Se observa que, en el área de Expendio, la fiabilidad está en el nivel satisfecho con el 39,4% de las percepciones de los usuarios, en referencia al 26,3% del nivel aceptable que corresponde al área de Distribución.

Dimensión seguridad

Tabla 4

Niveles de la seguridad, según áreas operativas

		Grupos			
		Área de expendio	Área de distribución	Total	
Seguridad	Insatisfecho	Recuento	0	12	12
		% del total	0,0%	7,5%	7,5%
	Aceptable	Recuento	16	40	56
		% del total	10,0%	25,0%	35,0%
	Satisfecho	Recuento	64	28	92
		% del total	40,0%	17,5%	57,5%
Total		Recuento	80	80	160
		% del total	50,0%	50,0%	100,0%

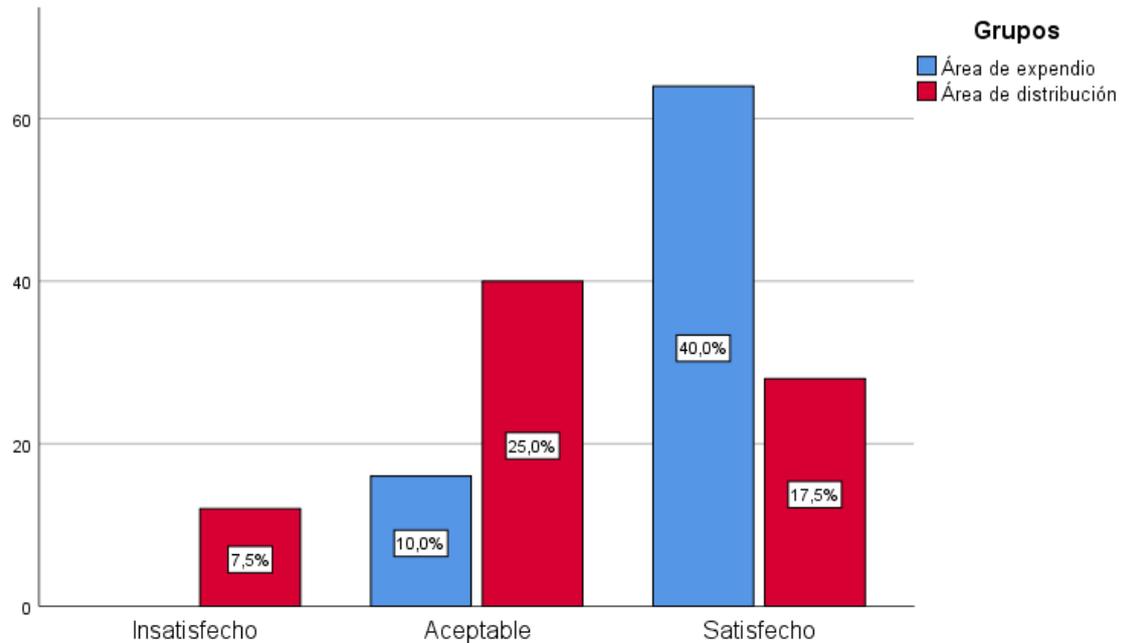


Figura 4. Niveles de la seguridad, según áreas operativas

La tabla 4 y figura 4, muestran los niveles de la seguridad, según dos áreas de atención operativas de SERPOST – Lima. Se observa que, en el área de Expendio, la seguridad está en el nivel satisfecho con el 40,0% de las percepciones de los usuarios, en relación al 25,0% del nivel aceptable que corresponde al área de Distribución.

Dimensión capacidad de respuesta

Tabla 5

Niveles de la capacidad de respuesta, según áreas operativas

		Grupos		Total	
		Área de expendio	Área de distribución		
Capacidad de respuesta	Insatisfecho	Recuento	1	20	21
		% del total	0,6%	12,5%	13,1%
	Aceptable	Recuento	22	33	55
		% del total	13,8%	20,6%	34,4%
	Satisfecho	Recuento	57	27	84
		% del total	35,6%	16,9%	52,5%
Total	Recuento	80	80	160	
	% del total	50,0%	50,0%	100,0%	

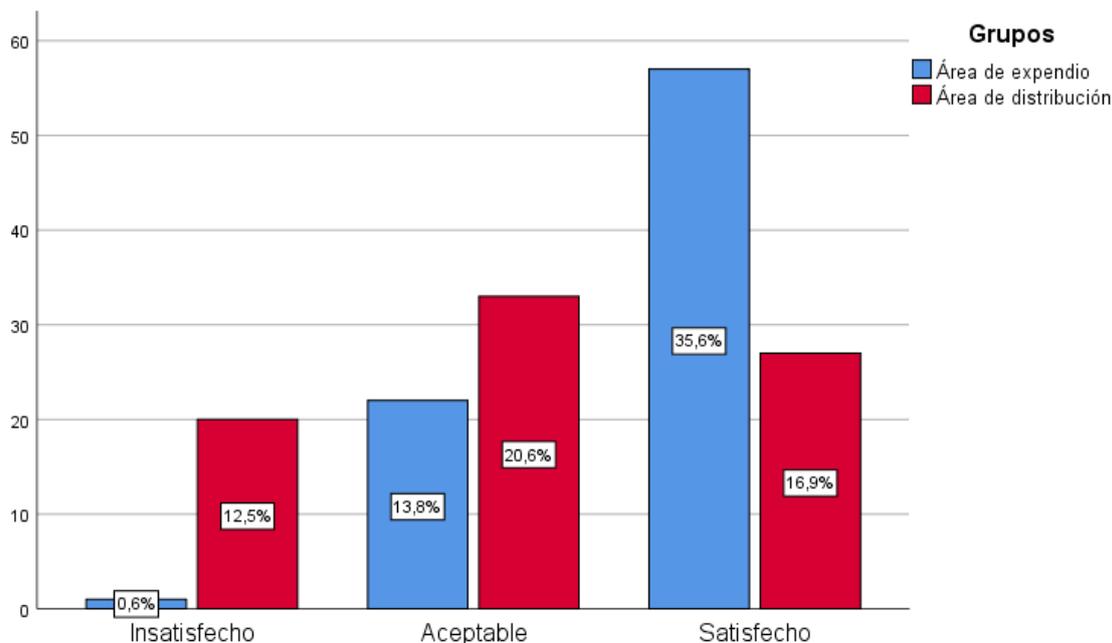


Figura 5. Niveles de la capacidad de respuesta, según áreas operativas

La tabla 5 y figura 5, muestran los niveles de la capacidad de respuesta, según dos áreas de atención operativas de SERPOST – Lima. Se observa que, en el área de Expendio, la capacidad de respuesta está en el nivel satisfecho con el 35,6% de las percepciones de los usuarios, en relación al 20,6% del nivel aceptable que corresponde al área de Distribución.

Dimensión empatía

Tabla 6

Niveles de la empatía, según áreas operativas

		Grupos			
		Área de expendio	Área de distribución	Total	
Empatía	Insatisfecho	Recuento	0	5	5
		% del total	0,0%	3,1%	3,1%
	Aceptable	Recuento	21	44	65
		% del total	13,1%	27,5%	40,6%
	Satisfecho	Recuento	59	31	90
		% del total	36,9%	19,4%	56,3%
Total	Recuento	80	80	160	
	% del total	50,0%	50,0%	100,0%	

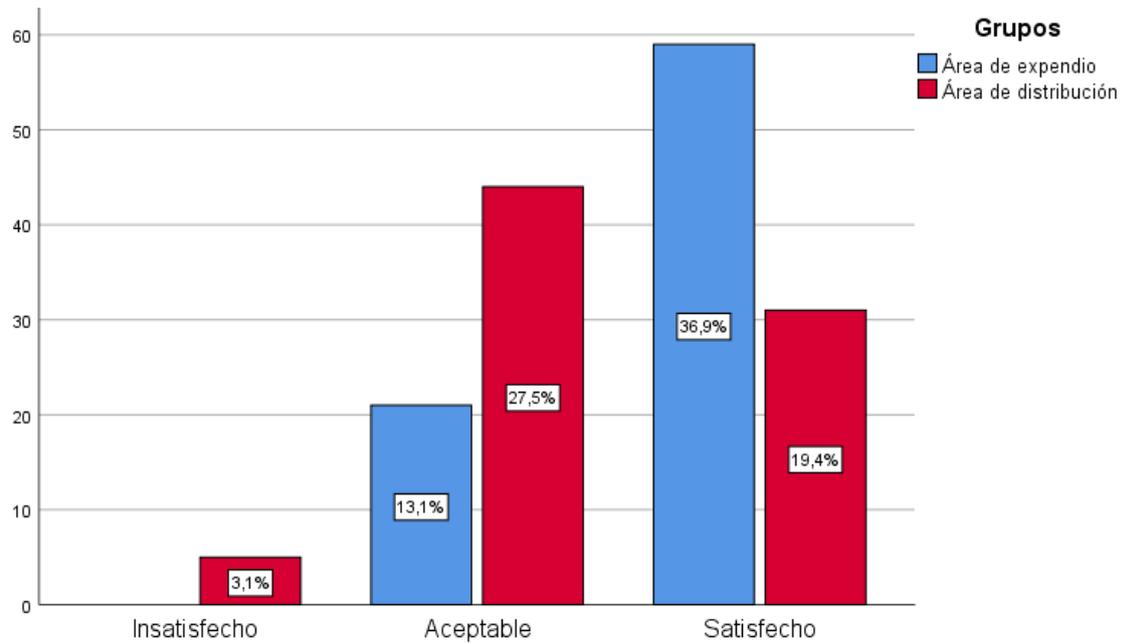


Figura 6. Niveles de la empatía, según áreas operativas

La tabla 6 y figura 6, muestran los niveles de la empatía, según dos áreas de atención operativas de SERPOST – Lima. Se observa que, en el área de Expendio, la empatía está en el nivel satisfecho con el 36,9% de las percepciones de los usuarios, en referencia al 27,5% del nivel aceptable que corresponde al área de Distribución.

Dimensión elementos tangibles

Tabla 7

Niveles de los elementos tangibles, según áreas operativas

		Grupos			
		Área de expendio	Área de distribución	Total	
Elementos tangibles	Insatisfecho	Recuento	0	12	12
		% del total	0,0%	7,5%	7,5%
	Aceptable	Recuento	18	38	56
		% del total	11,3%	23,8%	35,0%
	Satisfecho	Recuento	62	30	92
		% del total	38,8%	18,8%	57,5%
Total	Recuento	80	80	160	
	% del total	50,0%	50,0%	100,0%	

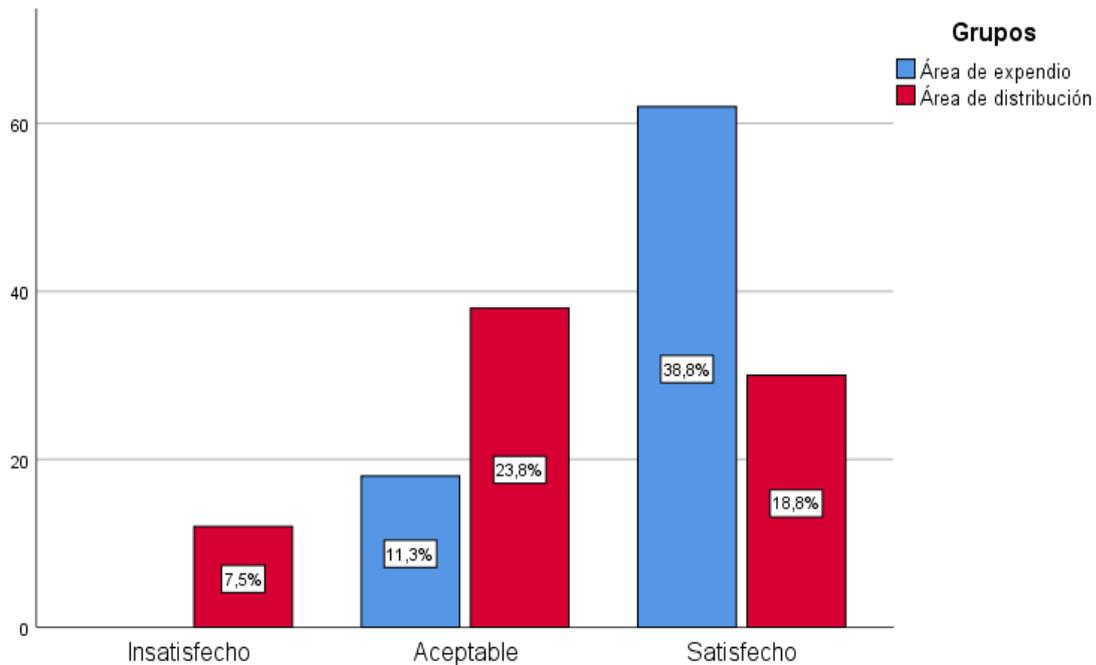


Figura 7. Niveles de los elementos tangibles, según áreas operativas

La tabla 7 y figura 7, muestran los niveles de los elementos tangibles, según dos áreas de atención operativas de SERPOST – Lima. Se observa que, en el área de Expendio, los elementos tangibles están en el nivel satisfecho con el 38,8% de las percepciones de los usuarios, en referencia al 23,8% del nivel aceptable que corresponde al área de Distribución.

3.2 Prueba de hipótesis

Hipótesis general

H₀: No existen diferencias significativas en la Calidad de servicio de las áreas de Expendio y Distribución en los procesos de Admisión de Envíos Postales en SERPOST-LIMA.

H₁: Existen diferencias significativas en la Calidad de servicio de las áreas de Expendio y Distribución en los procesos de Admisión de Envíos Postales en SERPOST-LIMA

Regla de decisión:

Si Sig. asintótica bilateral < 0,05; rechazar H₀

Si Sig. asintótica bilateral ≥ 0,05; aceptar H₀

Tabla 8

Rangos promedio de la calidad de servicio en dos áreas de atención

Rangos				
	Grupos	N	Rango promedio	Suma de rangos
Calidad de servicio	Área de expendio	80	101,86	8148,50
	Área de distribución	80	59,14	4731,50
	Total	160		

La tabla 8, muestra los rangos promedios de la calidad de servicio en dos áreas de atención operativas de SERPOST – Lima. Se evidencia, que la diferencia de rangos es de 42,72. Esto permite afirmar la existencia de diferencias en la calidad de servicio entre las percepciones de los usuarios en esas dos áreas.

Tabla 9

Estadístico de prueba U de Mann-Whitney de la calidad de servicio

Estadísticos de prueba^a	
Calidad de servicio	
U de Mann-Whitney	1491,500
W de Wilcoxon	4731,500
Z	-5,835
Sig. asintótica(bilateral)	,000

a. Variable de agrupación: Grupos

La tabla 9, muestra los resultados de la prueba de hipótesis con el estadístico U de Mann-Whitney para la calidad de servicio. Se observa que, la Sig. asintótica(bilateral) = ,000 < 0,05, U de Mann-Whitney = 1491,500; Z = -5,835. Por lo tanto, se rechaza H₀. Se concluye que, existen diferencias significativas en la Calidad de servicio de las áreas de Expendio y Distribución en los procesos de Admisión de Envíos Postales en SERPOST-LIMA.

Primera hipótesis específica

H₀: No existen diferencias significativas en la fiabilidad de las áreas de Expendio y Distribución del Proceso de Admisión de Envíos Postales en SERPOST- LIMA.

H₁: Existen diferencias significativas en la fiabilidad de las áreas de Expendio y Distribución del Proceso de Admisión de Envíos Postales en SERPOST- LIMA.

Tabla 10

Rangos promedio de la fiabilidad en dos áreas de atención

		Rangos		
	Grupos	N	Rango promedio	Suma de rangos
Fiabilidad	Área de expendio	80	100,41	8032,50
	Área de distribución	80	60,59	4847,50
	Total	160		

La tabla 10, muestra los rangos promedios de la fiabilidad en dos áreas de atención operativas de SERPOST – Lima. Se evidencia, que la diferencia de rangos es de 42,72. Esto permite afirmar la existencia de diferencias en la fiabilidad entre las percepciones de los usuarios en esas dos áreas.

Tabla 11

Estadístico de prueba U de Mann-Whitney de la fiabilidad

Estadísticos de prueba ^a	
	Fiabilidad
U de Mann-Whitney	1607,500
W de Wilcoxon	4847,500
Z	-5,458
Sig. asintótica(bilateral)	,000

a. Variable de agrupación: Grupos

La tabla 11, muestra los resultados de la prueba de hipótesis con el estadístico U de Mann-Whitney para la fiabilidad. Se observa que, la Sig. asintótica(bilateral) = ,000 < 0,05, U de Mann-Whitney = 1607,500; Z = -5,458. Por lo tanto, se rechaza H₀. Se concluye que, existen

diferencias significativas en la fiabilidad de las áreas de Expendio y Distribución en los procesos de Admisión de Envíos Postales en SERPOST-LIMA.

Segunda hipótesis específica

- H₀: No existen diferencias significativas en la seguridad de las áreas de Expendio y Distribución del Proceso de Admisión de Envíos Postales en SERPOST- LIMA.
- H₁: Existen diferencias significativas en la seguridad de las áreas de Expendio y Distribución del Proceso de Admisión de Envíos Postales en SERPOST- LIMA.

Tabla 12

Rangos promedio de la seguridad en dos áreas de atención

Rangos				
	Grupos	N	Rango promedio	Suma de rangos
Seguridad	Área de expendio	80	102,76	8221,00
	Área de distribución	80	58,24	4659,00
	Total	160		

La tabla 12, muestra los rangos promedios de la seguridad en dos áreas de atención operativas de SERPOST – Lima. Se evidencia, que la diferencia de rangos es de 44,56. Esto permite afirmar la existencia de diferencias en la seguridad entre las percepciones de los usuarios en esas dos áreas.

Tabla 13

Estadístico de prueba U de Mann-Whitney de la seguridad

Estadísticos de prueba ^a	
	Seguridad
U de Mann-Whitney	1419,000
W de Wilcoxon	4659,000
Z	-6,139
Sig. asintótica(bilateral)	,000

a. Variable de agrupación: Grupos

La tabla 13, muestra los resultados de la prueba de hipótesis con el estadístico U de Mann-Whitney para la seguridad. Se observa que, la Sig. asintótica(bilateral) = ,000 < 0,05, U de Mann-Whitney = 1419,000; Z = -6,139. Por lo tanto, se rechaza H₀. Se concluye que, existen diferencias significativas en la seguridad de las áreas de Expendio y Distribución en los procesos de Admisión de Envíos Postales en SERPOST-LIMA.

Tercera hipótesis específica

H₀: No existen diferencias significativas en la capacidad de respuesta de las áreas de Expendio y Distribución del Proceso de Admisión de Envíos Postales en SERPOST- LIMA.

H₁: Existen diferencias significativas en la capacidad de respuesta de las áreas de Expendio y Distribución del Proceso de Admisión de Envíos Postales en SERPOST- LIMA.

Tabla 14

Rangos promedio de la capacidad de respuesta en dos áreas de atención

Rangos				
	Grupos	N	Rango promedio	Suma de rangos
Capacidad de respuesta	Área de expendio	80	101,63	8130,50
	Área de distribución	80	59,37	4749,50
	Total	160		

La tabla 14, muestra los rangos promedios de la capacidad de respuesta en dos áreas de atención operativas de SERPOST – Lima. Se evidencia, que la diferencia de rangos es de 42,26. Esto permite afirmar la existencia de diferencias en la capacidad de respuesta entre las percepciones de los usuarios en esas dos áreas.

Tabla 15

Estadístico de prueba U de Mann-Whitney de la capacidad de respuesta

Estadísticos de prueba^a	
Capacidad de respuesta	
U de Mann-Whitney	1509,500
W de Wilcoxon	4749,500
Z	-5,814
Sig. asintótica(bilateral)	,000

a. Variable de agrupación: Grupos

La tabla 15, muestra los resultados de la prueba de hipótesis con el estadístico U de Mann-Whitney para la capacidad de respuesta. Se observa que, la Sig. asintótica(bilateral) = ,000 < 0,05, U de Mann-Whitney = 1509,500; Z = -5,814. Por lo tanto, se rechaza H₀. Se concluye

que, existen diferencias significativas en la capacidad de respuesta de las áreas de Expendio y Distribución en los procesos de Admisión de Envíos Postales en SERPOST-LIMA.

Cuarta hipótesis específica

H₀: No existen diferencias significativas en la empatía de las áreas de Expendio y Distribución del Proceso de Admisión de Envíos Postales en SERPOST- LIMA.

H₁: Existen diferencias significativas en la empatía de las áreas de Expendio y Distribución del Proceso de Admisión de Envíos Postales en SERPOST- LIMA.

Tabla 16

Rangos promedio de la empatía en dos áreas de atención

Rangos				
	Grupos	N	Rango promedio	Suma de rangos
Empatía	Área de expendio	80	99,96	7996,50
	Área de distribución	80	61,04	4883,50
	Total	160		

La tabla 16, muestra los rangos promedios de la empatía en dos áreas de atención operativas de SERPOST – Lima. Se evidencia, que la diferencia de rangos es de 38,92. Esto permite afirmar la existencia de diferencias en la empatía entre las percepciones de los usuarios en esas dos áreas.

Tabla 17

Estadístico de prueba U de Mann-Whitney de la empatía

Estadísticos de prueba^a	
	Empatía
U de Mann-Whitney	1643,500
W de Wilcoxon	4883,500
Z	-5,336
Sig. asintótica(bilateral)	,000

a. Variable de agrupación: Grupos

La tabla 17, muestra los resultados de la prueba de hipótesis con el estadístico U de Mann-Whitney para la empatía. Se observa que, la Sig. asintótica(bilateral) = ,000 < 0,05, U de Mann-Whitney = 1643,500; Z = -5,336. Por lo tanto, se rechaza H₀. Se concluye que, existen

diferencias significativas en la empatía de las áreas de Expendio y Distribución en los procesos de Admisión de Envíos Postales en SERPOST-LIMA.

Quinta hipótesis específica

H₀: No existen diferencias significativas en los elementos tangibles de las áreas de Expendio y Distribución del Proceso de Admisión de Envíos Postales en SERPOST- LIMA.

H₁: Existen diferencias significativas en los elementos tangibles de las áreas de Expendio y Distribución del Proceso de Admisión de Envíos Postales en SERPOST- LIMA.

Tabla 18

Rangos promedio de los elementos tangibles en dos áreas de atención

Rangos				
	Grupos	N	Rango promedio	Suma de rangos
Elementos tangibles	Área de expendio	80	99,44	7955,00
	Área de distribución	80	61,56	4925,00
	Total	160		

La tabla 16, muestra los rangos promedios de los elementos tangibles en dos áreas de atención operativas de SERPOST – Lima. Se evidencia, que la diferencia de rangos es de 37,88. Esto permite afirmar la existencia de diferencias en los elementos tangibles entre las percepciones de los usuarios en esas dos áreas.

Tabla 19

Estadístico de prueba U de Mann-Whitney de los elementos tangibles

Estadísticos de prueba ^a	
	Elementos tangibles
U de Mann-Whitney	1685,000
W de Wilcoxon	4925,000
Z	-5,244
Sig. asintótica(bilateral)	,000

a. Variable de agrupación: Grupos

La tabla 19, muestra los resultados de la prueba de hipótesis con el estadístico U de Mann-Whitney para los elementos tangibles. Se observa que, la Sig. asintótica(bilateral) = ,000 <

0,05, U de Mann-Whitney = 1685,000; Z = -5,244. Por lo tanto, se rechaza H_0 . Se concluye que, existen diferencias significativas en los elementos tangibles de las áreas de Expendio y Distribución en los procesos de Admisión de Envíos Postales en SERPOST-LIMA.

IV. Discusión

Esta investigación tuvo como objetivo general determinar el nivel de la Calidad de Servicio en las áreas de Expendio y Distribución del Proceso de Admisión de Envíos Postales en SERPOST- LIMA en el año 2019.

Sobre el objetivo general los resultados descriptivos indican que, en el área de Expendio, la calidad de servicio está en el nivel satisfecho con el 38,8% de las percepciones de los usuarios, frente al 29,4% del nivel aceptable que corresponde al área de Distribución. Asimismo, los resultados inferenciales indican en primer lugar, que la diferencia de rangos es de 42,72. Esto permite afirmar la existencia de diferencias en la calidad de servicio entre las percepciones de los usuarios en esas dos áreas. En segundo lugar, se concluye que existen diferencias significativas en la Calidad de servicio de las áreas de Expendio y Distribución en los procesos de Admisión de Envíos Postales en SERPOST-LIMA. Lo cual se demuestra con la Sig. asintótica(bilateral) = ,000 < 0,05, el estadístico U de Mann-Whitney = 1491,500 y Z = -5,835. Estos resultados son similares con los de (Serrano, 2018) quien concluyó, que se debe implementar estrategias para mejorar la calidad del servicio y reducir los niveles de insatisfacción de los usuarios, a través de equipos modernos, capacitaciones constantes a su personal, aumentar ventanillas de atención para la atención de sus clientes. Asimismo, (Chávez, Quezada, & Tello, 2017), concluyeron, que las expectativas del cliente del sector transporte terrestre interprovincial aún no se encuentran satisfechas, se recomienda a las empresas trabajar con el objetivo de no solo alcanzarlas sino superarlas de esta forma las empresas estarán preparadas ante la eventual llegada de competidores extranjeros, o la exposición de los clientes locales a estándares de calidad mucho más elevados y exigentes.

En referencia al primer objetivo específico, los resultados descriptivos indican que, en el área de Expendio, la fiabilidad está en el nivel satisfecho con el 39,4% de las percepciones de los usuarios, frente al 26,3% del nivel aceptable que corresponde al área de Distribución. Asimismo, los resultados inferenciales indican en primer lugar que la diferencia de rangos es de 42,72. Esto permite afirmar la existencia de diferencias en la fiabilidad entre las percepciones de los usuarios en esas dos áreas. En segundo lugar, se concluye que existen diferencias significativas en la fiabilidad de las áreas de Expendio y Distribución en los procesos de Admisión de Envíos Postales en SERPOST-LIMA. Lo cual se verifica con la Sig. asintótica(bilateral) = ,000 < 0,05, el estadístico U de Mann-Whitney = 1607,500 y Z = -5,458.

Otros resultados similares a este estudio se obtuvieron por (Armada, Martínez-Gallego, Segarra, & Díaz, 2016) quienes concluyeron que en ese caso particular los recursos disponibles para el servicio, condicionan la calidad, evidenciándose asimismo, que unos tienen mayor relevancia que otros, sobre la satisfacción percibida. Estos resultados, pueden facilitar la posible toma de decisiones en la mejora de los aspectos que son, peor valorados, y afianzar la calidad, así como la fidelización de los clientes y la satisfacción en lo referente al servicio que brinda la municipalidad. Asimismo, (Numpaque, Buitrago, & Pardo, 2019) concluyeron que en lo referente a la percepción que tienen los pacientes, sobre la calidad de los servicios que se brindan en general, se puede ver como un factor que es determinante para el establecimiento de los posibles planes de mejora a nivel operativo, dentro del hospital y en las instituciones prestadoras de los servicios de salud.

En relación al segundo objetivo específico, los resultados descriptivos indican que, en el área de Expendio, la seguridad está en el nivel satisfecho con el 40,0% de las percepciones de los usuarios, en relación al 25,0% del nivel aceptable que corresponde al área de Distribución. También, en primer lugar, la diferencia de rangos es de 44,56. Esto permite afirmar la existencia de diferencias en la seguridad entre las percepciones de los usuarios en esas dos áreas. En segundo lugar, se concluye que, existen diferencias significativas en la seguridad de las áreas de Expendio y Distribución en los procesos de Admisión de Envíos Postales en SERPOST-LIMA. Lo cual de demuestra con la Sig. asintótica(bilateral) = ,000 < 0,05, el estadístico U de Mann-Whitney = 1419,000 y Z = -6,139.

En referencia al tercer objetivo específico, los resultados descriptivos indican que, en el área de Expendio, la capacidad de respuesta está en el nivel satisfecho con el 35,6% de las percepciones de los usuarios, en relación al 20,6% del nivel aceptable que corresponde al área de Distribución. Asimismo, los resultados inferenciales indican en primer lugar que, la diferencia de rangos es de 42,26. Esto permite afirmar la existencia de diferencias en la capacidad de respuesta entre las percepciones de los usuarios en esas dos áreas. En segundo lugar, se concluye que, existen diferencias significativas en la capacidad de respuesta de las áreas de Expendio y Distribución en los procesos de Admisión de Envíos Postales en SERPOST-LIMA. Lo cual se verifica con la Sig. asintótica(bilateral) = ,000 < 0,05, el estadístico U de Mann-Whitney = 1509,500 y Z = -5,814. Resultados que son coincidentes con los obtenidos por (Sánchez, García, & Suárez, 2019) quienes concluyeron que se deben

mejorar los servicios de orientación para el empleo, a través de sus funciones y procesos de actuación para el beneficio de la población a través de un enfoque integral facilitando a los usuarios y usuarias gestionen su carrera y su proyecto profesional en contextos sociolaborales cambiantes e inciertos. Por último, otra implicación razonable conecta con la necesidad de normalizar, en la misma medida, los procesos de evaluación sobre el impacto de las acciones, no solo en términos cuantitativos y transversales, sino también de forma longitudinal y en términos más cualitativos sobre el modo en que se benefician las personas.

Sobre el cuarto objetivo específico, los resultados descriptivos indican que, en el área de Expendio, la empatía está en el nivel satisfecho con el 36,9% de las percepciones de los usuarios, en referencia al 27,5% del nivel aceptable que corresponde al área de Distribución. Asimismo, los resultados inferenciales indican en primer lugar que, la diferencia de rangos es de 38,92. Esto permite afirmar la existencia de diferencias en la empatía entre las percepciones de los usuarios en esas dos áreas. En segundo lugar, se concluye que, existen diferencias significativas en la empatía de las áreas de Expendio y Distribución en los procesos de Admisión de Envíos Postales en SERPOST-LIMA. Lo cual se demuestra con la Sig. asintótica(bilateral) = ,000 < 0,05, el estadístico U de Mann-Whitney = 1643,500 y Z = -5,336. En este mismo orden de ideas, (Mariños, 2018) recomienda fortalecer a sus recursos humanos mediante capacitaciones, implementar disposiciones internas, bajo una estricta política normativa y el mejoramiento de su infraestructura que brinde seguridad y sea más comfortable, para el mejoramiento en la calidad del servicio que brinda dicha institución. Por otra parte, (Ramirez, 2016) concluye que existe una relación directa y positiva entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario al brindar un mejor servicio mayor es la satisfacción de los pacientes, por lo que recomienda brindar un mejor trato a los pacientes con seguridad y confianza, así como mejorar el aspecto tangible como equipos médicos para una mejor atención.

En cuanto al quinto objetivo específico, los resultados descriptivos indican que, en el área de Expendio, los elementos tangibles están en el nivel satisfecho con el 38,8% de las percepciones de los usuarios, en referencia al 23,8% del nivel aceptable que corresponde al área de Distribución. También, los resultados inferenciales indican en primer lugar que, la diferencia de rangos es de 37,88. Esto permite afirmar la existencia de diferencias en los elementos tangibles entre las percepciones de los usuarios en esas dos áreas. En segundo lugar, se concluye que, existen diferencias significativas en los elementos tangibles de las

áreas de Expendio y Distribución en los procesos de Admisión de Envíos Postales en SERPOST-LIMA. Lo cual se verifica con la Sig. asintótica(bilateral) = ,000 < 0,05, el estadístico U de Mann-Whitney = 1685,000 y Z = -5,244.

Por otra parte, (López, 2018), concluyó que existe clientes insatisfechos debido a la atención del personal no quienes no brindan un trato personalizado, además, de la falta de capacitación y pocos recursos por lo que no se abastecen en la atención por lo que recomiendan fortalecer estas debilidades y crear incentivos, actividades, seguridad dentro de la empresa a fin lograr la calidad en el servicio. Asimismo, (Quispe & Ayaviri, 2016) concluye que el constructo de la satisfacción puede ser abordado en sus dimensiones y complejidades teniendo en cuenta sus actividades y necesidades de la organización ya sea producto o servicio, asimismo de acuerdo a su investigación se ha llegado a determinar que la medida la confianza presenta un rol muy importante en las organizaciones, así como la lealtad en base a la relación con la organización de prestación de servicios.

V. Conclusiones

Primera:

Sobre el objetivo general los resultados descriptivos indican que, en el área de Expendio, la calidad de servicio está en el nivel satisfecho con el 38,8% de las percepciones de los usuarios, frente al 29,4% del nivel aceptable que corresponde al área de Distribución. Asimismo, los resultados inferenciales indican en primer lugar, que la diferencia de rangos es de 42,72. Esto permite afirmar la existencia de diferencias en la calidad de servicio entre las percepciones de los usuarios en esas dos áreas. En segundo lugar, se concluye que existen diferencias significativas en la Calidad de servicio de las áreas de Expendio y Distribución en los procesos de Admisión de Envíos Postales en SERPOST-LIMA. Lo cual se demuestra con la Sig. asintótica(bilateral) = ,000 < 0,05, el estadístico U de Mann-Whitney = 1491,500 y $Z = -5,835$.

Segunda:

En referencia al primer objetivo específico, los resultados descriptivos indican que, en el área de Expendio, la fiabilidad está en el nivel satisfecho con el 39,4% de las percepciones de los usuarios, frente al 26,3% del nivel aceptable que corresponde al área de Distribución. Asimismo, los resultados inferenciales indican en primer lugar que la diferencia de rangos es de 42,72. Esto permite afirmar la existencia de diferencias en la fiabilidad entre las percepciones de los usuarios en esas dos áreas. En segundo lugar, se concluye que existen diferencias significativas en la fiabilidad de las áreas de Expendio y Distribución en los procesos de Admisión de Envíos Postales en SERPOST-LIMA. Lo cual se verifica con la Sig. asintótica(bilateral) = ,000 < 0,05, el estadístico U de Mann-Whitney = 1607,500 y $Z = -5,458$.

Tercera:

En relación al segundo objetivo específico, los resultados descriptivos indican que, en el área de Expendio, la seguridad está en el nivel satisfecho con el 40,0% de las percepciones de los usuarios, en relación al 25,0% del nivel aceptable que corresponde al área de Distribución. También, en primer lugar, la diferencia de rangos es de 44,56. Esto permite afirmar la existencia de diferencias en la seguridad entre las percepciones de los usuarios en esas dos áreas. En segundo lugar, se concluye que, existen diferencias significativas en la seguridad

de las áreas de Expendio y Distribución en los procesos de Admisión de Envíos Postales en SERPOST-LIMA. Lo cual se demuestra con la Sig. asintótica(bilateral) = ,000 < 0,05, el estadístico U de Mann-Whitney = 1419,000 y Z = -6,139.

Cuarta:

En referencia al tercer objetivo específico, los resultados descriptivos indican que, en el área de Expendio, la capacidad de respuesta está en el nivel satisfecho con el 35,6% de las percepciones de los usuarios, en relación al 20,6% del nivel aceptable que corresponde al área de Distribución. Asimismo, los resultados inferenciales indican en primer lugar que, la diferencia de rangos es de 42,26. Esto permite afirmar la existencia de diferencias en la capacidad de respuesta entre las percepciones de los usuarios en esas dos áreas. En segundo lugar, se concluye que, existen diferencias significativas en la capacidad de respuesta de las áreas de Expendio y Distribución en los procesos de Admisión de Envíos Postales en SERPOST-LIMA. Lo cual se verifica con la Sig. asintótica(bilateral) = ,000 < 0,05, el estadístico U de Mann-Whitney = 1509,500 y Z = -5,814.

Quinta:

Sobre el cuarto objetivo específico, los resultados descriptivos indican que, en el área de Expendio, la empatía está en el nivel satisfecho con el 36,9% de las percepciones de los usuarios, en referencia al 27,5% del nivel aceptable que corresponde al área de Distribución. Asimismo, los resultados inferenciales indican en primer lugar que, la diferencia de rangos es de 38,92. Esto permite afirmar la existencia de diferencias en la empatía entre las percepciones de los usuarios en esas dos áreas. En segundo lugar, se concluye que, existen diferencias significativas en la empatía de las áreas de Expendio y Distribución en los procesos de Admisión de Envíos Postales en SERPOST-LIMA. Lo cual se demuestra con la Sig. asintótica(bilateral) = ,000 < 0,05, el estadístico U de Mann-Whitney = 1643,500 y Z = -5,336.

Sexta:

En cuanto al quinto objetivo específico, los resultados descriptivos indican que, en el área de Expendio, los elementos tangibles están en el nivel satisfecho con el 38,8% de las percepciones de los usuarios, en referencia al 23,8% del nivel aceptable que corresponde al área de Distribución. También, los resultados inferenciales indican en primer lugar que, la

diferencia de rangos es de 37,88. Esto permite afirmar la existencia de diferencias en los elementos tangibles entre las percepciones de los usuarios en esas dos áreas. En segundo lugar, se concluye que, existen diferencias significativas en los elementos tangibles de las áreas de Expendio y Distribución en los procesos de Admisión de Envíos Postales en SERPOST-LIMA. Lo cual se verifica con la Sig. asintótica(bilateral) = ,000 < 0,05, el estadístico U de Mann-Whitney = 1685,000 y Z = -5,244.

VI. Recomendaciones

Primera:

Se recomienda a los funcionarios de SERPOST, capacitar a los trabajadores sobre los procedimientos de atención rápida y deferente a los clientes. Asimismo, se recomienda, monitorear los procesos internos y externos sobre de la calidad del servicio.

Segunda:

Se recomienda para futuras investigaciones, ampliar la muestra de estudio y también los grupos o áreas de los procesos de Admisión de Envíos Postales en SERPOST-LIMA. Esto permitirá, establecer una mayor cobertura de medición de las percepciones de los usuarios.

Tercera:

Se recomienda, a los funcionarios y autoridades de SERPOST y del gobierno central, incorporar las experiencias exitosas de otros países, sobre los procesos de atención y distribución de las mercaderías y correspondencia.

Cuarta:

Se recomienda a las autoridades y funcionarios de SERPOST, establecer y aplicar estrategias a nivel institucional a fin de mejorar la calidad del servicio al usuario, Para ello se debe utilizar y los recursos disponibles priorizando el presupuesto y las mejoras en las áreas de atención a los clientes y en los procedimientos operativos.

Quinta:

El instrumento utilizado en este estudio, la metodología utilizada y las estrategias en general pueden ser replicadas y mejoradas en otras investigaciones

Sexto:

Se deben hacer esfuerzos institucionales consensuados para que se mejore el desempeño de la organización, en función a la misión, visión y objetivos estratégicos que se pretenden lograr en el corto y mediana plazo.

Referencias

- Almohaimmeed, B. M. (2019). Internal service quality and external service quality using two versions of SERVQUAL scale: An empirical evidence from five malls in the capital city of Saudi Arabia. *Business: Theory and Practice*, 20(1998), 158–169. <https://doi.org/10.3846/btp.2019.15>
- Anguera, M. T., Arnau, J., Ato, M., Martínez, R., Pascual, J., & Vallejo, G. (2010). *Métodos de investigación en psicología*. Madrid: Síntesis. Retrieved from <https://www.casadellibro.com/libro-metodos-de-investigacion-en-psicologia-nddsc/9788477382843/468956>
- Armada, E., Martínez- Gallego, F., Segarra, E., & Díaz, A. (2016). La satisfacción del usuario como indicador de calidad en el servicio municipal de deportes: Percepción, análisis y evolución. *Sportk: Revista Euroamericana de Ciencias Del Deporte*, 5(1), 119–122. <https://doi.org/10.6018/254121>
- Balart, M. J. (2007). *La empatía: La clave para conectar con los demás*. AGAMA. Retrieved from http://www.gref.org/nuevo/articulos/art_250513.pdf
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación*. (3ra.Ed.) Colombia. Retrieved from <http://biblioteca.uccvirtual.edu.ni>
- Camisón, C., Cruz, S., & González, T. (2006a). *Gestión de la calidad: conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. Madrid: PEARSON EDUCACIÓN, S. A. Retrieved from https://books.google.com.co/books/about/Gestión_de_la_calidad.html?id=95A3GQAACAAJ&pgis=1
- Camisón, C., Cruz, S., & González, T. (2006b). *Gestión de la calidad: Conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. Ohsas. Retrieved from www.pearsoneducacion.com www.FreeLibros.org
- Chávez, C., Quezada, R., & Tello, D. (2017). *Calidad en el servicio en el sector transporte terrestre interprovincial en el Perú*. Pontificia Universidad Católica del Perú. Retrieved from <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/9587>
- Chiavenato, I. (2009). *Comportamiento organizacional. La dinámica del éxito en las*

organizaciones (2da.). México, D.F: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. de C.V.

Cote, L., Tena, C., & Madrazo, M. (2013). *Buenas practicas en calidad y seguridad en la atencion medica del paciente*. (E. Alfil, Ed.). Retrieved from <http://cvoed.imss.gob.mx/COED/home/normativos/DPM/archivos/coleccionmedicina deexcelencia/08 Buenas prácticas en calidad y seguridad en la atención del paciente- Interiores.pdf>

Curry, D. J. (1985). Measuring Price and Quality Competition. *Journal of Marketing*, 49(2), 106. <https://doi.org/10.2307/1251569>

De la Peña, E. (2014). Análisis de la satisfacción y de la calidad percibida por las personas atendidas en los Servicios Sociales Comunitarios del Centro Municipal de Servicios Sociales Delicias del Ayuntamiento de Zaragoza. *Cuadernos de Trabajo Social*, 27(1), 115–125. https://doi.org/10.5209/rev_CUTS.2014.v27.n1.42386

Delgado, A., López, L. A., & Luna, J. D. (1993). La Satisfacción De Los Usuarios Con Los Dos Modelos De Asistencia Primaria Vigentes En Andalucía. *Gaceta Sanitaria*, 7(34), 32–40. [https://doi.org/10.1016/S0213-9111\(93\)71131-0](https://doi.org/10.1016/S0213-9111(93)71131-0)

Gérvás, J., Pané, O., & Sicras, A. (2006). The capacity of response of primary care and the service networks. The case of Catalonia's Hospital Consortium. *Atencion Primaria*, 38(9), 506–510. <https://doi.org/10.1157/13095055>

Gorina, M., Limonero, J. T., Peñart, X., Jiménez, J., & Gassó, J. (2014). Comparación de la satisfacción de los usuarios de atención domiciliaria: modelo integrado vs. modelo dispensarizado. *Atencion Primaria*, 46(6), 276–282. <https://doi.org/10.1016/j.aprim.2013.07.011>

Gronroos, C. (1978). A Service-Orientated Approach to Marketing of Services. *European Journal of Marketing*, 12(8), 588–601. <https://doi.org/10.1108/EUM0000000004985>

Hernández, R., Cuevas, A., Mendoza, C. P., & Méndez, S. (2017). *Fundamentos de investigación*. Retrieved from http://unisabana.hosted.exlibrisgroup.com:80/F?func=service&doc_library=CNA01&local_base=CNA01&doc_number=000265082&sequence=000001&line_number=00

01&func_code=DB_RECORDS&service_type=MEDIA

- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación. McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.* (6ª). México, D.F.
- Hernandez, R., & Mendoza, C. P. (2018). *Metodología de la Investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta.* (S. A. D. C. V. McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, Ed.) (1ra ed.). México, D.F.
- Iqbal, S., Hassan, M., & Habibah, U. (2018). Impact of self-service technology (SST) service quality on customer loyalty and behavioral intention: The mediating role of customer satisfaction. *Cogent Business & Management*, 5, 1–23. <https://doi.org/10.1080/23311975.2018.1423770>
- Lerma, H. (2009). *Metodología de la investigación. Metodologia De La Investigacion.* Retrieved from [http://roa.ult.edu.cu/bitstream/123456789/3244/1/METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION PROPUESTA ANTEPROYECTO Y PROYECTO.pdf](http://roa.ult.edu.cu/bitstream/123456789/3244/1/METODOLOGIA_DE_LA_INVESTIGACION_PROPUESTA_ANTEPROYECTO_Y_PROYECTO.pdf)
- López, D. C. (2018). *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil.* (Tesis de maestría) Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Retrieved from <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9867/1/T-UCSG-POS-MAE-160.pdf>
- Mariños, D. (2018). *Calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios de la oficina de asuntos jurídicos de la Universidad Nacional de Trujillo, 2017.* Universidad César Vallejo. Retrieved from http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/11808/mariños_vd.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Medina, M., García, E., & De la Garza, M. I. (2009). Influencia de los factores de implementación en la calidad de los sistemas de información para la satisfacción del usuario. *Journal of Information Systems and Technology Management*, 6(1), 25–44. Retrieved from <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=203219577003>
- Mejias, A., Godoy, E., & Piña, R. (2018). Impacto de la calidad de los servicios sobre la satisfacción de los clientes en una empresa de mantenimiento. *Compendium*, 21(40). Retrieved from <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88055200020>

- Morales, P., Urosa, B., & Blanco, A. (2003). *Construcción de escalas de actitudes tipo Likert*. Madrid. Retrieved from <https://www.casadellibro.com/libro-construccion-de-escalas-de-actitudes-tipo-likert/9788471337375/935046>
- Müggenburg, M. C., & Pérez, I. (2007). Tipos de estudio en el enfoque de investigación cuantitativa. *Revista Enfermería Universitaria ENEO-UNAM*, 4(1). Retrieved from <https://www.redalyc.org/pdf/3587/358741821004.pdf>
- Numpaque, A., Buitrago, L. Á., & Pardo, D. F. (2019). Calidad de la atención en el servicio de cirugía ambulatoria desde la percepción del usuario. *Revista de La Facultad de Medicina*, 67(2), 235–239. <https://doi.org/10.15446/revfacmed.v67n2.65978>
- Parasuraman, A., Berry, L. L., & Zeithaml, V. A. (1993). More on improving service quality measurement. *Journal of Retailing*, 69(1), 140–147. [https://doi.org/10.1016/S0022-4359\(05\)80007-7](https://doi.org/10.1016/S0022-4359(05)80007-7)
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model Service Its Quality and Implications for Future Research. *Research Paper*, 49(4), 41–50. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(99\)00084-3](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(99)00084-3)
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1991). Understanding Customer Expectations of Service. *Sloan Management Review*, 32(3), 39. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/225084143_Understanding_Customer_Expectations_of_Service
- Pelegrín, J., Juaneda, E., & Olartel, C. (2016). Diez tipos de expectativas. *Revista Perspectiva Empresarial*, 3(1), 109. <https://doi.org/10.16967/rpe.v3n1a7>
- Quispe, G. M., & Ayaviri, V. D. (2016). Medición de la satisfacción del cliente en organizaciones no lucrativas de cooperación al desarrollo. *Revista Empresarial*, 10(37), 27–35. Retrieved from <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5580337>
- Ramirez, V. (2016). *Calidad de servicio y satisfacción del usuario del área de Farmacia del Hospital Santa Gema de Yurimaguas , 2016*. (Tesis de Maestría)Universidad Cesar Vallejo. Retrieved from http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/1797/ramirez_sv.pdf?sequence=1
- Ramos, C. (2015). Los paradigmas de la investigación científica. *Avances En Psicología*,

23(1), 9–17. <https://doi.org/10.33539/avpsicol.2015.v23n1.167>

- Reguant, M., & Martínez-Olmo, F. (2014). *Operacionalización de conceptos/variables*. Retrieved from <http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/57883/1/Indicadores-Repositorio.pdf>
- Rojas, I. R. (2011). Elementos para el diseño de técnicas de investigación: una propuesta de definiciones y procedimientos en la investigación científica. *Tiempo de Educar*, 12(24), 277–297. Retrieved from <https://www.redalyc.org/pdf/311/31121089006.pdf>
- Ruiz, A. (2002). *Concepto De Fiabilidad (Reliability)*. *Asociación Española para la Confiabilidad*. Retrieved from http://www.aec.es/c/document_library/get_file?p_1_id=33948&folderId=257007&name=DLFE-11836.pdf
- Sanabria, P. E., Romero, V. del C., & Flórez, C. I. (2015). El concepto de calidad en las organizaciones: una aproximación desde la complejidad. *Universidad & Empresa*, 16(27), 165–213. <https://doi.org/10.12804/rev.univ.empresa.27.2014.06>
- Sánchez, M. F., García, M. C., & Suárez, M. S. (2019). Servicios de orientación sociolaboral en la Región de Murcia, España: Buenas Prácticas y debilidades. *Rev. Ciencias Sociales* 164:, 109–130. Retrieved from <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/sociales/article/view/38520/39326>
- Serrano, M. (2018). *Calidad de servicio de los pacientes en los consultorios externos del Hospital Sergio Enrique Bernales, 2017*. Universidad César Vallejo. Retrieved from http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/15896/Serrano_MMB.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Siew, L., Ayankunle, T., Hanisah, S., & Downe, A. G. (2011). *Service Quality and Customer Satisfaction in a Telecommunication Service Provider*. *International Conference on Financial Management and Economics* (Vol. 11). Retrieved from <http://www.ipedr.com/vol11/5-R00009.pdf>
- Solórzano, G., & Acevedes, J. N. (2013). Importancia de la calidad del servicio al cliente. *Revista Del Departamento de Contaduría y Finanzas Publicada Por El Instituto Tecnológico de Sonora*, XIII(82). Retrieved from

<https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/Pacioli-82.pdf>

- Sotelo, Jesus G. (2016). Instrumento para medir la Instrumento para medir la satisfacción de usuarios en base a la norma ISO 9001:2008. *Revista Iberoamericana Para La Investigación y El Desarrollo Educativo*, 7(13).
- Vera, J., & Trujillo, A. (2016). El efecto de la calidad del servicio en la satisfacción del derechohabiente en instituciones públicas de salud en México. *Contaduría y Administración*. <https://doi.org/10.1016/j.cya.2016.07.003>
- Villavicencio, E., Torrachi, E., Pariona, M. del C., & Alvear, M. C. (2019). ¿Cómo Plantear Las Variables De Una Investigación?: Operacionalización De Las Variables. *Odontología Activa Revista Científica*, 4(1), 15–20. <https://doi.org/10.31984/oactiva.v4i1.289>

Anexos

Anexo 1: Matriz de consistencia

Matriz de consistencia							
Título: Calidad de Servicio del Proceso de Admisión de Envíos Postales en SERPOST- LIMA: Una Propuesta de mejora							
Autor: Dora Hilda Cuarez Auccapure							
Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables e indicadores				
<p>Problema General:</p> <p>¿Cuál es el nivel de la Calidad de Servicio en las áreas de Expendio y Distribución del Proceso de Admisión de Envíos Postales en SERPOST- LIMA?</p> <p>Problemas Específicos:</p> <p>¿Cuál es el nivel de fiabilidad en las áreas de expendio y Distribución del Proceso de Admisión de Envíos Postales en SERPOST- LIMA?</p> <p>¿Cuál es el nivel de seguridad en las áreas de Expendio y Distribución del Proceso de Admisión de Envíos Postales en SERPOST- LIMA?</p> <p>¿Cuál es el nivel de capacidad de respuesta en las áreas de Expendio y Distribución del Proceso de Admisión de Envíos Postales en SERPOST- LIMA?</p> <p>¿Cuál es el nivel de empatía en las áreas de expendio y Distribución del Proceso de Admisión de Envíos Postales en SERPOST- LIMA?</p>	<p>Objetivo general:</p> <p>Determinar el nivel de la Calidad de Servicio en las áreas de Expendio y Distribución del Proceso de Admisión de Envíos Postales en SERPOST- LIMA.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <p>Determinar el nivel de fiabilidad en las áreas de Expendio y Distribución del Proceso de Admisión de Envíos Postales en SERPOST- LIMA.</p> <p>Determinar el nivel de seguridad en las áreas de Expendio y Distribución del Proceso de Admisión de Envíos Postales en SERPOST- LIMA.</p> <p>Determinar el nivel de capacidad de respuesta en las áreas de Expendio y Distribución del Proceso de Admisión de Envíos Postales en SERPOST- LIMA.</p> <p>Determinar el nivel de empatía en las áreas de Expendio y Distribución del Proceso de Admisión de Envíos Postales en SERPOST- LIMA.</p>	<p>Hipótesis general:</p> <p>Existen diferencias significativas en la Calidad de servicio de las áreas de Expendio y Distribución en los procesos de Admisión de Envíos Postales en SERPOST-LIMA</p> <p>Hipótesis específicas:</p> <p>Existen diferencias significativas en la fiabilidad de las áreas de Expendio y Distribución del Proceso de Admisión de Envíos Postales en SERPOST-LIMA.</p> <p>Existen diferencias significativas en la seguridad de las áreas de Expendio y Distribución del Proceso de Admisión de Envíos Postales en SERPOST-LIMA.</p> <p>Existen diferencias significativas en la Capacidad de respuesta de las áreas de Expendio y Distribución del Proceso de Admisión de Envíos Postales en SERPOST- LIMA.</p> <p>Existen diferencias significativas en la empatía de las áreas de Expendio y Distribución del Proceso de Admisión</p>	Variable: Calidad de Servicio				
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	Niveles y rangos
			Fiabilidad	Interés para resolver problemas Cumplimiento de promesas Respeto de plazos No se cometen errores	1-5	Ordinal: Nunca (1) Casi nunca (2) A veces (3) Casi siempre (4) Siempre (5)	Insatisfecho 22 - 52 Aceptable 53 - 81 Satisfecho 82 - 110
			Seguridad	Generan confianza Clientes seguros con su proveedor Demuestran amabilidad Se demuestra conocimiento y formación	10-13		
			Capacidad Repuesta	Comunicación con el cliente Disposición para brindar ayuda Rapidez en la atención	6-9		
			Empatía	Se efectúa atención personalizada Se establecen horarios adecuados a las necesidades del cliente Se demuestra preocupación por las	14-18		

¿Cuál es el nivel de los elementos tangibles en las áreas de Expendio y Distribución del Proceso de Admisión de Envíos Postales en SERPOST- LIMA?	Admisión de Envíos Postales en SERPOST- LIMA.	de Envíos Postales en SERPOST- LIMA		necesidades de los clientes			
	Determinar el nivel de los elementos tangibles en las áreas de Expendio y Distribución del Proceso de Admisión de Envíos Postales en SERPOST- LIMA.	Existen diferencias significativas en los elementos tangibles de las áreas de Expendio y Distribución del Proceso de Admisión de Envíos Postales en SERPOST- LIMA	Elementos Tangibles	Apariencia física de las instalaciones Equipamiento de las instalaciones	19-22		
Nivel - diseño de investigación	Población y muestra	Técnicas e instrumentos		Estadística a utilizar			
Tipo de estudio: Básico Diseño: Descriptivo comparativo Método: Hipotético deductivo	Población: usuarios de SERPOST-Lima Tipo de muestreo: No aleatorio Tamaño de muestra: 160 usuarios de SERPOST-Lima	Variable: Calidad de servicio Técnicas: Encuesta Instrumentos: cuestionario Autor: Dora Hilda Cuarez Aucapure, adaptado de (Camisón, Cruz, & González, 2006b) Año: 2019 Ámbito de Aplicación: Oficina de SERPOST-Lima, Los Olivos. Forma de Administración: Individual		DESCRIPTIVA: Para el análisis estadístico descriptivo de los datos, se utilizó el programa SPSS, con el cual se generaron tablas y figuras para la variable y cada dimensión. INFERENCIAL: En el análisis inferencia se utilizó el estadístico U-Mann Whitney, para determinar la existencia de diferencias significativas entre las dos áreas operativas en estudio.			

Anexo 2: Cuestionario



Estimado usuario, con el presente cuestionario pretendemos obtener información respecto a la Calidad de servicio del proceso de admisión de envíos postales en Serpot S.A. para lo cual le solicitamos su colaboración, respondiendo todas las preguntas. Los resultados nos permitirán proponer sugerencias para mejorar la Calidad en el Servicio, en el área de Expendio y Distribución. Marque con una (X) la alternativa que considera pertinente en cada caso.

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

CALIDAD DE SERVICIO						
1: FIABILIDAD		S	CS	AV	CN	N
1	El tiempo de espera para la atención del servicio fue el adecuado					
2	Los trabajadores que atendieron el servicio respetaron el orden de llegada en el tiempo determinado.					
3	Ante un problema o consulta, los trabajadores mostraron interés por solucionarlo con cordialidad					
4	Los trabajadores atendieron eficientemente el servicio desde la primera vez					
5	Los trabajadores tienen los recursos adecuados y necesarios para realizar eficientemente la atención al usuario					
2: CAPACIDAD DE RESPUESTA		S	CS	AV	CN	N
6	El tiempo y la información recibida fueron adecuados para realizar sus trámites					
7	Los trabajadores lo (a) atendieron de manera rápida y eficiente					
8	Los trabajadores siempre se encuentran dispuestos a orientar y atender cordialmente a los usuarios					
9	Siempre hay personal disponible que brinda recomendaciones a mis necesidades del servicio postal.					
3: SEGURIDAD		S	CS	AV	CN	N
10	Los empleados transmiten confianza durante el proceso de atención.					
11	Los trabajadores mostraron un trato, amable, cortés, cordial con el público usuario.					
12	Como cliente me siento satisfecho (a) por la orientación y explicación por parte del personal que me atendió.					

13	La atención ha sido personalizada bajo privacidad de los trámites realizados, hasta el final del servicio.					
4: EMPATÍA		S	CS	AV	CN	N
14	Los trabajadores brindaron una atención adecuada e individualizada					
15	Estoy de acuerdo con el horario de atención para los usuarios.					
16	Los trabajadores siempre nos reciben con buena actitud, cortesía para atendernos.					
17	Los trabajadores muestran interés y preocupación por brindar una mejor atención a los usuarios					
18	Los trabajadores lograron atender los requerimientos y necesidades, me siento satisfecho					
5: ELEMENTOS TANGIBLES		S	CS	AV	CN	N
19	Me siendo cómodo (a) en las instalaciones físicas del área de atención al público.					
20	El área de atención al público cuentan con tecnología moderna					
21	Los trabajadores nos permiten hacer uso adecuado de los bienes y servicio de la empresa, que brinda satisfacción al usuario					
22	Los trabajadores se muestran debidamente uniformados y con buen trato al usuario.					

Anexo 3: Tabla de operacionalización

Tabla 1

Operación de la variable Calidad de Servicio

Dimensiones	Indicadores	Número de ítems	Escala de medición y Valores	de Niveles y Rango
Fiabilidad	Coherencia Consistencia Puntualidad	1,2,3,4,5		Satisfecho Insatisfecho
Capacidad de Respuesta	Disposición Rapidez Voluntad	6,7,8,9		Satisfecho Insatisfecho
Seguridad	Competencia Credibilidad Confianza	10,11,12,13	Nunca (1) Casi nunca (2)	Satisfecho Insatisfecho
Empatía	Cortesía Cooperación conocer necesidades Comunicación	14,15,16,17,18	A veces (3) Casi siempre (4) Siempre (5)	Satisfecho Insatisfecho
Elementos Tangibles	Infraestructura Personal Materiales y Equipos	19,20,21,22		Satisfecho Insatisfecho

Anexo 4: Resultados prueba piloto

Calidad de servicio

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	30	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	30	100,0

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

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,927	22

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos de corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
P1	77,83	194,489	,380	,927
P2	77,47	178,671	,795	,920
P3	77,77	187,289	,523	,925
P4	77,17	196,144	,244	,930
P5	77,97	185,206	,551	,925
P6	77,57	190,599	,437	,927
P7	77,63	182,723	,691	,922
P8	77,77	180,185	,750	,921
P9	77,60	180,041	,768	,920
P10	77,67	185,195	,621	,923
P11	77,40	190,800	,440	,927
P12	77,40	179,214	,845	,919
P13	77,60	182,317	,822	,920
P14	77,23	188,254	,679	,923
P15	77,97	190,102	,527	,925
P16	77,07	192,271	,535	,925
P17	77,60	188,938	,640	,923

P18	78,07	181,030	,631	,923
P19	77,23	184,806	,671	,922
P20	77,60	186,110	,540	,925
p21	77,83	195,592	,353	,928
p22	77,87	190,602	,425	,927

Anexo 5: Base de datos de la prueba piloto

Nº	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	p21	p22
1	2	1	1	3	1	2	1	1	1	1	2	1	1	2	1	3	2	1	2	1	3	1
2	3	4	4	5	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	2	4	3	2	2	3	3	3
3	4	4	5	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4
4	2	1	2	5	3	4	2	2	1	2	2	1	2	3	3	3	2	2	2	2	3	2
5	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5	3	2	4	4	3	3
6	3	4	3	3	3	2	2	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	2	5	5	5	5
7	5	5	5	3	3	4	5	4	5	5	5	5	4	3	5	4	3	4	3	3	3	4
8	3	5	4	5	1	5	5	4	5	4	3	4	5	4	3	5	3	5	5	3	3	3
9	2	4	5	5	5	4	4	3	3	4	5	3	3	5	3	5	3	2	5	4	2	3
10	5	4	4	5	2	5	4	3	3	3	2	3	3	4	3	5	4	4	4	3	2	3
11	3	2	2	5	2	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	5
12	3	2	2	3	1	4	4	3	3	3	4	3	3	4	2	4	3	3	4	3	3	3
13	4	4	2	1	3	3	4	3	5	5	5	4	4	4	5	4	4	1	5	4	3	5
14	4	4	4	5	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	2	2	3	3	2
15	4	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	4	3	2	3	2	3	3
16	4	4	4	3	3	1	2	1	4	4	5	4	4	3	3	4	4	2	4	5	4	4
17	4	4	4	3	3	2	3	2	4	5	5	4	3	4	5	4	4	2	5	4	3	2
18	3	3	3	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	3	4	4	5	5	4
19	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4
20	3	5	3	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	3	5	4	5	5	4	3	4
21	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	5	5	5	4	5	5	5	5	1	5	1
22	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4
23	3	3	3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	3	4	5	4	5	5	4	3
24	3	4	3	5	3	4	4	5	5	2	5	5	4	5	3	5	5	4	4	5	3	5
25	3	5	3	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	3	5	4	5	5	4	4	4
26	3	5	4	4	3	3	4	3	3	4	5	4	4	5	3	2	5	5	4	4	4	4

27	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	5	4	4	3	4	3	2	5	4	4	4
28	4	4	3	5	4	4	3	4	4	3	4	5	3	5	3	4	4	4	4	5	3	4
29	4	4	3	5	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	3	4	4	4	4	5	3	4
30	3	5	5	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	3

Anexo 6: Base de datos de la muestra

Nº	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	p21	p22	Grupos
1	3	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	1
2	3	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	1
3	3	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	1
4	3	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	1
5	3	4	5	3	4	5	5	4	4	5	5	5	4	3	4	3	3	3	5	4	5	5	1
6	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	1
7	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	1	3	5	3	1
8	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	4	4	4	1	4	5	4	1
9	4	4	4	5	4	3	4	5	3	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	3	1
10	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	3	4	4	4	1
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1
13	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1
14	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	1
15	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1
16	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1
17	3	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	1
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	1
19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	1
20	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	1
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	1
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1
25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1

27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1
29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1
30	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	1
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1
32	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1
34	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	1
35	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	1
36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1
37	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	1
38	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	1
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1
40	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	1
41	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1
42	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	1
43	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	1
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1
45	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	1
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1
47	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	1
48	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1
49	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	1
50	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	1
51	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	1
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1
53	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	1
54	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1
55	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	1

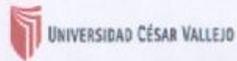
56	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	1
57	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	1
58	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	1
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1
60	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	1
61	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	3	3	4	5	1
62	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	1
63	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	1
64	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	1
65	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1
66	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	1
67	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	1
68	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1
69	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	1
70	2	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	1
71	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	1
72	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	1
73	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1
74	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1
75	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1
76	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	1
77	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	3	3	4	5	1
78	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	4	4	4	1	4	5	4	1
79	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	1
80	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	1
81	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	2
82	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	2
83	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	2
84	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	2

85	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	2
86	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	2
87	3	5	5	3	3	3	3	3	3	4	4	5	5	4	3	4	4	4	3	3	3	4	2
88	3	5	5	3	3	3	3	3	3	4	4	5	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	2
89	4	3	4	5	2	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	2
90	3	5	5	5	3	5	4	4	5	5	4	4	5	4	3	5	5	5	3	4	5	5	2
91	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2
92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	2
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	2
94	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	
95	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2
96	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	2
97	3	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	2
98	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	4	4	4	4	2
99	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	3	3	3	3	2
100	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	5	5	2
101	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	3	4	4	4	4	2
102	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	2
103	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	4	4	4	4	2
104	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	4	4	4	3	2
105	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	2
106	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	5	3	3	3	4	4	4	4	2
107	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
108	4	5	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	2
109	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
110	5	5	5	3	3	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	2
111	4	5	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	2
112	5	5	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	5	3	3	3	2	2	2	2	2
113	4	5	3	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	2

114	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	
115	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2
116	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	2
117	3	3	3	3	4	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2
118	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2
119	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
120	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2
121	3	4	4	3	4	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2
122	3	3	4	4	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2
123	4	3	3	3	4	3	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	4	2
124	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2
125	3	3	3	3	3	4	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2
126	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	2
127	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2
128	4	3	4	4	3	4	4	4	2	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	2
129	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2
130	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	2
131	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2
132	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2
133	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2
134	2	3	3	3	4	3	3	2	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	2
135	4	3	4	4	5	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2
136	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2
137	4	3	4	3	4	2	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	2
138	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2
139	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	2
140	2	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2
141	3	3	2	3	1	3	2	1	2	3	2	2	2	3	1	1	1	2	2	1	3	2	2
142	2	2	1	2	1	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	2	1	1	2

143	4	4	3	4	4	3	4	4	5	4	4	4	3	4	4	2	2	4	4	2	2	2	2
144	2	1	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2
145	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2
146	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2
147	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	2
148	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	2
149	3	3	4	4	4	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2
150	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	1	3	3	3	3	2
151	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2
152	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	2	3	3	3	3	3	4	2
153	2	2	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2
154	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	2
155	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2
156	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2
157	3	3	2	3	1	3	2	1	2	3	2	2	2	3	1	1	1	2	2	1	3	2	2
158	3	5	5	3	3	3	3	3	3	4	4	5	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	2
159	2	1	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2
160	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	2

Anexo 7: Certificado de validez de contenido



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE CALIDAD DE SERVICIO

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN FIABILIDAD								
1	El tiempo de espera para la atención del servicio fue el adecuado	✓		✓		✓		
2	Los trabajadores que atendieron el servicio respetaron el orden de llegada en el tiempo determinado.	✓		✓		✓		
3	Ante un problema o consulta, los trabajadores mostraron interés por solucionarlo con cordialidad	✓		✓		✓		
4	Los trabajadores atendieron eficientemente el servicio desde la primera vez	✓		✓		✓		
5	Los trabajadores tienen los recursos adecuados y necesarios para realizar eficientemente la atención al usuario	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN CAPACIDAD DE RESPUESTA								
6	El tiempo y la información recibida fueron adecuados para realizar sus trámites	✓		✓		✓		
7	Los trabajadores lo (a) atendieron de manera rápida y eficiente	✓		✓		✓		
8	Los trabajadores siempre se encuentran dispuestos a orientar y atender cordialmente a los usuarios	✓		✓		✓		
9	Siempre hay personal disponible que brinda recomendaciones a mis necesidades del servicio postal.	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN SEGURIDAD								
10	Los empleados transmiten confianza durante el proceso de atención.	✓		✓		✓		
11	Los trabajadores mostraron un trato, amable, cortés, cordial con el público usuario.	✓		✓		✓		
12	Como cliente me siento satisfecho (a) por la orientación y explicación por parte del personal que me atendió.	✓		✓		✓		
13	La atención ha sido personalizada bajo privacidad de los trámites realizados, hasta el final del servicio.	✓		✓		✓		

DIMENSIÓN EMPATÍA		Si	No	Si	No	Si	No
14	Los trabajadores brindaron una atención adecuada e individualizada	✓		✓		✓	
15	Estoy de acuerdo con el horario de atención para los usuarios.	✓		✓		✓	
16	Los trabajadores siempre nos reciben con buena actitud, cortesía para atendernos.	✓		✓		✓	
17	Los trabajadores muestran interés y preocupación por brindar una mejor atención a los usuarios	✓		✓		✓	
18	Los trabajadores lograron atender los requerimientos y necesidades, me siento satisfecho	✓		✓		✓	
DIMENSIÓN ELEMENTOS TANGIBLES		Si	No	Si	No	Si	No
19	Me siendo cómodo (a) en las instalaciones físicas del área de expendio para la atención al público.	✓		✓		✓	
20	El área de expendio (admisión) cuentan con tecnología moderna	✓		✓		✓	
21	Los trabajadores nos permiten hacer uso adecuado de los bienes y servicio de la empresa, que brinda satisfacción al usuario	✓		✓		✓	
22	Los trabajadores se muestran debidamente uniformados y con buen trato al usuario.	✓		✓		✓	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr Mg: ALCAS ZAPATA NOEL DNI: 0.616.728.2

Especialidad del validador: Metodólogo

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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

10 de 11 del 2019



Firma del Experto Informante.
Especialidad

Observaciones (precisar si hay suficiencia): HAY SUFICIENCIA

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

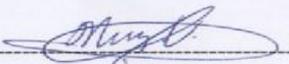
Apellidos y nombres del juez validador. Dni Mg: NUÑEZ UNDUERO JOSÉ ENRIQUE DNI: 07876624

Especialidad del validador: Mg. Ciencias Universitarias - Abogada - Lic. Prologista

.....de.....del 20.....

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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



Firma del Experto Informante.
Especialidad

Observaciones (precisar si hay suficiencia): HAY SUFICIENCIA

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: PEÑEZ SHAVEORIN, Segundo DNI: 75601051

Especialidad del validador: SESIÓN de la EDUCACIÓN

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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

.....de.....del 20.....

Firma del Experto Informante.
Especialidad

Acta de Aprobación de originalidad de Tesis

Yo, Noel Alcas Zapata, docente de la Escuela de Postgrado de la UCV y revisor del trabajo académico titulado "Calidad de servicio del proceso de admisión de envíos postales en SERPOST- Lima. Una propuesta de mejora" de la estudiante Dora Hilda Cuarez Aucaapure; y habiendo sido capacitado e instruido en el uso de la herramienta Turnitin, he constatado lo siguiente:

Que el citado trabajo académico tiene un índice de similitud constato 22% verificable en el reporte de originalidad del programa turnitin, grado de coincidencia mínimo que convierte el trabajo en aceptable y no constituye plagio, en tanto cumple con todas las normas del uso de citas y referencias establecidas por la universidad César Vallejo.

Lima, 5 de enero de 2020



Dr. Noel Alcas Zapata

DNI: 06167282

Feedback studio

Dora Hilda CUAREZ AUCCAPURE

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

INVESTIGACIÓN

PROBLEMAS AL APLICAR EL MÉTODO DE LA FUERZA EN CASOS DE FURTO

El método de la fuerza del método de la aplicación de la fuerza en los casos de robo y los problemas de fuerza.

TEMAS PARA INVESTIGAR AL APLICAR EL MÉTODO DE LA FUERZA EN CASOS DE FURTO

1. El método de la fuerza en los casos de robo y los problemas de fuerza.

2. El método de la fuerza en los casos de robo y los problemas de fuerza.

3. El método de la fuerza en los casos de robo y los problemas de fuerza.

4. El método de la fuerza en los casos de robo y los problemas de fuerza.

5. El método de la fuerza en los casos de robo y los problemas de fuerza.

6. El método de la fuerza en los casos de robo y los problemas de fuerza.

7. El método de la fuerza en los casos de robo y los problemas de fuerza.

8. El método de la fuerza en los casos de robo y los problemas de fuerza.

9. El método de la fuerza en los casos de robo y los problemas de fuerza.

22%

1	El método de la fuerza	10%
2	El método de la fuerza	3%
3	El método de la fuerza	1%
4	El método de la fuerza	1%
5	El método de la fuerza	1%
6	El método de la fuerza	1%
7	El método de la fuerza	1%
8	El método de la fuerza	1%
9	El método de la fuerza	1%

ESCUOLA DE POSGRADO
UCV
INVESTIGACIÓN
CAMPUS LIMA NORTE

Página 1 de 10 Número de palabras: 10276

Escribir aquí para buscar



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

1. DATOS PERSONALES

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

CUAREZ AUCCAPURE DORA HILDA

D.N.I. : 09049225

Domicilio : JR. 37 DIAS # 100-112 INDEPENDENCIA

Teléfono : Fijo : Móvil :

E-mail : dcuarez.uni@hotmail.com

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

Tesis de Pregrado

Facultad :

Escuela :

Carrera :

Título :

Tesis de Posgrado

Maestría

Doctorado

Grado : MAESTRA

Mención : GESTIÓN PÚBLICA

3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres:

CUAREZ AUCCAPURE DORA HILDA

Título de la tesis:

CALIDAD DE SERVICIO DEL PROCESO DE
ADMISION DE ENVIOS POSTALES EN
SERPOST - LIMA UNA PROPUESTA DE MEJORA

Año de publicación : 2020

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

A través del presente documento, autorizo a la Biblioteca UCV-Lima Norte, a publicar en texto completo mi tesis.

Firma :

Fecha : 12 MARZO 2020



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

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

ESCUELA DE POSGRADO

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

DORA HILDA CUBREZ AUCCAPURE

INFORME TITULADO:

Y CALIDAD DE SERVICIO DEL PROCESO DE ADMISION
DE ENVIOS POSTDIES EN SERPOST - LIMA
UNA PROPUESTA DE MESORA "

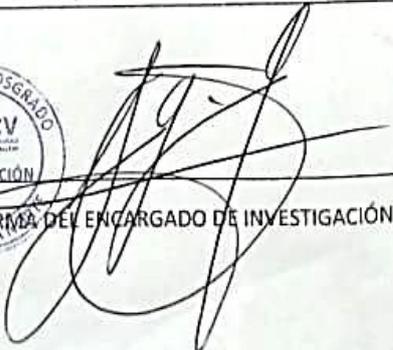
PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

MAESTRA EN GESTION PUBLICA

SUSTENTADO EN FECHA: 25 DE ENERO DE 2020

NOTA O MENCIÓN: APROBADO POR MAYORIA




FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN