



**Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión**

**Escuela de Posgrado**

**La calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en la entidad prestadora  
de servicios Barranca S.A**

**Tesis**

**Para optar el Grado Académico de Maestra en Gestión Pública**

**Autora**

**Velásquez Susanibar, Nancy Mariela**

**Asesora**

**Dra. Antonia Susanibar Gonzales**

M(a). ANTONIA SUSANIBAR GONZALES  
DOCENTE

**Huacho – Perú**

**2023**

# LA CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS EN LA ENTIDAD PRESTADORA DE SERVICIOS BARRANCA S.A

## INFORME DE ORIGINALIDAD

18%

INDICE DE SIMILITUD

16%

FUENTES DE INTERNET

4%

PUBLICACIONES

11%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

1

[tesis.unap.edu.pe](https://tesis.unap.edu.pe)

Fuente de Internet

1 %

2

[repositorio.unajma.edu.pe](https://repositorio.unajma.edu.pe)

Fuente de Internet

1 %

3

Submitted to Universidad Andina Nestor  
Caceres Velasquez

Trabajo del estudiante

1 %

4

Submitted to Universidad Continental

Trabajo del estudiante

1 %

5

[webcache.googleusercontent.com](https://webcache.googleusercontent.com)

Fuente de Internet

1 %

6

Submitted to Universidad Nacional Micaela  
Bastidas de Apurimac

Trabajo del estudiante

1 %

7

Submitted to Universidad Inca Garcilaso de la  
Vega

Trabajo del estudiante

1 %

8

[repositorio.upci.edu.pe](https://repositorio.upci.edu.pe)

Fuente de Internet

**LA CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS EN LA  
ENTIDAD PRESTADORA DE SERVICIOS BARRANCA S.A.**

Nancy Mariela Velásquez Susanibar

**TESIS DE MAESTRÍA**

**ASESOR: Dra. Antonia Susanibar Gonzales**

**UNIVERSIDAD NACIONAL  
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN  
ESCUELA DE POSGRADO  
MAESTRO EN GESTIÓN PÚBLICA  
HUACHO**

**2022**

## **DEDICATORIA**

Dedico mi tesis de investigación en primer lugar a Dios, por el hacedor de todas las cosas, por brindarme la vida y salud para continuar en este proceso de obtener una de mis metas deseadas.

A mis padres por su amor ejemplo en todos estos años y a mi esposo por su apoyo incondicional en todo lo que emprendo.

*Nancy Mariela Velásquez Susanibar*

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento importante de mi formación profesional. A mi familia por ser el pilar más importante y por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional.

De igual manera, expreso mi gratitud a todos los docentes con los que contado durante mi desarrollo profesional, quienes contribuyeron con sus conocimientos y aportes para lograr mis metas.

*Nancy Mariela Velásquez Susanibar*

# ÍNDICE

Dedicatoria.....	III
Agradecimiento.....	IV
Índice.....	V
Resumen.....	VIII
Abstrac.....	IX
Introducción.....	X

## CAPÍTULO I:

### PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática .....	12
1.2. Formulación del problema.....	13
1.2.1. Problema general .....	13
1.2.2. Problemas específicos .....	13
1.3. Objetivos de la investigación.....	14
1.3.1. Objetivo general.....	14
1.3.2. Objetivos específicos .....	14
1.4. Justificación de la investigación.....	15
1.5. Delimitaciones del estudio .....	16
1.6. Viabilidad del estudio.....	16

## **CAPÍTULO II:**

### **MARCO TEÓRICO**

2.1	Antecedentes de la investigación.....	18
2.1.1.	Investigaciones internacionales .....	18
2.1.2.	Investigaciones nacionales.....	19
2.2	Bases teóricas .....	21
2.3	Bases Filosóficas .....	31
2.4	Definición de términos básicos .....	33
2.5	Hipótesis de la investigación.....	34
2.5.1	Hipótesis general .....	34
2.5.2	Hipótesis específicas.....	34
2.6	Operacionalización de las variables .....	35

## **CAPÍTULO III:**

### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

3.1	Diseño metodológico.....	40
3.2	Población y muestra .....	40
3.2.1	Población .....	40
3.2.2	Muestra .....	40
3.3	Técnica de recolección de datos .....	40

3.4 Técnicas para el Proceso de la Información.....	40
---	----

## **CAPÍTULO IV:**

### **Resultados**

4.1 Análisis de los Resultados.....	43
-------------------------------------	----

4.2 Contratación de Hipótesis.....	49
------------------------------------	----

## **CAPÍTULO V:**

### **Discusión**

5.1 Discusión de los Resultados.....	60
--------------------------------------	----

## **CAPITULO VI**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

6.1 Conclusiones.....	62
-----------------------	----

6.2 Recomendaciones.....	63
--------------------------	----

## **CAPITULO VII**

### **REFERENCIAS**

5.1. Fuentes bibliográficas.....	65
----------------------------------	----

5.2. Fuentes hemerográficas.....	66
----------------------------------	----

5.3. Fuentes electrónicas.....	67
--------------------------------	----

### **ANEXOS**

Anexos.....	68
-------------	----

3.4 Matriz de consistencia.....	74
---------------------------------	----



## RESUMEN

La finalidad del análisis fue “*determinar la relación existente entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios en la entidad prestadora de servicios Barranca S.A.*” fue un estudio de tipo descriptivo puesto que su objetivo fundamental es describir un tema de para la comunidad, sin tratar de cambiar la realidad, también es una investigación correlacional, ya que busca mostrar la relación que existe entre las variables calidad de servicio, con sus dimensiones aspectos tangibles, confiabilidad y capacidad de respuesta, con la variable satisfacción de los usuarios y sus dimensiones humana, técnico científico y entorno.

La población está conformada por los usuarios que frecuentan la empresa en el periodo de un mes con un total aproxis de 1200 personas que acuden por diversos motivos.

La muestra estará conformada de manera no probabilística porque la investigadora a delimitado el tamaño de su muestra con un total de 300 personas que acuden a la empresa en el periodo de una semana.

El instrumento elegido es el cuestionario, una para cada variable, a su vez cada variable se divide en tres dimensiones conformada por tres indicadores.

**Palabras Claves:** calidad de servicio, satisfacción y usuarios

## ABSTRAC

The purpose of the analysis was "to determine the relationship between service quality and user satisfaction in the service provider Barranca S.A." It was a descriptive study since its main objective is to describe a topic for the community, without trying to change reality, it is also a correlational investigation, since it seeks to show the relationship that exists between the quality of service variables, with their dimensions tangible aspects, reliability and responsiveness, with the variable user satisfaction and its human, technical-scientific and environmental dimensions.

The population is made up of users who frequent the company in the period of one month with a total of approximately 1200 people who come for various reasons.

The sample will be made up in a non-probabilistic way because the researcher has delimited the size of her sample with a total of 300 people who come to the company in a period of one week.

The chosen instrument is the questionnaire, one for each variable, in turn each variable is divided into three dimensions made up of three indicators.

Keywords: service quality, satisfaction and users

## INTRODUCCION

Las entidades prestadoras de servicio tienen una gran responsabilidad a nivel profesional y ética, por lo que el personal que labora en dichas empresas debe proporcionar servicios eficientes, es así que la entidad prestadora de Servicios Barranca S.A, ha venido impulsando y reforzando el desarrollo de sus funciones dentro de la población, para con ello dotar de agua potable a la ciudad de Barranca, y Supe, en su calidad de empresa prestadora de servicios de saneamientos

Entre los principales objetivos de la empresa se resalta el servicio de saneamiento que comprende los servicios de agua potable y alcantarillado, garantizando así el recurso y brindando servicios de calidad, para lo cual cabe resaltar se cuenta con instalaciones correctamente implementada y personal capacitado para cumplir dichos objetivos, sin embargo existe un sector del público que piensa distinto, ante lo cual se plantea la siguiente interrogante de investigación: ¿Cómo se relaciona la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios en la entidad prestadora de servicios Barranca S.A.

Ante lo expuesto, la presente investigación tiene el objetivo de: Determinar la calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en la entidad prestadora de servicios Barranca S.A., es sabido que los usuarios muestran su satisfacción con un determinado servicio según el grado de expectativa que tiene y cómo la empresa cumple con éstas ideas, es sabido también que toda empresa prestadora de servicios de calidad reciben beneficios si muestran eficiencia y eficacia en la prestación de servicios públicos como por ejemplo hay mayores ingresos, alcanzando las metas propuestas para cada año, considerando ello, es necesario determinar la calidad de servicio que se le brinda al público, para este caso hablamos específicamente de la calidad de servicio prestado por la entidad prestadora de servicios Barranca S.A. hacia sus clientes.

## **CAPITULO I**

### **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

## **1.1. Descripción de la realidad problemática.**

El proceso de globalización y los avances tecnológicos de una manera súbita han colocado a las organizaciones en un escenario de mercado muy competitivo, generando que dichas organizaciones se vean obligadas a innovar con el objetivo de potenciar los servicios que brindan al mercado, considerando que en la actualidad el cliente es más exigente lo que lleva a innovar las estrategias de cómo llevar el mejor servicio, puesto que el cliente es y será la razón principal de toda organización.

El cliente será el que finalmente juzgue la calidad del servicio, según su percepción y el cubrimiento de su necesidad lo que permite el posicionamiento de la organización en el mercado, si el cliente no se siente bien atendido, entonces se tiene un buen producto pero una mala atención, es importante que desde el primer momento en que el cliente tiene contacto con la institución, éste debe dar la mejor impresión de que se le brindará un buen servicio, ante lo expuesto entonces se recomienda considerar lo siguiente: transmitir una actitud positiva, conocer las necesidades del cliente, encargarse de las necesidad y hacer que el cliente regrese.

La mayoría de las organizaciones centran sus objetivos en fortalecer su calidad técnica y la calidad del producto, dejando de lado la calidad funciona, es decir no consideran importante la forma como se brinda el producto y el trato al usuario, lo que encierra la actitud, el comportamiento y la experiencia que demuestra al atender los trabajadores de la empresa, la calidad de servicio hace referencia entonces lo esperado por el cliente descuerdo a lo prometido, de modo que cubra sus necesidades y supere las expectativas que tiene.

La realidad actual de nuestro país, en la cual, las instituciones del gobierno se ven envueltos en escándalos, nos hace pensar en los problemas que éstas empresas tienen que afrontar y si agregamos a esto, la gran desconfianza, insatisfacción y descontento de la población que son

quienes gracias a sus impuestos sostienen el presupuesto de la gestión edil, el problema se agrava, la demora de la atención, la falta de atención, la ambigüedad de información brindada, el personal prepotente, la poca paciencia y la desconfianza de las autoridades en sus propios trabajadores, son los problemas más llamativos en instituciones del estado como por ejemplo las municipalidades, dando como resultado un cliente insatisfecho y descontento con los servicios que se le brinda.

Por todo lo expuesto, se presenta la siguiente investigación con la finalidad de mostrar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario de los usuarios en la entidad prestadora de servicios Barranca S.A, cuyos resultados serán usados como indicadores a ser considerados en las decisiones dentro de la organización con miras a mejorar las estrategias de servicio y fortalecer las que estén actualmente dando buenos resultados.

## **1.2. Problema de la investigación**

### **1.2.1. Problema general.**

¿Cómo se relaciona la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios en la entidad prestadora de servicios Barranca S.A.?

### **1.2.2. Problemas específicos.**

¿Cómo se relaciona la calidad de servicio en su aspecto tangible y la satisfacción de los usuarios en la entidad prestadora de servicios Barranca S.A.?

¿Cómo se relaciona la calidad de servicio en su aspecto de confiabilidad y la satisfacción de los usuarios en la entidad prestadora de servicios Barranca S.A.?

¿Cómo se relaciona la calidad de servicio en su aspecto capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios en la entidad prestadora de servicios Barranca S.A.?

¿Cómo se relaciona la calidad de servicio en su aspecto garantía y la satisfacción de los usuarios en la entidad prestadora de servicios Barranca S.A.?

### **1.3. Objetivos de la investigación.**

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

Determinar la relación existente entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios en la entidad prestadora de servicios Barranca S.A.

#### **1.3.2 Objetivos específicos**

Determinar la relación existente entre la calidad de servicio en su aspecto tangible y la satisfacción de los usuarios en la entidad prestadora de servicios Barranca S.A.

Determinar la relación existente entre la calidad de servicio en su aspecto de confiabilidad y la satisfacción de los usuarios en la entidad prestadora de servicios Barranca S.A.

Determinar la relación existente entre la calidad de servicio en su aspecto de capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios en la entidad prestadora de servicios Barranca S.A.

Determinar la relación existente entre la calidad de servicio en su aspecto garantía y la satisfacción de los usuarios en la entidad prestadora de servicios Barranca S.A.

## **1.4 Justificación de la investigación.**

### **1.4.1 Justificación teórica**

La investigación hace referencia a la calidad de servicio brindada por el personal de la entidad prestadora de servicios Barranca S.A., en el cual se hará un análisis del trato hacia los clientes, si el personal es el adecuado, alineado en valores y si se encuentra capacitado para atender las necesidades de los usuarios considerando los estándares requeridos, lo cual nos brindará resultados importantes para así proponer los cambios necesarios con respecto a la atención al usuario.

Además, se hace un análisis acerca de la satisfacción del usuario, considerando si éstos se sienten satisfechos, si tuvieron una atención oportuna, si la percepción que tenían era positiva, siendo entonces una investigación que busca aportar dentro de la organización, para que brinden a corto plazo una buena atención a sus clientes, por otro lado, también busca generar un antecedente para futuras investigaciones.

### **1.4.2. Justificación práctica**

El estudio aportará beneficios principalmente a los clientes por que se busca hacer un cambio positivo en el comportamiento del personal que labora dentro de la organización brindando así mejores soluciones a sus necesidades, el beneficio también es para la imagen de la entidad prestadora de servicios Barranca S.A. por la percepción positiva que los usuarios tendrán de los servicios que se brindan, por último se beneficia la comunidad en general porque serán atendidos amablemente y buscando solucionar los problemas que la población presenta.

### **1.4.3. Justificación metodológica**

Para conocer la relación existente entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios en la entidad prestadora de servicios Barranca S.A., se utilizó como instrumento a la



encuesta, permitiéndonos obtener los datos precisos, que fueron analizados estadísticamente, llegando a resultados y conclusiones.

## **1.5 Delimitaciones.**

### **1.5.1 Espacial.**

La investigación se realizó en la entidad prestadora de servicios Barranca S.A, la cual se encuentra en calle José Gálvez N°640, en la ciudad de Barranca.

### **.1.5.2 Temporal.**

El estudio de desarrolló en el periodo laboral 2022.

## **1.6 Viabilidad.**

La tesis es viable, ya que se contó con el respaldo teórico y práctico necesario, además de los antecedentes nacionales e internacionales suficientes, la entidad prestadora de servicios Barranca S.A. y la población en estudio brindaron su apoyo para el desarrollo de la tesis, además el financiamiento fue cubierto en su totalidad por la autora.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1 Antecedentes de la investigación.**

##### **Investigaciones internacionales**

Remache (2019). El autor realizó la siguiente investigación: “*Calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Sipecom SA. de la ciudad de Guayaquil - Ecuador, período 2018*”, con la finalidad de demostrar la asociación entre calidad del servicio y la

satisfacción del cliente, para lo cual contaron con una muestra de 20 clientes y para obtener los datos necesarios se aplicó como instrumento al cuestionario, la tesis es de tipo descriptivo, correlacional, no experimental, la información recolectada fue analizada mediante una estadística inferencial, los resultados obtenidos mostraron que existe una asociación directa entre las variables calidad de servicio y la variable satisfacción del cliente, lo que nos permitió afirmar que según el grado en que la calidad de servicio al cliente mejore, la satisfacción del cliente aumentará de forma significativa, por lo que resulta necesario que la empresa Sipecom S.A. invierta en constantes capacitaciones a su personal, sobre todo en temas de atención al público ya que esto permitirá mantener e incrementar su cartera de clientes.

Orozco, (2017). El investigador presenta su investigación: “*Satisfacción de los usuarios sobre la calidad de atención recibida en consulta externa, hospital militar escuela Dr. Alejandro Dávila Bolaños. Managua, Nicaragua. Febrero 2017*”, con el objetivo de evaluar el nivel de satisfacción de los pacientes acerca de la calidad de servicio que brinda el consultorio externo de medicina, el estudio tuvo un diseño metodológico descriptivo, de corte transversal, la población sumó un total de 364 pacientes, el instrumento aplicado fue la encuesta, el cual fue recolectado por dos licenciados jefas de unidad asistencial, llegando al resultado de que hubo un equilibrio en los cuatro niveles de la población, el 60% fueron mujeres de las cuales el 60% señalaba una buena calidad de atención, el 70% tenían el grado de bachiller, de los cuales el 78% afirmaba que existía una buena calidad de atención y el 90% vivían en la zona urbana de la ciudad, de los cuales el 60% aseguraba que existía una buena calidad de atención, concluyendo entonces que la organización debe mejorar la atención sanitaria y así empoderar a sus pacientes, para lo cual se recomienda aplicar modelos de medición de calidad, que permita conocer el grado de satisfacción de los usuarios para así considerar los aspectos a mejorar.

Armada, E. (2016), El investigador realizó la siguiente investigación: “*La Satisfacción del Usuario como Indicador de Calidad en el Servicio Municipal de Deportes. Percepción,*

*Análisis y Evolución*”, ser consciente de la opinión que tienen los usuarios de los servicios que reciben es el primer paso para poder implementar servicios de calidad que brinden el mejor servicio a los pobladores, el estudio es de tipo descriptivo, correlacional, no experimental, para su desarrollo contó con una población de 40 estudiantes y la muestra sumó un total de 20 estudiantes, a los cuales se les aplicó como instrumento a la entrevista y el cuestionario, la información obtenida fue analizada estadísticamente para llegar a concluir lo siguiente: los valores medidos de satisfacción percibida por parte de los usuarios de las instalaciones deportivas es alta, apreciándose que los usuarios del último año refieren una mejor calidad de servicio a comparación de años pasados, en cuanto al género, las mujeres valoran más los servicios que se le brindan, pero en cuanto a la enseñanza que se imparte, se apreció que en los últimos años está un poco bajo y el motivo principal fue que existió un cambio de personal en este periodo.

### **Nivel nacional**

Hallasi (2021). La investigadora muestra su tesis “*Calidad de servicio y satisfacción del usuario/ria del centro emergencia mujer en comisaría Puno, 2019*”, con el objetivo de mostrar la relación existente entre la calidad de servicio y el nivel de satisfacción del cliente del centro de emergencia mujer Puno, ésta institución brinda servicios gratuitos en búsqueda de justicia para mujeres violentadas, la población estuvo conformada por un total de 344 mujeres atendidas, la muestra fue no probabilística y sumó un total de 112 usuarias, la investigación aplicó un método deductivo, cuantitativo y no experimental, el diseño del estudio fue el tipo descriptivo y correlacional, el instrumento aplicado fue la encuesta, los resultados fueron que el 78% de las mujeres piensan que existe una buena calidad de servicio, llegando a la conclusión de que existe una relación significativa entre las dos variables en estudio, existe además una relación de confiabilidad y satisfacción por parte del usuario deduciéndose con

ello que los usuarios reciben el interés de los profesionales que laboran en la organización desde que inicia la atención, comprometidos en realizar el servicio requerido y en el tiempo prudente.

Navarro & Lozano, (2018). Los investigadores nos muestran su estudio: *“Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Distrital de Belén – 2018”*, con la finalidad de mostrar la relación que hay entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios que brindan los servicios de la municipalidad de Belén, puesto que la calidad esperada por el usuario es responsabilidad de la organización que brinda el servicio, todas las empresas públicas tienen un gran compromiso con la comunidad, el cual consiste en brindar una atención efectiva, la cual además está contemplada por la ley, la tesis tiene un diseño descriptivo y correlacional, el instrumento fue la encuesta, la muestra estuvo conformada por un total de 138 usuarios, finalmente se concluyó lo siguiente: el personal que labora en la organización, necesita de capacitaciones en cuanto a servicio al cliente, en formas de comunicación, en el ejercicio de valores, principalmente en respeto, buen trato, empatía, cortesía, de esa forma la organización puede ofrecer la mejor calidad de servicio y los usuarios se sentirán contentos de pertenecer a ella.

Benítez, et al. (2017), Los autores nos presenta la siguiente investigación: *“Calidad del servicio y satisfacción del cliente en la entidad prestadora de servicios de saneamiento - EPS Tacna S.A, 2016”*, los principales objetivos de dicha organización buscan garantizar el recurso hídrico de la población de Tacna, brindado un producto de calidad, para lo cual se halla correctamente implementada, organizada y su personal constantemente capacitado para cubrir las expectativas de la población, cabe mencionar que en diversas oportunidades ha sido evaluada por el organismo superior de control y supervisión obteniendo muy buenos resultados, sin embargo esta percepción no es compartido por todo su público objetivo, ya que se presentan muchas quejas por parte de los usuarios impulsando así el desarrollo de la presente

investigación, la tesis de desarrollo bajo un diseño descriptivo, correlacional, no experimental, el instrumento aplicado fue la encuesta y la entrevista, la población sumó un total de 60 usuarios, llegando a las siguientes conclusiones: la asociación entre la calidad de servicio y satisfacción del cliente en la unidad prestadora de servicios que brinda la EPS Tacna muestra un grado de insatisfacción del servicio que brindan, existiendo un bajo nivel en la calidad de servicio, desde la perspectiva del usuario, el 80% piensa que existe un déficit de calidad, lo que hace pensar que las expectativas de los usuarios han sido insatisfechas por la empresa, por lo que se recomienda adicionar indicadores de satisfacción para evaluar periódicamente el desempeño del personal que labora en dicha organización.

## **2.2 Bases teóricas.**

### **Calidad de servicio.**

La calidad hace referencia al cumplimiento de los requerimientos que necesita el usuario, es satisfacer sus necesidades, lo que se refleja en la obtención de los beneficios obtenidos a partir de hacer las cosas de una mejor manera, generando la satisfacción de los clientes, éstos hacen referencia a la disminución de costos, la permanencia dentro del mercado, las mejores ganancias, etc. (Álvarez, 2017)

La calidad es la satisfacción de las necesidades de los usuarios mediante un servicio que esté más allá de sus expectativas, ante lo expuesto se deduce que así como los productos también los servicios que se ofrecen deben cumplir requisitos de calidad para alcanzar la completa satisfacción de las necesidades, si una empresa quiere que un cliente vuelva, debe entonces proveer el servicio que el cliente desea, y considerarse cinco dimensiones importantes: capacidad de respuesta, confiabilidad, empatía, aseguramiento y eficiencia. (Álvarez, 2017)

Dentro de una organización, la calidad de servicio se interpreta de distintas formas, algunos conoedores mencionan que la calificación de calidad está a cargo de los propios clientes, ya que son ellos quienes comprobarán la calidad final del producto que obtuvieron y si éste cubrió sus expectativas, también se considera a la calidad de servicio como la asociación entre la estructura, el proceso y el resultado final y si éstos se acoplan a la idea de cada cliente y a su satisfacción, en resumen el pilar fundamental de la calidad de servicio es la relación existente entre el resultado obtenido por el cliente y la expectativa que se tenía del producto o servicio elegido. (Contreras & Romero, 2019)

### **Importancia de la calidad**

- La calidad acrecienta la satisfacción de los usuarios.
- Permite conservar la confianza de los usuarios.
- Forma clientes leales a la empresa.
- Mantiene la vialidad de la empresa.
- Reduce los costos
- Incrementa notablemente la productividad.
- Genera trabajadores eficientes.
- Permite ser una organización competitiva.
- La calidad se relaciona a todos los niveles dentro de una organización desde los jefes hasta los obreros.
- La calidad debe ser el pilar fundamental de todos los procesos dentro de una organización.
- La calidad es medida por los resultados que se alcanzan.
- La calidad es integral ya que contempla a los usuarios y a la propia organización, por ejemplo, relacionado al personal, ya que gracias a ellos se alcanzan las metas, la

organización ya que mediante una buena estructura y buenos elementos se logra el éxito, la tecnología, como una forma más rápida de alcanzar el objetivo, los recursos, los materiales deben ser de buena calidad para tener los mejores resultados. (Contreras & Romero, 2019)

La calidad de servicio Hace referencia a la relación directa establecida entre las organizaciones y sus clientes, tanto la calidad como el servicio son dos conceptos inseparables, un factor importante para lograr un alto nivel de calidad en el servicio es alcanzar la expectativa del usuario con respecto al servicio o sobrepasarla, puesto que la calidad es la habilidad de una organización para trabajar de forma fiable y sostenida en el tiempo y a un buen nivel de desempeño. (Gimeno & Ruiz, 2015)

La calidad de servicio cubre con las necesidades del mercado objetivo, a través de todo el proceso que significa adquirir un servicio, es decir desde el momento en que el usuario decide adquirirlo hasta el sentimiento posterior al uso de dicho servicio, por lo expuesto se deduce entonces que la calidad de servicio es una estrategia de diferenciación, usada por las organizaciones para generar rentabilidad y aumentar la productividad, ganando con ello la fidelidad de los clientes, resaltando la imagen de la organización, significando entonces un requisito fundamental para alcanzar el éxito económico de toda empresa. (Gimeno & Ruiz, 2015)

Considerando los conceptos mencionados líneas arriba, se puede afirmar que la calidad de servicios es un grupo de elementos de carácter tangible, que tienen por características principales el ser fiables, responsables, seguros, empáticos y que son ofrecidos por la organización, y que al ser percibidos por los usuarios se traducen en un alto nivel de satisfacción. (Ipanagué, 2016)



La calidad de servicio es considerado como una forma de ser y de actuar, generando cuando el personal que labora en la institución cree, comparte y ejercen determinados valores con la finalidad de satisfacer los requerimientos del cliente, por ello es importante que el personal este constantemente capacitado, sea consciente de la función que cada uno cumple dentro de la organización para evitar que los clientes tengan que hacer trámites burocráticos, largas colas o sea víctima de una mala atención. (Ipanagué, 2016)

### **Principios de la calidad del servicio.**

- La primera impresión es fundamental, por lo que es necesario hacer las cosas bien desde el inicio.
- Solucionar las necesidades del usuario.
- Brindar siempre soluciones, y no busca justificar los errores cometidos.
- Mostrar siempre optimismo.
- El cliente es la razón de toda organización, por ello se le debe brindar el mejor trato posible.
- Cumplir con las fechas establecidas en las tareas encomendadas.
- Colaborar entre compañeros para alcanzar las metas de la organización.
- Reconocer los errores que se comenten.
- Ser organizado, y ordenado con el equipo de trabajo.
- Ser responsable y generar sentimientos de confianza a los clientes.
- Simplificar lo complicado.
- Eliminar la burocracia. (Pulido. 2016)

### **¿Cómo lograr la calidad en el servicio?**

- ✓ Se debe trabajar el conjunto para alcanzar el objetivo de mejorar el servicio y la calidad del producto a ofrecer.

- ✓ Al encontrarnos en una época económica, se busca que los trabajadores sean muy competentes.
  - ✓ El servicio desde el primer momento debe pasar por un control de calidad.
  - ✓ El costo de los productos deberá estar acordes a la calidad de los mismos.
  - ✓ Mejorar de manera constante la producción, verificando siempre su calidad y la productividad para mejorar siempre los costos.
  - ✓ Brindar capacitaciones y entrenamiento permanente para los colaboradores.
  - ✓ Administrar con liderazgo.
  - ✓ Crear ambientes que brinden la seguridad en el desempeño laboral.
  - ✓ No trabajar en base a metas económicas.
  - ✓ Los trabajadores deberán sentirse orgullosos de su función dentro de la organización.
- (Cerezo, 2015)

## **Dimensiones de calidad en el servicio**

### **Aspectos tangibles**

Este aspecto hace una comparación de las expectativas que tiene el usuario y sus percepciones en cuanto a la capacidad que tiene la organización para presentar sus tangibles, y este se divide en dos momentos, el primero relacionado al diseño de las instalaciones, la maquinaria necesaria, el mobiliario, los reflectores, las paredes y la infraestructura en general, el segundo momento es relacionado con la presentación del personal, es decir sus uniformes, ropa de bioseguridad, cascos, ropa sastre, identificación, etc. (Cerezo, Romero, & Florez, 2015)

### **La confiabilidad**

Esta dimensión refleja la confiabilidad en el desempeño de una organización, y se deduce respondiendo con las siguientes interrogantes ¿la organización brinda siempre el mismo nivel

de servicio o la calidad varía cada vez que se proporciona el servicio?, ¿la organización cumple con los acuerdos que se hacen?, ¿Hace las facturaciones adecuadas?, ¿lleva un registro adecuado de los consumos?, ¿brinda el servicio correctamente desde el primer momento de la contratación?, no existe algo más frustrante para un usuario que un proveedor no confiable. (Cerezo, Romero, & Florez, 2015)

### **Capacidad de respuesta**

Esta dimensión hace referencia a la capacidad de respuesta ante el compromiso de una organización a la hora de ofrecer sus servicios de forma oportuna, además se habla de la disposición que tienen los trabajadores para proporcionar un servicio, un claro ejemplo de falta de respuesta, es cuando el usuario se encuentra en una situación en la cual el trabajador dedica su tiempo a sus propias conversaciones por teléfono o con sus compañeros, cabe señalar además que la falta de capacidad de respuesta es el reflejo de la poca preparación de los trabajadores y del poco interés de la organización por sus clientes. (Cerezo, Romero, & Florez, 2015).

### **Garantía**

Esta dimensión nos habla de la competencia de la organización, es decir a información que se maneja, los conocimientos y la habilidad para afrontar situaciones que se presenten, el trato amable que ofrecen sus trabajadores a los usuarios, y a la seguridad de sus operaciones, esta dimensión se evalúa respondiendo a las siguientes interrogantes ¿la organización tiene habilidades para afrontar el servicio profesionalmente?, aquí también se refiere a un grupo de valores que indican al cliente que un servicio es con garantía, como por ejemplo la cortesía, la cual hace referencia a cómo el personal de la empresa se relaciona con el cliente y muestra interés a sus intereses, así pues la cortesía hace referencia a la amabilidad y la consideración de los bienes del cliente, también se habla de la seguridad que brinda la organización al brindar

sus servicios, lo que genera al usuario un sentimiento de no peligro o duda. (Cerezo, Romero, & Florez, 2015)

### **Variable: satisfacción de los usuarios.**

La satisfacción del usuario se define como la sensación de alegría o de decepción que tiene el usuario al analizar el desempeño percibido de un servicio considerando sus experiencias previas. (Amada, 2017)

Si el desempeño de los trabajadores no llega a cumplir las expectativas del usuario, éste quedará insatisfecho, si cumple las expectativas entonces el cliente queda satisfecho pero si excede las expectativas el usuario quedará encantado, si se producen estos dos últimos casos, la organización habrá ganado un espacio en el mercado, por ello la finalidad de toda organización es mantener satisfecho a los usuarios con la prestación de sus servicios. (García, Guerra & Gonzales, 2015)

La satisfacción es el sentimiento de agrado por el que experimenta el usuario luego de consumir un producto o adquirir un servicio, siendo entonces una respuesta emocional como resultado de experiencias pasadas sumadas a la expectativa que se tiene del servicio y en general de la organización. (García, Guerra & Gonzales, 2015)

La efectividad de una organización produce satisfacción en el cliente, y esto se mide según el nivel en que una organización es capaz de responder eficazmente las demandas y las expectativas de sus clientes, pero también de sus propios colaboradores o llamados también constituyentes, es decir sus trabajadores, usuarios, aportantes, accionistas, directorio, empleados, etc. (Koontz & Weihrich, 2005)

### **Características de la satisfacción del cliente**

**Características del servicio**, las cuales el usuario considera que son obligatorias, éstas no incrementan la satisfacción del usuario, pero de no ser agregadas causan una gran insatisfacción del cliente. (García, Guerra & Gonzales, 2015)

**Características de desempeño**, son características del servicio que aumentan la satisfacción del cliente ya que cuanto más funcionales son más satisfacción producen. (García, Guerra & Gonzales, 2015)

**Características de deleite**, características no esperadas por el usuario pero que generan sentimiento de satisfacción en los usuarios, como no son esperadas su ausencia no genera insatisfacción en el usuario. (García, Guerra & Gonzales, 2015)

La satisfacción en el usuario aumenta según se proporcione las características antes mencionadas, considerando que la característica de deleite siempre genera situaciones de satisfacción por encima de sentimientos neutrales generadas en los clientes. (García, Guerra & Gonzales, 2015)

### **Beneficios de la Satisfacción al cliente**

Los beneficios que se alcanzan si se consigue satisfacer a los clientes son los siguientes:

✓ **El cliente satisfecho regresa:**

Por lo general, un cliente contento regresa a consumir nuevamente, por ende, la empresa gana la lealtad del cliente y con ello la posibilidad de venderle productos adicionales a su nueva compra. (Reyes, 2014)

✓ **El cliente satisfecho comunica:**

Un cliente que obtiene los resultados esperados o que sobrepasen sus expectativas, comunica a otras personas su buena experiencia y los recomienda asistir, por lo tanto, la

empresa gana una difusión gratis, que el cliente realiza a sus amigos, familiares, conocidos, y más. (Reyes, 2014)

✓ **El cliente satisfecho no considera a la competencia.**

El cliente que se siente satisfecho con el servicio que se le brinda, no intenta buscar otras opciones, posicionándose así la empresa en un lugar privilegiado. (Reyes, 2014)

### **Relación entre la Calidad y satisfacción**

Desde el punto de vista comercial, la calidad y la satisfacción no son características propias de un producto, sino son evaluaciones que hace el usuario del producto que recibe, por ello son conceptos muy relacionados, pero tienen una discreta diferencia, satisfacción es el resultado de una consideración agradable del cliente sobre una característica en especial del producto, por su lado, la calidad es el resultado de una evaluación general y completa de un producto o servicio, generado desde la apreciación de diversas experiencias. (Fernández & Bajac, 2013)

La satisfacción es una definición más dinámica a diferencia de la calidad, puesto que la calidad es la evaluación que el usuario hace de la excelencia del diseño, la elaboración, el proceso y la consistencia de la producción de un servicio considerando las vivencias obtenidas previamente, por lo tanto, se concluye que la calidad de servicio, agrupa tres importantes elementos: la elaboración del diseño, el proceso de producción y la expectativa que tiene el cliente del servicio. (Fernández & Bajac, 2013)

### **Dimensiones de la variable satisfacción de los usuarios**

El grado de satisfacción de los usuarios es un componente sumamente importante a la hora de conocer el nivel de calidad de los servicios que se brindan dentro de una empresa, por ello es imposible conocer cómo es la calidad de servicio sin conocer la opinión del usuario, ya que ello nos proporciona información acerca del fracaso o del éxito de un sistema. Para ello se planean las siguientes dimensiones: (Amada, 2017)

## **Dimensión humana**

Parte importante de toda organización, ya que la razón de los servicios básico del hombre es otorgar una atención eficiente y que garantice el cuidado y la salud del ciudadano y su familia, esta dimensión presenta las siguientes características:

- ✓ Respeto a la cultura, los derechos y las características de cada ser humano.
- ✓ Conocer la información completa del cliente.
- ✓ Considerar los intereses del cliente.
- ✓ Brindar un trato respetuoso, amable, empático y cálido al momento de la atención.
- ✓ Ejercer con ética, considerando y respetando los valores socialmente impuestos, como son las funciones del profesional, la correcta identificación, la limpieza, etc. (Amada, 2017)

En general, la finalidad de la dimensión humana es mostrar la interrelación existente entre el profesional y el cliente, el adecuado cumplimiento de los acuerdos, velar por los intereses del cliente considerando siempre que éste, es parte de una familia y pieza importante dentro de la sociedad. (Amada, 2017)

## **Dimensión técnico- científica**

Hace referencia a la capacidad de los profesionales para actuar frente a un problema, utilizando sus conocimientos para dar la mejor solución a los conflictos de los usuarios, del mismo modo hace referencia a los medios informativos con los que cuenta la organización para así potenciar la información de los usuarios, las características de la dimensión técnico científico, se muestran a continuación. (Amada, 2017)

- ✓ Efectividad, hace referencia a los diferentes cambios para bien que hace la organización en favor del cliente mejorando sus servicios.

- ✓ Eficacia, relacionado a alcanzar las metas propuestas por la prestadora de servicios, mediante la correcta aplicación de las normas técnicas y administrativas.
- ✓ Eficacia, hace referencia al correcto uso de los recursos para obtener los resultados estimados.
- ✓ Continuidad, es la prestación de servicios de manera ininterrumpida.
- ✓ Seguridad, es la manera en que se brindan los servicios, buscando mejorar siempre los beneficios brindados en favor de los usuarios.
- ✓ Integridad, busca que el cliente reciba los servicios en el caso que él lo requiera. (Amada, 2017)

### **Dimensión entorno**

Esta dimensión hace referencia a las facilidades que la organización brinda para mejorar la prestación de servicios en cuanto a costos justos y valor sostenido, generando en los clientes un valor extra, esta dimensión presenta las siguientes características.

- ✓ La adecuada ambientación, limpieza, orden, etc., son elementos que generan confianza en el cliente para adquirir o mantener un servicio, la mejor recomendación que una organización puede recibir es la del propio cliente por ello es necesario que esta se sienta satisfecho en su dimensión humana, científica y técnica, sobre todo en los programas sociales, quienes son los que trabajan directamente con las poblaciones vulnerables. (Amada, 2017)

### **2.3. Bases Filosóficas**

Para el autor Albrecht, su teoría consiste en que la empresa debe vender lo que el cliente desea comprar, considerando este concepto, se presentan a continuación puntos importantes que miden la calidad de un servicio, en primer lugar se habla de la capacidad de respuesta ante la necesidad del usuario, en segundo lugar la forma de atención, en tercer lugar, mantener una



comunicación fluida entre el cliente y el vendedor, en cuarto lugar, conocer y emitir la información que enriquezca el conocimiento del cliente, en quinto lugar, el personal debe ser amable con los clientes, en sexto lugar, mostrar credibilidad, y en séptimo lugar, el personal debe interesarse y comprender las necesidades y las expectativas con las que llega el usuario, la teoría expuesta encierra entonces el conocido triángulo del servicio, el cual comprende el adecuado funcionamiento de una sistema dentro de una empresa. (Albrecht, 1983)

La teoría presentada por el autor Oliver, llamada la teoría de la des confirmación de expectativas, la cual se basa en la calidad que el cliente percibe y la satisfacción que siente el cliente, comprobándose con ello que las expectativas del cliente sirven como un predictor de la valoración que hace el usuario acerca del servicio que ha recibido, con lo que se concluye entonces que la satisfacción del usuario es el resultado de lo que ha recibido considerando las expectativas que el usuario tiene previo a la adquisición del servicio o del producto (Oliver, 1980)

Por último, se presenta la teoría de los autores Valarie y Zeithaml, llamada teoría de las Brechas, la cual señala la existencia de cinco brechas, las cuales se dividen en dos grupos: el primero es la brecha del cliente y la segunda las brechas de la empresa que provee de un servicio al cliente, la primera hace referencia a la expectativa que el usuario tiene de los servicios que va adquirir, la cual se basa en vivencias del pasado, o expectativas del servicio actual, la segunda brecha hace referencia a cuatro errores que suelen cometerse por la inexperiencia o falta de capacitación del personal: La primera es desconocer lo que el cliente espera recibir, segundo, no hacer una selección o un diseño de los estándares que se deben cumplir como organización antes de brindar el servicio, tercero, no brindar un servicio ceñido a los estándares establecidos previamente por la organización y en cuarto lugar, no igualar o mejorar los servicios que se brinda a comparación de organizaciones creadas previamente. (Valarie A . Zeithaml, 2001)

## **2.4. Definición de términos básicos.**

### **Calidad de servicio.**

Hace referencia al cumplimiento de los requerimientos que necesita el usuario, es satisfacer sus necesidades, lo que se refleja en la obtención de los beneficios obtenidos a partir de hacer las cosas de una mejor manera, generando la satisfacción de los clientes, éstos hacen referencia a la disminución de costos, la permanencia dentro del mercado, las mejores ganancias, etc. (Álvarez, 2017)

### **Aspectos tangibles**

Hace referencia a la capacidad que tiene la organización para presentar sus tangibles, el primero relacionado al diseño de las instalaciones, el mobiliario y el segundo relacionado con la presentación del personal, es decir sus uniformes, ropa de bioseguridad, cascos, ropa sastre, identificación, etc. (Cerezo, Romero, & Flórez, 2015)

### **La confiabilidad**

Hace referencia a la confianza que se tiene en una organización y en su capacidad para cubrir las necesidades del cliente, no existe algo más frustrante para un usuario que un proveedor no confiable. (Cerezo, Romero, & Flórez, 2015)

### **Capacidad de respuesta**

Hace referencia a la capacidad de respuesta ante el compromiso de una organización a la hora de ofrecer sus servicios de forma oportuna, además se habla de la disposición que tienen los trabajadores para proporcionar un servicio. (Cerezo, Romero, & Flórez, 2015)

### **Garantía**

Hace referencia a la competencia de la organización, es decir a información que se maneja, los conocimientos y la habilidad para afrontar situaciones que se presenten, el trato amable que

ofrecen sus trabajadores a los usuarios, y a la seguridad de sus operaciones. (Cerezo, Romero, & Flórez, 2015)

### **Satisfacción de los usuarios.**

La satisfacción del usuario se define como la sensación de alegría o de decepción que tiene el usuario al analizar el desempeño percibido de un servicio considerando sus experiencias previas. (Amada, 2017)

### **Ciente.**

También conocido como usuario, es la persona o la empresa que recibe un producto, idea o servicio, a cambio de un bien económico, el cliente es la razón de ser de toda organización, de ahí su gran importancia y la necesidad de satisfacer sus necesidades. (Amada, 2017)

## **2.5. Formulación de hipótesis**

### **2.5.1 Hipótesis general**

La calidad de servicio se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios en la entidad prestadora de servicios Barranca S.A.

### **2.5.2. Hipótesis específicas**

La calidad de servicio en su aspecto tangible se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios en la entidad prestadora de servicios Barranca S.A.

La calidad de servicio en su aspecto de confiabilidad se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios en la entidad prestadora de servicios Barranca S.A.

La calidad de servicio en su aspecto capacidad de respuesta se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios en la entidad prestadora de servicios Barranca S.A.

La calidad de servicio en su aspecto garantía se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios en la entidad prestadora de servicios Barranca S.A.

## 2.6. Operacionalización de variables.

**Tabla 1. Operacionalización de variables**

Variables	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Items
<b>Calidad de servicio</b>	Hace referencia al cumplimiento de los requerimientos que necesita el usuario, es satisfacer sus necesidades, lo que se refleja en la obtención de los beneficios obtenidos a partir de hacer las cosas de una mejor manera, generando la satisfacción de los clientes, éstos hacen referencia a la disminución de costos, la	<b>Aspectos tangibles</b>          <b>Confiability</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Considera que la entidad prestadora de servicios Barranca S.A tiene adecuadas instalaciones.</li> <li>• Considera que la entidad prestadora de servicios Barranca S.A tiene mobiliarios modernos</li> <li>• Considera que los trabajadores de la entidad prestadora de servicios Barranca S.A están correctamente uniformados e identificados.</li> <li>• Considera que la entidad prestadora de servicios Barranca S.A ofrece siempre un servicio de calidad</li> <li>• Considera que la entidad prestadora de servicios Barranca S.A cumple con los acuerdos del contrato</li> </ul>	Cuestionario





			<ul style="list-style-type: none"><li>• Considera que la entidad prestadora de servicios Barranca S.A se preocupa por la limpieza de sus instalaciones</li><li>• Ha escuchado buenas críticas de la entidad prestadora de servicios Barranca S.A.</li></ul>	
--	--	--	---	--

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA**

#### **3.1 Diseño de investigación**

##### **Tipo de investigación**

El estudio es de tipo descriptivo puesto que su objetivo fundamental es describir un tema de para la comunidad, sin tratar de cambiar la realidad, también es una investigación correlacional, ya que busca mostrar la relación que existe entre las variables calidad de servicio, con sus dimensiones aspectos tangibles, confiabilidad y capacidad de respuesta, con la variable satisfacción de los usuarios y sus dimensiones humana, técnico científico y entorno.



### 3.2 Población y muestra

#### Población:

La población está conformada por los usuarios que frecuentan la empresa en el periodo de un mes con un total aproximado de 1200 personas que acuden por diversos motivos.

#### Muestra

La muestra estará conformada de manera no probabilística porque la investigadora a delimitado el tamaño de su muestra con un total de 300 personas que acuden a la empresa en el periodo de una semana.

### 3.3. Técnica de recolección de datos

El instrumento elegido es el cuestionario, una para cada variable, a su vez cada variable se divide en tres dimensiones conformada por tres indicadores.

### Operacionalización de variables

**Tabla 1**

*Variable X*

Dimensiones	Indicadores	N ítems	Categorías	Intervalos
Aspectos tangibles		4	Bajo	4 -6
			Moderado	7 -9
			Alto	10 -12
Confiabilidad		4	Bajo	4 -6
			Moderado	7 -9
			Alto	10 -12
Capacidad de respuesta		4	Bajo	4 -6
			Moderado	7 -9
			Alto	10 -12
Garantía		4	Bajo	4 -6
			Moderado	7 -9
			Alto	10 -12
Calidad de servicio		16	Bajo	16 -26
			Moderado	27 -37
			Alto	38 -48

**Tabla 2**  
*Variable Y*

<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>N ítems</b>	<b>Categorías</b>	<b>Intervalos</b>
<b>Dimensión humana</b>		4	Bajo	4 -6
			Moderado	7 -9
			Alto	10 -12
<b>Dimensión técnico científico</b>		4	Bajo	4 -6
			Moderado	7 -9
			Alto	10 -12
<b>Dimensión entorno</b>		4	Bajo	4 -6
			Moderado	7 -9
			Alto	10 -12
<b>Satisfacción de los usuarios</b>		12	Bajo	8 -12
			Moderado	13 -17
			Alto	18 -24

### **CONFIABILIDAD**

#### **Calidad de servicios**

<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>N de elementos</b>
<b>0,887</b>	16

#### **Satisfacción de los usuarios**

<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>N de elementos</b>
<b>0,913</b>	12

## **CAPÍTULO IV**

### **ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS**

#### 4.1. Análisis descriptivo por variables y dimensiones

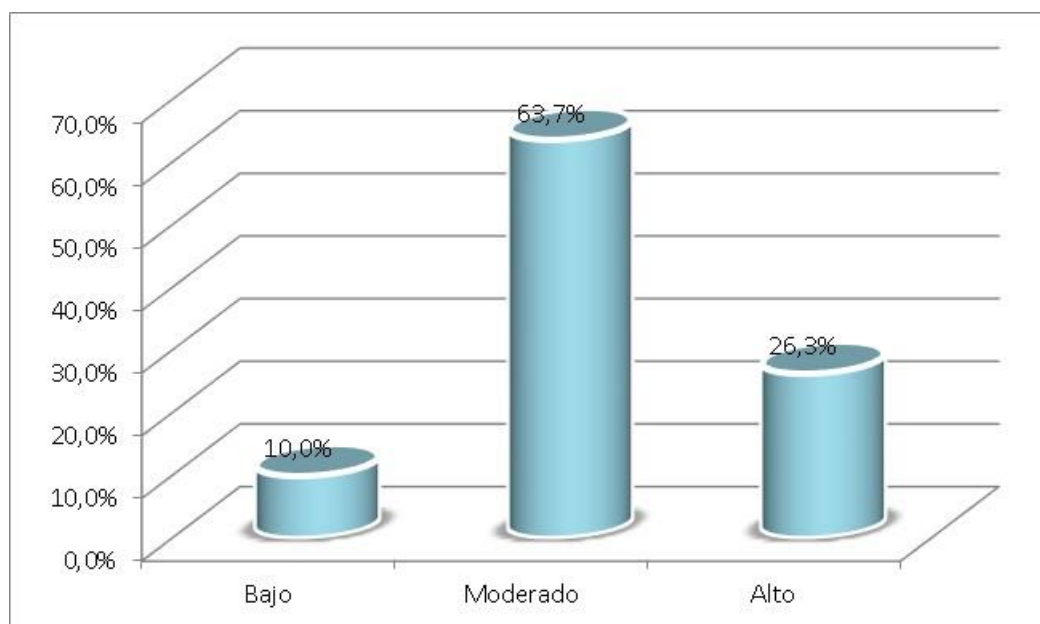
Tabla 3

##### Calidad de servicio

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	30	10,0%
Moderado	191	63,7%
Alto	79	26,3%
<b>Total</b>	<b>300</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Cuestionario aplicado a ciudadanos de la provincia de Barranca

Figura 1



De la fig. 1, un 63,7% de a ciudadanos de la provincia de Barranca sostienen que la calidad de servicio alcanzo un nivel moderado, un 26,3% adquirieron un nivel alto y un 10,0% consiguieron un nivel bajo.

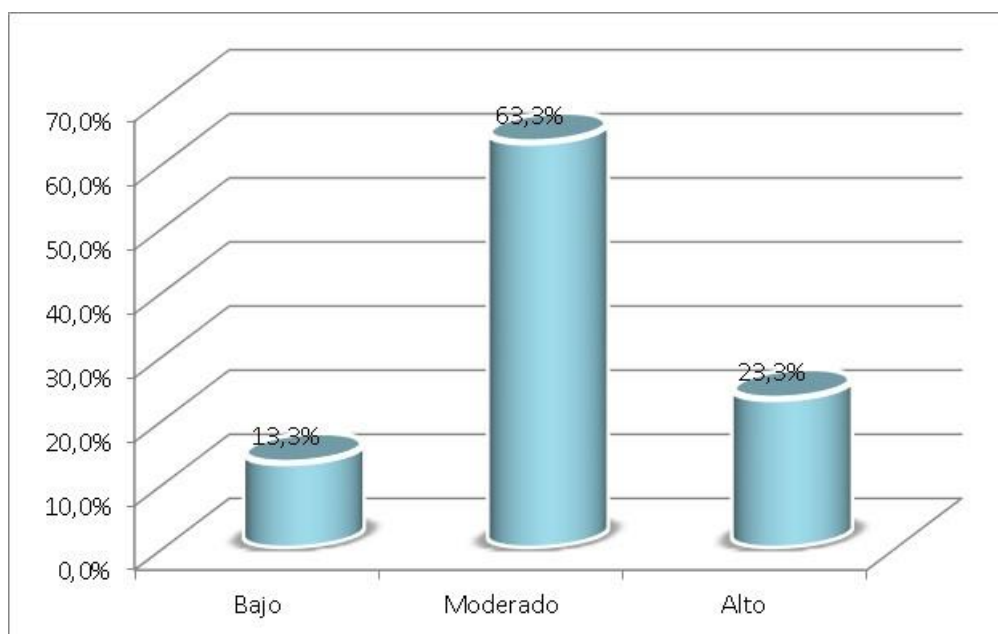
**Tabla 4**

**Aspectos tangibles**

<b>Niveles</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Bajo	40	13,3%
Moderado	190	63,3%
Alto	70	23,3%
<b>Total</b>	<b>300</b>	<b>100,0%</b>

**Fuente:** Cuestionario aplicado a ciudadanos de la provincia de Barranca

**Figura 2**



De la fig. 2, un 63,3% de a ciudadanos de la provincia de Barranca sostienen que la en la dimensión “calidad de servicio” alcanzo un nivel moderado, un 23,3% adquirieron un nivel alto y un 13,3% consiguieron un nivel bajo.

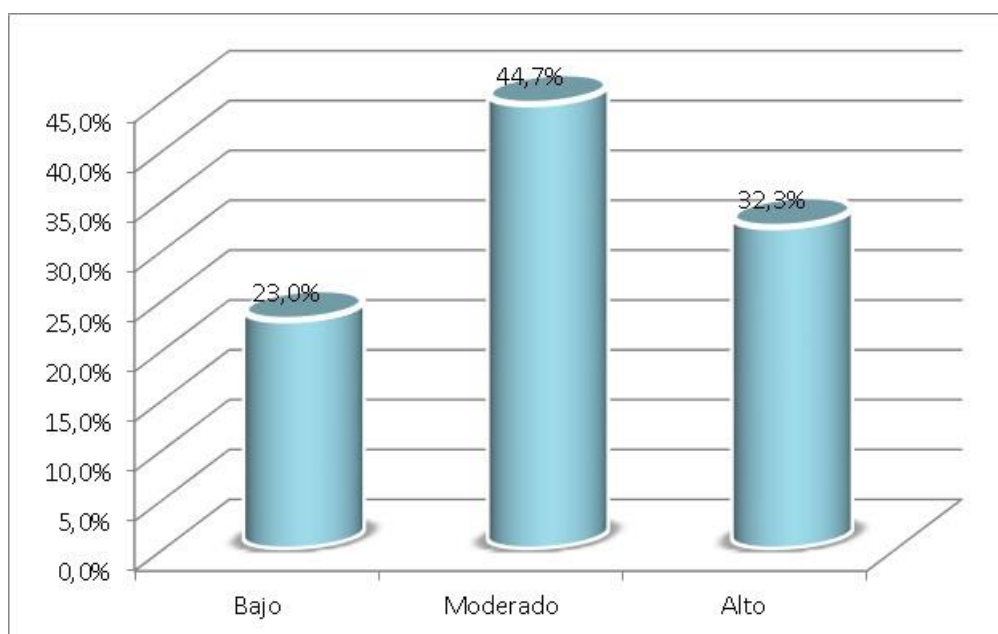
**Tabla 5**

**Confiabilidad**

<b>Niveles</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Bajo	69	23,0%
Moderado	134	44,7%
Alto	97	32,3%
<b>Total</b>	<b>300</b>	<b>100,0%</b>

**Fuente:** Cuestionario aplicado a ciudadanos de la provincia de Barranca

**Figura 3**



De la fig. 3, un 44,7% de a ciudadanos de la provincia de Barranca sostienen que la en la dimensión “confiabilidad” alcanzo un nivel moderado, un 32,3% adquirieron un nivel alto y un 23,0% consiguieron un nivel bajo.

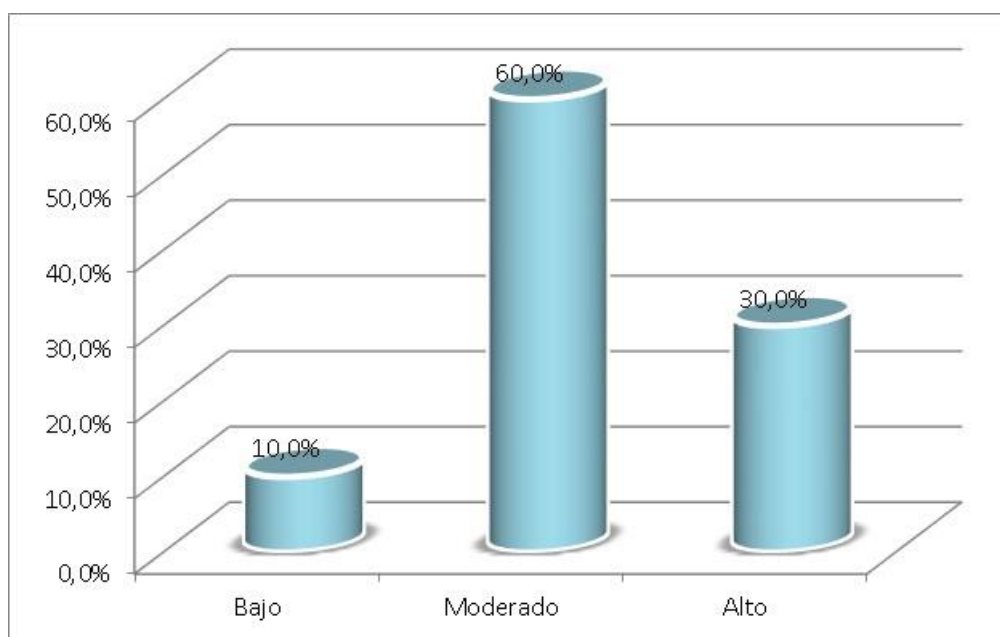
**Tabla 6**

**Capacidad de respuesta**

<b>Niveles</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Bajo	30	10,0%
Moderado	180	60,0%
Alto	90	30,0%
<b>Total</b>	<b>300</b>	<b>100,0%</b>

**Fuente:** Cuestionario aplicado a ciudadanos de la provincia de Barranca

**Figura 4**



De la fig. 4, un 60,0% de a ciudadanos de la provincia de Barranca sostienen que la en la dimensión “capacidad de respuesta” alcanzo un nivel moderado, un 30,0% adquirieron un nivel alto y un 10,0% consiguieron un nivel bajo.

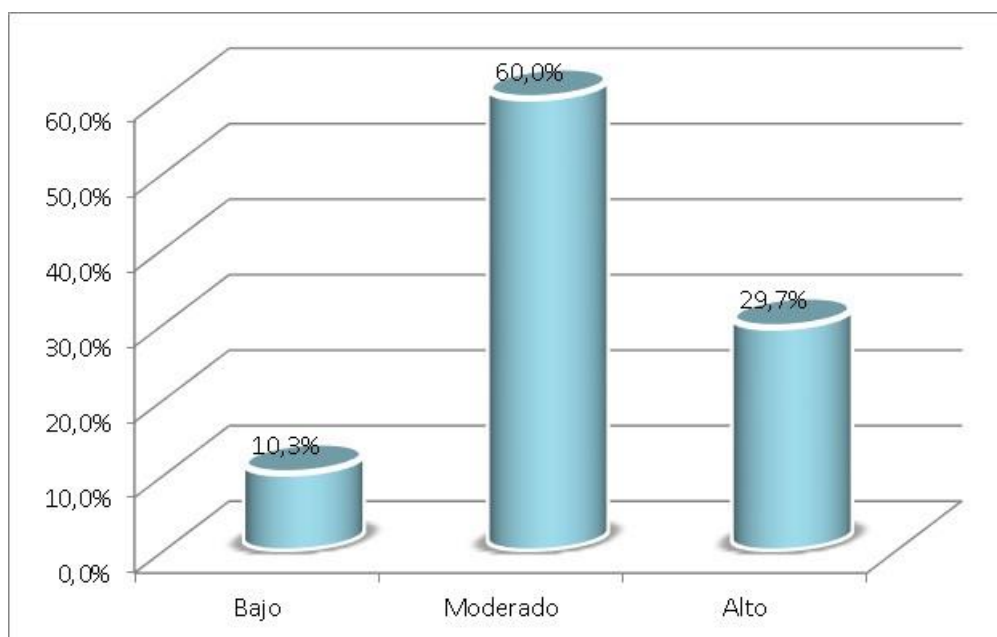
**Tabla 7**

**Garantía**

<b>Niveles</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Bajo	31	10,3%
Moderado	180	60,0%
Alto	89	29,7%
<b>Total</b>	<b>300</b>	<b>100,0%</b>

**Fuente:** Cuestionario aplicado a ciudadanos de la provincia de Barranca

**Figura 5**



De la fig. 5, un 60,0% de a ciudadanos de la provincia de Barranca sostienen que la en la dimensión “garantía” alcanzo un nivel moderado, un 29,7% adquirieron un nivel alto y un 10,3% consiguieron un nivel bajo.

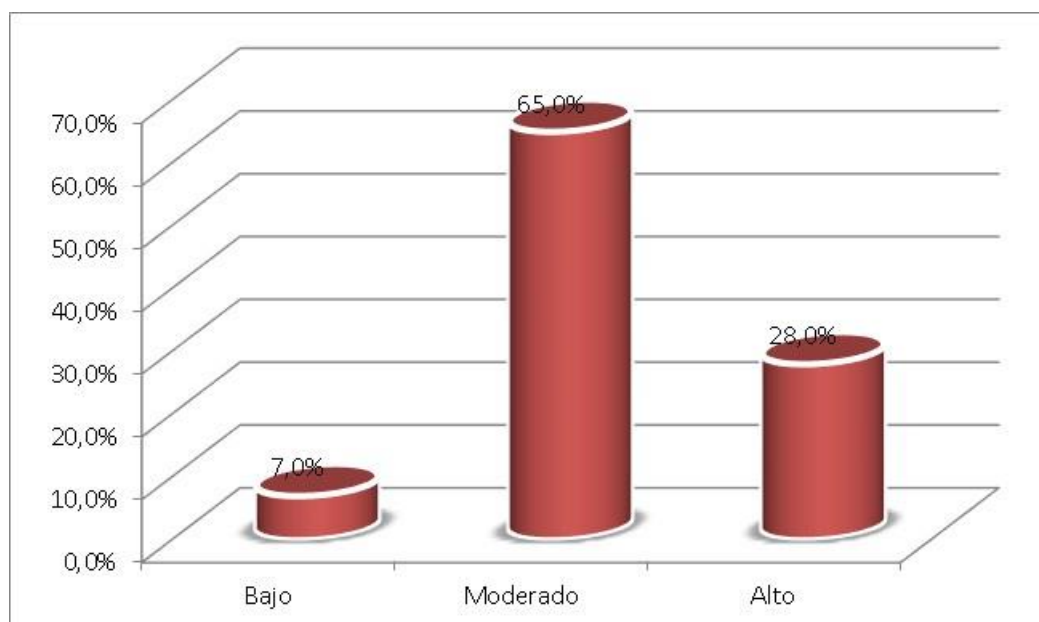
**Tabla 8**

**Satisfacción de los usuarios**

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	21	7,0%
Moderado	195	65,0%
Alto	84	28,0%
<b>Total</b>	<b>300</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Cuestionario aplicado a ciudadanos de la provincia de Barranca

Figura 6



De la fig. 6, un 60,0% de a ciudadanos de la provincia de Barranca sostienen que la en la variable satisfacción de los usuarios se alcanzo un nivel moderado, un 28,0% adquirieron un nivel alto y un 7,0% consiguieron un nivel bajo.



## 4.2. Contrastación de hipótesis

### Hipótesis general

Ha: La calidad de servicio se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios en la entidad prestadora de servicios Barranca S.A.

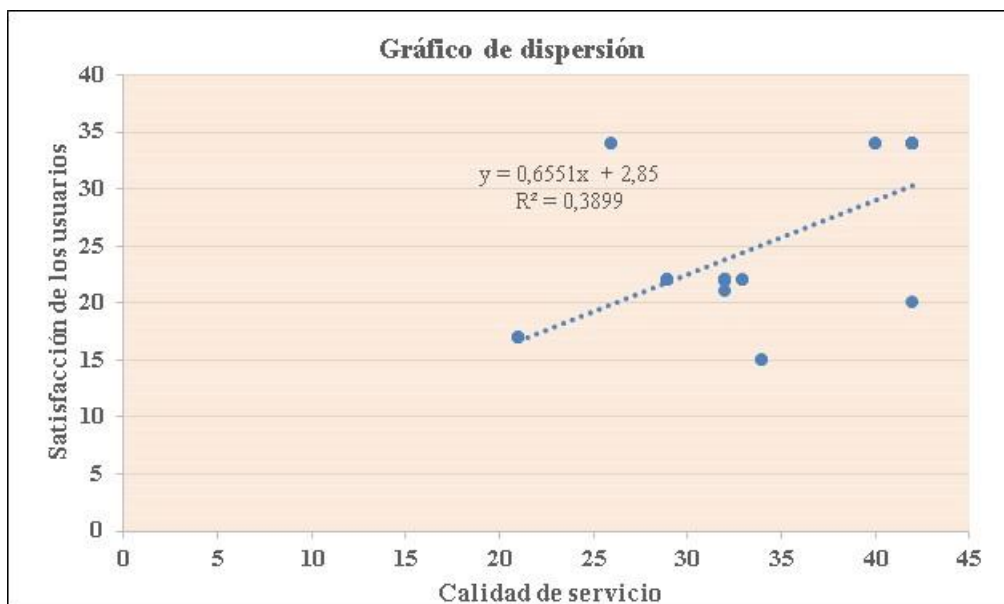
H<sub>0</sub>: La calidad de servicio se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios en la entidad prestadora de servicios Barranca S.A.

**Tabla 9**

*Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios*  
**Correlaciones**

			Calidad de servicio	Satisfacción de los usuarios
Rho de Spearman	Calidad de servicio	Coef. Correlación	1	0,609
		Sig. (bilateral)	.	0,00
		N	300	300
	Satisfacción de los usuarios	Coef. Correlación	0,609	1
		Sig. (bilateral)	0,00	.
		N	300	300

La tabla muestra una correlación de  $r = 0,609$ , con un valor  $\text{Sig} < 0,05$ , lo que admite la hipótesis alternativa y se impugna la hipótesis nula. Por lo cual, se muestra que existe relación de intensidad buena entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios en la entidad prestadora de servicios Barranca S.A.



**Figura 6.** Juegos temáticos y pensamiento divergente.

### Hipótesis específica 1

**H1:** La calidad de servicio en su aspecto tangible se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios en la entidad prestadora de servicios Barranca S.A.

**H0:** La calidad de servicio en su aspecto tangible no se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios en la entidad prestadora de servicios Barranca S.A.

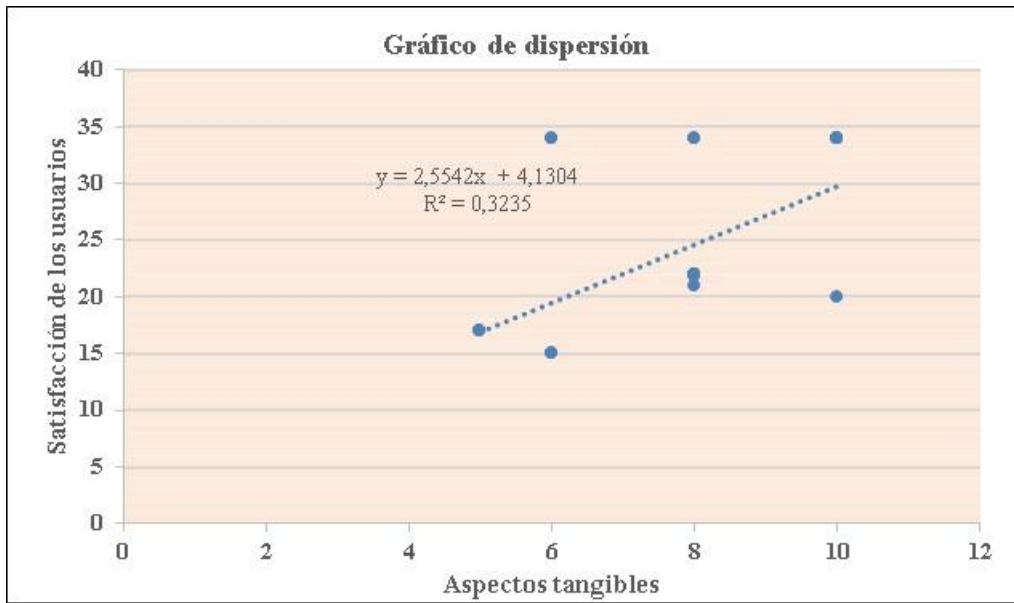
**Tabla 9**

*Aspectos tangibles y satisfacción de los usuarios*

#### Correlaciones

			Aspectos tangibles	Satisfacción de los usuarios
Rho de Spearman	Aspectos tangibles	Coef. Correlación	1	0,422
		Sig. (bilateral)	.	0,00
		N	300	300
	Satisfacción de los usuarios	Coef. Correlación	0,422	1
		Sig. (bilateral)	0,00	.
		N	300	300

La tabla muestra una correlación de  $r = 0,422$ , con un valor  $\text{Sig} < 0,05$ , lo que admite la hipótesis alternativa y se impugna la hipótesis nula. Por lo cual, se muestra que existe relación de intensidad buena entre los aspectos tangibles y la satisfacción de los usuarios en la entidad prestadora de servicios Barranca S.A.



**Figura 7.** Juegos tematicos y la fluidez

## Hipótesis específica 2

**H2:** La calidad de servicio en su aspecto de confiabilidad se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios en la entidad prestadora de servicios Barranca S.A

**H0:** La calidad de servicio en su aspecto de confiabilidad no se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios en la entidad prestadora de servicios Barranca S.A.

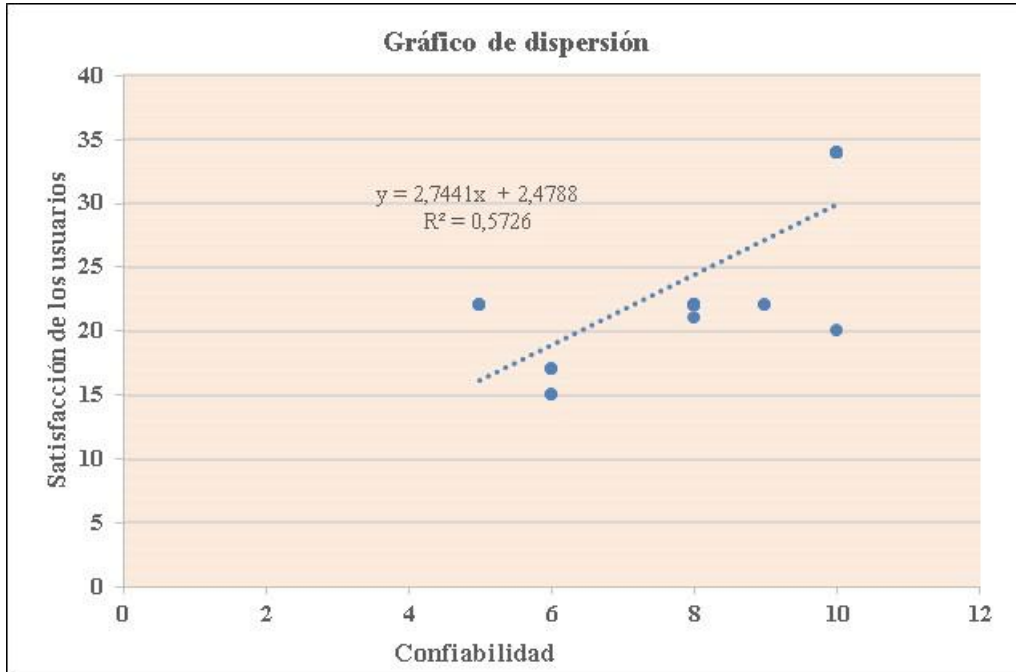
**Tabla 10**

*Confiabilidad y satisfacción de los usuarios*

### Correlaciones

			Confiabilidad	Satisfacción de los usuarios
Rho de Spearman	Confiabilidad	Coef. Correlación	1	0,705
		Sig. (bilateral)	.	0,00
		N	300	300
	Satisfacción de los usuarios	Coef. Correlación	0,705	1
		Sig. (bilateral)	0,00	.
		N	300	300

La tabla muestra una correlación de  $r= 0,705$ , con un valor  $\text{Sig}<0,05$ , lo que admite la hipótesis alternativa y se impugna la hipótesis nula. Por lo cual, se muestra que existe relación de intensidad buena entre la confiabilidad y la satisfacción de los usuarios en la entidad prestadora de servicios Barranca S.A.



**Figura 8.** Juegos tematicos y la flexibilidad.

### Hipótesis específica 3

**H3:** La calidad de servicio en su aspecto capacidad de respuesta se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios en la entidad prestadora de servicios Barranca S.A.

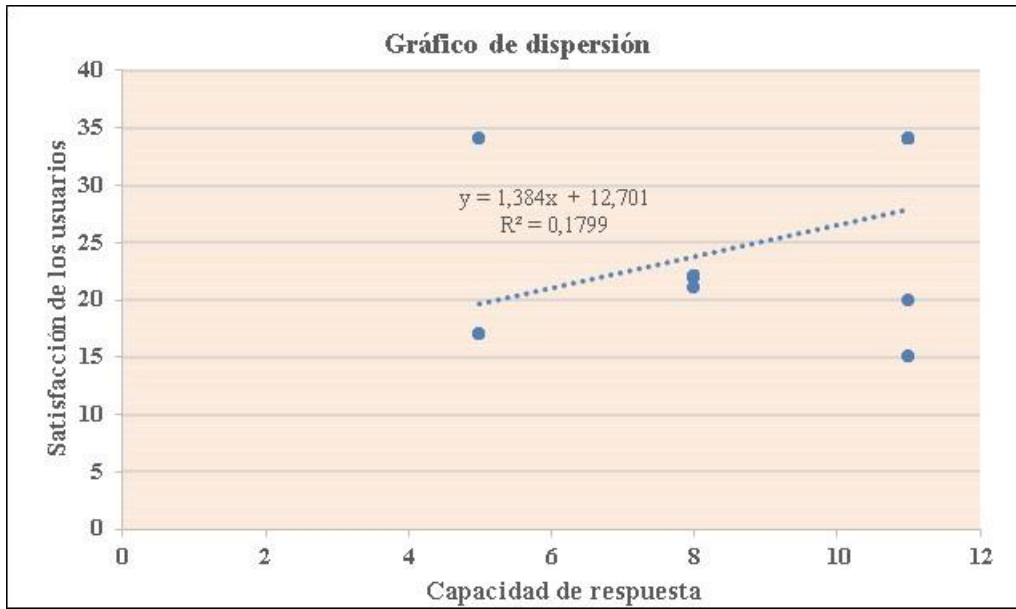
**H0:** La calidad de servicio en su aspecto capacidad de respuesta no se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios en la entidad prestadora de servicios Barranca S.A.

**Tabla 11**

*Capacidad de respuesta y satisfacción de los usuarios*

			Capacidad de respuesta	Satisfacción de los usuarios
Rho de Spearman	Capacidad de respuesta	Coef. Correlación	1	0,319
		Sig. (bilateral)	.	0,00
		N	300	300
	Satisfacción de los usuarios	Coef. Correlación	0,319	1
		Sig. (bilateral)	0,00	.
		N	300	300

La tabla muestra una correlación de  $r = 0,319$ , con un valor  $\text{Sig} < 0,05$ , lo que admite la hipótesis alternativa y se impugna la hipótesis nula. Por lo cual, se muestra que existe relación de intensidad buena entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios en la entidad prestadora de servicios Barranca S.A.



**Figura 9** Juegos temáticos y el pensamiento divergente



#### Hipótesis específica 4

**H4:** La calidad de servicio en su aspecto garantía se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios en la entidad prestadora de servicios Barranca S.A.

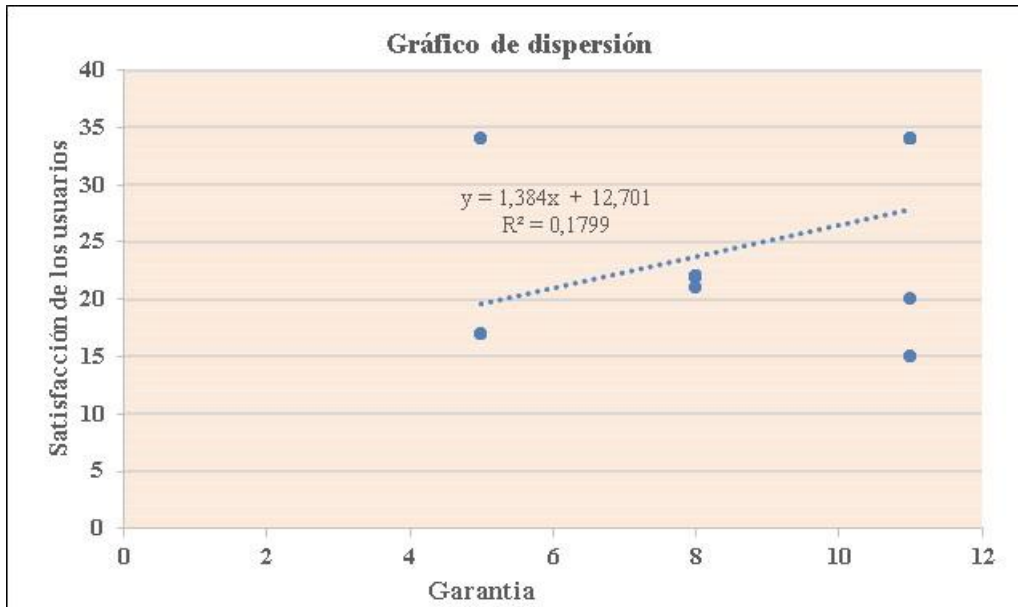
**H0:** La calidad de servicio en su aspecto garantía no se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios en la entidad prestadora de servicios Barranca S.A.

**Tabla 11**

*Garantía y satisfacción de los usuarios*

			Garantía	Satisfacción de los usuarios
Rho de Spearman	Garantía	Coef. Correlación	1	0,407
		Sig. (bilateral)	.	0,00
		N	0	0
	Satisfacción de los usuarios	Coef. Correlación	0,407	1
		Sig. (bilateral)	0,00	.
		N	0	0

La tabla muestra una correlación de  $r = 0,407$ , con un valor  $\text{Sig} < 0,05$ , lo que admite la hipótesis alternativa y se impugna la hipótesis nula. Por lo cual, se muestra que existe relación de intensidad buena entre la garantía y la satisfacción de los usuarios en la entidad prestadora de servicios Barranca S.A.



**Figura 9** Juegos temáticos y el pensamiento divergente

**CAPITULO V**  
**DISCUSION**

## 5.1 Discusión

Remache (2019). según el grado en que la calidad de servicio al cliente mejore, la satisfacción del cliente aumentará de forma significativa, por lo que resulta necesario que la empresa Sipecom S.A. invierta en constantes capacitaciones a su personal, sobre todo en temas de atención al público ya que esto permitirá mantener e incrementar su cartera de clientes, para Orozco, (2017). la organización debe mejorar la atención sanitaria y así empoderar a sus pacientes, para lo cual se recomienda aplicar modelos de medición de calidad, que permita conocer el grado de satisfacción de los usuarios para así considerar los aspectos a mejorar, así mismo Armada, E. (2016), las mujeres valoran más los servicios que se le brindan, pero en cuanto a la enseñanza que se imparte, se apreció que en los últimos años está un poco bajo y el motivo principal fue que existió un cambio de personal en este periodo, en tanto Hallasi (2021). existe además una relación de confiabilidad y satisfacción por parte del usuario deduciéndose con ello que los usuarios reciben el interés de los profesionales que laboran en la organización desde que inicia la atención, comprometidos en realizar el servicio requerido y en el tiempo prudente, para Navarro & Lozano, (2018). en el ejercicio de valores, principalmente en respeto, buen trato, empatía, cortesía, de esa forma la organización puede ofrecer la mejor calidad de servicio y los usuarios se sentirán contentos de pertenecer a ella, opina Benítez, et al. (2017),: la asociación entre la calidad de servicio y satisfacción del cliente en la unidad prestadora de servicios que brinda la EPS Tacna muestra un grado de insatisfacción del servicio que brindan, existiendo un bajo nivel en la calidad de servicio, desde la perspectiva del usuario, el 80% piensa que existe un déficit de calidad, lo que hace pensar que las expectativas de los usuarios han sido insatisfechas por la empresa, por lo que se recomienda adicionar indicadores de satisfacción para evaluar periódicamente el desempeño del personal que labora en dicha organización.

**CAPITULO VI**  
**CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

## 6.1 Conclusiones

1. **Primera:** Existe relación de intensidad buena entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios en la entidad prestadora de servicios Barranca S.A.
2. **Segunda:** Existe relación de intensidad buena entre los aspectos tangibles y la satisfacción de los usuarios en la entidad prestadora de servicios Barranca S.A.
3. **Tercera:** Existe relación de intensidad buena entre la confiabilidad y la satisfacción de los usuarios en la entidad prestadora de servicios Barranca S.A.
4. **Cuarta:** Existe relación de intensidad buena entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios en la entidad prestadora de servicios Barranca S.A.
5. **Quinta:** Existe relación de intensidad buena entre la garantía y la satisfacción de los usuarios en la entidad prestadora de servicios Barranca S.A.

## **Recomendaciones**

Se recomienda a las empresas servidoras de servicios en general capacitar constantemente a sus trabajadores no sólo en el aspecto de conocimientos sino también en el trato al usuario a fin de satisfacer sus necesidades de forma integral.

La empresa se encuentra en la obligación de renovar y mantener en buenas condiciones sus servicios tangibles, es decir el mobiliario, las instalaciones y en general en todos los objetos tangibles encontrados dentro de la organización.

Todos los trabajadores de la empresa deberán mostrar un trato que despierte confianza y seguridad en los clientes, para que éstos a su vez se sientan satisfechos de adquirir sus servicios.

Todo personal que labora dentro de la organización deberá estar capacitado para orientar y solucionar los problemas que presenten los clientes, mostrando su eficacia y capacidad de resolución.

**CAPITULO V**  
**BIBLIOGRAFIA**



## Fuentes bibliográficas

- Albrecht, k. (1983). *Organization Developen . a total systems approah to positive change any business organization*. Englewood: Editorial Cambridge.
- Cerezo, F., Romero, F. & Florez, F. (2015). *Mejora continua e innovación en la administración local*. Madrid. España: Editorial INAP
- Contreras, F. & Romero, L. (2019). *Qué implica la calidad dentro de una organización*. Lima. Perú, Editorial: Luz.
- Fernández, P., & Bajac, H. (2013). *La gestión del Marketing de Servicios*. México: Editorial Gránica.
- Ipanagué, M. (2016). *Calidad del servicio y satisfacción del cliente del servicio de administración Tributaria de Trujillo - SATT en el año 2014*. Trujillo. Perú, editorial: UNT.
- Koontz, H., & Weihrich, H. (2005). *Administración (Cuarta ed.)*. Mexico: Editorial McGraw Hill.
- Pulido. D. (2016). *Administración por calidad. Un modelo de calidad total para las empresas*. Mexico. : Editorial Limusa
- Valarie A. Zeithaml, A. P. (1992). *Calidad total en la gestión de servicios: cómo lograr el equilibrio entre las percepciones y las expectativas de los consumidores*. USA: Editorial Díaz de Santos.

## Fuentes hemerográficas

- Armada, E. (2016). “*La Satisfacción del Usuario como Indicador de Calidad en el Servicio Municipal de Deportes. Percepción, Análisis y Evolución*” (Tesis de doctorado). Universidad de Murcia. España
- Benítez, G., Mamani, F., Ramírez, E. & García, S., (2017). “*Calidad del servicio y satisfacción del cliente en la entidad prestadora de servicios de saneamiento - EPS Tacna S.A, 2016*” (Tesis de pregrado). Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann. Perú.
- Hallasi, L. (2021). “*Calidad de servicio y satisfacción del usuario/ria del centro emergencia mujer en comisaría Puno, 2019*” (Tesis de maestría). Universidad Nacional del Altiplano. Perú.
- Navarro, H. & Lozano, H. (2018). “*Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Distrital de Belén – 2018*” (Tesis de maestría). Universidad César Vallejo. Perú.
- Oliver. (1980). Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of satisfaction decisions journal of Marketing. *Research vol 17*
- Orozco, J. (2017). “*Satisfacción de los usuarios sobre la calidad de atención recibida en consulta externa, hospital militar escuela Dr. Alejandro Davila Bolaños. Managua, Nicaragua. Febrero 2017*” (Tesis de posgrado). Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua
- Remache, S. (2019). “*Calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Sipecom SA. de la ciudad de Guayaquil - Ecuador, período 2018*” (Tesis de maestría) Universidad Nacional de Guayaquil. Ecuador.

## Fuentes electrónicas.

- Álvarez, G. (2017). “*Satisfacción de los clientes y usuarios con el servicio ofrecido en redes de supermercados gubernamentales*”. (Tesis de posgrado). Universidad Católica Andrés Bello, Caracas. Recuperado de <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAS3832.pdf>
- Amada, E. (2017). “*La Satisfacción del Usuario como Indicador de Calidad*”. (Tesis de posgrado), Universidad de Murcia, Murcia, España. Recuperado de <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/362931/TEAR.pdf;jsessionid=2A3CB97EBFD785041F1645D86F772612?sequence=1>
- García, M., Guerra, L. & Gonzales, P. (2015). Medición de la satisfacción del cliente de una empresa de retail. Universidad de Piura. *Respositorio institucional PIRHUA*. Recuperado de [https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/1464/AE\\_262.pdf](https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/1464/AE_262.pdf)
- Gimeno, J., & Ruiz, A. (2015). La gestión del agua y la calidad percibida del servicio. Disponible en: <file:///C:/Users/ACER/Downloads/DialnetLaGestionDelAguaYLaCalidadPercibidaDelServicio-5983185.pdf>.
- Reyes, S. (2014). “*Calidad del servicio para aumentar la satisfacción del cliente de la Asociación Share, sede Huehuetenango*”. (Tesis de posgrado). Universidad Rafael Landívar. Recuperado el 24 de Julio de 2018, de <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/01/01/Reyes-Sonia.pdf>

# **ANEXOS**

## ENCUESTA

### APLICACIÓN CALIDAD DE SERVICIO

Lea detenidamente cada ítem y marque con un X la respuesta correcta:

#### Aspectos tangibles

¿Considera que la entidad prestadora de servicios Barranca S.A tiene adecuadas instalaciones?

SI ( ) NO ( )

¿Considera que la entidad prestadora de servicios Barranca S.A tiene mobiliarios modernos?

SI ( ) NO ( )

¿Considera que los trabajadores de la entidad prestadora de servicios Barranca S.A están correctamente uniformados e identificados?

SI ( ) NO ( )

#### Confiabilidad

¿Considera que la entidad prestadora de servicios Barranca S.A ofrece siempre un servicio de calidad?

SI ( ) NO ( )

¿Considera que la entidad prestadora de servicios Barranca S.A cumple con los acuerdos del contrato?

SI ( ) NO ( )

¿Considera que la entidad prestadora de servicios Barranca S.A hace los cobros correctamente?

SI ( ) NO ( )

**Capacidad de respuesta**

¿Los trabajadores de la entidad prestadora de servicios Barranca S.A dan respuesta oportuna a las consultas.?

SI ( ) NO ( )

¿Los trabajadores de la entidad prestadora de servicios Barranca S.A escuchan los reclamos de sus clientes?

SI ( ) NO ( )

¿Los trabajadores de la entidad prestadora de servicios Barranca S.A dan soluciones rápidas a los problemas?

SI ( ) NO ( )

**Garantía.**

¿Considera que la entidad prestadora de servicios Barranca S.A cuenta con profesionales capacitados?

SI ( ) NO ( )

¿Considera que la entidad prestadora de servicios Barranca S.A atienden cortésmente a los usuarios?

SI ( ) NO ( )

¿Se siente conforme con los servicios que le brinda la entidad prestadora de servicios Barranca S.A?

SI ( ) NO ( )

## ENCUESTA

### APLICACIÓN SATISFACCIÓN DEL USUARIO

Lea detenidamente cada ítem y marque con un X la respuesta correcta:

#### **Dimensión humana**

¿Considera que la entidad prestadora de servicios Barranca S.A. respeta los derechos del usuario?

SI ( ) NO ( )

¿Considera que la entidad prestadora de servicios Barranca S.A. brinda la información necesaria a los usuarios?

SI ( ) NO ( )

¿Considera que la entidad prestadora de servicios Barranca S.A. considera los intereses del usuario?

SI ( ) NO ( )

#### **Dimensión técnica científica**

¿Considera que la entidad prestadora de servicios Barranca S.A. actúa con efectividad?

SI ( ) NO ( )

¿Considera que la entidad prestadora de servicios Barranca S.A. actúa con eficacia?

SI ( ) NO ( )

¿Considera que la entidad prestadora de servicios Barranca S.A. actúa con eficiencia?



SI ( ) NO ( )

**Dimensión entorno**

¿Considera que la entidad prestadora de servicios Barranca S.A tiene buenos ambientes?

SI ( ) NO ( )

¿Considera que la entidad prestadora de servicios Barranca S.A. se preocupa por la limpieza de sus instalaciones?

SI ( ) NO ( )

¿Ha escuchado buenas críticas de la entidad prestadora de servicios Barranca S.A.?

SI ( ) NO ( ).

TÍTULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	MÉTODOS Y TÉCNICAS	POBLACIÓN Y MUESTRA
<b>LA CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS EN LA ENTIDAD PRESTADORA DE SERVICIOS BARRANCA S.A</b>	<p><b>PROBLEMA GENERAL</b></p> <p>¿Cómo se relaciona la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios en la entidad prestadora de servicios Barranca S.A?</p> <p><b>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</b></p> <p>¿Cómo se relaciona la calidad de servicio en su aspecto tangible y la satisfacción de los usuarios en la entidad prestadora de servicios Barranca S.A?</p> <p>¿Cómo se relaciona la calidad de servicio en su aspecto de confiabilidad y la satisfacción de los usuarios en la entidad prestadora de servicios Barranca S.A?</p> <p>¿Cómo se relaciona la calidad de servicio en su aspecto capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios en la entidad prestadora de servicios Barranca S.A?</p> <p>¿Cómo se relaciona la calidad de servicio en su aspecto garantía y la satisfacción de los usuarios en la entidad prestadora de servicios Barranca S.A?</p>	<p><b>OBJETIVO GENERAL</b></p> <p>Determina la relación existente entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios en la entidad prestadora de servicios Barranca S.A.</p> <p><b>OBJETIVOS ESPECÍFICO</b></p> <p>Determina la relación existente entre la calidad de servicio en su aspecto tangible y la satisfacción de los usuarios en la entidad prestadora de servicios Barranca S.A.</p> <p>Determina la relación existente entre la calidad de servicio en su aspecto de confiabilidad y la satisfacción de los usuarios en la entidad prestadora de servicios Barranca S.A.</p> <p>Determina la relación existente entre la calidad de servicio en su aspecto capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios en la entidad prestadora de servicios Barranca S.A.</p> <p>Determina la relación existente entre la calidad de servicio en su aspecto garantía y la satisfacción de los usuarios en la entidad prestadora de servicios Barranca S.A.</p>	<p><b>HIPÓTESIS GENERAL</b></p> <p>La calidad de servicio se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios en la entidad prestadora de servicios Barranca S.A</p> <p><b>HIPÓTESIS ESPECÍFICA</b></p> <p>La calidad de servicio en su aspecto tangible se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios en la entidad prestadora de servicios Barranca S.A</p> <p>La calidad de servicio en su aspecto de confiabilidad se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios en la entidad prestadora de servicios Barranca S.A</p> <p>La calidad de servicio en su aspecto capacidad de respuesta se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios en la entidad prestadora de servicios Barranca S.A</p> <p>La calidad de servicio en su aspecto garantía se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios en la entidad prestadora de servicios Barranca S.A</p>	<p><b>VARIABLE INDEPENDIENTE</b></p> <p>CALIDAD DE SERVICIO</p> <p>-Aspectos tangibles</p> <p>-Confiabilidad</p> <p>-Capacidad de respuesta</p> <p>-garantía</p> <p><b>VARIABLE DEPENDIENTE</b></p> <p>SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Dimensión humana</li> <li>✓ Dimensión Técnico científico</li> <li>✓ Dimensión entorno</li> </ul>	<p><b>INVESTIGACIÓN</b></p> <p>Descriptiva</p> <p>Correlacional</p> <p>Intensional</p> <p><b>DISEÑO</b></p> <p>No experimental</p>	<p><b>MÉTODO</b></p> <p>Científico</p> <p><b>TÉCNICAS</b></p> <p>Aplicación de fichas a estudiantes</p> <p>Fichaje durante el estudio, análisis bibliográficos y documental</p> <p><b>INSTRUMENTO:</b></p> <p>CUESTIONARIO</p>	<p>Población:</p> <p>1200</p> <p>Muestra:</p> <p>300 personas</p>

