



Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión

**Facultad de Ingeniería Industrial, Sistemas e Informática
Escuela Profesional de Ingeniería Informática**

**Calidad de información y la satisfacción del cliente en la Unidad de Gestión
Educativa Local Chanchamayo - Junin 2023**

Tesis

Para optar el Título Profesional de Ingeniero Informático

Autor

Jonathan Kevin Ordaya Torres

Asesor

Dr. Ing. Josué Joel Rios Herrera

Huacho – Perú

2023



Reconocimiento - No Comercial – Sin Derivadas - Sin restricciones adicionales

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

Reconocimiento: Debe otorgar el crédito correspondiente, proporcionar un enlace a la licencia e indicar si se realizaron cambios. Puede hacerlo de cualquier manera razonable, pero no de ninguna manera que sugiera que el licenciante lo respalda a usted o su uso. **No Comercial:** No puede utilizar el material con fines comerciales. **Sin Derivadas:** Si remezcla, transforma o construye sobre el material, no puede distribuir el material modificado. **Sin restricciones adicionales:** No puede aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros de hacer cualquier cosa que permita la licencia.



UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN

LICENCIADA

(Resolución de Consejo Directivo N° 012-2020-SUNEDU/CD de fecha 27/01/2020)

"Año de la unidad, la paz y el desarrollo"

FACULTAD DE INGENIERIA INDUSTRIAL, SISTEMAS E INFORMATICA

ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERIA INFORMATICA

INFORMACIÓN DE METADATOS

DATOS DEL AUTOR (ES):		
NOMBRES Y APELLIDOS	DNI	FECHA DE SUSTENTACIÓN
Jonathan Kevin, Ordaya Torres	70764670	16 de noviembre del 2023
DATOS DEL ASESOR:		
NOMBRES Y APELLIDOS	DNI	CÓDIGO ORCID
Ing. Josue Joel, Rios Herrera	41997989	0000-0002-1157-0194
DATOS DE LOS MIEMROS DE JURADOS – PREGRADO/POSGRADO-MAESTRÍA-DOCTORADO:		
NOMBRES Y APELLIDOS	DNI	CODIGO ORCID
Ing. Victor Fredy, Espezua Serrano	01229502	0000-0002-0868-8183
Ing. Ronald Demetrio, Flores Flores	15300224	0000-0003-4211-7285
Ing. Franco Jhordy, Miranda Portella	73044452	0000-0002-7324-2858

Calidad de información y la satisfacción del cliente en la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junin 2023

INFORME DE ORIGINALIDAD

18%

INDICE DE SIMILITUD

17%

FUENTES DE INTERNET

4%

PUBLICACIONES

11%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.unjfsc.edu.pe Fuente de Internet	5%
2	hdl.handle.net Fuente de Internet	5%
3	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	1%
4	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	congresos.unlp.edu.ar Fuente de Internet	1%
6	Submitted to CSU, San Jose State University Trabajo del estudiante	1%
7	Submitted to Universidad Alas Peruanas Trabajo del estudiante	1%
8	www.researchgate.net Fuente de Internet	<1%

**Calidad de Información y la Satisfacción del Cliente en la Unidad de Gestión
Educativa Local Chanchamayo - Junin 2023**



A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'José Joel Ríos Herrera', written over a light grey rectangular background.

Ing. JOSUE JOEL RÍOS HERRERA
ASESOR
CIP Nº 127902

ASESOR Y MIEMBRO DEL JURADO



ING. VÍCTOR FREDY ESPEZÚA SERRANO
PRESIDENTE
CIP Nº 27076



ING. RONALD DEMETRIO FLORES FLORES
SECRETARIO
CIP Nº 158121



ING. JHORDY MIRANDA PORTELLA
VOCAL
CIP Nº 234743



ING. JOSUE JOEL RÍOS HERRERA
ASESOR
CIP Nº 127902

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado con profundo cariño a mi amada familia, cuyo apoyo incondicional ha sido el pilar fundamental en la consecución de este logro. La constante presencia a lo largo de este camino ha sido mi mayor motivación y fortaleza. Desde lo más profundo de mi corazón, les agradezco por estar siempre a mi lado

AGRADECIMIENTO

Al señor divino, padre celestial por mi existencia. A mis progenitores, hermanos por ser el soporte en mi tiempo de vida, por sus consejos, amor y paciencia.

También agradezco a mis docentes, personas de gran sabiduría quienes se han esforzado por ayudarme a llegar al punto en el que me encuentro, en especial al asesor de la presente tesis ya que sencillo no ha sido el proceso, pero gracias a las ganas de transmitirme sus conocimientos y dedicación que los ha regido, he logrado importantes objetivos como culminar el desarrollo de mi tesis con éxito

RESUMEN

Este trabajo de investigación tuvo como **Objetivo:** Conocer la calidad de información y su relación con la satisfacción del cliente en los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín 2023. **Metodología:** El método científico del tipo de investigación utilizado fue básico, llamada pura o fundamental, el nivel de investigación fue descriptivo - correlacional. **Hipótesis:** La calidad de información se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín 2023. **La población:** Estuvo constituido por 36 unidades de observación que fueron los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín 2023. Las técnicas de recolección de datos usados en este trabajo fueron: Análisis documental, observación y encuesta. Los instrumentos que se aplicó fueron: Guía de observación, cuestionario e incluso se hizo uso las fichas bibliográficas, hemerográficos de investigación. Por último, para lo estadístico se usó el paquete estadístico SPSS 25.0, para la investigación y se tiene presente la interpretación de datos, tablas y cifras estadísticas. **Conclusión:** Se logró conocer que existe una relación significativamente entre la calidad de información y la satisfacción del cliente en los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín 2023

Palabras Claves: Calidad de información, satisfacción laboral.

ABSTRACT

This research work had as **Objective:** To know the quality of information and its relationship with customer satisfaction in the workers of the Chanchamayo Local Educational Management Unit - Junín 2023. **Methodology:** The scientific method of the type of research used was basic, called pure or fundamental, the research level was descriptive - correlational. **Hypothesis:** The quality of information is significantly related to customer satisfaction in the workers of the Chanchamayo Local Educational Management Unit - Junín 2023. **The population:** It consisted of 36 observation units that were the workers of the Local Educational Management Unit Chanchamayo - Junín 2023. The instruments that were applied were: Observation guide, questionnaire and even the bibliographic records, research newspapers were used. Finally, for statistics, the statistical package SPSS 25.0 was used, for the investigation and the interpretation of data, tables and statistical figures is kept in mind. Conclusion; It was possible to know that there is a significant relationship between the quality of information and customer satisfaction in the workers of the Local Educational Management Unit Chanchamayo - Junín 2023.

Keywords: Information quality, job satisfaction

INDICE

DEDICATORIA.....	vii
AGRADECIMIENTO.....	viii
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT.....	x
ÍNDICE DE TABLA.....	xiii
ÍNDICE DE FIGURA.....	xiv
INTRODUCCIÓN.....	xv
CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	16
1.1. Descripción de la realidad problemática.....	16
1.2. Formulación del problema.....	17
1.2.1. Problema general.....	17
1.2.2. Problemas específicos.....	17
1.3. Objetivos de la investigación.....	18
1.3.1. Objetivo general.....	18
1.3.2. Objetivos específicos.....	18
1.4. Justificación de la investigación.....	18
1.5. Delimitaciones del estudio.....	19
1.6. Viabilidad del estudio.....	20
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	21
2.1. Antecedentes de la investigación.....	21
2.1.1. Antecedentes internacionales.....	21
2.1.2. Antecedentes nacionales.....	24
2.2. Bases teóricas.....	27
2.3. Definiciones conceptuales.....	35

2.4. Formulación de las hipótesis	36
2.4.1. Hipótesis general	36
2.4.2. Hipótesis específica.....	36
2.5. Operacionalización de variables.....	37
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA.....	39
3.1. Diseño metodológico.....	39
3.2. Población y muestra	40
3.2.1. Población	40
3.2.2. Muestra	40
3.3. Técnicas de recolección de datos	41
3.4. Técnicas para el procedimiento de la información.....	41
CAPÍTULO IV. RESULTADOS	44
4.1. Análisis de resultados	44
4.2. Contratación de hipótesis.....	53
CAPÍTULO V. DISCUSIÓN	60
5.1. Discusión.....	60
CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	62
6.1. Conclusiones	62
6.2. Recomendaciones.....	63
CAPÍTULO VII. REFERENCIAS	64
7.1. Referencias documentales	64
7.2. Referencias bibliográficas	66
7.3. Referencias hemográficas.....	67
ANEXOS	68

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1. <i>Operacionalización de variables</i>	37
Tabla 2. <i>Calidad de información</i>	44
Tabla 3. <i>Categoría Intrínseca</i>	45
Tabla 3. <i>Categoría contexto</i>	46
Tabla 3. <i>Categoría representación</i>	47
Tabla 4. <i>Categoría accesibilidad</i>	48
Tabla 5. <i>Satisfacción del cliente</i>	49
Tabla 6. <i>Rendimiento percibido</i>	50
Tabla 7. <i>Nivel de satisfacción</i>	52
Tabla 8. <i>Expectativas</i>	51
Tabla 11. <i>Prueba de normalidad de la variable calidad de información</i>	53
Tabla 12. <i>Prueba de normalidad de la variable satisfacción del cliente</i>	54
Tabla 13. <i>La calidad de información y la satisfacción del cliente</i>	55
Tabla 14. <i>La categoría intrínseca y la satisfacción del cliente</i>	56
Tabla 15. <i>La categoría contexto y la satisfacción del cliente</i>	57
Tabla 16. <i>La categoría representación y la satisfacción del cliente</i>	58
Tabla 17. <i>La categoría accesibilidad y la satisfacción del cliente</i>	59

ÍNDICE DE FIGURA

<i>Figura 1.</i> Calidad de información	44
<i>Figura 2.</i> Categoría Intrínseca	45
<i>Figura 3.</i> Categoría contexto.....	46
<i>Figura 4.</i> Categoría representación	47
<i>Figura 5.</i> Categoría accesibilidad	48
<i>Figura 6.</i> Satisfacción del cliente.....	49
<i>Figura 7.</i> Rendimiento percibido	50
<i>Figura 8.</i> Expectativas.....	51
<i>Figura 9.</i> Nivel de satisfacción	52

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación titulado: “Calidad de información y la satisfacción del cliente en la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junin 2023”. En la actualidad la calidad de la información se mide según la utilidad que quien la necesita percibe de ella. En este sentido, la información se considera de alta calidad si puede emplearse en el instante presente para tomar decisiones relacionadas con la situación de la empresa (Espona, 2014). Por otro lado, referente a la satisfacción del cliente Oliveros (1997) mencionó que la satisfacción implica la sensación de plenitud experimentada por el cliente. Constituye una evaluación sobre una característica del producto o servicio en cuestión y brinda un nivel agradable de gratificación vinculado al acto de consumir.

La investigación se ha estructurado de la siguiente manera: El capítulo I tiene en cuenta el planteamiento del problema donde se hace la descripción de la realidad problemática, luego la formulación del problema con sus respectivos objetivos de la investigación, tiene en cuenta justificación de la investigación, delimitaciones del estudio y viabilidad del estudio, en el capítulo II comprende el marco teórico donde se muestra antecedentes relacionadas con el estudio, las bases teóricas de las teorías sobre la variable independiente y dependiente , definiciones de términos básicos, hipótesis de la investigación y la operacionalización de variables, el capítulo III el marco metodológico que contiene el diseño de la investigación, la población y muestra, las técnicas de recolección de datos y las técnicas para el procesamiento de la información, el capítulo IV que contiene los resultados estadísticos con el programa estadístico SPSS 25.0 y su respectiva contrastación de hipótesis, en el capítulo V tiene cuenta la discusión de los resultados, en el capítulo VI contiene las conclusiones, recomendaciones y finalmente las referencias bibliográficas y sus respectivos anexos.

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática

A nivel mundial, la era de la información en la que vivimos desde la explosión de la tecnología presenta crecientes desafíos en todos los campos del conocimiento. La gran disponibilidad de información nos genera complicaciones a la hora de seleccionar, en base a los objetivos planteados, el material a utilizar. Es aquí donde una disciplina surgida en el ámbito de la informática viene en nuestra ayuda.

Hoy en día, la calidad de información que ofrece una entidad o institución es susceptible de ser evaluada en su sistema de gestión, sobre todo si se requiere reunir una colección de utilidad para los usuarios de un centro de información. La información almacenada en los soportes tradicionales, e incluso en los electrónicos, cuenta desde hace tiempo con un corpus teórico contrastado relativo a los criterios que se deben aplicar para la evaluación de la misma. Por lo cual, definimos calidad de la información como el grado de utilidad percibida por la persona que la requiere. De este modo, la información se considera de calidad si puede ser utilizada en el momento para tomar decisiones referentes a una situación de la unidad de gestión educativa local Chanchamayo - Junín. Es fundamental para la unidad, entonces, contar con información de calidad. Se debe ahora, definir parámetros que permitan determinar qué información se considera de calidad.

Por otro lado, cabe recalcar que la calidad de información es evaluada a través de la satisfacción del cliente es el resultado de comparar la percepción que tiene el cliente de los beneficios de un producto o servicio con las expectativas que tenía creadas. Además, los cambios que acentúan una orientación cada vez más predominante hacia el cliente, conducen a las organizaciones a resaltar la importancia del servicio prestado para mejorar.

Por ello, es importante conocer la calidad de información de la unidad de gestión educativa local Chanchamayo - Junín 2023 en los trabajadores y ver la satisfacción del cliente. Así, tales hechos determinan el tema de la presente investigación, con lo que se aspira contribuir y demostrar realmente lo que está ocurriendo y, en base a ello, asumir y mejorar la calidad de información.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Cómo la calidad de información se relaciona con la satisfacción del cliente en los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín 2023?

1.2.2. Problemas específicos

1. ¿Cómo la categoría intrínseca se relaciona con la satisfacción del cliente en los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín 2023?
2. ¿Cómo la categoría contexto se relaciona con la satisfacción del cliente en los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín 2023?
3. ¿Cómo la categoría representación se relaciona con la satisfacción del cliente en los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín 2023?
4. ¿Cómo la categoría accesibilidad se relaciona con la satisfacción del cliente en los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín 2023?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo general

Conocer la calidad de información y su relación con la satisfacción del cliente en los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín 2023.

1.3.2. Objetivos específicos

1. Conocer la categoría intrínseca y su relación con la satisfacción del cliente en los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín 2023.
2. Conocer la categoría contexto y su relación con la satisfacción del cliente en los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín 2023.
3. Conocer la categoría representación y su relación con la satisfacción del cliente en los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín 2023
4. Conocer la categoría accesibilidad y su relación con la satisfacción del cliente en los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín 2023

1.4. Justificación de la investigación

El presente trabajo investigación desea evaluar y analizar la calidad de información y la satisfacción de los clientes de la unidad de gestión educativa local Chanchamayo - Junín 2023 y tratar el problema en el sistema, el cual repercute en su entorno de su utilidad.

Además, es de gran importancia aportar con algunas estrategias para lograr el mejoramiento de la calidad de información, tratando que le permitan trabajar de manera satisfactoria a los usuarios. Además, la presente investigación sirvió de guía para los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo que constituyen un eje fundamental del proceso educativo, los cuales fueron también los catalizadores que valoraron las expectativas tanto formativas de una manera eficaz, efectiva.

1.5. Delimitaciones del estudio

a. Delimitación temporal

Esta investigación es de actualidad, por cuanto el tema calidad de información y satisfacción del cliente es vigente.

b. Delimitación espacial

Esta investigación estuvo comprendida dentro de la Región Junín, Provincia de Chanchamayo, que fueron trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo.

c. Delimitación social

Esta investigación se efectuó con una muestra no probabilística y el procesamiento estadístico correspondiente.

a) Delimitación conceptual

Esta investigación abarcó dos conceptos fundamentales: Calidad de información y la satisfacción del cliente.

1.6. Viabilidad del estudio

El presente trabajo de investigación fue viable porque cuenta con el presupuesto auto financiado por el investigador, existen fuentes teóricas que respaldan la presente investigación, cuenta con el apoyo de los docentes especializado en el tema y la investigación, como metodólogo, asesores temáticos, estadísticos y una traductora de idioma extranjero y un especialista técnico en computación para desarrollar la investigación.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Antecedentes internacionales

Espona, M. (2021) en su estudio denominado “Catastro de los sistemas de alcantarillado a través de la georreferenciación y digitalización para mejorar la calidad de información sanitaria de la Parroquia Urbana Tisaleo y Caseríos San Luis, San Francisco, San Juan, San Diego, Alobamba, Santa Lucia – La Libertad, Santa Lucia – Centro, Santa Lucia – Arriba, El Calvario del Cantón Tisaleo, Provincia de Tungurahua”, realiza con el apoyo de la Universidad Técnica de Ambato, planteando como objetivo: “Realizar la digitalización de los sistemas de alcantarillado de los caseríos San Luis, San Francisco, San Juan, San Diego, Alobamba, Santa Lucia – La Libertad, Santa Lucia – Centro, Santa Lucia – Arriba, El Calvario, identificando su ubicación, diámetros y longitudes mediante la utilización de un software” (p.15), El tipo de investigación fue correlacional (p.17), el instrumento es el in situ (p.19), respecto a la conclusión que se llegó; Se recopiló la información catastral que poseía el GAD Municipal del cantón Tisaleo, en donde se pudo constatar que existían redes más antiguas de las cuales no se tenían registros, únicamente se evidenció planos As Built de los años 2000 al 2015, lo que limitaba en gran manera la prestación de servicios, justificando la importancia de contar con un catastro actualizado y digital (p. 53)

Peña (2022) en su estudio denominado “El papel de los medios de comunicación como instrumento de gobierno corporativo su incidencia en el consejo de administración, la calidad de la información contable y la inversión en I+D”, realiza con el apoyo de la Universidad de Guayaquil, planteando como

objetivo “Ampliar el conocimiento actual sobre el impacto que tiene la atención de los medios de comunicación en el comportamiento de las empresas” (p.10), El tipo de investigación fue descriptivo correlacional (p.23), el instrumento es el cuestionario (p.46), respecto a la conclusión que se llegó; El mundo académico, los inversores y los reguladores muestran un interés cada vez mayor por comprender el papel que desempeñan los medios de comunicación en el comportamiento de las empresas. A pesar de ello, se puede considerar que la literatura que centra su atención en este vínculo es todavía incipiente en Europa continental. En un esfuerzo por comprender el papel que desempeña este mecanismo externo de gobierno corporativo, esta tesis pretende explorar el impacto de la atención de los medios de comunicación en la toma de decisiones corporativas. (p. 88)

Arias y Sepeda (2018) en su estudio denominado “Calidad de información sobre lactancia materna impartida por el personal de enfermería a pacientes de ginecología del Hospital San Vicente de Paúl 2016”, realiza con el apoyo de la Universidad de Guayaquil, planteando como objetivo “Determinar la calidad de información sobre lactancia materna impartida por el personal de enfermería a pacientes de ginecología del Hospital San Vicente de Paúl” (p.6), El tipo de investigación fue aplicativo, diseño no experimental. (p.63), el instrumento es el cuestionario (p.72), respecto a la conclusión que se llegó; En cuanto a las características sociodemográficas del grupo de estudio se destaca que la mayoría de madres se encuentra entre los 20 a 30 años, un tercio del grupo en estudio corresponde a madres adolescentes, las mismas que en su mayoría son primigestas, mientras que las madres mayores de 30 años son multíparas. En su

mayoría tienen un nivel de educación de bachillerato, en cuanto al estado civil el mayor porcentaje corresponde a madres casadas, predomina la nacionalidad ecuatoriana y con un mínimo porcentaje a la nacionalidad colombiana. (p. 95)

Vásquez y Huacón (2021) en su estudio denominado “Trabajo de titulación presentado como requisito para optar por el título de Ingeniero Comercial”, realiza con el apoyo de la Universidad de Guayaquil, planteando como objetivo “Describir la Calidad del servicio y la satisfacción en clientes de las farmacias del sector sur oeste de la ciudad de Guayaquil” (p.8), El tipo de investigación fue descriptivo correlacional y transversal, diseño no experimental (p.44), el instrumento es el cuestionario (p.46), respecto a la conclusión que se llegó; La presente investigación ha permitido comprobar a la calidad del servicio y la satisfacción al cliente como parte de los procesos de mejoras tales como; evaluaciones, control, u otros, los cuales respaldan dichas decisiones a través de su fundamentación teórica y empírica. (p. 91)

García y Huacón (2021) en su estudio denominado “Análisis de los niveles de satisfacción al cliente en el mercado mayorista de Durán y su incidencia en las ventas”, realiza con el apoyo de la Universidad de Guayaquil, planteando como objetivo “Evaluar los niveles de satisfacción al cliente e incidencia en las ventas dentro el mercado mayoristas cantón Duran” (p.21), El tipo de investigación fue descriptivo correlacional y transversal, diseño no experimental (p.60), el instrumento es el cuestionario (p.46), respecto a la conclusión que se llegó; Dentro de los fundamentos conceptuales empleados para comprender el contexto que rodea la situación, se presentaron la teoría de los dos factores

utilizados para evaluar el nivel de contenido y descontento del cliente. Además, se detallaron aspectos como la atención y el servicio al cliente, así como el modelo SERVQUAL, una herramienta empresarial empleada para evaluar la excelencia del servicio. Además, se incluyeron otros conceptos y estudios similares que sirvieron como punto de referencia y orientación para la propuesta futura (p. 88)

2.1.2. Antecedentes nacionales

Guerrero (2019) en su estudio denominado “Calidad de información y toma de decisiones en el programa de prevención y control del cáncer Región Lambayeque”, realiza con el apoyo de la Universidad Cesar Vallejo, planteando como objetivo “Determinar la relación que existe entre la calidad de información y la toma de decisiones en el Programa de Prevención y Control del Cáncer Región Lambayeque 2017” (p.41), El tipo de investigación fue descriptivo correlacional y transversal, diseño el raciocinio deductivo y la generalización (p.42), el instrumento es el cuestionario (p.45), respecto a la conclusión que se llegó; la propuesta puesta a disposición en mi trabajo de investigación es que es una propuesta valiosa y que puede ser utilizada para influir en el diseño, elaboración e implementación de otros trabajos investigativos, debido a que incluye necesidades reales y manifiestas por mejorar. (p. 61)

Rodríguez (2022) en su estudio denominado “Factores determinantes y la calidad de información de los registros de enfermería de un servicio neonatal de un hospital público”, realiza con el apoyo de la Universidad Cesar Vallejo,

planteando como objetivo “Establecer la asociación de los factores determinantes y la calidad de información de los registros de enfermería de un servicio neonatal de un hospital público” (p.03), El tipo de investigación fue descriptivo correlacional y transversal, diseño no experimental (p.12), el instrumento es el cuestionario (p.13), respecto a la conclusión que se llegó; el resultado de la prueba de Chi – Cuadrado de P mayor a 0.05 nos indica que no hay relación entre los factores determinantes y la calidad de información. (p. 26)

Molina (2018) en su estudio denominado “Calidad de la información del aplicativo de citas del sistema de gestión hospitalaria en la red almenara Essalud, 2017”, realiza con el apoyo de la Universidad Cesar Vallejo, planteando como objetivo “Comparar la calidad de la información en los policlínicos de nivel I y nivel II con respecto al aplicativo de citas del sistema de Gestión Hospitalaria en la Red Almenara-Essalud, 2017” (p.32), El tipo de investigación fue aplicativo, diseño no experimental (p.35), el instrumento es el cuestionario (p.40), respecto a la conclusión que se llegó; Esta investigación tuvo como objetivo, comparar la calidad de la información de los policlínicos de nivel I y nivel II con respecto al aplicativo de citas del sistema de Gestión Hospitalaria en la Red Almenara-Essalud, 2017. La calidad de información se categorizó en baja, regular y buena, y su cuantificación se estableció desde la perspectiva del usuario según el modelo propuesto por Wang (1996). Mediante el análisis inferencial se concluyó que no existe diferencia significativa de la calidad de la información en los policlínicos del nivel I y nivel II con respecto al aplicativo de citas del sistema de Gestión Hospitalaria en la Red Almenara-Essalud, 2017,

para niveles de significación inferiores al 58.4%, habiéndose obtenido según la Prueba estadística U de Mann – Whitney ($z = -0.548$, $p = 0.584$). (p. 63)

Accame (2019) en su estudio denominado “La gestión administrativa y su influencia en la satisfacción del cliente de la ferretería rosita, San Martín de Porres, 2019”, realiza con el apoyo de la Universidad Cesar Vallejo, planteando como objetivo “Establecer la influencia de la gestión administrativa en la satisfacción del cliente en la ferretería Rosita, 2019.” (p.09), El tipo de investigación fue correlacional-causal , diseño no experimental-transversal (p.11), el instrumento utilizado fue el cuestionario, tal como se menciona en la página 14. En relación a las conclusiones obtenidas, se logró alcanzar los objetivos planteados en la investigación, los cuales consistían en determinar la relación entre la variable de Gestión administrativa y la satisfacción del cliente en la ferretería Rosita. Como resultado, se concluye que la satisfacción del cliente está influenciada por la gestión administrativa. Específicamente, se llegó a la conclusión de que para asegurar que los clientes se vayan satisfechos después de realizar sus compras, es esencial implementar planes de acción en las áreas donde el personal brinda atención final. Estos planes deben ser monitoreados de manera constante para asegurar su implementación efectiva (p. 27)

Alarcón y Vargas (2021) en su estudio denominado “Plan de mejoramiento de la calidad de servicio para la satisfacción del cliente en una clínica de Jaén”, realiza con el apoyo de la Universidad Cesar Vallejo, planteando como objetivo “Formular un Plan de mejoramiento de la calidad de servicio que influiría en el nivel de satisfacción del cliente en una clínica de Jaén.” (p.05), El tipo de

investigación fue correlacional-causal, diseño no experimental-transversal (p.17), el instrumento es el cuestionario (p.20), respecto a la conclusión que se llegó; Respecto al objetivo específico medir la calidad de la gestión del servicio que espera el cliente de una clínica de Jaén., la media es 3.12, nivel regular. La mediana es 2.94. El 3% indica que el nivel es muy malo, 15% bueno, 53% regular, 26% alto y 3% muy alto. (p. 36)

2.2. Bases teóricas

2.2.1 Calidad de información (X)

Según Espona (2014), la calidad de la información se describe como el nivel de utilidad que la persona que la solicita percibe. De esta manera, se considera que la información es de calidad si es capaz de ser empleada en el instante adecuado para tomar decisiones relacionadas con situaciones empresariales.

Strong (1997) plantea que la calidad de la información no puede ser evaluada de manera aislada de las personas que la emplean. En este sentido, enfatiza que la perspectiva no solo debe estar dirigida hacia los usuarios o receptores de la información, sino también hacia quienes la generan y consumen.

Esta disciplina tuvo sus inicios en el Instituto de Tecnología de Massachusetts (MIT) durante los años 90. Su propósito es facilitar la categorización y elección de información utilizando una serie de características o dimensiones, como precisión, objetividad, credibilidad, reputación, relevancia, actualidad, oportunidad, integridad, entre otras (Espona, 2014).

Según lo señalado por Espona (2024), el Dr. Richard Wang, en colaboración con colegas, propuso este enfoque multidimensional (Wang y Strong, 1996; Wand y Wang, 1996) basado

en la retroalimentación de los usuarios, en lugar de construirlo únicamente desde desarrollos teóricos abstractos. A través de este proceso, los investigadores identificaron inicialmente 179 atributos relacionados con la Calidad de Información. Sin embargo, dado que esta cantidad resultaba demasiado abrumadora para fines prácticos, aplicaron técnicas de análisis estadístico para reducir el número a 15. Estos atributos fueron luego categorizados en cuatro grupos principales: Intrínseca, Contexto, Representación y Accesibilidad.

2.2.1.1. Categoría intrínseca

Según Espona, (2014) Denota que la calidad del ítem está autocontenida, es decir, que el contexto no determina la calidad, donde se incluye los siguientes:

- **Precisión:** Cuán exactamente es representado el mundo real. (Davenport, T.H., 1997 y Wang y Strong, 1996).
- **Credibilidad:** El dato puede ser preciso, pero no es útil si el usuario no cree que lo sea.
- **Objetividad:** Si intervienen opiniones personales durante el proceso de creación del dato, puede ser que algunos individuos no confíen en él como si hubiera sido construido totalmente a través de medios objetivos. Asimismo, la objetividad influye en la de credibilidad.
- **Reputación:** Con el paso del tiempo, los datos construyen una reputación que los usuarios tienen en cuenta cuando evalúan la calidad de sus bases de datos e información. Más allá de la medida exacta de precisión, la reputación de la base puede disuadir al usuario de utilizarla en su proceso de toma de decisiones.

2.2.1.2. Categoría contexto

Según Espona, (2014) se tiene en cuenta al contexto como algo esencial lo que incluye lo siguientes:

- **Valor agregado:** Extensión en la cual el dato es beneficioso y aporta ventajas a partir de su uso.
- **Relevancia:** Se refiere al grado en el cual el dato es apropiado y útil para una tarea determinada. Es decir, la aplicabilidad de un dato para un tema en particular por un usuario en especial (Tayi y Ballou, 1998).
- **Actualidad (y oportunidad):** Se refiere a la edad del dato (Wang y Strong, 1996), es decir, significa que el valor registrado no está desactualizado. Esta puede variar con el decisor y la circunstancia: un planificador estratégico puede utilizar información que tenga varios años, mientras que un gerente de producción necesita tener datos dentro de la hora.
- **Completa:** Se refiere al grado en el cual los datos están presentes en la colección (Ballou y Pazer, 1995). El Dr. Wang (1996) plantea que es “la extensión en la cual los datos se encuentran con la suficiente amplitud, profundidad y alcance para la tarea a realizar”. Con otras palabras, se enfoca en si todos los valores, para todas las variables, están registrados, almacenados y presentados.
- **Cantidad de datos:** Como su nombre lo indica, está especialmente relacionado con la sobrecarga de datos que puede ocurrir en un proceso y el impacto que posee debido a su tratamiento no óptimo. Interpretabilidad: la información debe ser presentada en un lenguaje o unidades claras, lo cual incluye definiciones precisas de los términos.

2.2.1.3. Categoría representación

Según Espona, (2014) Refleja la importancia de la presentación de los datos y aspectos metodológicos, incluyendo los siguientes aspectos:

- **Interpretabilidad:** La información debe ser presentada en un lenguaje o unidades claras, lo cual incluye definiciones precisas de los términos.
- **Fácil de entender:** Si bien parece obvia, si no es planificada con un objetivo, puede no llegar a cumplirse. Esta dimensión establece que los datos deben ser claros, no ambiguos y fáciles de comprender (Wang y Strong, 1996).
- **Representación consistente:** Uso de formatos comunes de sistema en sistema y de aplicación en aplicación. Significa que los valores de los datos son los mismos en todos los casos (Ballou y Pazer, 1995; Ballou y Pazer, 2003). También implica que no hay redundancia en la base de datos. Profesionales de factores humanos han demostrado que esta dimensión es un factor clave en el diseño de sistemas (Shneiderman, 1986)
- **Representación concisa:** En pocas palabras, sería corto y al punto.

2.2.1.4. Categoría accesibilidad

Según Espona, (2014) Lidia con la disponibilidad de datos y sobre cómo están protegidos del uso no autorizado, incluyendo los siguientes aspectos:

- **Accesibilidad:** Extensión en la cual el dato está disponible o es fácil de obtener (Wang y Strong, 1996).
- **Seguridad de acceso:** Filtros para la obtención de los datos.

2.2.2 Satisfacción del cliente (Y)

Castillón y Cochachi (2013) mencionaron que:

La satisfacción del cliente se ve afectada por las características particulares del producto o servicio, así como por la percepción de su calidad. Además, las reacciones emocionales también desempeñan un papel en la determinación de la satisfacción. Se trata de la evaluación de los aspectos intrínsecos del producto o servicio en sí, que contribuyen a una experiencia placentera de consumo. Las emociones del cliente también intervienen en este proceso (p. 57)

Oliveros (1997), mencionaron que:

La satisfacción es la respuesta de satisfacción del cliente, representando un juicio sobre una característica específica del producto o servicio en sí. Esta respuesta otorga una recompensa placentera vinculada al acto de consumir. La satisfacción se materializa cuando se alcanzan los requisitos establecidos para lograr un resultado, acompañado de un cierto grado de satisfacción personal. Es reconocida como uno de los indicadores clave de la excelencia en la prestación de servicios.

2.2.2.1. Rendimiento percibido

Kotler y Armstrong (2003) refirieron que:

El desempeño que el cliente anticipa recibir de los productos en el momento en que utiliza dichos productos. De manera alternativa, se puede describir como el "resultado" que el cliente "percibe" haber obtenido del producto o servicio adquirido (p. 10).

Según Nario, (2018) El rendimiento percibido hace referencia al nivel de desempeño (en términos de valor proporcionado) que el cliente estima haber obtenido tras adquirir un producto o servicio. En otras palabras, se trata del "resultado" que el cliente "percibe" haber logrado al utilizar el producto o servicio adquirido. Este concepto presenta las siguientes características:

- **Punto de vista:** Es evaluado desde la perspectiva del cliente en lugar de la empresa. Se fundamenta en los logros que el cliente experimenta a través del uso del producto o servicio.
- **Percepción:** Está fundamentado en las interpretaciones del cliente y no siempre refleja objetivamente la realidad. Además, puede ser influenciado por las opiniones de otras personas que ejercen un impacto en la percepción del cliente.

Por otro lado, Kotler y Keller (2016) mencionó que: “Proceso mediante el cual un cliente selecciona, organiza e interpreta la información que recibe para construir una percepción y comprensión sobre las empresas”.

- **Ánimo del cliente:** Está influenciado por el estado emocional del cliente y sus procesos de pensamiento. Debido a su naturaleza compleja, la evaluación del "rendimiento percibido" puede requerir una investigación detallada que se inicia y concluye con el cliente.

2.2.2.2. Expectativas

Wirtz (2015) definió como: “Los criterios internos que los clientes emplean para evaluar la calidad de la experiencia del servicio”

Según Nario, (2018) Son las "anticipaciones" que los clientes albergan sobre lo que van a obtener. Las expectativas de los clientes pueden surgir debido a uno o varios de estos cuatro escenarios:

- Beneficios: Promesas que hace la misma empresa acerca de los beneficios que brinda el producto o servicio.
- Experiencias: Opiniones de amistades, familiares, conocidos y líderes de opinión.
- Promesas que ofrecen los competidores.

2.2.2.3. Nivel de satisfacción

Aimacaña (2013) mencionó que:

Dependiendo del nivel de satisfacción del cliente, es posible evaluar su grado de fidelidad hacia una marca o empresa. Por ejemplo, un cliente insatisfecho tiene la tendencia a cambiar de marca o proveedor de manera inmediata (deslealtad debido a la propia empresa). Por otro lado, un cliente satisfecho permanecerá leal, pero solo hasta que encuentre una oferta mejor por parte de otro proveedor (lealtad condicional). En contraste, un cliente complacido mostrará lealtad hacia una marca o proveedor debido a una conexión emocional profunda que va más allá de una preferencia racional (lealtad incondicional). Debido a esta dinámica, las empresas

inteligentes se esfuerzan por cumplir las promesas que hacen y, además, superar las expectativas al brindar más de lo que prometen (p. 40)

Según Rodríguez, (2011) citado por Larrea, (1991), son los siguientes:, los clientes experimentan uno de éstos tres niveles de satisfacción:

- **Insatisfacción,** Este fenómeno ocurre cuando el rendimiento percibido del producto o servicio no cumple con las expectativas del cliente. También puede surgir cuando una transacción no resulta exitosa o cuando el nivel de esfuerzo requerido en la interacción, especialmente en el servicio de atención, supera las expectativas previas.

Por otro lado, Tigani (2006) mencionó que:

Este fenómeno ocurre cuando el rendimiento percibido del producto o servicio no cumple con las expectativas del cliente. También puede surgir cuando una transacción no resulta exitosa o cuando el nivel de esfuerzo requerido en la interacción, especialmente en el servicio de atención, supera las expectativas previas (p. 10)

- **Satisfacción,** Esto ocurre cuando el rendimiento percibido del producto concuerda con las expectativas del cliente. Además, las expectativas han sido cumplidas pero no excedidas.

Lovelock y Wirtz (2015) definieron satisfacción como "las emociones de contento o decepción que una persona experimenta al comparar el desempeño o resultado percibido".

- **Complacencia**, Kotler y Armstrong (2003) señalaron que la satisfacción ocurre "cuando el desempeño percibido supera las expectativas previas del cliente".

2.3. Definiciones conceptuales

a) Calidad

La calidad se refiere al nivel en el que un conjunto de atributos intrínsecos a un objeto (ya sea producto, servicio, proceso, persona, organización, sistema o recurso) cumple con los requisitos establecidos.

b) Satisfacción

La satisfacción es una reacción positiva que surge del encuentro entre el consumidor y un producto o servicio (Oliver, 1980)

c) Categoría

De acuerdo a Miles, Huberman y Saldaña (2014), una categoría es una forma de organizar información específica, basada en la relevancia otorgada a un tema en particular.

d) Accesibilidad

La accesibilidad se refiere a un conjunto de atributos que permiten que cualquier entorno, servicio, sistema de gestión o mantenimiento sea diseñado, implementado o adecuado para ser utilizado por la mayor cantidad de personas posible, garantizando condiciones de comodidad, seguridad e igualdad.

e) Expectativas

Según Escoriza (1985), las expectativas se definen como la previsión de un evento o resultado futuro, ya sea en un contexto personal o social.

2.4. Formulación de las hipótesis

2.4.1. Hipótesis general

La calidad de información se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín 2023.

2.4.2. Hipótesis específica

1. La categoría intrínseca de la calidad de información se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín 2023.
2. La categoría contexto de la calidad de información se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín 2023.
3. La categoría representación de la calidad de información se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín 2023
4. La categoría accesibilidad de la calidad de información se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín 2023

2.5. Operacionalización de variables

Tabla 1

Operacionalización de variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA
(X) Calidad de información	X.1.- Categoría Intrínseca	X.1.1.- Credibilidad	
		X.1.2.- Precisión	
		X.1.3.- Objetividad	
		X.1.4.- Reputación	
	X.2.-. Categoría contexto	X.2.1.- Valor agregado	
		X.2.2.- Relevancia	Siempre.
		X.2.3.- Oportunidad	Casi Siempre
		X.2.4.- Completa	A veces
		X.2.5.-Cantidad de datos	Casi nunca
	X.3.-. Categoría representación	X.3.1.-Interpretabilidad	Nunca
		X.3.2.- Facilidad de comprensión	Likert.
		X.3.3.- consistencia representacional	
X.3.4.- representación concisa			
X4.- Categoría accesibilidad	X.4.1.- Accesibilidad		
	X.4.2.- Seguridad		
(Y) Satisfacción del cliente	Y.1.- Rendimiento percibido	Y.1.1.- Punto de vista	Siempre.
		Y.1.2.- Percepción	Casi Siempre
		Y.1.3.- Ánimo del cliente	A veces
			Casi nunca
	Y.2.1.- Beneficios	Nunca	

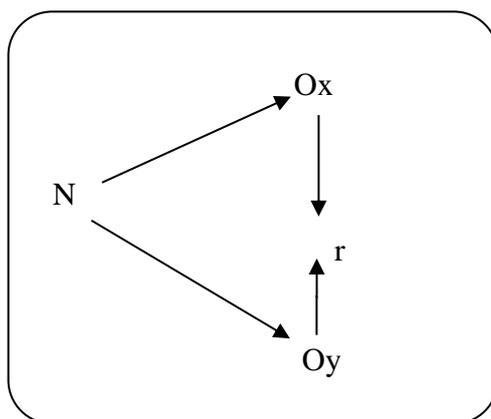
Y.2.- Expectativas	Y.2.2.- Experiencias	
	Y.2.3.- Promesas	Likert.
Y.3.-Niveles de satisfacción	Y.3.1.- -Insatisfacción	
	Y.3.2.- Satisfacción	
	Y.3.3.- Complacencia	

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

3.1. Diseño metodológico

Tipo de Investigación

El tipo de investigación de acuerdo al fin que se persigue fue la investigación básica, llamada pura o fundamental. Fue descriptivo por cuanto nos dió valiosa información diagnóstica de las variables, con un enfoque cuantitativa y un diseño no experimental transaccional correlacional por cuanto las variables estudiadas se relacionan o tienen un grado relación o dependencia de una variable en la otra, y está interesada en conocer a través de una muestra de las unidades de observación, la relación existente entre las variables identificadas, como podemos ver en la siguiente figura:



Denotación:

N = Población

Ox = Observación a la variable independiente.

Oy = Observación a la variable dependiente.

r = Relación entre variables.

Método de Investigación

Método Científico.

Estrategia procedimiento de contratación de hipótesis

Las reglas estratégicas que se emplearon para la prueba de hipótesis fueron a través del paquete estadístico de la correlación, en su variante descriptiva y comparativa puesto que se trata de determinar y establecer el nivel de relación existente entre ambas variables. Finalmente, se hizo un análisis estadístico de los resultados mediante el coeficiente de correlación.

3.2. Población y muestra

3.2.1. Población

Córdoba (2009) señaló que: “La población es el conjunto bien definido de unidades de observación con características comunes y perceptibles. Es denotado por la letra N”.

El universo poblacional estuvo constituido por 36 unidades de observación que fueron los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín 2023.

3.2.2. Muestra

La muestra de estudio se consideró a la totalidad de la población por ser pequeña que vienen a ser todas las unidades de observación, los 36 trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín 2023.

Por ser pequeña la población se consideró muestra no probabilística, porque el investigador, conociendo bien la población y con el buen criterio, decide que las unidades de observación integrarán la muestra. Haremos uso del método, o técnica de muestreo llamado muestreo intencional u opinático, con el criterio de conveniencia del

investigador para que sean representativas, la muestra se aplicó a la totalidad de los elementos de observación con las mismas características, según Córdoba (2009 pg. 32) en su libro denominado “Estadística aplicada a la Investigación”.

3.3. Técnicas de recolección de datos

Las técnicas e instrumentos que se utilizaron en el presente trabajo de investigación se muestran a continuación:

Técnicas:

- Encuesta: Según Arias (2012), define encuesta como una técnica que pretende obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de sí mismo, o en relación con un tema particular (p. 72)

Instrumentos:

- Cuestionario de preguntas. Según Tamayo (2007), señala que “el cuestionario contiene los aspectos del fenómeno que se consideran esenciales; permite, además, aislar ciertos problemas que nos interesan principalmente; reduce la realidad a cierto número de datos esenciales y precisa el objeto de estudio” (124)

3.4. Técnicas para el procedimiento de la información

Análisis Documental

Mediante el análisis documental y sus respectivos instrumentos se revisaron fuentes bibliográficas, publicaciones especializadas y portales de internet; directamente relacionados con el tema de investigación.

A través de la entrevista y su instrumento – cuestionario, elaborado por el tesista especialmente para esta investigación, se recopiló información sobre cada una de las

dimensiones de la variable, las preguntas están referidas a los aspectos concretos que aportaron para recopilar datos y ubicar las deficiencias en la Vd.

a) Ficha Técnica de Instrumentos

La encuesta estuvo constituida por preguntas de la Vi y la Vd., La medición se hizo a través de la Escala de Likert, que mide de 1 a 5.

b) Administración de los instrumentos y obtención de los datos

Para el acopio de la información se formuló y contó con un cuestionario, confiable y validado por especialistas y expertos en la investigación, que dieron su opinión de expertos si el cuestionario es aplicable o puede ser observado para luego ser corregido por el investigador. La confiabilidad se logró aplicando pruebas piloto que fueron aplicados el cuestionario varias veces a la muestra determinada para comprobar la precisión y exactitud del instrumento o en todo caso haremos uso de la prueba de Alfa de Cronbach.

En la administración de cuestionarios se contó con el valioso apoyo en la recopilación de datos del personal.

Análisis Estadístico

Se llevó a cabo utilizando el paquete estadístico SPSS 25.0 el cual procesó, para lograr la interpretación, análisis y discusión los gráficos y figuras estadísticos, para lograr los resultados y contar con las conclusiones, implicando los objetivos y las hipótesis que fue el producto final de la investigación.

Formulación del modelo

a. Hipótesis Nula.

Existen evidencias que las medias de los tratamientos estadísticamente no difieren significativamente.

b. Hipótesis alterna.

Estadísticamente las medias de los tratamientos difieren significativamente.

c. Recolección de datos y cálculos de los estadísticos correspondientes.

La recolección de datos se efectuó una vez aplicado los tratamientos correspondientes a cada muestra y para el procesamiento se utilizaron programas estadísticos.

d. Decisión estadística.

La decisión estadística se tomó como consecuencia de la comparación del estadístico de prueba calculado y el obtenido mediante tablas estadísticas correspondientes a la distribución del estadístico de prueba; esto quiere decir si el valor del estadístico de prueba calculado se encuentra en la región de rechazo se rechaza la hipótesis nula, en caso contrario se acepta; es decir:

Si: $F_0 > F_{\alpha, a-1, N-a}$ se rechaza

CAPÍTULO IV. RESULTADOS

4.1. Análisis de resultados

Tabla 2

Calidad de información

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	11	30,6	30,6	30,6
	Medio	21	58,3	58,3	88,9
	Alto	4	11,1	11,1	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Fuente: Ficha de observación aplicada a los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín 2023

Para efectos de mejor apreciación y comparación se presenta la siguiente figura:

Calidad de información

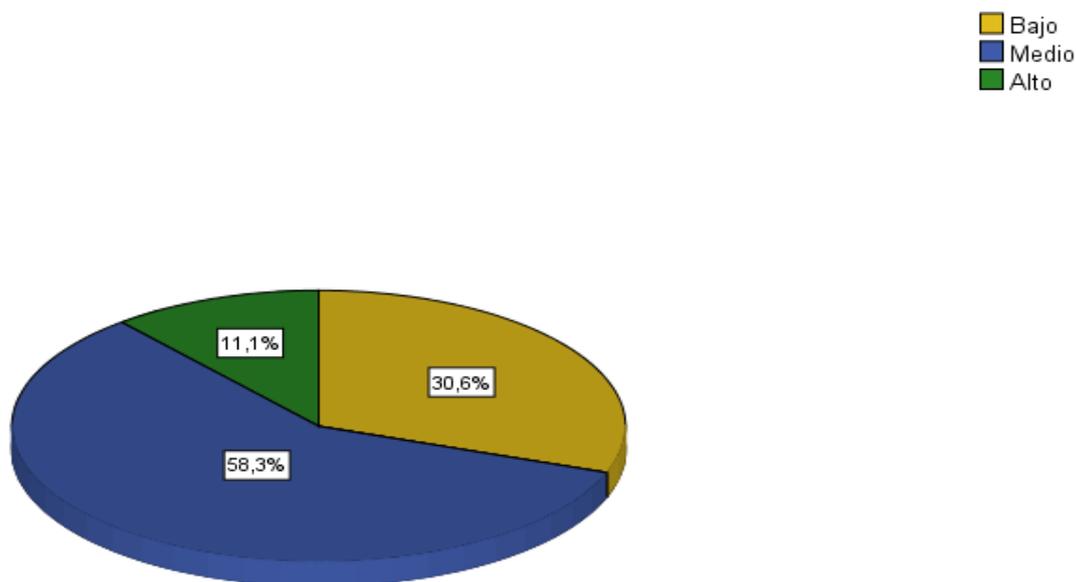


Figura 1. Calidad de información

De la figura 1, un 58,3% de los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín manifiestan que existe un nivel medio en la variable de calidad de información, un 30,6% un nivel bajo y un 11,1% un nivel alto.

Tabla 3

Categoría Intrínseca

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	18	50,0	50,0	50,0
	Medio	14	38,9	38,9	88,9
	Alto	4	11,1	11,1	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Fuente: Ficha de observación aplicada a los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín.

Para efectos de mejor apreciación y comparación se presenta la siguiente figura:

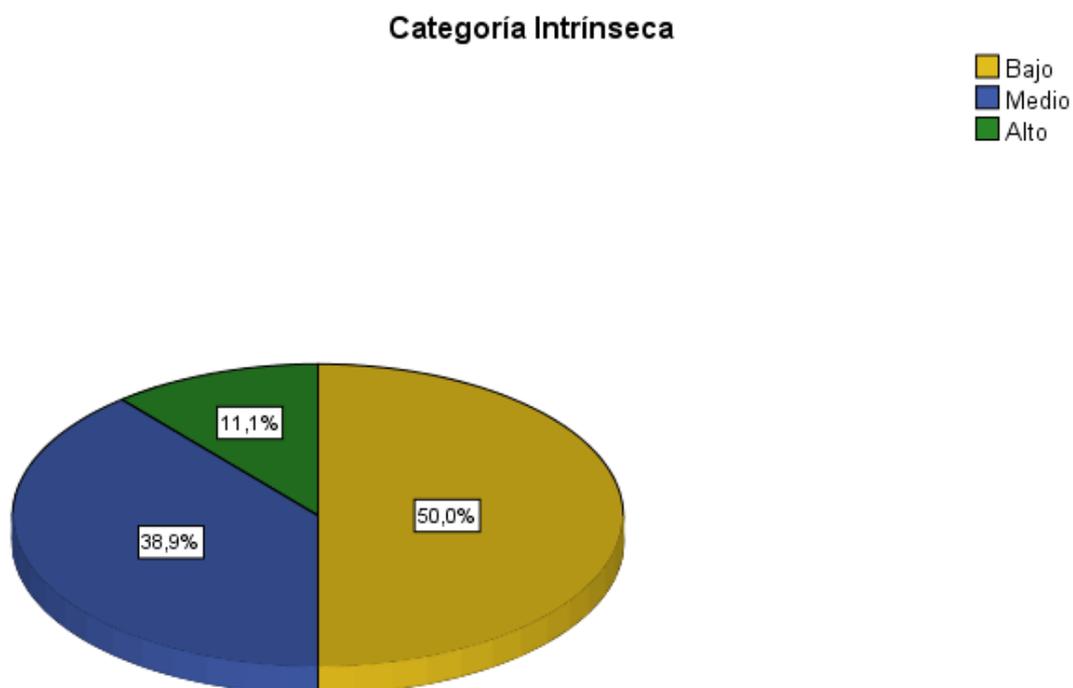


Figura 2. Categoría Intrínseca

De la figura 2, un 50,0% de los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín manifiestan que existe un nivel bajo en la dimensión categoría intrínseca, un 38,9% un nivel medio y un 11,1% un nivel alto.

Tabla 4

Categoría contexto

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	12	33,3	33,3	33,3
	Medio	20	55,6	55,6	88,9
	Alto	4	11,1	11,1	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Fuente: Ficha de observación aplicada a los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín.

Para efectos de mejor apreciación y comparación se presenta la siguiente figura:

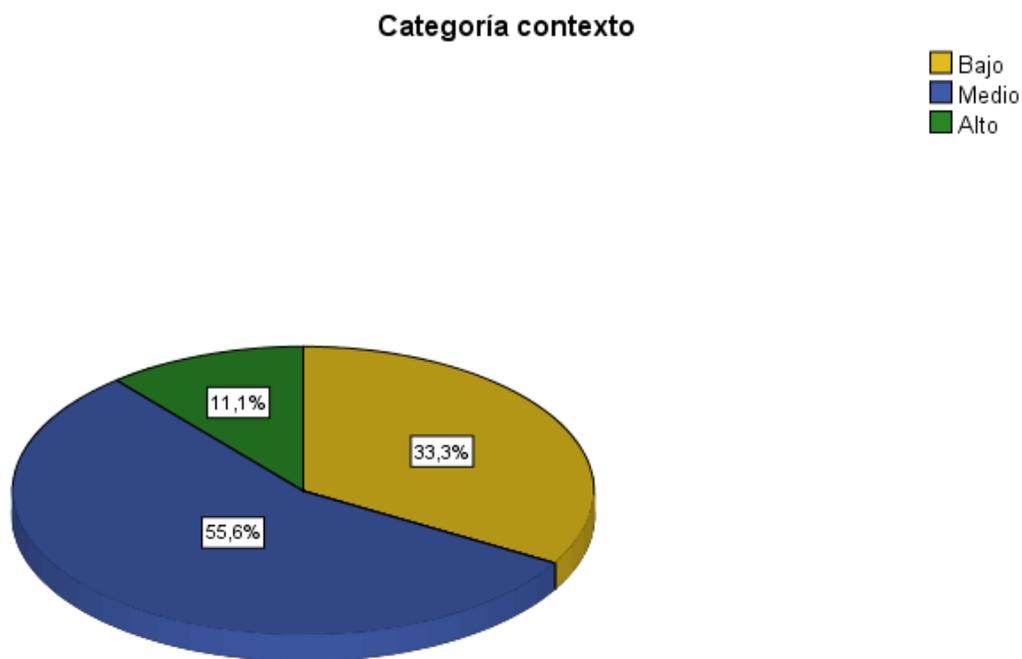


Figura 3. Categoría contexto

De la figura 3, un 55,6% de los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín manifiestan que existe un nivel medio en la dimensión categoría contexto, un 33,3% un nivel bajo y un 11,1% un nivel alto.

Tabla 5

Categoría representación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	19	52,8	52,8	52,8
	Medio	13	36,1	36,1	88,9
	Alto	4	11,1	11,1	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Fuente: Ficha de observación aplicada a los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín.

Para efectos de mejor apreciación y comparación se presenta la siguiente figura:

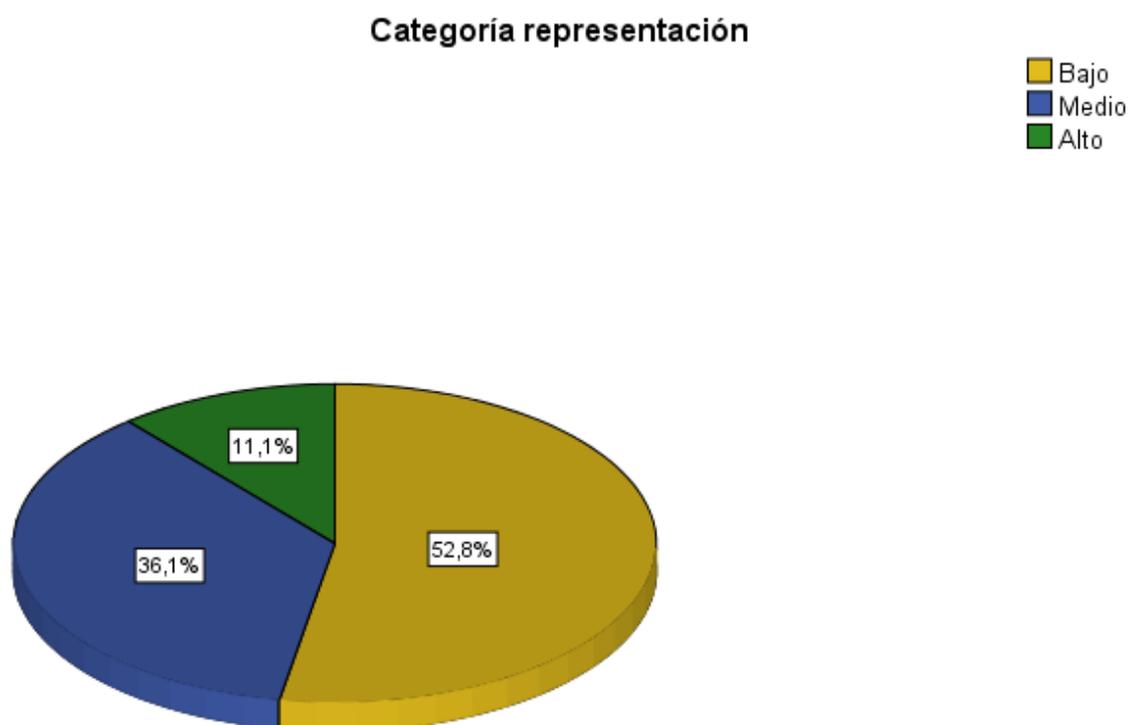


Figura 4. Categoría representación

De la figura 4, un 52,8% de los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín manifiestan que existe un nivel bajo en la dimensión categoría representación, un 36,1% un nivel medio y un 11,1% un nivel alto.

Tabla 6

Categoría accesibilidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	23	63,9	63,9	63,9
	Medio	9	25,0	25,0	88,9
	Alto	4	11,1	11,1	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Fuente: Ficha de observación aplicada a los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín.

Para efectos de mejor apreciación y comparación se presenta la siguiente figura:

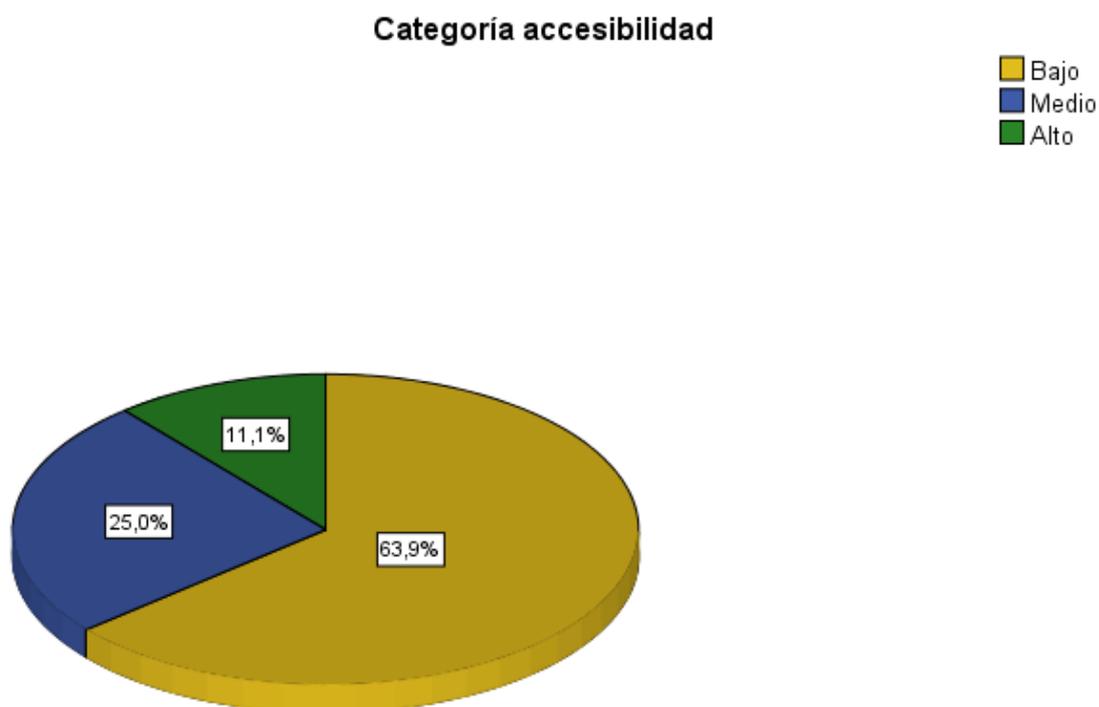


Figura 5. Categoría accesibilidad

De la figura 5, un 63,9% de los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín manifiestan que existe un nivel bajo en la dimensión de categoría accesibilidad, un 25,0% un nivel medio y un 11,1% un nivel alto.

Tabla 7

Satisfacción del cliente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	10	27,8	27,8	27,8
	Medio	21	58,3	58,3	86,1
	Alto	5	13,9	13,9	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Fuente: Ficha de observación aplicada a los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín.

Para efectos de mejor apreciación y comparación se presenta la siguiente figura:

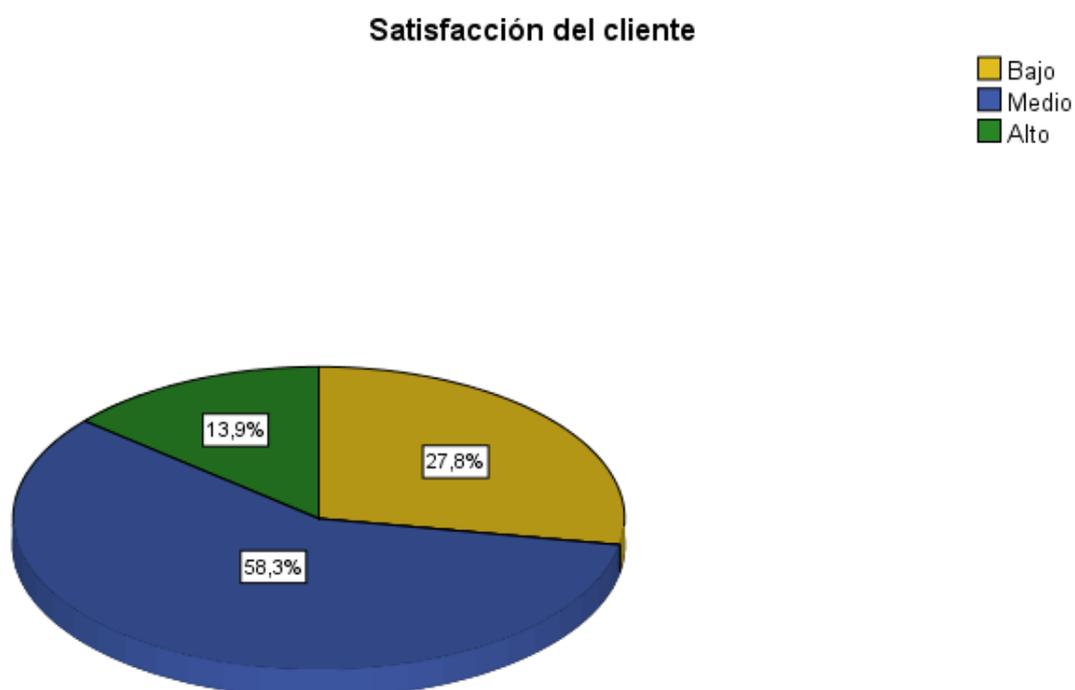


Figura 6. Satisfacción del cliente

De la figura 6, un 58,3% de los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín manifiestan que existe un nivel medio en la variable de satisfacción del cliente, un 27,8% un nivel bajo y un 13,9% un nivel alto.

Tabla 8

Rendimiento percibido

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	15	41,7	41,7	41,7
	Medio	16	44,4	44,4	86,1
	Alto	5	13,9	13,9	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Fuente: Ficha de observación aplicada a los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín.

Para efectos de mejor apreciación y comparación se presenta la siguiente figura:

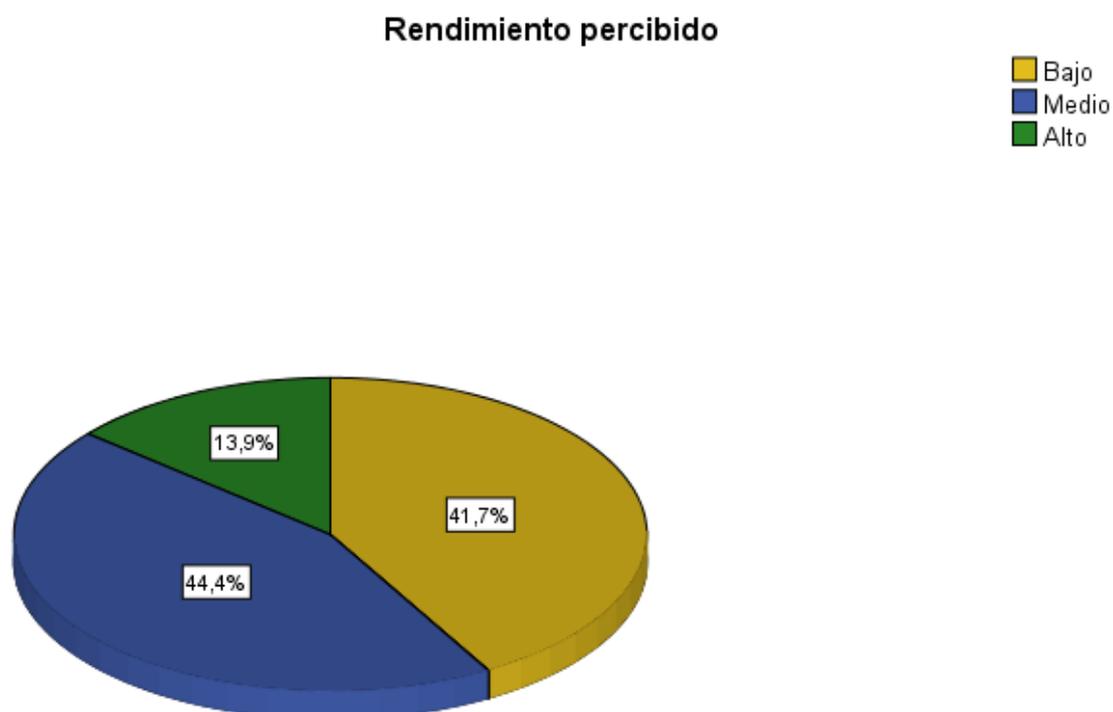


Figura 7. Rendimiento percibido

De la figura 7, un 44,4% de los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín manifiestan que existe un nivel medio en la dimensión de rendimiento percibido, un 41,7% un nivel bajo y un 13,9% un nivel alto.

Tabla 9

Expectativas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	12	33,3	33,3	33,3
	Medio	21	58,3	58,3	91,7
	Alto	3	8,3	8,3	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Fuente: Ficha de observación aplicada a los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín.

Para efectos de mejor apreciación y comparación se presenta la siguiente figura:

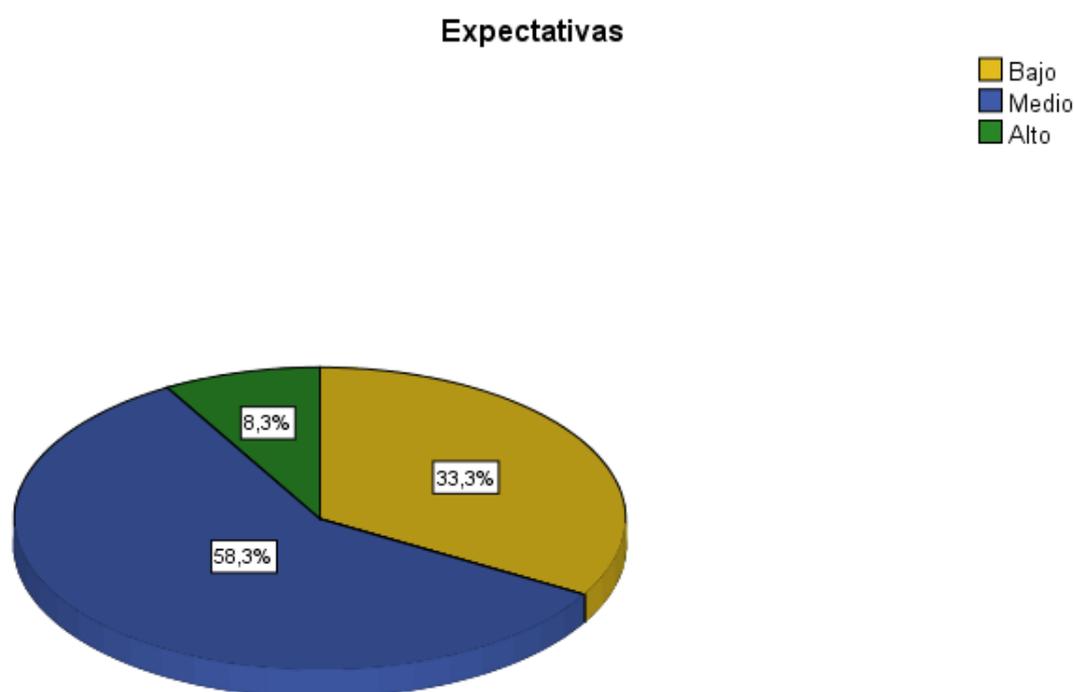


Figura 8. Expectativas

De la figura 8, un 58,3% de los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín manifiestan que existe un nivel medio en la dimensión de expectativas, un 33,3% un nivel bajo y un 8,3% un nivel alto.

Tabla 10

Nivel de satisfacción

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	9	25,0	25,0	25,0
	Medio	17	47,2	47,2	72,2
	Alto	10	27,8	27,8	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Fuente: Ficha de observación aplicada a los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín.

Para efectos de mejor apreciación y comparación se presenta la siguiente figura:

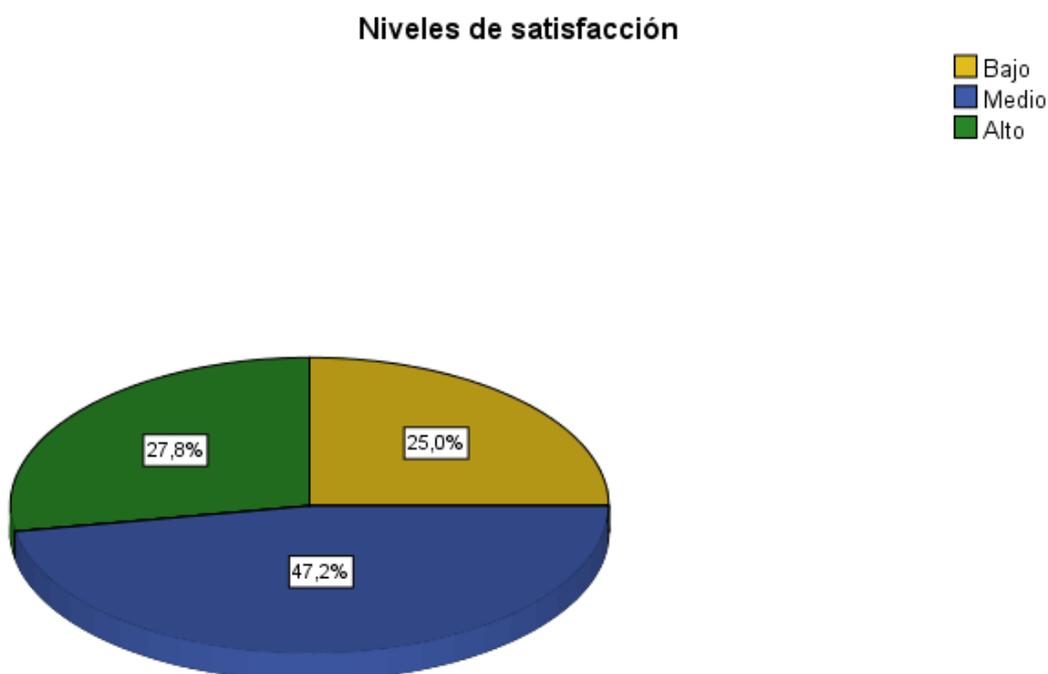


Figura 9. Nivel de satisfacción

De la figura 9, un 47,2% de los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín manifiestan que existe un nivel medio en la dimensión de nivel de satisfacción, un 27,8% un nivel alto y un 25,0% un nivel bajo.

4.2. Contrastación de hipótesis

Dado que se tiene 2 variables cuantitativas es necesario comprobar antes de cualquier análisis estadístico inferencial, si los datos de las variables aleatorias estudiadas siguen o no el modelo normal de distribución de probabilidades. Para realizar la prueba de normalidad se utilizó la prueba de Shapiro-Wilk, dado que el tamaño de la muestra es menor que 50.

Prueba de Normalidad de la calidad de información

Para realizar la prueba de normalidad de la variable calidad de información, se utilizó la prueba de Shapiro-Wilk y se siguió el siguiente procedimiento:

a) Planteo de las hipótesis:

Hipótesis Nula (H_0): Las puntuaciones de la variable calidad de información tienen una distribución normal

Hipótesis Alterna (H_a): Las puntuaciones de la variable calidad de información no tienen una distribución normal.

b) Nivel de significación o riesgo: $\alpha = 5\% = 0,05$

c) Estadístico de prueba: Shapiro-Wilk

Tabla 11

Prueba de normalidad de la variable calidad de información

		Shapiro-Wilk		
		Estadístico	gl	Sig.
Calidad	de	,829	36	,000
información				

d) Regla de decisión:

- Si: $P_valor (Sig) \leq 0,05$ se rechaza la hipótesis nula
- Si: $P_valor (Sig) > 0,05$ no se rechaza la hipótesis nula

Sobre la variable calidad de información, el p-valor=Sig= es igual ,000 como este valor es menos a 0,05 se infiere que hay suficiente evidencia estadística para rechazar la hipótesis nula, concluyendo que los datos no provienen de una distribución normal.

Prueba de Normalidad de la variable de satisfacción del cliente

Para realizar la prueba de normalidad de la variable satisfacción del cliente, se utilizó la prueba de Shapiro-Wilk y se siguió el siguiente procedimiento:

a) Planteo de las hipótesis:

Hipótesis Nula (H_0): Las puntuaciones de la variable satisfacción del cliente tienen una distribución normal

Hipótesis Alternativa (H_a): Las puntuaciones de la variable satisfacción del cliente no tienen una distribución normal.

b) Nivel de significación o riesgo: $\alpha = 5\% = 0,05$

c) Estadístico de prueba: Shapiro-Wilk

Tabla 12

Prueba de normalidad de la variable satisfacción del cliente

	Estadístico	Shapiro-Wilk	
		gl	Sig.
Satisfacción del cliente	,906	36	,005

d) Regla de decisión:

- Si: P_valor (Sig) $\leq 0,05$ se rechaza la hipótesis nula
- Si: P_valor (Sig) $> 0,05$ no se rechaza la hipótesis nula

Sobre la variable satisfacción del cliente, el p-valor=Sig= es igual 0,000 como este valor es menos a 0,05 se infiere que hay suficiente evidencia estadística para rechazar la hipótesis nula, concluyendo que los datos no provienen de una distribución normal.

Hipótesis General

Hipótesis Alternativa: La calidad de información se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín 2023.

Hipótesis nula: La calidad de información no se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín 2023.

Tabla 13

La calidad de información y la satisfacción del cliente

			Calidad de información	Satisfacción del cliente
Rho de Spearman	Calidad de información	Coefficiente de correlación	1,000	,748**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	36	36
	Satisfacción del cliente	Coefficiente de correlación	,748**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	36	36

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

Como se muestra en la tabla 13 se obtuvo un coeficiente de correlación de $r=0.748$, con una $p=0.000$ ($p<0.05$) con lo cual se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula. Por lo tanto, se puede evidenciar estadísticamente que existe una relación significativamente entre la calidad de información y la satisfacción del cliente en los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín 2023.

Se puede apreciar que el coeficiente de correlación es de una magnitud **buena**.

Hipótesis Especifica 1

Hipótesis Alternativa: La categoría intrínseca de la calidad de información se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín 2023.

Hipótesis nula: La categoría intrínseca de la calidad de información no se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín 2023.

Tabla 14

La categoría intrínseca y la satisfacción del cliente

			Categoría Intrínseca	Satisfacción del cliente
Rho de Spearman	Categoría Intrínseca	Coefficiente de correlación	1,000	,809**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	36	36
	Satisfacción del cliente	Coefficiente de correlación	,809**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	36	36

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

Como se muestra en la tabla 14 se obtuvo un coeficiente de correlación de $r = 0.809$, con una $p = 0.000$ ($p < 0.05$) con lo cual se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula. Por lo tanto, se puede evidenciar estadísticamente que existe una relación significativamente entre la categoría intrínseca de la calidad de información y la satisfacción del cliente en los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín 2023.

Se puede apreciar que el coeficiente de correlación es de una magnitud muy **buena**.

Hipótesis Especifica 2

Hipótesis Alternativa: La categoría contexto de la calidad de información se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín 2023.

Hipótesis nula: La categoría contexto de la calidad de información no se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín 2023.

Tabla 15

La categoría contexto y la satisfacción del cliente

			Categoría contexto	Satisfacción del cliente
Rho de Spearman	Categoría contexto	Coeficiente de correlación	1,000	,505**
		Sig. (bilateral)	.	,002
		N	36	36
	Satisfacción del cliente	Coeficiente de correlación	,505**	1,000
		Sig. (bilateral)	,002	.
		N	36	36

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

Como se muestra en la tabla 15 se obtuvo un coeficiente de correlación de $r = 0.505$, con una $p = 0.000$ ($p < 0.05$) con lo cual se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula. Por lo tanto, se puede evidenciar estadísticamente que existe una relación significativamente entre la categoría contexto de la calidad de información y la satisfacción del cliente en los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín 2023.

Se puede apreciar que el coeficiente de correlación es de una magnitud **moderada**.

Hipótesis Especifica 3

Hipótesis Alternativa: La categoría representación de la calidad de información se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín 2023.

Hipótesis nula: La categoría representación de la calidad de información no se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín 2023.

Tabla 16

La categoría representación y la satisfacción del cliente

			Categoría representación	Satisfacción del cliente
Rho de Spearman	Categoría representación	Coeficiente de correlación	1,000	,792**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	36	36
	Satisfacción del cliente	Coeficiente de correlación	,792**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	36	36

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

Como se muestra en la tabla 16 se obtuvo un coeficiente de correlación de $r = 0.792$, con una $p = 0.000$ ($p < 0.05$) con lo cual se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula. Por lo tanto, se puede evidenciar estadísticamente que existe una relación significativamente entre la categoría representación de la calidad de información y la satisfacción del cliente en los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín 2023.

Se puede apreciar que el coeficiente de correlación es de una magnitud **buena**.

Hipótesis Especifica 4

Hipótesis Alternativa: La categoría accesibilidad de la calidad de información se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín 2023.

Hipótesis nula: La categoría accesibilidad de la calidad de información no se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín 2023.

Tabla 17

La categoría accesibilidad y la satisfacción del cliente

		Categoría accesibilida d	Satisfacció n del cliente
Rho de Spearman	Categoría accesibilidad	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,730**
		N	. 36
	Satisfacción del cliente	Coeficiente de correlación	,730**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	. 36

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

Como se muestra en la tabla 17 se obtuvo un coeficiente de correlación de $r = 0.730$, con una $p = 0.000$ ($p < 0.05$) con lo cual se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula. Por lo tanto, se puede evidenciar estadísticamente que existe una relación significativamente entre la categoría accesibilidad de la calidad de información y la satisfacción del cliente en los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín 2023.

Se puede apreciar que el coeficiente de correlación es de una magnitud **buena**.

CAPÍTULO V. DISCUSIÓN

5.1. Discusión

Los resultados estadísticos demuestran que existe una relación significativamente entre la calidad de información y la satisfacción del cliente en los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín 2023, debido a la correlación de Spearman que devuelve un valor de 0.748, representando una buena asociación, concordando con Espona, (2014) donde indica que la calidad de la información es el grado de utilidad percibida por la persona que la requiere. De este modo, la información se considera de calidad si puede ser utilizada en el momento para tomar decisiones referentes a una situación de la empresa, por otro lado en comparación con el estudio de Rodríguez (2022) indica el resultado de su estudio la prueba de Chi – Cuadrado de P mayor a 0.05 demuestra que no hay relación entre los factores determinantes y la calidad de información.

Luego analizamos estadísticamente por dimensiones las variables el cual la primera dimensión se puede apreciar también existe una relación significativamente entre la categoría intrínseca de la calidad de información y la satisfacción del cliente en los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín 2023, debido a la correlación de Spearman que devuelve un valor de 0,809, representando una muy buena asociación. Coincidiendo con la investigación de Vásquez y Huacón (2021) donde comprobó que la calidad del servicio y la satisfacción al cliente como parte de los procesos de mejoras tales como; evaluaciones, control, u otros, los cuales respaldan dichas decisiones a través de su fundamentación teórica y empírica.

En la segunda dimensión se puede apreciar también que existe una relación significativamente entre la categoría contexto de la calidad de información y la satisfacción del cliente en los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín 2023, debido a la correlación de Spearman que devuelve un valor de 0,505, representando una buena asociación. Concordando con la investigación de Espona, (2014) donde considera que se tiene en cuenta al contexto como algo esencial; valor agregado, relevancia enfocado en datos.

En la tercera dimensión se puede apreciar también que existe una relación significativamente entre la categoría representación de la calidad de información y la satisfacción del cliente en los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín 2023, debido a la correlación de Spearman que devuelve un valor de 0,792, representando una buena asociación. Guardando similitud con la investigación de Accame (2019) donde indica que los clientes se vayan satisfechos de su compra, se debe crear planes en las áreas que el personal brinda en su atención final, siendo controlarlos constantemente para su cumplimiento.

En la cuarta dimensión se puede apreciar también que existe una relación significativamente entre la categoría accesibilidad de la calidad de información y la satisfacción del cliente en los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín 2023, debido a la correlación de Spearman que devuelve un valor de 0,730, representando una buena asociación. Guardando similitud con la investigación de Guerrero (2019) donde indica que la relación de la Calidad de información y toma de decisiones es una propuesta valiosa y que puede ser utilizada para influir en el diseño, elaboración e implementación de otros trabajos investigativos, debido a que incluye necesidades reales y manifiestas por mejorar.

CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

De las pruebas realizadas podemos concluir:

- 1. Primero:** Se logró conocer que existe una relación significativamente entre la calidad de información y la satisfacción del cliente en los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín 2023, debido a la correlación de Spearman que devuelve un valor de 0.748, representando una buena asociación.
- 2. Segundo:** Se evidenció que existe una relación significativamente entre la categoría intrínseca de la calidad de información y la satisfacción del cliente en los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín 2023, debido a la correlación de Spearman que devuelve un valor de 0,809, representando una muy buena asociación.
- 3. Tercero:** Se logró evidenciar que existe una relación significativamente entre la categoría contexto de la calidad de información y la satisfacción del cliente en los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín 2023, debido a la correlación de Spearman que devuelve un valor de 0,505, representando una moderada asociación.
- 4. Cuarta:** También se logró evidenciar que existe una relación significativamente entre la categoría representación de la calidad de información y la satisfacción del cliente en los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local

Chanchamayo - Junín 2023, debido a la correlación de Spearman que devuelve un valor de 0,792, representando una buena asociación.

- 5. Quinto:** Por ultimo, se evidenció que existe una relación significativamente entre la categoría accesibilidad de la calidad de información y la satisfacción del cliente en los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín 2023, debido a la correlación de Spearman que devuelve un valor de 0,730, representando una buena asociación.

6.2. Recomendaciones

1. Se recomienda proporcionar a los trabajadores la capacitación necesaria para comprender y utilizar eficazmente la información proporcionada. Esto no solo mejorará su satisfacción, sino que también aumentará su productividad.
2. Se sugiere enfocar los esfuerzos en optimizar la calidad intrínseca de la información proporcionada, asegurando su precisión, relevancia y claridad, con el objetivo de elevar la satisfacción y el desempeño laboral de manera efectiva.
3. Se recomienda evaluar cómo se presenta la información en el contexto laboral y ajustar la entrega de manera que sea más relevante y fácilmente comprensible para los trabajadores, con el fin de potenciar aún más su satisfacción.
4. Se recomienda emplear métodos visuales y formatos de comunicación efectivos para representar la información, lo que podría elevar aún más la satisfacción y la comprensión de los trabajadores en relación con los datos proporcionados.
5. Se recomienda dirigir los esfuerzos hacia la mejora de la accesibilidad de la información a través de la introducción de sistemas y enfoques que simplifiquen el acceso a los datos, generando un entorno más fluido y práctico.

CAPÍTULO VII. REFERENCIAS

7.1. Referencias documentales

Accame, B. (2019). *La gestión administrativa y su influencia en la satisfacción del cliente de la ferretería rosita, San Martín de Porres, 2019* (Tesis de Posgrado). Universidad Cesar Vallejo, Callao- Perú.

Aimacaña, I. (2013). *Procesos de calidad y la satisfacción de los socios, de la Cooperativa de Ahorro y Crédito SUMAK KAWSAY Ltda., de la ciudad de Latacunga* (tesis de pregrado). Universidad Técnica de Ambato, Ambato, Ecuador. Recuperado de:
<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/6551/1/111%20MKT.pdf>

Alarcón, I. y Vargas, D. (2021). *Plan de mejoramiento de la calidad de servicio para la satisfacción del cliente en una clínica de Jaén* (Tesis de Pregrado). Universidad Cesar Vallejo, Chiclayo - Perú.

Arias, A. y Sepeda, K. (2028). *Calidad de información sobre lactancia materna impartida por el personal de enfermería a pacientes de ginecología del Hospital San Vicente de Paúl 2016* (Tesis de Pregrado). Universidad Técnica Del Norte, Ibarra - Ecuador.

Ballou, Y Pazer (2003). Modeling Completeness vs Consistency in Information

Castillón, C., y Cochachi, J. (2013). *La calidad de servicio y la satisfacción del cliente de la marisquería Punta Sal del distrito de El Tambo* (tesis pregrado) Universidad Nacional del Centro del Perú. Huancayo. Recuperado de:
<https://repositorio.uncp.edu.pe/handle/20.500.12894/3824>

Davenport, T.H. (1997). *Ecología de la información*. Nueva York, NY: Oxford University Press.

Espona, (2014). *Calidad de Información: una nueva herramienta para la investigación*. Universidad Nacional de la Plata. Argentina. Recuperado de: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/44856>

Espona, M. (2023). *Catastro de los sistemas de alcantarillado a través de la georreferenciación y digitalización para mejorar la calidad de información sanitaria de la Parroquia Urbana Tisaleo Y Caseríos San Luis, San Francisco, San Juan, San Diego, Alobamba, Santa Lucia – La Libertad, Santa Lucia – Centro, Santa Lucia – Arriba, El Calvario Del Cantón Tisaleo, Provincia De Tungurahua* (Tesis de Pregrado). Universidad Técnica De Ambato, Ambato - Ecuador.

García, E. Y Jama, A. (2021). *Análisis de los niveles de satisfacción al cliente en el mercado mayorista de Durán y su incidencia en las ventas*” (Tesis de Pregrado). Universidad de Guayaquil, Guayaquil - Ecuador.

Guerrero, G. (2019). *Calidad de información y toma de decisiones en el programa de prevención y control del cáncer Región Lambayeque* (Tesis de Posgrado). Universidad Cesar Vallejo, Chiclayo- Perú.

Molina, W. (2018). *Calidad de la información del aplicativo de citas del sistema de gestión hospitalaria en la red almenara Essalud, 2017* (Tesis de Posgrado). Universidad Cesar Vallejo, Lima- Perú.

Nario, (2018). *Calidad de atención del profesional de enfermería y la satisfacción de las madres en recién nacidos en el servicio de neonatología del hospital de apoyo San José, Callao 2017* (tesis posgrado). Universidad Nacional del Callao, Perú

- Peña, D. (2021). *Análisis de los niveles de satisfacción al cliente en el mercado mayorista de Durán y su incidencia en las ventas*” (Tesis de Posgrado). Universidad Las Palmas de Gran Canarias, Las Palmas de Gran Canaria - España.
- Rodríguez, M. (2019). *Factores determinantes y la calidad de información de los registros de enfermería de un servicio neonatal de un hospital público* (Tesis de Posgrado). Universidad Cesar Vallejo, Lima- Perú.
- Vásquez, E. y Huacón, Y. (2021). *Trabajo de titulación presentado como requisito para optar por el título de Ingeniero Comercial* (Tesis de Pregrado). Universidad de Guayaquil, Guayaquil - Ecuador.

7.2. Referencias bibliográficas

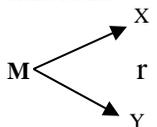
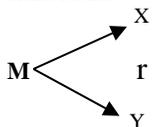
- Arias, F. (2012). *El proyecto de Investigación*. Caracas: Epistéme.
- Kotler, P.; Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de marketing*. México: Pearson Educación.
- Lovelock, C. y Wirtz, J. (2015). *Marketing de servicios: personal, tecnología y estrategia* (7a ed.). México D.F., México: Pearson.
- Miles, M., B., Huberman, A.M., y Saldaña, J. (2014). *Análisis Cualitativo de Datos. A Methods Sourcebook* (3ª ed.). Londres: Sabio.
- Oliveros, R. (1997). *Satisfacción una perspectiva sobre el consumidor*. Nueva York: McGraw Hill.
- Tamayo, (2007). *Técnicas de investigación*. (2a edición). México editorial Mc Graw Hill
- Tigani, D. (2006). *Excelencia en servicio*. Editorial: Liderazgo, 21, 70.

7.3. Referencias hemográficas

- Ballou, D.P. y Pazer (1995). Designing Information Systems to Optimize the Accuracy Timeliness Tradeoff. *Information Systems Research*: 6(1), pp. 51–72.
- Decision Contexts. *IEEE Transactions on Knowledge and Data Engineering*: 15(1).
- Escoriza, J. (1985). *Motivación y aprendizaje*. En J. Mayor Sánchez, *Psicología de la Educación* (pp. 528-556). Madrid: Anaya.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Dirección de Marketing*. México: Pearson.
- Oliver, Richard L. (1980): Un modelo cognitivo de los antecedentes y las consecuencias de la decisión de satisfacción, *Journal of Marketing Research*, 17: 460-469
- Rodríguez (2011). Enfermería ante la deshumanización: una necesidad por ser considerada desde la filosofía de Emmanuel Levinas. *Enfermería en Costa Rica* 2011; 32 (1): 37- 42
- Shneiderman, B. (1986). Designing Menu Selection Systems. *Journal of the American Society for Information Science*: 37(2), pp. 57–70
- Strong, D.M., Lee, Y.W. & Wang, R.Y. (1997). Data quality in context. *Communications of the ACM*, 40 (5), 103-110. Recuperado de: <http://www.fing.edu.uy/inco/cursos/caldatos/articulos/StrongLeeWangCACMMay97.pdf>
- Tayi, G. y D.P. Ballou (1998). Examining Data Quality. *Communications of the ACM*: 41(2), pp. 54–57
- Wand, y Wang (1996). Anclaje de dimensiones de calidad de datos en fundamentos ontológicos. *Comunicaciones de la ACM*: 39(11), p. 86–95.
- Wang, y Strong (1996). Beyond Accuracy: What Data Quality Means to Data Consumers. *Journal of Management Information Systems*: 12(4), pp. 5–34

ANEXOS

Anexo N°1: Instrumento de recolecta de datos

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	MÉTODO Y TÉCNICAS
<p><u>Problema General</u></p> <p>¿Cómo la calidad de información se relaciona con la satisfacción del cliente en los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín 2023?</p>	<p><u>Objetivos General</u></p> <p>Conocer la calidad de información y su relación con la satisfacción del cliente en los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín 2023.</p>	<p><u>Hipótesis General</u></p> <p>La calidad de información se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín 2023.</p>	<p>(X)</p> <p>CALIDAD DE INFORMACIÓN</p>	<p>X.1.- Categoría Intrínseca</p> <p>X.2.-. Categoría contexto</p> <p>X.3.-. Categoría representación</p> <p>X4.- Categoría accesibilidad.</p>	<p>X.1.1.- Credibilidad X.1.2.- Precisión X.1.3.- Objetividad X.1.4.- Reputación</p> <p>X.2.1.- Valor agregado X.2.2.- Relevancia X.2.3.- Oportunidad X.2.4.- Completa X.2.5.-Cantidad de datos</p> <p>X.3.1.-Interpretabilidad X.3.2.- Facilidad de comprensión X.3.3.- consistencia representacional X.3.4.- representación concisa</p> <p>X.4.1.- Accesibilidad X.4.2.- Seguridad</p>	<p>Población = 36 Muestra = 36 Método: Científico. Técnicas: Para el acopio de Datos: Encuesta</p> <p>Instrumentos de recolección de datos: Cuestionario.</p> <p>Para el Procesamiento de datos. Consistenciación, Codificación Tabulación de datos.</p> <p>Técnicas para el análisis e interpretación de datos. Paquete estadístico SPSS 25.0 Estadística descriptiva para cada variable.</p> <p>Para presentación de datos Cuadros, gráficos y figuras estadísticas.</p> <p>Para el informe final: Tipo de Investigación: Descriptiva - correlacional</p> <p>Diseño de Investigación Esquema propuesto por la FISII. UNJFSC. Nivel Correlacional Transeccional.</p> 
<p><u>Problemas Específicos:</u></p> <p>1).- ¿Cómo la categoría intrínseca de la calidad de información se relaciona con la satisfacción del cliente en los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín 2023?</p> <p>2).- ¿Cómo la categoría contexto de la calidad de</p>	<p><u>Objetivos Específicos:</u></p> <p>1).- Conocer la categoría intrínseca y su relación con la satisfacción del cliente en los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín 2023.</p> <p>2).- Conocer la categoría contexto y su relación con la satisfacción del cliente en los trabajadores de la</p>	<p><u>Hipótesis Específicos:</u></p> <p>1).- La categoría intrínseca de la calidad de información se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín 2023.</p>	<p>(Y)</p> <p>SATISFACCIÓN DEL CLIENTE</p>	<p>Y.1.- Rendimiento percibido</p> <p>Y.2.- Expectativas</p> <p>Y.3.-Niveles de satisfacción</p>	<p>Y.1.- Rendimiento percibido</p> <p>Y.2.- Expectativas</p> <p>Y.3.-Niveles de satisfacción</p>	<p>Esquema propuesto por la FISII. UNJFSC. Nivel Correlacional Transeccional.</p> 

<p>información se relaciona con la satisfacción del cliente en los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín 2023?</p> <p>3).- ¿Cómo la categoría representación de la calidad de información se relaciona con la satisfacción del cliente en los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín 2023?</p> <p>4).- ¿Cómo la categoría accesibilidad de la calidad de información se relaciona con la satisfacción del cliente en los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín 2023?</p>	<p>Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín 2023.</p> <p>3).- Conocer la categoría representación y su relación con la satisfacción del cliente en los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín 2023.</p> <p>4).- Conocer la categoría accesibilidad y su relación con la satisfacción del cliente en los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín 2023</p>	<p>2).- La categoría contexto de la calidad de información se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín 2023.</p> <p>3).-La categoría representación de la calidad de información se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín 2023.</p> <p>4).-La categoría accesibilidad de la calidad de información se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín 2023.</p>				
--	--	---	--	--	--	--

Anexo N°2: Instrumento de recolecta de datos



UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN

“Cuestionario para conocer la calidad de información y su relación con la satisfacción del cliente en los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín 2023”

Estimado colaborador esperamos tu colaboración respondiendo con responsabilidad y honestidad, el presente cuestionario. Se agradece no dejar ninguna pregunta sin contestar.

El objetivo es recopilar información, para conocer la calidad de información y su relación con la satisfacción del cliente en los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local Chanchamayo - Junín 2023.

Instrucciones: Lea cuidadosamente las preguntas y marque con un aspa (x) la escala que crea conveniente.

Escala valorativa

Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
5	4	3	2	1

CALIDAD DE INFORMACIÓN (X)						
N°	X.1. Categoría Intrínseca	N.	C.N	A.	C.S.	S.
01	¿Con que frecuencia analizas la precisión de la información que presenta la Unidad de Gestión Educativa?					
02	¿Sientes que la credibilidad de la calidad de información ayuda en tu labor?					
03	¿Estás de acuerdo una información debería tener una objetividad en su calidad al momento de su uso?					

04	¿Sientes que uso de cualquier información proporciona una reputación a la Unidad de Gestión Educativa?					
X.2. Categoría contexto						
05	¿Sientes que el valor agregado que tu realizas al momento de almacenar información se muestra en la calidad?					
06	¿Con qué frecuencia ves que las informaciones tienen relevancia en su uso?					
07	¿Estás de acuerdo que todas las informaciones deberían estar actualizados para tener una buena calidad al momento de su uso?					
08	¿Estás de acuerdo que cuando los datos de la información están completos es satisfactorio en su utilidad?					
09	¿Sientes que la cantidad de datos que registra la Unidad de Gestión Educativa están ordenadas?					
X.3. Categoría representación						
10	¿Sientes que las informaciones tienen una buena interpretabilidad, incluyendo definiciones precisas de los términos?					
11	¿Estás de acuerdo que las informaciones que tienen en la Unidad de Gestión son fáciles de entender?					
12	¿Estás de acuerdo que todas las informaciones deberían estar en una representación consistente?					
13	¿Estás de acuerdo que cuando los datos de la información tienen siempre una representación concisa en algunos aspectos?					
X.2. Categoría accesibilidad						
14	¿Sientes que cuando necesitas cualquier información tienes accesibilidad a todo tipo de información?					
15	¿Estás de acuerdo con la seguridad de acceso que tienen la información es primordial?					
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE (Y)						
Y.1. Rendimiento percibido						
16	¿Sientes que tu punto de vista es considerado para ordenar cualquier información?					
17	¿Sientes que la percepción que tienen los clientes es satisfactoria?					
18	¿Sientes que el ánimo del cliente ayuda a que puedas desempeñarte bien en tu actividad laboral?					
Y.2. Expectativas						
19	¿Estás de acuerdo que una buena expectativa se cumple cuando se ofrece algunos beneficios en el servicio solicitado por parte cliente?					
20	¿Estás de acuerdo que las experiencias ayudan a lograr una mejor satisfacción a los clientes?					
21	¿Usted creó las promesas que se hace a los clientes si cumplen se logra sus expectativas?					
Y.3. Nivel de satisfacción s						
22	¿Sientes que los clientes tuvieron insatisfacción al momento de requerir cualquier información?					
23	¿Usted creó que la satisfacción de los clientes es cuando tienen una respuesta rápida en su solicitud?					
24	¿Sientes que las expectativas de los clientes se lograron a través de la complacencia?					

¡Gracias por su participación!

Anexo N°3: Confiabilidad de alfa de Cronbach**CONFIABILIDAD****FORMULACIÓN**

El alfa de Cronbach no deja de ser una media ponderada de las correlaciones entre las variables (o ítems) que forman parte de la escala. Puede calcularse de dos formas: a partir de las varianzas o de las correlaciones de los ítems. Hay que advertir que ambas fórmulas son versiones de la misma y que pueden deducirse la una de la otra.

A partir de las varianzas

A partir de las varianzas, el alfa de Cronbach se calcula así:

$$\alpha = \left[\frac{K}{K-1} \right] \left[1 - \frac{\sum_{i=1}^K S_i^2}{S_t^2} \right],$$

donde

- S_i^2 es la varianza del ítem i ,
- S_t^2 es la varianza de la suma de todos los ítems y
- K es el número de preguntas o ítems.

A partir de las correlaciones entre los ítems

A partir de las correlaciones entre los ítems, el alfa de Cronbach se calcula así:

$$\alpha = \frac{np}{1 + p(n-1)},$$

donde

- n es el número de ítems y
- p es el promedio de las correlaciones lineales entre cada uno de los ítems.

Midiendo los ítems del cuestionario**Estadísticos de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,909	24

Anexo N°4: Base de datos

N	Calidad de información																							ST1	X
	Categoría Intrínseca					Categoría contexto					Categoría representación					Categoría accesibilidad									
	1	2	3	4	S1	D1	5	6	7	8	9	S2	D2	10	11	12	13	S3	D3	14	15	S4	D4		
1	2	3	1	4	10	Bajo	3	1	3	4	2	13	Medio	3	2	1	4	10	Bajo	1	4	5	Bajo	38	Medio
2	2	1	2	2	7	Bajo	5	3	1	2	1	12	Bajo	1	5	2	2	10	Bajo	2	2	4	Bajo	33	Bajo
3	3	2	5	1	11	Medio	2	5	2	1	3	13	Medio	3	2	5	1	11	Medio	5	1	6	Medio	41	Medio
4	5	2	5	5	17	Alto	4	3	5	5	5	22	Alto	5	3	5	5	18	Alto	5	5	10	Alto	67	Alto
5	2	4	2	3	11	Medio	2	2	3	3	3	13	Medio	2	3	2	3	10	Bajo	2	3	5	Bajo	39	Medio
6	1	3	3	5	12	Medio	3	3	1	5	4	16	Medio	4	4	3	5	16	Medio	3	5	8	Medio	52	Medio
7	3	2	1	2	8	Bajo	2	3	3	2	2	12	Bajo	3	3	1	2	9	Bajo	1	2	3	Bajo	32	Bajo
8	4	2	3	4	13	Medio	1	5	4	4	3	17	Medio	4	2	3	4	13	Medio	3	4	7	Medio	50	Medio
9	3	1	2	2	8	Bajo	3	2	2	2	1	10	Bajo	2	2	2	2	8	Bajo	2	2	4	Bajo	30	Bajo
10	5	3	5	3	16	Medio	3	3	2	3	2	13	Medio	2	2	5	3	12	Medio	5	3	8	Medio	49	Medio
11	2	2	3	1	8	Bajo	5	2	3	1	3	14	Medio	1	3	3	1	8	Bajo	3	1	4	Bajo	34	Bajo
12	3	3	1	2	9	Bajo	2	1	2	2	3	10	Bajo	3	5	1	2	11	Medio	1	2	3	Bajo	33	Bajo
13	3	4	2	2	11	Medio	2	3	1	2	5	13	Medio	2	3	2	2	9	Bajo	2	2	4	Bajo	37	Medio
14	4	2	3	2	11	Medio	1	2	3	2	2	10	Bajo	4	1	3	2	10	Bajo	3	2	5	Bajo	36	Medio
15	2	3	4	3	12	Medio	3	4	3	3	2	15	Medio	3	2	4	3	12	Medio	4	3	7	Medio	46	Medio
16	5	2	5	5	17	Alto	4	3	5	5	5	22	Alto	5	5	5	5	20	Alto	5	5	10	Alto	69	Alto
17	3	2	3	2	10	Bajo	2	3	2	2	2	11	Bajo	3	3	3	2	11	Medio	3	2	5	Bajo	37	Medio
18	4	1	2	3	10	Bajo	4	3	2	3	3	15	Medio	2	2	2	3	9	Bajo	2	3	5	Bajo	39	Medio
19	2	3	1	4	10	Bajo	3	2	5	4	3	17	Medio	2	2	1	4	9	Bajo	1	4	5	Bajo	41	Medio
20	3	1	2	2	8	Bajo	3	2	2	2	1	10	Bajo	2	2	2	2	8	Bajo	2	2	4	Bajo	30	Bajo
21	2	3	3	2	10	Bajo	1	3	3	2	3	12	Bajo	3	3	3	2	11	Medio	3	2	5	Bajo	38	Medio

22	5	2	5	5	17	Alto	4	3	5	5	5	22	Alto	5	5	5	5	20	Alto	5	5	10	Alto	69	Alto
23	2	3	1	3	9	Bajo	2	5	1	3	5	16	Medio	2	3	1	3	9	Bajo	1	3	4	Bajo	38	Medio
24	2	3	1	4	10	Bajo	3	1	3	4	2	13	Medio	3	2	1	4	10	Bajo	1	4	5	Bajo	38	Medio
25	2	1	2	2	7	Bajo	5	3	1	2	1	12	Bajo	1	5	2	2	10	Bajo	2	2	4	Bajo	33	Bajo
26	3	2	5	1	11	Medio	2	5	2	1	3	13	Medio	3	2	5	1	11	Medio	5	1	6	Medio	41	Medio
27	5	2	5	5	17	Alto	4	3	5	5	5	22	Alto	5	3	5	5	18	Alto	5	5	10	Alto	67	Alto
28	2	4	2	3	11	Medio	2	2	3	3	3	13	Medio	2	3	2	3	10	Bajo	2	3	5	Bajo	39	Medio
29	1	3	3	5	12	Medio	3	3	1	5	4	16	Medio	4	4	3	5	16	Medio	3	5	8	Medio	52	Medio
30	3	2	1	2	8	Bajo	2	3	3	2	2	12	Bajo	3	3	1	2	9	Bajo	1	2	3	Bajo	32	Bajo
31	4	2	3	4	13	Medio	1	5	4	4	3	17	Medio	4	2	3	4	13	Medio	3	4	7	Medio	50	Medio
32	3	1	2	2	8	Bajo	3	2	2	2	1	10	Bajo	2	2	2	2	8	Bajo	2	2	4	Bajo	30	Bajo
33	5	3	5	3	16	Medio	3	3	2	3	2	13	Medio	2	2	5	3	12	Medio	5	3	8	Medio	49	Medio
34	2	2	3	1	8	Bajo	5	2	3	1	3	14	Medio	1	3	3	1	8	Bajo	3	1	4	Bajo	34	Bajo
35	3	3	1	2	9	Bajo	2	1	2	2	3	10	Bajo	3	5	1	2	11	Medio	1	2	3	Bajo	33	Bajo
36	3	4	2	2	11	Medio	2	3	1	2	5	13	Medio	2	3	2	2	9	Bajo	2	2	4	Bajo	37	Medio

N	Satisfacción del cliente															ST2	Y
	Rendimiento percibido					Expectativas					Niveles de satisfacción						
	1	2	3	S1	D1	4	5	6	S2	D2	7	8	9	S3	D3		
1	1	4	3	8	Medio	3	2	3	8	Medio	3	4	1	8	Medio	24	Medio
2	2	2	4	8	Medio	1	1	1	3	Bajo	1	1	3	5	Bajo	16	Bajo
3	5	1	2	8	Medio	2	3	3	8	Medio	3	5	3	11	Medio	27	Medio
4	5	5	5	15	Alto	5	5	5	15	Alto	5	4	2	11	Medio	41	Alto
5	2	3	2	7	Bajo	3	3	2	8	Medio	2	4	4	10	Medio	25	Medio
6	3	5	3	11	Medio	1	4	4	9	Medio	4	2	2	8	Medio	28	Medio
7	1	2	3	6	Bajo	3	2	3	8	Medio	3	5	4	12	Alto	26	Medio
8	3	4	5	12	Alto	4	3	4	11	Medio	4	5	3	12	Alto	35	Alto
9	2	2	2	6	Bajo	2	1	2	5	Bajo	2	2	3	7	Bajo	18	Bajo
10	5	3	3	11	Medio	2	2	2	6	Bajo	2	5	5	12	Alto	29	Medio
11	3	1	2	6	Bajo	3	3	1	7	Bajo	1	5	2	8	Medio	21	Bajo
12	1	2	3	6	Bajo	2	3	3	8	Medio	3	4	5	12	Alto	26	Medio
13	2	2	2	6	Bajo	1	5	2	8	Medio	2	3	2	7	Bajo	21	Bajo
14	3	2	1	6	Bajo	3	2	4	9	Medio	4	4	5	13	Alto	28	Medio
15	4	3	3	10	Medio	3	2	3	8	Medio	3	5	2	10	Medio	28	Medio
16	5	5	5	15	Alto	5	5	5	15	Alto	5	4	5	14	Alto	44	Alto
17	3	2	4	9	Medio	2	2	3	7	Bajo	3	4	2	9	Medio	25	Medio
18	2	3	3	8	Medio	2	3	2	7	Bajo	2	2	3	7	Bajo	22	Medio
19	1	4	2	7	Bajo	5	3	2	10	Medio	2	5	3	10	Medio	27	Medio
20	2	2	2	6	Bajo	2	1	2	5	Bajo	2	2	5	9	Medio	20	Bajo
21	3	2	5	10	Medio	3	3	3	9	Medio	3	1	2	6	Bajo	25	Medio
22	1	4	3	8	Medio	3	2	3	8	Medio	5	4	1	10	Medio	26	Medio
23	2	2	4	8	Medio	1	1	1	3	Bajo	2	1	3	6	Bajo	17	Bajo
24	1	4	3	8	Medio	3	2	3	8	Medio	3	4	1	8	Medio	24	Medio
25	2	2	4	8	Medio	1	1	1	3	Bajo	1	1	3	5	Bajo	16	Bajo
26	5	1	2	8	Medio	2	3	3	8	Medio	3	5	3	11	Medio	27	Medio
27	5	5	5	15	Alto	5	5	5	15	Alto	5	4	2	11	Medio	41	Alto
28	2	3	2	7	Bajo	3	3	2	8	Medio	2	4	4	10	Medio	25	Medio
29	3	5	3	11	Medio	1	4	4	9	Medio	4	2	2	8	Medio	28	Medio
30	1	2	3	6	Bajo	3	2	3	8	Medio	3	5	4	12	Alto	26	Medio
31	3	4	5	12	Alto	4	3	4	11	Medio	4	5	3	12	Alto	35	Alto
32	2	2	2	6	Bajo	2	1	2	5	Bajo	2	2	3	7	Bajo	18	Bajo
33	5	3	3	11	Medio	2	2	2	6	Bajo	2	5	5	12	Alto	29	Medio
34	3	1	2	6	Bajo	3	3	1	7	Bajo	1	5	2	8	Medio	21	Bajo
35	1	2	3	6	Bajo	2	3	3	8	Medio	3	4	5	12	Alto	26	Medio
36	2	2	2	6	Bajo	1	5	2	8	Medio	2	3	2	7	Bajo	21	Bajo