

**UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN**

Escuela de Posgrado

**MAESTRÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

CALIDAD DE ATENCIÓN Y SU IMPACTO EN EL NIVEL DE  
SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS CESIONARIOS  
EN LA ZONA FRANCA DE TACNA, REGIÓN  
TACNA, AÑO 2021

**TESIS**

**PRESENTADA POR:**

**MARILYN GABRIELA DELGADILLO SALGADO**

**Para optar el Grado Académico de:**  
**MAESTRO EN CIENCIAS (*MAGISTER SCIENTIAE*) CON**  
**CON MENCIÓN EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

**TACNA – PERÚ**

**2023**


**UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN**

**Escuela de Posgrado**


**MAESTRÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL**


**CALIDAD DE ATENCIÓN Y SU IMPACTO EN EL NIVEL DE  
SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS CESIONARIOS EN  
LA ZONA FRANCA DE TACNA, REGIÓN  
TACNA, AÑO 2021**

Tesis sustentada y aprobada el 7 de junio de 2023; estando el jurado calificador integrado por:

PRESIDENTE :   
.....  
Dr. Gerónimo Víctor Damián López

SECRETARIO :   
.....  
Dr. Saúl Dante Rivera Borjas

MIEMBRO :   
.....  
Dr. Santos Lucio Guanilo Gómez

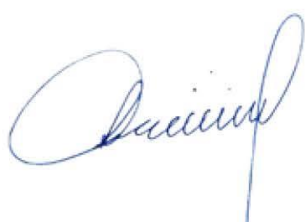
ASESOR :   
.....  
Dr. Santos Lucio Guanilo Gómez

## CERTIFICADO DE SIMILITUD

Yo, **Santos Lucio Guanilo Gómez** en mi condición de asesor acreditado por RESOLUCION ESCUELA DE POSGRADO N° 10879-2020-ESPG/UNJBG de la tesis de investigación titulado: "CALIDAD DE ATENCIÓN PERCIBIDA Y SU IMPACTO EN EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS CESIONARIOS EN LA ZONA FRANCA DE TACNA, REGIÓN TACNA, AÑO 2021". Presentado por el Bachiller **MARILYN GABRIELA DELGADILLO SALGADO**, para optar el título DE magister en Gestión Empresarial.

Habiendo cumplido con lo establecido en el reglamento de originalidad y de similitud de trabajos de investigación y producción intelectual, considerando que según la revisión, evaluación y análisis realizado a través del software de similitud textual Turnitin cuenta con el nivel de similitud permitido cuyo porcentaje es 10%.

Por lo que CERTIFICO LA SIMILARIDAD de tesis que está de acuerdo al nivel PERMITIDO, para continuar con los trámites correspondientes y para su publicación en el repositorio Institucional. Se emite el presente certificado con fines de continuar con los trámites respectivos para su obtención del título.



**SANTOS LUCIO GUANILO GÓMEZ**

DNI: 00469579

Asesor de Tesis

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7611-937X>

## DEDICATORIA

*Este trabajo va dedicado a mi Padre, porque a pesar de las adversidades y de los momentos difíciles que me tocó vivir por su ausencia decidí seguir su consejo y terminar lo que inicié, con orgullo y agradecimiento para El en el cielo.*

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero agradecer a mi asesor Lucio Guanilo Gómez por brindarme su apoyo para lograr mi objetivo, asimismo a mis docentes de la Maestría por compartir sus conocimientos los cuales serán parte de mi formación profesional.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA .....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
RESUMEN .....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
INTRODUCCIÓN .....	1
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	3
1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA .....	3
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	5
1.2.1. Problema general.....	5
1.2.2. Problemas específicos .....	5
1.3. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN .....	5
1.4. OBJETIVOS .....	7
1.4.1 Objetivo general .....	7
1.4.2 Objetivos específicos .....	7
1.5. HIPÓTESIS.....	7
1.5.1 Hipótesis general.....	7
1.5.2 Hipótesis específicas .....	8
1.6. VARIABLES .....	8
1.6.1. Variables e indicadores .....	8
1.6.2. Características de las variables .....	8
1.6.3. Definición operacional de las variables .....	9
1.7. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN .....	10
1.8. DESCRIPCIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS DE LA INVESTIGACIÓN.....	10
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO .....	11

2.1.	ANTECEDENTES DEL ESTUDIO .....	11
2.1.1.	A nivel internacional .....	11
2.1.2.	A nivel nacional .....	12
2.1.3.	Antecedentes regionales.....	14
2.2.	BASES TEÓRICAS DE LAS VARIABLES .....	15
2.2.1	Variable calidad de atención .....	15
2.2.2.	Variable satisfacción de los usuarios cesionarios .....	27
2.2.3.	DEFINICIÓN DE TÉRMINOS .....	38
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO.....		40
3.1.	CARACTERÍSTICAS O TIPO DE DISEÑO DE INVESTIGACIÓN .....	40
3.1.1.	Tipo.....	40
3.1.2.	Nivel de investigación.....	40
3.1.3.	POBLACIÓN Y MUESTRA .....	40
3.2.	TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS .....	41
3.3.	MATERIALES O INSTRUMENTOS .....	41
3.4.	TRATAMIENTO DE LOS DATOS .....	42
3.4.1.	Las fichas técnicas de las variables.....	42
CAPÍTULO IV: RESULTADOS .....		44
4.1.	ANÁLISIS DE FIABILIDAD .....	44
4.1.1.	Aplicación de coeficiente de Alpha de Cronbach.....	44
4.2.	PRUEBA DE NORMALIDAD PARA LAS VARIABLES.....	46
4.2.1.	Variable independiente: Calidad de atención.....	46
4.2.2.	Variable dependiente: Satisfacción de los usuarios .....	47
4.2.3.	Análisis descriptivo.....	48
4.2.3.1.	Análisis de la variable independiente: Calidad de atención .....	48
4.2.3.2.	Análisis de las dimensiones .....	50
4.3.	CONTRASTACIÓN DE LA HIPÓTESIS .....	71
4.3.1.	Verificación de la primera hipótesis .....	71

4.3.2. Verificación de la segunda hipótesis específica.....	74
4.3.3. Verificación de la tercera hipótesis .....	76
4.3.4. Verificación de la cuarta hipótesis .....	79
4.3.5. Verificación de la quinta hipótesis.....	81
4.3.6. Verificación de la hipótesis general .....	83
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN DE RESULTADOS .....	86
CONCLUSIONES .....	90
RECOMENDACIONES.....	92
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	94
ANEXOS .....	103

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Relación de criterios originales y dimensiones definitivas del modelo SERVQUAL.....	23
Tabla 2. Cuadro muestral.....	41
Tabla 3. Ficha técnica cuestionario calidad de atención.....	42
Tabla 4. Ficha técnica cuestionario satisfacción del usuario.....	43
Tabla 5. Escala de Alpha de Cronbach.....	44
Tabla 6. Alpha de cronbach de calidad de atención.....	44
Tabla 7. Alpha de Cronbach satisfacción de los usuarios.....	45
Tabla 8. Prueba de normalidad de Kolmogorov - Smirnov, para la variable calidad de atención.....	46
Tabla 9. Prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov, para la variable satisfacción de los usuarios.....	47
Tabla 10. Calidad de atención.....	48
Tabla 11. Dimensión elementos tangibles.....	50
Tabla 12. Dimensión confiabilidad.....	52
Tabla 13. Dimensión capacidad de respuesta.....	54
Tabla 14. Dimensión seguridad.....	56
Tabla 15. Dimensión empatía .....	58
Tabla 16. Satisfacción de los usuarios.....	60
Tabla 17. Dimensión calidad funcional percibida.....	62
Tabla 18. Dimensión calidad técnica percibida.....	64
Tabla 19. Dimensión valor percibido.....	66
Tabla 20. Dimensión confianza percibida.....	68
Tabla 21. Dimensión expectativas percibidas.....	70

Tabla 22. Correlaciones satisfacción de los usuarios.....	72
Tabla 23. Información de ajustes de los modelos.....	72
Tabla 24. Pseudo R cuadrado.....	73
Tabla 25. Correlaciones dimensión confiabilidad.....	74
Tabla 26. Información de ajuste de los modelos.....	75
Tabla 27. Pseudo R cuadrado.....	75
Tabla 28. Correlaciones dimensión capacidad de respuesta.....	77
Tabla 29. Información de ajuste de los modelos.....	77
Tabla 30. Pseudo R cuadrado.....	78
Tabla 31. Correlaciones dimensión seguridad.....	79
Tabla 32. Información de ajuste de los modelos.....	80
Tabla 33. Pseudo R cuadrado.....	80
Tabla 34. Correlaciones dimensión empatía.....	81
Tabla 35. Información de ajuste de los modelos.....	82
Tabla 36. Pseudo R cuadrado.....	82
Tabla 37. Correlaciones calidad de atención.....	84
Tabla 38. Información de ajuste de los modelos.....	84
Tabla 39. Pseudo R cuadrado.....	85
Tabla 40. Valoración de expertos de la ficha de observación para la variable calidad de atención.....	111
Tabla 41. Calificación del instrumento para la variable calidad de atención.....	112
Tabla 42. Valoración de expertos de la ficha de observación para la variable satisfacción de los usuarios.....	113

Tabla 43 Calificación del instrumento para la satisfacción de los usuarios	
cesionarios.....	113

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Instrumento SERVQUAL.....	22
Figura 2. Dimensiones según análisis de factores.....	33
Figura 3 Organigrama institucional.....	36
Figura 4. Calidad de atención.....	48
Figura 5. Dimensión elementos tangibles.....	51
Figura 6. Dimensión confiabilidad.....	53
Figura 7. Dimensión capacidad de respuesta.....	54
Figura 8. Dimensión seguridad.....	57
Figura 9. Dimensión empatía.....	59
Figura 10. Satisfacción de los usuarios.....	61
Figura 11. Riesgos en solicitud de suministro.....	63
Figura 12. Dimensión calidad técnica percibida.....	65
Figura 13 Dimensión valor percibido.....	67
Figura 14. Dimensión riesgos en conexiones.....	69
Figura 15. Dimensión planificación.....	71

## RESUMEN

La importancia de la prestación de servicios de calidad y a la vez mantener satisfecho al consumidor o usuario, simbiosis necesaria para la creación de valor y sostenibilidad institucional, se ha convertido hoy en día en uno de los principales objetivos empresariales. Por ello se logró desarrollar el presente estudio, cuyo objetivo principal fue: Analizar el impacto de la calidad de atención percibida en el nivel de satisfacción de los usuarios cesionarios en la Zona Franca de Tacna, año 2021.

Para medir el nivel de satisfacción laboral se usó cuestionarios, previamente validados por jueces, y de alta confiabilidad, para la variable calidad del servicio se utilizó el modelo SERVQUAL, con sus dimensiones elementos tangibles, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía; para la variable satisfacción se trabajó con el constructo de Mejía y Manrique, con sus dimensiones: Calidad funcional percibida, calidad técnica percibida, valor percibido, confianza, expectativas

El presente estudio es de enfoque cuantitativo, de tipo básico, de diseño no experimental y de nivel explicativo, se efectuó la prueba de normalidad para cada una de las variables, las mismas que no siguieron la tendencia de la curva normal. Uno de los hallazgos importantes de la investigación es en cuanto a la variable independiente, calidad de atención, el cual del 100 % de los encuestados, el 51,35 % perciben que la calidad de atención es adecuada, con respecto a la variable dependiente, satisfacción de los usuarios, del 100 % de los usuarios encuestados, el 83,78 % refiere que los usuarios están medianamente satisfechos.

Se comprobó que existe una correlación de  $Rho=0,508$  entre las variables y según el indicador Nagelkerke indica que el impacto de la variable calidad del servicio en la variable satisfacción de los usuarios es del 32,1 %.

Palabras clave: Calidad del servicio, Satisfacción laboral, Compromiso organizacional.

## ABSTRACT

The importance of providing quality services and at the same time keeping the consumer or user satisfied, a symbiosis necessary for the creation of value and institutional sustainability, has become one of the main business objectives today. The main objective of this study was: To analyze the impact of the perceived quality of service on the level of satisfaction of the transferee users in the Tacna Free Trade Zone, year 2021.

To measure the level of job satisfaction we used questionnaires, previously validated by judges, and of high reliability, for the variable Quality of service we used the SERVQUAL model, with its dimensions Tangible elements, Reliability, Responsiveness, security and empathy; for the variable Satisfaction we worked with the Mejia and Manrique construct, with its dimensions: Perceived functional quality, Perceived technical quality, Perceived value, Trust, Expectations.

The present study has a quantitative approach, basic type, non-experimental design and explanatory level; the normality test was performed for each of the variables, which did not follow the trend of the normal curve. One of the important findings of the research is regarding the independent variable, Quality of attention, which of the 100% of the respondents, 51.35% perceive that the quality of attention is adequate, with respect to the dependent variable, Satisfaction of the users, of the 100% of the users surveyed, 83.78% refer that the users are moderately satisfied.

A correlation of  $Rho=0.508$  was found between the variables and, according to the Nagelkerke indicator, the incidence of the quality of service variable on user satisfaction was 32.1%.

**Keywords:** Service quality, Job satisfaction, Organizational commitment.

## INTRODUCCIÓN

La importancia de la prestación de servicios de calidad y a la vez mantener satisfecho al consumidor o usuario, simbiosis necesaria para la creación de valor y sostenibilidad institucional, se ha convertido hoy en día en uno de los principales objetivos empresariales. Por ello se logró desarrollar el presente estudio, cuyo objetivo principal fue: Analizar el impacto de la calidad de atención percibida en el nivel de satisfacción de los usuarios cesionarios en la Zona Franca de Tacna, año 2021.

Hoy en día la calidad en el servicio al cliente o usuario no es un tema nuevo dentro en las organizaciones, ya que siempre éstos han demandado el mejor trato, la mejor atención al adquirir un producto o servicio, la inmediatez, es más, fiabilidad, calidad, tiempos de entrega, el nivel de precios, y constante innovación, razones que ha obligado a cada una de las organizaciones en la imperiosa necesidad de buscar diversas alternativas para atender dichas necesidades con creación de valor.

La serie de estudios que muestran y relacionan la calidad del servicio y la satisfacción del usuario ha servido de base para el desarrollo de modelos multidimensionales que permiten evaluar esta relación muy importante en la provisión de bienes y servicios, tal como se recoge de la literatura, binomio clave en el desarrollo organizacional. Es más, en lo que respecta a la Zona Franca de Tacna se recoge lo siguiente:

La Zona Franca de Tacna es un espacio privilegiado dentro del territorio nacional, que ofrece una serie de beneficios tributarios y aduaneros para las empresas que desarrollen actividades industriales, agroindustriales, ensamblaje, maquila y servicios, dentro de los cuales se incluyen el almacenamiento, distribución, embalaje, desembalaje, envasado y rotulado, clasificación, exhibición; además de actividades de reparación, mantenimiento y/o reacondicionamiento de maquinarias, motores y equipos para la actividad minera; actividades de call center y desarrollo de software (Zofratacna, 2017).

Se muestra el primer capítulo que comprende el planteamiento del problema: abarca la descripción del problema, la formulación de objetivos e hipótesis. El segundo capítulo, el marco teórico, que comprende los antecedentes del estudio, bases teóricas. El tercer capítulo, se refiere al marco metodológico, refiere al tipo y diseño de la investigación, población y muestra, operacionalización de variables, técnicas e instrumentos para recolección de datos y el procesamiento y análisis de datos. El cuarto capítulo muestra los resultados del estudio. El quinto capítulo está reservado para la discusión. Finalmente, se muestran las conclusiones y las recomendaciones que pueden ser tomadas en cuenta por las autoridades de turno, en su oportunidad, concluyendo con los anexos respectivos.

## **CAPÍTULO I**

### **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA**

Hoy en día la calidad en el servicio al cliente o usuario no es un tema nuevo dentro en las organizaciones, ya que siempre éstos han demandado el mejor trato, la mejor atención al adquirir un producto o servicio, la inmediatez, es más, fiabilidad, calidad, tiempos de entrega, el nivel de precios, y constante innovación, razones que ha obligado a cada una de las organizaciones en la imperiosa necesidad de buscar diversas alternativas para atender dichas necesidades con creación de valor.

La serie de estudios que muestran y relacionan la calidad del servicio y la satisfacción del usuario ha servido de base para el desarrollo de modelos multidimensionales que permiten evaluar esta relación muy importante en la provisión de bienes y servicios, tal como se recoge de la literatura, binomio clave en el organizacional.

En los estudios de satisfacción del usuario sólo estaban centrados en evaluar las características de los productos como su principal atributo, midiendo el retorno de la inversión en función de su efecto en el nivel de satisfacción de los usuarios cesionarios que acceden a tales servicios. Según esto, los especialistas consideraban a la satisfacción como el resultado de un proceso que media entre las expectativas del cliente o usuario y lo brindado por los servicios. En este sentido, la calidad de la atención que debe brindar una institución solo era un ligero análisis. Hoy en día según la naturaleza y misión de las organizaciones la calidad del servicio relacionado con la calidad del mismo va más allá de una simple prestación, hoy se exige un algo adicional, una satisfacción mayor a lo esperado, Eso es creación de valor que percibe el usuario o cliente

Los estudios frecuentes de las percepciones de la calidad y de la satisfacción es información muy relevante e importante para explicar las conductas deseables del consumidor como lo mencionan Zeithaml, Berry, y Parasuraman, (1993). Con el devenir del tiempo, se aprecia desde la década de los 80 en torno a la pertinencia y relevancia de estudiar el concepto de calidad de servicio, han generado un paradigma consolidado como un aspecto clave en el éxito de todo modelo de negocio.

Por cierto, la satisfacción del usuario es un referente de calidad de atención prestada en los servicios a los usuarios cesionarios. Conocer el nivel de satisfacción de los clientes permitirá tomar acciones para superar falencias y mantener fortalezas con el propósito de desarrollar un sistema que brinde la atención de calidad que los usuarios cesionarios, en el caso particular lo relacionado a los depósitos francos.

Definitivamente la creación de estrategias, la mejora de procesos y la optimización de los costos ha sido el accionar utilizado en los últimos tiempos para disminuir la inequidad en la sociedad, mantener satisfechos a los clientes manteniendo en forma sostenible el desarrollo de estrategias que permiten mejorar la calidad de los servicios. Definitivamente la satisfacción del usuario se ve reflejada cuando logra alcanzar sus expectativas, es más, superándose por lo brindado por los servicios, y esto es más que la creación de valor en el cliente. En cuanto a la unidad de estudio se destaca:

La Zona Franca de Tacna es un espacio privilegiado dentro del territorio nacional, que ofrece una serie de beneficios tributarios y aduaneros para las empresas que desarrollen actividades industriales, agroindustriales, ensamblaje, maquila y servicios, dentro de los cuales se incluyen el almacenamiento, distribución, embalaje, desembalaje, envasado y rotulado, clasificación, exhibición; además de actividades de reparación, mantenimiento y/o reacondicionamiento de maquinarias, motores y equipos para la actividad minera; actividades de call center y desarrollo de software. (Zofratacna, 2017).

Zofra Tacna cuenta con depósitos francos, tanto particular como públicos, se trata de un almacén donde pueden depositarse todo tipo de mercancías sin que estas se vean afectadas por aranceles de importación, gravámenes interiores u otras medidas

de política comercial, son en estos espacios donde la institución brinda atención a sus usuarios cesionarios que desea obtener las percepciones de calidad y satisfacción para lograr optimizar dicho servicio y evitar los aspectos negativos. (Zofratacna, 2017).

Por las consideraciones expuesta, el investigador ve por conveniente hacer un estudio para analizar cuál sería el impacto de la calidad de atención percibida y el nivel de satisfacción de los usuarios cesionarios del depósito franco en la zona franca de Tacna, año 2021, al término del estudio hacer llegar a las autoridades para que ameriten los resultados en beneficio de las partes.

## **1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

### **1.2.1. Problema general**

¿Cuál es el impacto de la calidad de atención en el nivel de satisfacción de los usuarios cesionarios en la zona franca de Tacna, año 2021?

### **1.2.2. Problemas específicos**

- a) ¿Cuál es el impacto de la dimensión elementos tangibles en el nivel de satisfacción de los usuarios cesionarios en la zona franca de Tacna, Región Tacna, año 2021?
- b) ¿Cuál es el impacto de la dimensión confiabilidad en el nivel de satisfacción de los usuarios cesionarios en la zona franca de Tacna, Región Tacna, año 2021?
- c) ¿Cuál es el impacto de la dimensión capacidad de respuesta en el nivel de satisfacción de los usuarios cesionarios en la zona franca de Tacna, Región Tacna, año 2021?
- d) ¿Cuál es el impacto de la dimensión seguridad en el nivel de satisfacción de los usuarios cesionarios en la zona franca de Tacna, Región Tacna, año 2021?
- e) ¿Cuál es el impacto de la dimensión empatía en el nivel de satisfacción de los usuarios cesionarios en la zona franca de Tacna, Región Tacna, año 2021?

### **1.3. Justificación e importancia de la investigación**

Desde el punto de vista técnico-científico, aun cuando la calidad en el servicio al cliente no es un tema reciente dentro de las organizaciones, ya que siempre los

clientes han exigido el mejor precio y la mejor atención al adquirir un producto o servicio, es más, confiabilidad, calidad, tiempos razonables, precios, la rapidez de respuesta es un factor fundamental, primer paso para mostrar dicha vocación de servicio a la vez está directamente vinculado con la satisfacción, de allí la importancia de investigar este tema que a pesar que no es nuevo sigue estando presente en la preocupación empresarial.

Dentro del aspecto social, para desarrollar una estrategia focalizada en el cliente implica definitivamente el desarrollo de una estrategia integral, que implique toda la cultura empresarial, donde el cliente sea el eje fundamental. Una visión sistémica donde todos los stakeholders de la organización trabajen bajo una perspectiva común, por procesos centrados en la satisfacción del cliente. Por ello se requiere estudiar si es posible la implantación de una cultura centrada en el cliente que demandaría todo un proceso, una concienciación global y esfuerzo por parte de todos los estamentos de la empresa. Por tanto, es necesario estudiar de parte de los usuarios cesionarios y ver la posibilidad de establecer acciones que permitan avanzar con paso lento pero seguro hacia el objetivo final de mantener calidad no solo en el servicio, sino en el trato para iniciar el camino hacia la plena satisfacción del cliente, el estudio pretende conocer qué están haciendo las empresas al respecto.

El camino a seguir para la plena satisfacción del cliente se vislumbra como acción conjunta y sostenida difícil de alcanzar, sin embargo, el primer paso es el de tener una nueva cultura por parte de la organización para, a partir de aquí, poder diseñar una estrategia integral y holística, acorde a la realidad de la organización y del medio donde se desarrolla. No se trata de un objetivo fácil de conseguir, aunque tampoco imposible, y sí muy necesario, hoy en día.

Desde el aspecto académico, se requiere hacer una contribución al conocimiento científico y una prueba empírica para poder acceder a un grado académico según la normatividad vigente.

Por consiguiente, la justificación del presente estudio tiene un carácter multidisciplinario, puesto que no solo cumplirá con el aspecto académico, con el aspecto teórico, metodológico, sino, además, con el aspecto social.

#### **1.4. OBJETIVOS**

##### **1.4.1 Objetivo general**

Analizar el impacto de la calidad de atención en el nivel de satisfacción de los usuarios cesionarios en la zona franca de Tacna, año 2021.

##### **1.4.2 Objetivos específicos**

- a) Demostrar cuál es el impacto de la dimensión elementos tangibles en el nivel de satisfacción de los usuarios cesionarios en la zona franca de Tacna, Región Tacna, año 2021.
- b) Estimar cuál es el impacto de la dimensión confiabilidad en el nivel de satisfacción de los usuarios cesionarios en la zona franca de Tacna, Región Tacna, año 2021.
- c) Determinar cuál es el impacto de la dimensión capacidad de respuesta en el nivel de satisfacción de los usuarios cesionarios en la zona franca de Tacna, Región Tacna, año 2021.
- d) Examinar cuál es el impacto de la dimensión seguridad en el nivel de satisfacción de los usuarios cesionarios en la zona franca de Tacna, Región Tacna, año 2021.
- e) Explicar cuál es el impacto de la dimensión empatía en el nivel de satisfacción de los usuarios cesionarios en la zona franca de Tacna, Región Tacna, año 2021.

#### **1.5. HIPÓTESIS**

##### **1.5.1 Hipótesis general**

Existe impacto significativo de la calidad del servicio en el nivel de satisfacción de los usuarios cesionarios en la zona franca de Tacna, Región Tacna, año 2021.

### **1.5.2 Hipótesis específicas**

- a) Existe impacto significativo de la dimensión elementos tangibles en el nivel de satisfacción de los usuarios cesionarios en la zona franca de Tacna, Región Tacna, año 2021.
- b) Existe impacto significativo de la dimensión confiabilidad en el nivel de satisfacción de los usuarios cesionarios en la zona franca de Tacna, Región Tacna, año 2021
- c) Existe impacto significativo de la dimensión capacidad de respuesta en el nivel de satisfacción de los usuarios cesionarios en la zona franca de Tacna, Región Tacna, año 2021.
- d) Existe impacto significativo de la dimensión seguridad en el nivel de satisfacción de los usuarios cesionarios en la zona franca de Tacna, Región Tacna, año 2021.
- e) Existe impacto significativo de la dimensión empatía en el nivel de satisfacción de los usuarios cesionarios en la zona franca de Tacna, Región Tacna, año 2021.

## **1.6. VARIABLES**

### **1.6.1. Variables e indicadores**

#### **2.2.1.1. Variable independiente**

VI = Calidad de atención

#### **2.2.1.1. Variable dependiente**

VD = Satisfacción de los usuarios

### **1.6.2. Características de las variables**

- **Calidad de atención:** Según (ISO-9000, 2015):

La calidad también ha sido definida como el conjunto de características de un servicio o productos de consumo que satisfacen las necesidades del consumidor y lo

hacen sentirse seguro de poseer un producto o de recibir un buen servicio al más bajo costo posible. (ISO-9000, 2015)

**- Satisfacción de los usuarios**

La sensación de contento que corresponde con una visión utilitarista del comportamiento del consumo, ya que la reacción del sujeto es consecuencia de un procesamiento de información y de la valoración del cumplimiento de las funciones que tiene asignada un determinado bien de consumo o servicio. (Morales y Hernández, 2004)

**1.6.3. Definición operacional de las variables**

Cuadro de operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	ESCALA
<b>Variable independiente</b>	“Define el término calidad como grado en el que un conjunto de características inherentes, cumple con la necesidad o expectativa establecida, generalmente implícita y obligatoria” (ISO 9000 (2015).	Elementos tangibles	de Ordinal
Calidad de atención		Confiabilidad Capacidad de respuesta Seguridad Empatía	
<b>Variable dependiente</b>	La sensación de contento que corresponde con una visión utilitarista del comportamiento del consumo, ya que la reacción del sujeto es consecuencia de un procesamiento de información y de la valoración del cumplimiento de las funciones que tiene	Calidad funcional percibida	Ordinal
<b>satisfacción del usuario</b>		Calidad técnica percibida Valor percibido Confianza	

---

asignada un determinado bien de Expectativas consumo o servicio. (Morales y Hernández, 2004, p. 35).

---

### **1.7. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN**

- Área geográfica: Ciudad de Tacna
- Época o periodo: año 2021
- Métodos o técnicas empleadas: la estadística descriptiva e inferencial.
- Financiamiento: autofinanciado.
- Tiempo disponible: 2 meses
- Recursos utilizables: aparece en anexo
- Tipo y calidad de los datos: se tomaron datos primarios para medir la percepción de los usuarios cesionarios

### **1.8. DESCRIPCIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **- Tipo de estudio**

El presente trabajo de investigación es básico o puro, tiene por objeto mejorar el conocimiento, más que generar resultados o tecnologías que beneficien a la sociedad en el futuro inmediato. Este tipo de investigación es especial porque busca el conocimiento puro por medio de la recolección de datos, de forma que añade datos que ayudan a profundizar cada vez más los conocimientos ya existidos en la realidad, se construye a base de esto un mayor conocimiento en sus hipótesis, teorías y leyes, según. (Hernández et al. ,2014)

#### **▪ Nivel de investigación**

Se realizó una investigación de nivel explicativo toda vez que se mide el impacto o impacto de una variable sobre la otra, y que a su vez previamente si están o no relacionadas ambas variables (Hernández et al., 2014)

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. ANTECEDENTES DEL ESTUDIO**

##### **2.1.1. A nivel internacional**

Ros (2016) en su tesis de doctorado titulada: “Calidad percibida y satisfacción del usuario en los servicios prestados a personas con discapacidad intelectual, 2016, Murcia España”. La presente investigación tiene como resumen lo siguiente:

El objetivo general de este trabajo es determinar las relaciones que se producen entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario. Es una investigación de enfoque cuantitativa, es básica a nivel relacional. Los principales resultados. La conclusión arribada en el presente estudio fue: en este apartado se presentan las conclusiones obtenidas en el análisis empírico y se discuten los resultados. En primer lugar, se señalan las conclusiones relativas a la validación de los instrumentos de medida empleados en esta investigación.

En segundo lugar, se muestran las conclusiones en relación a la valoración que los usuarios cesionarios realizan sobre los distintos aspectos del servicio. En tercer y último lugar, se reflejan las conclusiones sobre las relaciones que se producen entre las variables analizadas (Ros, 2016).

Cotillo y Carreras, (2014) en su tesis doctoral “La educación superior universitaria: calidad percibida y satisfacción de los egresados, La Coruña, España” Tiene como resumen lo siguiente:

El objetivo de esta tesis consiste en el desarrollo y validación empírica de una escala de medida de la calidad percibida por los egresados de una universidad pública española. Esta escala permite saber cuáles son los factores o dimensiones a partir de los cuales los egresados perciben el nivel de calidad global de la institución en la que cursaron sus estudios universitarios.

La escala muestra que el egresado asocia la calidad global de su universidad a seis dimensiones, que tienen que ver con las instalaciones y los equipamientos; la calidad de la investigación desempeñada por el personal docente e investigador (PDI); y las tasas a las que el alumno ha de hacer frente. Del mismo modo, se constató que la relación causal entre calidad percibida y satisfacción global es alta, positiva y significativa. (Cotillo y Carreras, 2014)

### **2.1.2. A nivel nacional**

Regalado (2020) en su trabajo de investigación:” Impacto de la calidad de servicio en la satisfacción de los clientes del grifo TT Servicios Generales, Ranrahirca, 2020”

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general determinar el impacto de la calidad del servicio en la satisfacción de los clientes. Se trata de una investigación de enfoque cuantitativo, el tipo aplicada, de nivel correlacional, la técnica usada fue la encuesta. Sus resultados fueron comprobar la relación entre las variables con un Rho de 0,750. La calidad del servicio, la percepción de los clientes fue alta con 62 % igualmente la satisfacción fue de nivel alto con el 70 %.

Basilio (2019) en su investigación: “El impacto de la calidad del servicio sobre el nivel de satisfacción de los clientes del segmento Banca Negocios, Banca de Crédito del Perú, Arequipa 2019”. Donde se recoge:

Es una investigación que tiene como objetivo general determinar el impacto de la calidad del servicio sobre el nivel de satisfacción de los clientes del segmento Banca de negocios. El tipo de investigación es descriptiva y correlacional. Existe correlación entre las variables el Rho de Spearman es de 0,482, significativa, también hay correlación con sus dimensiones. Su principal conclusión es que la calidad del servicio influye de manera significativa en la satisfacción de los clientes, es bueno. (Basilio, 2019)

Mauricio (2018) en su tesis: “Calidad de atención y su impacto en la satisfacción del usuario en el consultorio de nutrición del centro de salud de Infantas-Diris Lima Norte-2018”:

Tuvo como objetivo determinar la relación entre las variables de estudio. En el aspecto metodológico es una investigación de enfoque cuantitativo, descriptivo y relacional. Siendo sus resultados en cuanto a sus dimensiones: fiabilidad con el 55 %, seguridad con 56,8 %, es bueno. Empatía 50,4 %, es bueno; elementos tangibles 57,9 %, es bueno y capacidad de respuesta 49,6 % es bueno. Concluye que existe relación positiva entre la calidad de atención y la satisfacción del usuario con un Rho 0,630. (Mauricio, 2018)

Diaz (2017) en su tesis de maestría: “El servicio de salud y su impacto en la satisfacción de usuarios del instituto nacional de salud al 2017”:

Tuvo como objetivo general analizar el impacto de la calidad de atención en la satisfacción de los padres de usuario en el instituto de salud del niño, se trata de una investigación de enfoque cuantitativo, tipo básica de nivel explicativo. Sus resultados fueron que el 25,7 % ha obtenido un nivel regular en la calidad de atención, se encuentran medianamente satisfechos. Se determinó que la calidad de atención influye significativamente en la satisfacción de los padres usuarios. (Diaz, 2017)

Valencia (2011) en su trabajo de investigación “La calidad del servicio y el nivel de satisfacción de los clientes de CINEPLANET TRUJILLO CENTRO”, tiene como resumen:

El presente trabajo de investigación tiene como propósito fundamental evaluar la calidad de servicio de, tomando como base temas generales sobre la calidad, el cliente, el servicio y la satisfacción del cliente; así como el modelo SERVQUAL”. El trabajo de investigación utilizó el diseño de investigación descriptivo transversal, método deductivo-inductivo, analítico-sintético. (Valencia, 2011)

Como conclusión, se tiene que los clientes perciben el servicio, en general como un servicio de calidad, resaltando aspectos como calidad de atención al público,

amabilidad, fiabilidad y buen trato de todas las áreas; actualización de sus carteleras cinematográficas. (Valencia, 2011).

### **2.1.3. Antecedentes regionales**

Cañahuiri (2017) en su tesis denominada: “La calidad del servicio y la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017”, tiene como resumen:

El propósito fundamental de la presente investigación ha sido determinar si existe relación entre la calidad del servicio y la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017. El tipo de estudio es básico, su diseño no experimental y su nivel es correlacional. Los resultados demuestran que tanto la variable calidad del servicio como la de satisfacción de los contribuyentes son de nivel regular con un 79,1 % y 79,9 % respectivamente. (Canahuiri, 2017)

Del análisis de la variable calidad del servicio, por dimensiones son: regular nivel de empatía con el 81,0 %; regulares elementos tangibles, con el 49,5 %; regular capacidad de respuesta, con el 77,5 %; regular nivel de seguridad, con el 79,9 %. Para la variable calidad del servicio se encontraron los siguientes resultados: regular calidad del servicio con el 79,1 %, buena calidad del servicio, con el 15,9 %. Asimismo, existe relación significativa de las dimensiones de la variable calidad del servicio como ser: empatía, fiabilidad, elementos tangibles, capacidad de respuesta y seguridad con la variable satisfacción de los contribuyentes. Finalmente, se ha comprobado que con un Rho de Spearman del 0,405 a un nivel del 95 % y un sig. de 0,000: Existe relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del contribuyente de la Municipalidad Distrital coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017. (Valencia, 2011).

Sarmiento (2018) en su tesis denominada: “Aplicación del modelo SERVQUAL al sistema de crédito taxi utilitario y consumo ofertado por la EDPYME acceso - agencia Arequipa para determinar el nivel de calidad de servicio – 2018”. Siendo su resumen el siguiente:

El modelo SERVQUAL evaluó la calidad de servicio en los elementos de tangibilidad, respuesta y seguridad determinando que estos reciben la calificación de estar totalmente de acuerdo con las actividades desarrolladas por parte de sus colaboradores y la organización. Con respecto a los elementos de confiabilidad y seguridad evaluados por este modelo se obtuvo como resultado que la apreciación de los clientes es de no estar totalmente de acuerdo con el desarrollo de dichas actividades. (Sarmiento, 2018)

Para poder concretar los resultados que determinen la calidad de servicios alcanzados por la EDPYME Acceso Crediticio SA se desarrolló los puntos necesarios en el planteamiento del problema, determinación de la problemática a establecerse por sus interrogantes y los objetivos a alcanzarse en la presente investigación de tal forma que permita comprobar la hipótesis planteada, esta información fue complementada con el planteamiento teórico respectivo para desarrollar la investigación, seguidamente se formuló el planteamiento metodológico y finalmente se procedió al registro del análisis respectivo de cada elemento con la sugerencia de actividades y estrategias a ser consideradas por la gestión de la EDPYME con fines de sostenerla y mejorarla en favor de sus clientes. (Sarmiento, 2018)

## **2.2. BASES TEÓRICAS DE LAS VARIABLES**

### **2.2.1 Variable calidad de atención**

#### **2.2.1.1. Definición**

Vergara et al. (2018) refiere que:

En la literatura, la calidad se evalúa a partir de dos puntos de vista: una dimensión técnica, entendiendo el servicio como un producto; y una dimensión funcional, que involucra la prestación del servicio. Siendo la estimación de la calidad del servicio aquella que ha nacido del sentir del usuario, quien informa a la institución o empresa, si ofrece una prestación delimitada por una buena o mala calidad.

Strenitzerová y Gaña (2018) hace hincapié en que “La evaluación de la calidad del servicio nace de la opinión del cliente quien informa a la empresa si está ofreciendo un servicio con una calidad alta o baja” (2018).

Para (Deming, 1989) sobre calidad menciona:

La calidad del servicio es la satisfacción de los clientes con respecto a cualquier servicio dado o artículo fabricado y según cualquier criterio, si es que tiene alguna opinión que ofrecer, mostrará una distribución que va desde la insatisfacción extrema a la mayor complacencia de gran satisfacción. (Deming, 1989, p. 49)

Cerezo (1996) ofrece otra idea de calidad del servicio, en la que define a ésta, como: “La minimización de la distancia entre las expectativas del cliente con respecto al servicio y la percepción de este tras su utilización” (p. 109).

Horovitz (1991), menciona sobre los componentes de la calidad del servicio, que pueden reducirse del modo que sigue:

El cliente es quien juzga la calidad del servicio, el cliente impone qué nivel de excelencia debe alcanzar el servicio, la empresa debe trazarse metas para lograr sus objetivos, obtener beneficios y poder destacarse, la empresa debe tomar en cuenta las expectativas del cliente, las empresas pueden definir normas precisas para lograr la calidad en el servicio, la excelencia significa cero defectos y para ello requiere de una disciplina y un esfuerzo constante (p. 64).

Albrecht (1992), en su libro “Servicio al cliente interno”, da a conocer la definición de calidad como:

El concepto de calidad incluye todas las fases que interviene en la prestación del servicio, poniendo en juego todos los recursos necesarios para prevenir errores e involucrando a todo el personal, mermando el clima y las relaciones entre los miembros que la integran, es decir, las relaciones entre los clientes (internos, externos).

Entendiéndose por cliente interno, aquellos que trabajan dentro de la organización y otorgan sus servicios a la empresa y por cliente externo, aquellos que solo se relacionan con la organización cuando van a adquirir un bien o servicio que esta produzca o preste (p. 65).

De los textos descritos, se resalta un par de conceptos de calidad, el primero la adecuación del uso y el segundo concepto la satisfacción de los usuarios cesionarios, que se encuentran relacionadas íntimamente con la percepción del cliente o consumidor del servicio, considerando que: “la calidad es una filosofía integradora de las distintas actividades de la empresa que genera un modo de hacer las cosas, que es necesario para alcanzar el reto de la competitividad (Delgado, 2018).

#### **2.2.1.2. Modelos de calidad del servicio**

##### **A. Modelos principales**

Redhead (2015) clasifica los modelos principales de calidad del servicio en:

##### **a) Modelo de calidad técnica y funcional de Grönroos.**

Grönroos (1984) resalta tres ideas relacionadas a la calidad técnica y funcional: “La calidad del servicio depende de la calidad técnica, funcional, la calidad y la imagen corporativa de la organización en consideración, la calidad funcional se considera más importante que la calidad técnica”.

Heno (2019) en su texto nos refiere que: “a pesar de las diferentes críticas que ha recibido el modelo SERVQUAL propuesto por Zeithaml, Parasuraman y Berry, este aún sigue vigente y ha permitido mostrar que la calidad del servicio es antecedente de la satisfacción de los clientes”.

##### **b). SERVPERF Modelo de Cronin And Taylor**

Marín Tello et al., con respecto al modelo SERVPERF: “Utiliza solo la parte de percepciones de la escala SERVQUAL. Solo experiencias de calidad del servicio, medidas y expectativas de los clientes también”.

**c) Modelo de calidad de atributo de servicio de Haywood-Farmer.**

García (2015) en su estudio de investigación sobre calidad de servicio y satisfacción menciona que:

Este modelo proporciona una base de servicio para segregar organizaciones en tres dimensiones para una mejor gestión de la calidad. Estas dimensiones son las instalaciones físicas, de las personas, elementos de comportamiento y juicio profesional. El modelo mejora la comprensión del concepto de calidad del servicio. (García, 2015, p. 26)

**d) El modelo del proceso dinámico de Boulding y otros autores**

Es un modelo para ayudar a comprender el proceso por el que los clientes forman juicios de calidad del servicio y la forma en que estos juicios afectan el comportamiento posterior. Las percepciones y expectativas de los clientes cambian con el tiempo, y la afirmación de modelo, para poner a prueba las relaciones entre expectativas, percepciones y el comportamiento previsto. (García, 2015)

**e) El modelo de los tres componentes de Rust y Oliver**

“Los tres componentes de este modelo son los productos y servicios, la prestación de servicios y el entorno de servicio” (García, 2015).

**f) Enfoque del retorno de la calidad de Rust y otros autores**

“El modelo defiende que las dimensiones de la medición de la calidad del servicio deben estar relacionadas con los procesos de negocio de la organización. El modelo se centra en la toma de los esfuerzos de mejora de la calidad económicamente viable” (García, 2015).

**g) El atributo P-C-P del modelo de Felipe y Hazlett.**

Al respecto:

Un marco simple, eficaz y general de evaluar la calidad del servicio para cualquier sector de servicios. El modelo destaca el área de mejoras para la calidad del servicio dependiendo de la frecuencia del encuentro. Las dimensiones de estos tres niveles de atributos son individuales, sector dependiente y con referencia al consumidor. (García, 2015)

**h) El modelo y los antecedentes de Dabholkar y otros autores.**

También se recoge que:

La calidad del servicio es mejor visualizada por sus antecedentes en lugar que sus componentes. Este modelo puede proporcionar una completa comprensión de la calidad del servicio y cómo estas evaluaciones se forman. La satisfacción del cliente debe ser evaluada por separado de la calidad del servicio, al tratar de determinar evaluaciones de los clientes del servicio. (García, 2015)

**i) El enfoque jerárquico de Brady y Cronin**

García (2015), alude lo siguiente:

La calidad del servicio es un constructo multidimensional jerárquico. Las percepciones se basan en las evaluaciones de las dimensiones primarias, el resultado, la interacción y la calidad ambiental, que tienen cada uno tres sub dimensiones. Las tres sub dimensiones primero serán evaluadas y van a influir sobre la evaluación de las dimensiones primarias que conducirá a una percepción global de la calidad del servicio.

**j) El modelo de Grönroos, adaptada por Kang y James**

García (2015) considera:

Una técnica funcional y de imagen que se debe medir totalmente para captar las percepciones generales de la calidad del servicio. El modelo de Grönroos está empíricamente probado y la estructura de cinco factores de SERVQUAL lo confirma.

Otros que la mayoría de los otros modelos. Se cree que la calidad técnica puede ser evaluada por clientes. (García, 2015)

**k) Estructura jerárquica de servicio calidad de Kang**

Para esta estructura García (2015) refiere:

La estructura de cinco factores como propone SERVQUAL es confirmado y representa la dimensión de calidad funcional, de la calidad percibida del servicio. Este modelo ofrece evidencia empírica para la afirmación que percibe la calidad del servicio, está basado en los componentes de la calidad técnica y la calidad funcional.

**l) Modelo FAIR SERV de Carr**

Las cinco dimensiones SERVQUAL se aceptan para la calidad del servicio de medición, pero la equidad (justicia) se añade como una dimensión importante. Se considera que los clientes están preocupados por conseguir lo que merecen en relación con otros clientes del mismo servicio. Su evaluación de la equidad del servicio tendrá un impacto en su percepción global de la calidad del servicio. (García, 2015)

Donabedian (1990), en el texto Garantía y Monitoría de la Calidad de Atención, menciona que:

Puede apreciarse la preocupación de organismos como la Organización Panamericana de la Salud (OPS) ha ido en aumento, comprometiéndose en una cruzada titánica para compenetrar a los gobiernos de los países afiliados de la importancia fundamental de asegurar la calidad tanto en la salud pública como en la parte asistencial.

Ofrecer calidad significa corresponder a las expectativas del usuario o incluso sobrepasarlas, por lo que diferentes autores describen las principales dimensiones de la calidad del servicio (Cerezo, 1996) .

Zeithaml et al. (1993), define genéricamente las dimensiones de la calidad del servicio como:

- **Accesibilidad:** Zeithalm et al. (1993) “Facilidad de contacto, sea telefónico o físico, vías de comunicación, tiempo de espera, facilidad para hacer uso del servicio. Característica del servicio que facilitan u obstaculizan los esfuerzos del usuario para obtener atención”.
- **Carácter tangible:** Zeithalm et al. (1993) “Aspecto físico, calidad y cantidad de materiales, equipos, personal e instalaciones. Elementos del servicio percibido por los sentidos”.
- **Competencia:** Zeithalm et al. (1993): “Personal capacitado e informado para prestar el servicio, posesión de habilidades y conocimientos requeridos para desempeñar el servicio”.
- **Cortesía:** Zeithalm et al. (1993) “Educación, amabilidad, respeto y consideraciones por parte del personal. Es igual a empatía”.
- **Credibilidad:** Zeithalm et al., (1993) “Honestidad de la organización en cuanto a palabras y actos”.
- **Actitud Responsiva:** Zeithalm et al. (1993): “Disposición por parte de la empresa para ayudar al cliente y proporcionar un servicio rápido, no solo en el tiempo indicado, sino en el menor tiempo posible (rapidez de respuesta)”.
- **Comunicación:** Zeithalm et al. (1993): “Uso del lenguaje claro sin tecnicismos al brindar la información al usuario. Escucharlo, mantener comunicación verbal, tener actitud y expresión que generen confianza”.
- **Comprensión:** Zeithalm et al. “Esforzarse por comprender y reconocer las verdaderas necesidades del cliente”.
- **Seguridad:** Zeithalm et al. (1993) “Ausencia de riesgos, peligro o dudas al momento de usar el servicio”.
- **Confiabilidad:** Zeithalm et al. (1993): “Brindar el servicio correctamente desde el inicio y mantenerlo a lo largo del tiempo”.

m) **SERVQUAL: como modelo de evaluación de calidad percibida.**

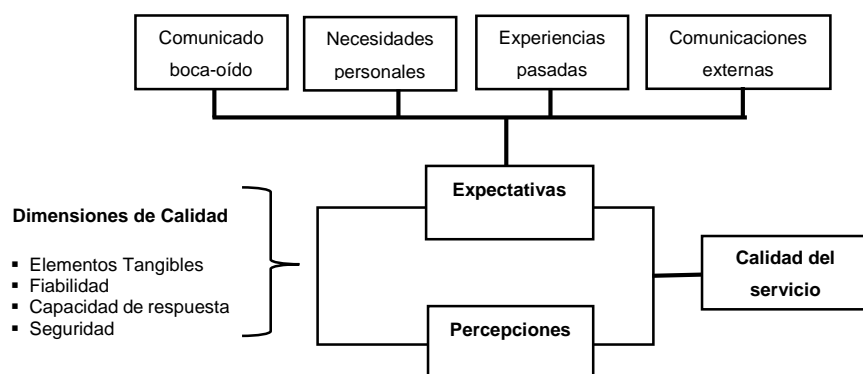
El modelo SERVQUAL de calidad de servicio “mide lo que el cliente espera de la organización que presta el servicio en las cinco dimensiones citadas, contrastando esa medida con la estimación de lo que el cliente percibe de ese servicio en esas dimensiones”.

Es un instrumento de medida de la calidad del servicio, diseñados por Parasuraman y Zeithaml, (1988) y ampliamente citado en la literatura de marketing por su aplicación en una amplia gama de actividades de servicios (enseñanza, transporte, sector financiero, entidades deportivas, turismo, alimentación, entre otros). Se basa en encuestas a los usuarios cesionarios de servicios:

Es un modelo que comprende dos partes: una para medir expectativas de forma genérica con relación al servicio, no haciendo referencia a ninguna experiencia en concreto y otra para medir percepciones sobre el servicio prestado por una determinada empresa, por tanto, manifiesta una experiencia personal. Comprenden 22 declaraciones en cada parte y las dos partes del cuestionario son simétricas. A cada frase para medir las expectativas corresponde otra que mide las percepciones. (Parasuraman et al., 1988)

Estos 22 atributos son el resultado de las cinco dimensiones que obtuvieron los autores, al efectuar dicha medición en empresas de servicios de cinco sectores distintos, consolidándose en cinco dimensiones básicas que definen el significado de la calidad de servicio. (Parasuraman et al., 1995)

**Figura 1**  
*Instrumento SERVQUAL*



Nota: (Parasuraman et al., 1995)

**Tabla 1**

*Relación de criterios originales y dimensiones definitivas del modelo SERVQUAL*

Los diez criterios iniciales en la evaluación de la calidad del servicio	DIMENSIONES DEFINITIVAS DEL MODELO SERVQUAL				
	Elementos tangibles	Fiabilidad	Capacidad de respuesta	Seguridad	Empatía
Elementos tangibles	■				
Fiabilidad		■			
Capacidad de respuesta			■		
Profesionalidad				■	
Cortesía				■	
Credibilidad				■	
Seguridad				■	
Accesibilidad					■
Comunicación					■
Comprensión del usuario					■

Nota: (Parasuraman y Zeithaml, 1995)

n) **El modelo SERVQHOS**

Para poder medir la calidad en los servicios como los hospitalarios, se puede adaptar la versión de SERVQUAL, la misma que aporta en mayor consideración la información para gestionar y mejorar la calidad del establecimiento.

En esta variante se permite determinar validez, consistencia interna, aditividad y los elementos de cada escala con el fin de construir un instrumento que tuviese un mejor comportamiento metodológico. (Mira et.al. ,1997)

El presente instrumento como se mencionó líneas arriba, es producto de una adaptación el cual fue nombrado como SERVQHOS, el mismo que fue diseñado y desarrollado por los españoles Mira et al., (1997), quienes lo consideran como un nuevo formato incorporando los elementos sugeridos por Mira et al. (1998), en su artículo, menciona que el instrumento es validado, lo que permitió comprobar su

consistencia, validez de construcción, capacidad discriminante y su capacidad predictiva respecto a una medida global de satisfacción del usuario.

Conserva el sentido del cuestionario original a partir de la teoría de las discrepancias entre expectativas y percepciones y es utilizado frecuentemente para realizar intervenciones y mejoras en el proceso de asistencia sanitaria. No pretende invertir el orden en las prioridades asistenciales, pero sí buscan ayudar a resolver el difícil reto de saber responder a esas necesidades de salud, siendo capaces de satisfacer las expectativas de los pacientes.

Barragán (2010) menciona que: “El cuestionario SERVQHOS está diseñado a partir de la teoría de la discrepancia entre expectativas y percepciones y se utiliza para determinar la calidad percibida en la atención hospitalaria”. Está organizado en cuatro partes:

- **Primero** se describen los objetivos y la importancia de la información solicitada al usuario. Establece aspectos éticos como el permiso y el consentimiento para su aplicación; determina que la información será manejada de forma anónima y confidencial.

- **Segundo**, consta de 19 ítems que se evalúan mediante una escala de Likert de cinco puntos, en la cual indaga al usuario por aspectos tangibles e intangibles de la calidad de la atención y los criterios basados en las expectativas y percepciones para la evaluación, que van de uno a cinco, siendo 1: “mucho peor de lo que esperaba” y 5 “mucho mejor de lo que esperaba”.

- **Tercero**, es una encuesta adicional que indaga sobre la satisfacción global del usuario y aspectos relacionados con la misma.

- **Cuarto**, donde se indaga por los datos sociodemográficos de los usuarios cesionarios que diligencian el cuestionario, como sexo, edad, estado civil, nivel de estudios y ocupación. Existe un espacio en blanco adicional en el cual el usuario puede escribir las sugerencias que tenga para el mejoramiento de la calidad de la atención hospitalaria (pág. 50).

### **2.2.1.3. Dimensiones de la calidad del servicio**

Gremler et al. (2009) agrupa cinco dimensiones para medir la calidad del servicio, las mismas que refiere son tomadas por el modelo SERVQUAL, siendo las mismas:

#### **Dimensión 1: Fiabilidad o confiabilidad**

“Se refiere a la habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa. Es decir, que la empresa cumple con sus promesas, sobre entregas, suministro del servicio, solución de problemas y fijación de precios” (Gremler et al., 2009).

#### **Dimensión 2: Capacidad de respuesta**

“Es la disposición para ayudar a los usuarios cesionarios y para prestarles un servicio rápido y adecuado. Se refiere a la atención y prontitud al tratar las solicitudes, responder preguntas y quejas de los clientes, y solucionar problemas” (Gremler et al., 2009).

#### **Dimensión 3: Seguridad**

“Es el conocimiento y atención de los empleados y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza” (Gremler et al., 2009).

#### **Dimensión 4: Empatía**

“Se refiere al nivel de atención individualizada que ofrecen las empresas a sus clientes. Se debe transmitir por medio de un servicio personalizado o adaptado al gusto del cliente” (Gremler et al., 2009).

#### **Dimensión 5: Elementos tangibles**

“Es la apariencia física, instalaciones físicas, como la infraestructura, equipos, materiales, personal”. López y Gadea (1995)

Gremier et al. (2009) dimensiona a la calidad del servicio en: “Intangibilidad, heterogeneidad e inseparabilidad”.

A la vez otros estudios dimensionan a la calidad del servicio con tres dimensiones paralelas a las usadas por SERVQUAL, siendo estas dimensiones las siguientes:

### **Intangibilidad**

“Los servicios no se pueden almacenar, la rapidez de respuesta se convierte en un elemento fundamental de la calidad, por ello se debe prever que haremos cuando aumente súbitamente la demanda. Indicadores: almacenamiento, rapidez, calidad, Prever” (Chicana, 2017).

### **Heterogeneidad**

“Los servicios son difíciles de estandarizar y esto dificulta un nivel de calidad uniforme. De hecho, los servicios de calidad deben ser equitativamente heterogéneos. indicadores: estandarizar, calidad, uniforme, servicio de calidad, equidad” (Chicana, 2017).

### **Inseparabilidad**

“La producción y el consumo del servicio se realizan simultáneamente, el usuario puede ver el proceso de producción del servicio y, además del resultado final, juzga la calidad del proceso: producción, consumo, proceso de producción, resultado final, calidad del proceso” (Chicana, 2017).

#### **2.2.1.4. Medición de la calidad del servicio**

La diferencia obtenida por la comparación de la expectativa y la percepción de los usuarios permitirá formalizar la medición de la calidad, mediante la escala de SERVQUAL, que define esta discrepancia, como una variable multidimensional. Esta escala que valora la expectativa y la percepción o el servicio recibido, mediante una encuesta de 22 preguntas, que se dividen en 5 dimensiones, serán medidos mediante

una escala numérica cuya calificación varía desde el 1, para una percepción o expectativa muy baja, hasta la valoración de 7, que muestra una percepción o expectativa muy alta del servicio que se pretende medir. Posterior a la obtención de estos datos se procede a tabular la información de los instrumentos utilizados y así se puede obtener el valor de las brechas, las mismas que se calculan para obtener las afirmaciones y dimensiones de la expectativa y percepción del servicio.

Además, Sánchez et al. (2011) menciona que:

Si bien la brecha absoluta indica si se está cumpliendo con las expectativas o si no se logra satisfacción, sitúa todas las dimensiones y aspectos puntuales contenidos en ellas en un mismo plano de importancia, por lo que los resultados obtenidos en esta medición no ayudan a priorizar los aspectos que requieren más atención, aplicar los recursos a los aspectos puntuales que son prioritarios para el cliente. Para solucionar este impasse, se calcula lo que se denomina brechas relativas. Estas se calculan multiplicando los resultados de  $(P - E)$  de cada dimensión y factores que la componen, por su respectiva preponderancia. (Sánchez et al. ,2011)

De esta forma, la brecha correspondiente se relativiza en importancia y se obtienen indicadores que permiten asignar recursos y esfuerzos priorizadamente, con el fin de mejorar la satisfacción de la cartera de clientes, según su indicación respecto de qué elementos le resultan más importantes para sentirse satisfechos con la calidad del servicio. En todo caso, el Modelo de las Brechas de Calidad de servicio, provee sustento metodológico a la Escala SERVQUAL, y la hace un instrumento de gran utilidad y uso para medir calidad de servicio y satisfacción de clientes. (Sánchez et al., 2011)

## **2.2.2. Variable satisfacción de los usuarios cesionarios**

### **2.2.2.1. Definiciones**

El concepto de satisfacción ha ido cambiando durante los diversos periodos de tiempo, desarrollando solidez en su conceptualización con el transcurso del tiempo,

Feigenbaum (2009), en su libro menciona que:

Los clientes son de importancia fundamental para toda organización que pretenda ser exitosa. La medición de la satisfacción de los clientes es posible encontrarla, gracias a un sistema de gestión de la calidad – fundamentos, que el autor mencionado con antelación define como: “la percepción del cliente sobre el grado en que se han cumplido sus requisitos, aclarando además un aspecto muy importante denominado quejas de los clientes, que resalta un punto de observación no favorable para la empresa”.

La presencia de una queja, es un claro indicador de una baja satisfacción, pero su ausencia no implica necesariamente una elevada satisfacción del cliente, ya que también podría estar indicando que son inadecuados los métodos de comunicación entre el cliente y la empresa. (ISO9000, 2005).

Según Pérez (2006), al respecto menciona:

La satisfacción del cliente es una de las claves para asegurar una buena calidad en el servicio consiste en satisfacer o sobrepasar las expectativas que tienen los clientes respecto a la organización, determinando cuál es la necesidad que el cliente espera y cuál es el nivel de bienestar que espera que le proporcionen.

La satisfacción del cliente representa la evaluación del consumidor respecto a una transacción específica y a una experiencia de consumo. (Pérez, 2006).

Para Lamb et al. (2006) sostiene:

La satisfacción del cliente es la evaluación que hace de un bien o servicio en términos de si ha cumplido sus necesidades y expectativas. El no satisfacer necesidades y expectativas resulta en insatisfacción con el bien o servicio. Tener satisfechos a los clientes actuales es tan importante como atraer nuevos, y mucho menos costoso.

### 2.2.2.2. Tipos de clientes

Fernández (2010), considera clientes a:

A un consumidor fiel a una marca o producto. Se establece una diferencia entre dos tipos de clientes: Clientes internos y clientes externos, porque se parte de la idea de que ambos tipos de clientes deben sentirse satisfechos a recibir, no solo un producto o servicio, sino un conjunto de estos, es decir, deben sentir que sus necesidades son satisfechas, por tanto, para todas las empresas es muy importante que dar una buena atención a cualquier cliente sea prioritario por esto, satisfacer las necesidades del cliente está directamente con el éxito de cualquier negocio.

Según Fernández (2010), las características y diferencias entre clientes internos y clientes externos son las siguientes:

- **Los clientes externos:** son aquellas personas que acuden a las empresas u organizaciones a comprar un producto o servicio, tal como comprar alimentos, utilizar medios de transporte, viajes, compra de automóviles. Una vez que han obtenido el producto o servicio deseado, lo retribuyen mediante dinero y pagan el precio total de producto o servicio recibido pueden abandonar a su proveedor habitual cuando consideren que ya no les gusta, bien porque la calidad del servicio ha cambiado o porque pueden encontrar muy diferentes proveedores en el mercado. (Fernández, 2010).

Hay diferentes tipos de clientes externos: el cliente minorista, el cliente mayorista y los distribuidores. Con cada uno de ellos la empresa u organización establece una forma de atención y comunicación diferente.

- **Los clientes internos:** son aquellas personas dentro de la empresa u organización que trabajan en labores de administración, procesos productivos, almacén, investigación o dirección, y son considerados clientes porque necesitan recibir de otros compañeros o miembros de la empresa u organización, productos o servicios para poder seguir realizando su trabajo. No solo no pagan por ese producto o servicio que reciben, sino que se les remunera por su actividad laboral.

Lo que en clientes externos se considera proveedores (lugar donde compran), para los clientes internos su proveedor es la empresa en la que trabajan y reciben su salario. Esta diferencia es fundamental, porque a los clientes internos no les resulta fácil cambiar de empresa o lugar de trabajo, mientras que los clientes externos pueden decidir donde proveerse.

### **2.2.2.3. Satisfacción del cliente desde el buen servicio**

Gosso (2008) señala que :

La satisfacción es un estado de ánimo resultante de la comparación entre las expectativas del cliente y el servicio ofrecido por la empresa. Si el resultado es neutro, no se habrá movilizad o ninguna emoción positiva en el cliente, lo que implica que la empresa no habrá conseguido otra cosa más que hacer lo que tenía que hacer, sin agregar ningún valor añadido a su desempeño. En tanto, si el resultado es negativo, el cliente experimentará un estado emocional de insatisfacción. (Gosso, 2008)

En este caso, al no lograr un desempeño satisfactorio la empresa tendrá que asumir costos relacionados con volver a prestar el servicio, compensar al cliente, neutralizar comentarios negativos y levantar la moral del personal. En cambio, si el cliente percibió que el servicio tuvo un desempeño mayor a sus expectativas, el resultado de esta comparación será positivo, esto implica que se habrá logrado satisfacer gratamente al cliente. Por tanto, se habrá ganado un cliente híper satisfecho. Lo cual significa, para la empresa, una mayor fidelidad del cliente, quien se sentirá deseoso de volver a comprar y de contar sus experiencias a otros, como así también, personal más contento y motivado, a quienes el cliente agradece y elogia, en vez de criticar y maltratar. (Gosso, 2008)

#### **A. La Satisfacción del cliente como indicadores de la calidad de un servicio:**

Porto y Merino (2009), refiere que:

La satisfacción del cliente es uno de los principales indicadores de la calidad de un servicio. Dada las características propias de un servicio, la relación entre percepciones y expectativas en relativa a cada cliente en particular.

Existen métodos directos e indirectos de obtener información acerca de la satisfacción que posee el cliente sobre el servicio que brinda una organización (Porto y Merino, 2009):

- **Los métodos directos** incluyen el desarrollo de cuestionarios cuyos análisis ayudan a conocer mejor y a acercarse más a la identificación de las necesidades y expectativas de los clientes. Este tipo de métodos son las entrevistas cualitativas y cuestionarios de satisfacción. Los métodos directos son más eficaces ya que permiten recibir información directamente de los clientes. Tanto los buzones de sugerencias como el sistema de quejas y reclamaciones muestran sólo una parte de la percepción que tienen los clientes del servicio recibido, aunque será necesario complementarlos con otro tipo de información para realizar un análisis más adecuado (Porto y Merino, 2009)

- **Los métodos indirectos** son acciones sistemáticas y estructuradas que llevan a cabo las organizaciones para la recogida, evaluación y búsqueda de soluciones a las quejas de sus clientes, como el sistema de quejas y reclamaciones, buzones de sugerencias, reuniones con clientes. (Porto y Merino, 2009)

## **B. Satisfacción de los usuarios cesionarios**

Vergara et al. (2018) conceptúa la satisfacción de los usuarios cesionarios como:

La satisfacción del usuario que, para este caso, puede ser definido como cliente o usuario, por su parte, ha demostrado ser un indicador valioso, que facilita la valoración en la prestación de un servicio. Conocer qué variables influyen en este indicado supondrá ampliar el conocimiento general que se tiene sobre los usuarios sus características, intereses y percepciones y la calidad del servicio ofrecido, permitiendo a la administración tanto pública como privada poder diseñar estrategias que permitan aumentar el bienestar (p.208).

Eiglier y Langeard (2012), en su libro señala que: “desde la perspectiva del usuario la satisfacción valorará los resultados de los servicios, dado que está

determinado por su entorno informativo y de los factores personales, además del tipo, naturaleza de los sistemas y los servicios disponibles” (p. 46).

### **C. Análisis de factores.**

Los investigadores Mejías y Manrique (2011) manifiestan:

Se escogió este modelo como soporte teórico de nuestra segunda variable satisfacción del usuario. Estos autores en su estudio para la Universidad Tecnológica de La Habana José Antonio Echevarría en su publicación online, tuvieron como objetivo reconocer las dimensiones que más identifican a la satisfacción del cliente, emplearon como base al análisis de factores para determinar cuáles eran las idóneas, contemplando diversos modelos como el modelo del Barómetro Sueco, modelo del Barómetro Noruego, modelo ACSI de satisfacción del cliente, etc. (p.10-14).

Además, Mejías y Manrique (2011) definieron las siguientes cinco dimensiones, a saber:

1.- **Calidad funcional percibida:** se refiere puntualmente a la forma en que se brinda el servicio. Contempla el conocimiento que el proveedor tiene sobre las necesidades del cliente y que determinan la manera en que ejecuta lo ofertado;

2.- **Calidad técnica percibida:** se refiere a las características inherentes del servicio que se sustentan en la tecnología de sus equipos e instrumental los que permiten brindar un servicio más depurado y especializado;

3.- **Valor del servicio:** referido a la relación calidad-precio, también a la calidad-tasas y tarifas que paga el cliente por los servicios que demanda y que le permite hacer un juicio y valoración sobre el retorno de su inversión;

4.- **Confianza:** dimensión basada en el índice de satisfacción, y que mide la percepción del cliente sobre la capacidad de la empresa para seguir brindando el mismo buen servicio a futuro. Esto lo puede predisponer a recomendar con terceros este servicio;

**5.- Expectativa:** indica el nivel de referencia que el cliente espera recibir del producto o servicio antes de concretar la compra. Es una idea preconcebida que incide en su estado de ánimo. No quiere ser decepcionado

Estas fueron las cinco dimensiones mediante el análisis de factores que utilizamos para medir la satisfacción del cliente porque se ajustaban a la realidad de nuestra investigación:

**Figura 2**

*Dimensiones según análisis de factores*



Nota: Análisis de Factores Mejías y Manrique (2011)

**2.2.2.4. De la entidad de estudio: ZOFRATACNA**

**A. Breve reseña histórica de la empresa**

El sistema especial de Tacna ZOFRATACNA opera desde el año 1989, anteriormente tuvo la denominación de ZOTAC (1989) y posteriormente CETICOS Tacna (1996). A lo largo de su funcionamiento ha captado inversiones y clientes de diversos países del mundo como Estados Unidos, Argentina, Pakistán, Corea, China, Japón, Italia, India, entre otros. (Zofratacna, 2017)

A través de su funcionamiento ha permitido dinamizar las actividades comerciales, de servicios logísticos, industriales y otras vinculadas con el uso de la tecnología, como el desarrollo de software y call center; todas ellas, así como los servicios complementarios, han permitido darle un importante movimiento socioeconómico a la región Tacna. (Zofratacna, 2017)

La ZOFRATACNA ha hecho aportes significativos al desarrollo de la región sur fronteriza y del país; y entre los principales indicadores que muestran su operatividad tenemos que promueve las exportaciones, el aprovechamiento del potencial productivo macro regional, la generación de empleo y la atracción de inversiones. Como todo sistema especial, su evolución se ha orientado a fortalecer las actividades industriales, actividades tecnológicas y de servicios de exportación, complementando las comerciales que por la naturaleza fronteriza del departamento de Tacna se han desarrollado. (Zofratacna, 2017)

## **B. ¿Qué es ZOFRATACNA?**

La zona franca de Tacna es un espacio privilegiado dentro del territorio nacional, que ofrece una serie de beneficios tributarios y aduaneros para las empresas que desarrollen actividades industriales, agroindustriales, ensamblaje, maquila y servicios, dentro de los cuales se incluyen el almacenamiento, distribución, embalaje, desembalaje, envasado y rotulado, clasificación, exhibición; además de actividades de reparación, mantenimiento y/o reacondicionamiento de maquinarias, motores y equipos para la actividad minera; actividades de call center y desarrollo de software Zofratacna. (Zofratacna, 2017)

Las mercancías que se internen en esta zona franca se consideran como si no estuviesen en el territorio aduanero para efectos de los derechos e impuestos de importación, bajo la presunción de extraterritorialidad aduanera, gozando de un régimen especial en materia tributaria y aduanera. Se ubica en la región fronteriza de Tacna en el centro de la Costa Pacífico de Sudamérica, compartiendo frontera con países como Bolivia y Chile; y a través del mar con toda la Cuenca del Pacífico. (Zofratacna, 2017)

- **La zona franca**

La zona franca de Tacna es la parte del territorio nacional perfectamente delimitada, en la que las mercancías que en ella se internen se consideran como si no estuviesen en el territorio aduanero para efectos de los derechos e impuestos de importación, bajo la presunción de extraterritorialidad aduanera, gozando de un régimen especial en materia tributaria y aduanera. (Zofratacna, 2017)

- **De la estructura organizacional**

**Órganos de alta dirección**

01.1 Comité de Administración

01.2 Gerencia General

03 Órgano de Control

03.1 Órgano de Control Institucional

04. Órganos de Asesoramiento

04.1 Oficina de Asesoría Jurídica

04.2 Oficina de Planeamiento y Presupuesto

05. Órgano de Apoyo

05.1 Oficina de Administración y Finanzas

06. Órganos de Línea

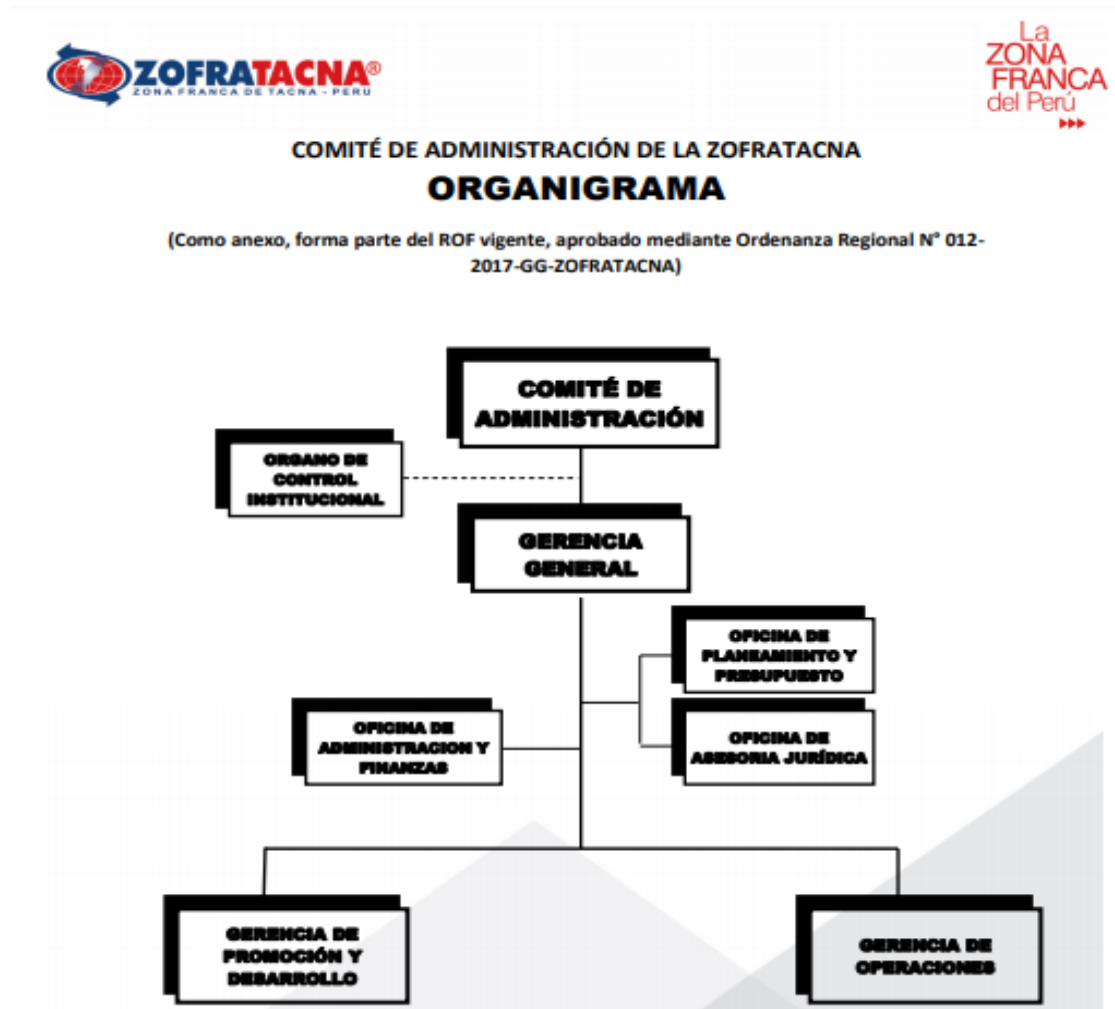
06.1 Gerencia de Promoción y Desarrollo

06.2 Gerencia de Operaciones

- Organigrama estructural de la ZOFRATACNA

Figura 3

*Organigrama institucional*



Nota: organigrama del Comité de Administración de la ZOFRATACNA

- **Misión institucional**

**Misión**

Contribuir al desarrollo de la región Tacna, mediante la promoción de oportunidades y la conformación de ambientes de negocios atractivos que faciliten el desarrollo de actividades económicas, productivas y de servicios con altos niveles de productividad y competitividad.

**Objetivo estratégicos institucionales**

- Fortalecer la zona franca
- Optimizar la gestión de activos mobiliarios
- Impulsar el desarrollo de la zona comercial.
- Potenciar el sistema de zona franca.

**C. USUARIOS:**

- **Actividades a desarrollar: (tipo de usuario):**

**a) Usuarios cesionarios industriales:** Son los que desarrollan las actividades industriales.

Agroindustriales, maquila y ensamblaje:

**b) Usuarios cesionarios Administradores de depósito franco particular:** son los autorizados para almacenar y distribuir mercancías consignadas a su empresa en calidad de usuario.

**c) Usuarios cesionarios administradores de depósitos francos públicos:** son los que brindan los servicios de almacenaje, así como servicios auxiliares a los usuarios cesionarios de los Depósitos Francos Públicos.

**d) Usuario de depósito franco público:** Son los que solicitan el servicio de almacenaje a los administradores de los depósitos públicos.

**e) Usuarios cesionarios de servicios:** de call center, desarrollo de software y de reparación de maquinaria y equipos de la actividad minera.

### 2.2.3. Definición de términos

- **Atención al cliente:** Promover un producto o servicio de acuerdo a los requerimientos del usuario; con cortesía, con valores agregados de apoyo.
- **Calidad:** “Se refiere a la calidad esperada y percibida de una oferta de servicio, y tiene un efecto considerable sobre la competitividad en una empresa” (Kurtz, 2012).
- **Calidad de servicio:** “La calidad del servicio se convierte en un elemento estratégico que confiere una ventaja diferenciadora y perdurable en el tiempo a aquellas que tratan de alcanzarla” (Brady, 2001).
- **Capacidad de respuesta.** “Disposición y voluntad para ayudar a los usuarios cesionarios y proporcionar un servicio rápido” (RAE, 2022).
- **Certidumbre.** “Escenario donde la información está disponible, se considera confiable, y se conocen las relaciones de causa y efecto”.
- **Control.** “Como la medición y corrección del desempeño para garantizar que los objetivos de la empresa y los planes diseñados para alcanzarlos se logren” (Koontz et al., 2012).
- **Competencias personales:** “Consiste en poseer las habilidades y conocimientos requeridos para desempeñar el servicio, como destrezas del personal” (Sandoval, 2006).
- **Dirección.** “Consiste en coordinar el esfuerzo común de los subordinados, para alcanzar las metas de la organización” (Burt, 2914).
- **Efectividad.** “La efectividad es la unión de eficiencia y eficacia, es decir busca lograr un efecto deseado, en el menor tiempo posible y con la menor cantidad de recursos” (Wikipedia, s.f.).
- **Eficacia.** “Capacidad de lograr el efecto que se desea o se espera. Es el grado en que un producto o servicio satisface las necesidades reales y potenciales, así como las expectativas de los clientes o usuarios cesionarios” (RAE, 2022).
- **Eficiencia.** “Es lograr el máximo resultado con una cantidad determinada o mínima de insumos o recursos” (RAE, Real Academia Española, 2022).

- **Empatía.** “Sentimiento de identificación con algo o alguien, también se considera la atención individualizada que prestan las organizaciones a sus consumidores” (RAE, 2022).
- **Estrategias.** “Esquema que contiene la determinación de los objetivos o propósitos de largo plazo de la empresa y los cursos de acción a seguir. Es la manera de organizar los recursos” (Torcat, 2022).
- **Expectativa.** “Es el sentimiento de esperanza, ilusión, que experimenta un individuo ante la posibilidad de alcanzar un objetivo” (Ucha, 2012).
- **Fiabilidad.** “Cualidad de fiable, capacidad para prestar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa” (RAE, 2022).
- **Gestión empresarial** “Se apoya y funciona a través de personas, por lo general equipos de trabajo, para poder lograr resultados” (Rubio, 2000).
- **Servicio.** “Un servicio es el resultado de llevar a cabo necesariamente al menos una actividad en la interfaz entre el proveedor y el cliente y generalmente es intangible” (Sanguesa, 2006).
- **Usuario.** “Es la persona que tiene derecho de usar una cosa ajena con cierta limitación” (Curzel, 2008).

## **CAPÍTULO III**

### **MARCO METODOLÓGICO**

#### **3.1. CARACTERÍSTICAS O TIPO DE DISEÑO DE INVESTIGACIÓN**

##### **3.1.1. Tipo**

El presente trabajo de investigación es básico o puro, tiene por objeto mejorar el conocimiento, más que generar resultados o tecnologías que beneficien a la sociedad en el futuro inmediato.

Este tipo de investigación es especial porque busca el conocimiento puro por medio de la recolección de datos, de forma que añade datos que ayudan a profundizar cada vez más los conocimientos ya existidos en la realidad, se construye a base de esto un mayor conocimiento en sus hipótesis, teorías y leyes “. (Hernández et al. 2014)

Según Kerlinger (1998) “es una investigación de un diseño no experimental, ya que se trata de una indagación empírica y sistemática, en la cual el investigador no tiene el control directo sobre las variables independientes”.

##### **3.1.2. Nivel de investigación**

Se realizará una investigación de nivel explicativo toda vez que se mide el impacto o impacto de una variable sobre la otra, y que a su vez previamente si están o no relacionadas ambas variables (Hernández et al., 2014)

##### **3.1.3. Población y muestra**

###### **a. Población**

La población de estudio está constituida por los usuarios cesionarios de los depósitos francos públicos y los depósitos francos y por depósitos particulares los mismos que ascienden a 49.

## **b.Muestra**

La muestra estaría conformada por 24 depósitos francos ya sea particulares como públicos.

**Tabla 2**

*Cuadro muestral*

Depósitos Francos		Sin movimiento	Total
Particulares	<b>23</b>	<b>9</b>	<b>14</b>
Públicos	<b>16</b>	<b>4</b>	<b>12</b>
<b>TOTAL</b>	<b>49</b>	<b>13</b>	<b>24</b>

Nota: Elaboración propia

## **3.2. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

La técnica es la encuesta y los instrumentos son los cuestionarios, los mismos que tienen sus propios autores como se indican en cada una de sus fichas.

## **3.3. MATERIALES O INSTRUMENTOS**

### **A. El cuestionario de calidad de atención**

Cuenta con 22 ítems con cinco posibles respuestas:

1. Mucho menor de lo esperado
2. Menor de lo esperado
3. Lo que esperaba
4. Mayor de lo esperado
5. Mucho mayor de lo esperado y cinco dimensiones.

### **B. El cuestionario de satisfacción de los usuarios cesionarios**

Consta de 22 ítems, con 5 posibilidades de respuesta:

1. Insatisfecho;

- 2. Poco satisfecho;
- 3. Indiferente ;
- 4. Satisfecho y
- 5. Muy satisfecho.

### 3.4. TRATAMIENTO DE LOS DATOS

Los ítems de los cuestionarios Calidad del Servicio y Satisfacción de los Usuarios cesionarios, medidos a través de una escala de *Likert*, fueron codificados con números, a fin de facilitar su procesamiento en una base de datos diseñada con el software estadístico *SPSS (Statistical Package for the Social Sciences)* versión 25 para computadora personal. Asimismo, con la finalidad de evitar sesgos de respuesta en los cuestionarios, se enfatizó en que los cuestionarios eran anónimos. Se realizaron estadísticas descriptivas e inferenciales.

#### 3.4.1. Las fichas técnicas de las variables

**Tabla 3**

*Ficha técnica cuestionario calidad de atención*

Autores	Parasuraman, A., Zeithaml, V. y Berry, L. SERVQUAL
Año	1985
Objetivo	Valorar la percepción de la calidad del servicio
Tiempo de Administración	15 minutos
Tipo de Instrumento	Cuestionario estructurado con escala de <i>Likert</i>
Dimensiones	Fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía, elementos tangibles

Nota: Elaboración propia

**Tabla 4***Ficha técnica cuestionario satisfacción del usuario*

Autores	Mejías, A. y Manrique, S.
Año	2011
Objetivo:	Valorar la satisfacción del cliente
Tiempo de administración	15 minutos
Tipo de instrumento	Cuestionario Estructurado con escala de Likert
Finalidad	Evaluar sobre la satisfacción de los usuarios cesionarios
Dimensiones	Calidad funcional percibida, calidad técnica percibida, valor percibido, confianza, expectativas

---

Nota: Elaboración propia

## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS

#### 4.1. ANÁLISIS DE FIABILIDAD

El análisis de fiabilidad le permitirá determinar el grado en que los elementos del cuestionario se relacionan entre sí, para ello se hace uso de una de las herramientas más usadas para estos fines, denominado Alpha de Cronbach, cuya valoración fluctúa entre - 1 y +1 como se muestra en la Tabla siguiente:

**Tabla 5**

*Escala de Alpha de Cronbach*

ESCALA	SIGNIFICADO
-1 a 0	No es confiable
0,01 – 0,49	Baja confiabilidad
0,50 – 0,69	Moderada confiabilidad
0,70 – 0,89	Fuerte confiabilidad
0,90 – 1,00	Alta confiabilidad

Nota: Elaboración propia

#### 4.1.1. Aplicación de coeficiente de Alpha de Cronbach

**Tabla 6**

*Alfa de Cronbach de calidad de atención*

#### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,935	22

Nota: Elaboración propia

**Interpretación:**

La Tabla 6 muestra un *Alpha de Cronbach* de 0,935; lo cual significa que el instrumento aplicado a la variable “Calidad de atención” es de alta confiabilidad.

**Tabla 7**

*Alpha de Cronbach satisfacción de los usuarios*

**Estadísticas de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,0.904	22

Nota: Elaboración propia

**Interpretación:**

La tabla 7 muestra una fiabilidad de 0,904, lo cual significa que el instrumento aplicado a la variable “*Satisfacción de los usuarios*, es de “Alta confiabilidad”.

## 4.2. PRUEBA DE NORMALIDAD PARA LAS VARIABLES

### 4.2.1. Variable independiente: Calidad de atención

**Tabla 8**

*Prueba de normalidad de Kolmogorov - Smirnov, para la variable Calidad de atención*

<b>Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra</b>			
		CALIDAD DE ATENCIÓN	
N		37	
Parámetros normales <sup>a,b</sup>	Media	2,5135	
	Desv. Desviación	0,50671	
Máximas diferencias extremas	Absoluta	0,345	
	Positivo	0,331	
	Negativo	-0,345	
Estadístico de prueba		0,345	
Sig. asin. (bilateral) <sup>c</sup>		<0,001	
Sig. Monte Carlo (bilateral) <sup>d</sup>	Sig.	0,000	
	Intervalo de confianza al 99 %	Límite inferior	0,000
		Límite superior	0,000

a. La distribución de prueba es normal.

b. Se calcula a partir de datos.

c. Corrección de significación de Lilliefors.

d. El método de Lilliefors basado en las muestras 10000 Monte Carlo con la semilla de inicio 1314643744.

Fuente: Matriz de sistematización de datos

Ho: El conjunto de datos de la variable se ajusta a una distribución normal

H1: El conjunto de datos de la variable no se ajusta a una distribución normal

Sig > 0,05, se aprueba Ho

Sig < 0,05, se aprueba H1

Dado que el valor p (0,000), es menor que el nivel de significancia sig. (0,05) es probable que se rechace la hipótesis nula. Por lo tanto, a un margen de error del 5 % se concluye que la distribución de los datos de la variable calidad de atención no se ajustan a una distribución normal. Es una variable cualitativa.

#### 4.2.2. Variable dependiente: Satisfacción de los usuarios

**Tabla 9**

*Prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov, para la variable satisfacción de los usuarios*

		SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS	
N		37	
Parámetros normales <sup>a,b</sup>	Media	2,1081	
	Desv. Desviación	0,39326	
Máximas diferencias extremas	Absoluta	0,473	
	Positivo	0,473	
	Negativo	-0,365	
Estadístico de prueba		0,473	
Sig. asin. (bilateral) <sup>c</sup>		<0,001	
Sig. Monte Carlo (bilateral) <sup>d</sup>	Sig.	0,000	
	Intervalo de confianza al 99 %	Límite inferior	0,000
		Límite superior	0.000

a. La distribución de prueba es normal.

b. Se calcula a partir de datos.

c. Corrección de significación de Lilliefors.

d. El método de Lilliefors basado en las muestras 10000 Monte Carlo con la semilla de inicio 624387341.

Fuente: Matriz de sistematización de datos

Ho: El conjunto de datos de la variable se ajusta a una distribución normal

H1: El conjunto de datos de la variable no se ajusta a una distribución normal

#### **Análisis**

Visto la Tabla 9, el valor p (0,000), es menor que el nivel de significancia sig. (0,05) es probable que se rechace la hipótesis nula. Por lo tanto, a un margen de error

del 5 % se concluye que la distribución de los datos de la variable Satisfacción de los usuarios no se ajustan a una distribución normal, por consiguiente, se trata de una variable cualitativa.

### 4.2.3. Análisis descriptivo

#### 4.2.3.1. Análisis de la variable independiente: Calidad de atención

**Tabla 10**

*Calidad de atención*

<b>CALIDAD DE ATENCIÓN</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Calidad medianamente adecuada	18	48,6	48,6	48,6
	Calidad adecuada	19	51,4	51,4	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

*Nota:* Encuesta aplicada a los usuarios cesionarios del depósito franco en la zona franca de Tacna, año 2021

#### **Análisis e interpretación de la Tabla |10**

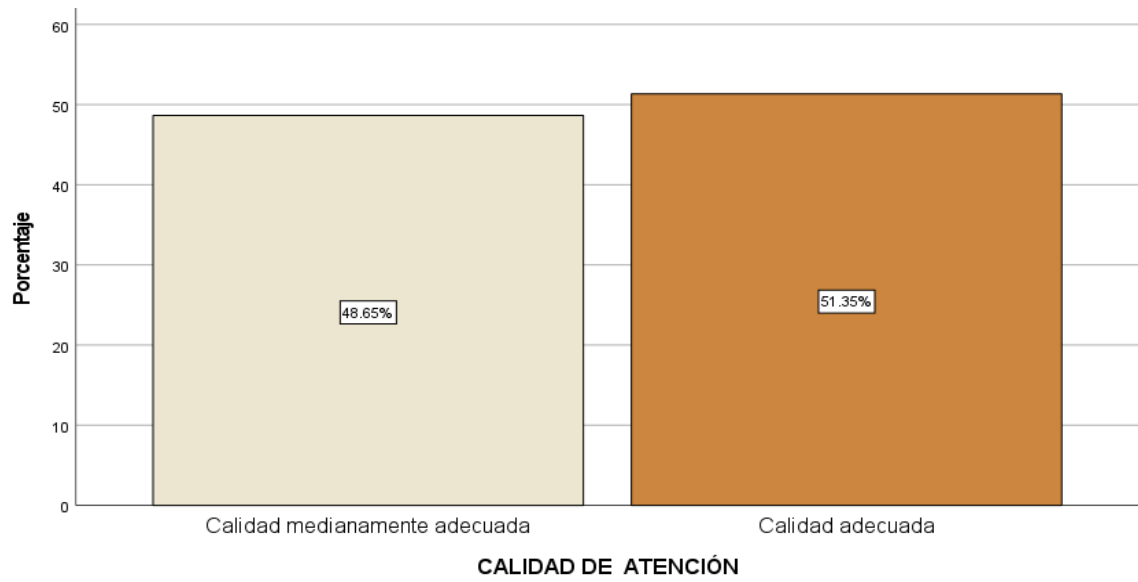
En la Tabla 10 se presentan los resultados del cuestionario de la calidad de atención del depósito franco en la zona franca de Tacna, año 2021.

Del 100 % de los usuarios encuestados, el 51,35 % de los usuarios cesionarios encuestados indican que la atención es adecuada y un 48,65 % manifiestan que es medianamente adecuada.

En consecuencia, la gran parte de los usuarios cesionarios del depósito franco en la zona franca de Tacna, encuestados, indican que la calidad de atención es adecuada, tal como se presenta en la Tabla 10.

## Figura 4

### *Calidad de atención*



Fuente: Tabla 10

#### 4.2.3.2. Análisis de las dimensiones

- Variable 1: Calidad de atención
- Dimensión (1): Elementos Tangibles

**Tabla 11**

*Dimensión elementos tangibles*

<i>Dimensión elementos tangibles</i>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nivel medio	19	51,4	51,4	51,4
	Nivel alto	18	48,6	48,6	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios cesionarios del depósito franco en la zona franca de Tacna, año 2021

#### **Análisis e interpretación de la Tabla 11**

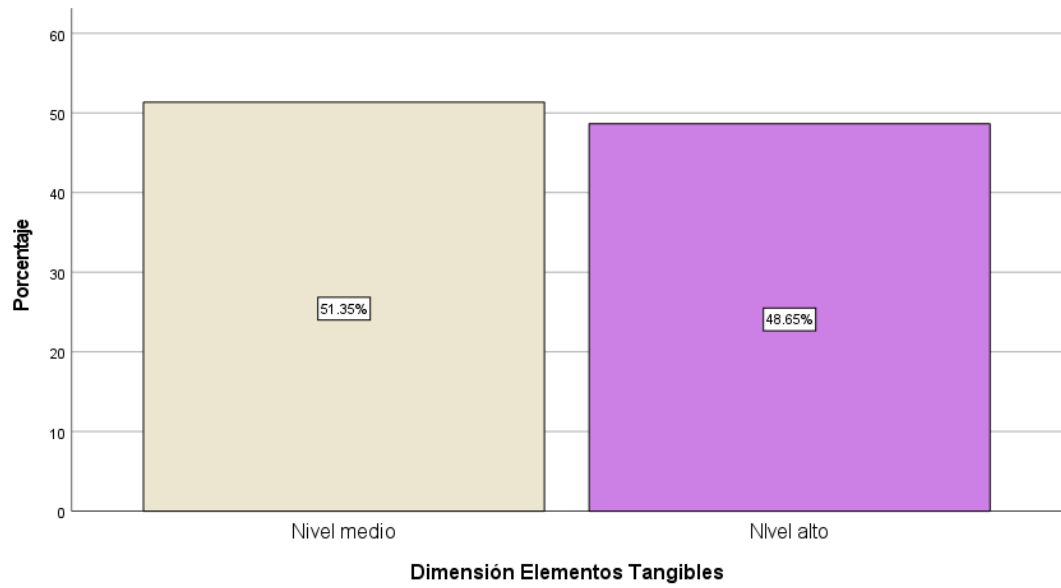
En la Tabla 11 se presentan los resultados del cuestionario de la calidad de atención en la dimensión elementos tangibles del depósito franco en la zona franca de Tacna, año 2021.

Del 100 % de los usuarios encuestados, el 51,35 % refiere que los elementos tangibles son de nivel medio. Asimismo, el 48,75 % de los usuarios encuestados indica que es nivel alto.

En consecuencia, la gran parte de los usuarios cesionarios del depósito franco en la zona franca de Tacna encuestados, indican que los elementos tangibles son de nivel medio, tal como se presenta en la Tabla 11.

## Figura 5

*Dimensión elementos tangibles*



Fuente: Tabla 11

## Variable 1: Calidad de atención

### Dimensión (2): Confiabilidad

**Tabla 12**

*Dimensión confiabilidad*

		Dimensión confiabilidad			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nivel medio	19	51,4	51,4	51,4
	Nivel alto	18	48,6	48,6	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios cesionarios del depósito franco en la zona franca de Tacna, año 2021

### **Análisis e interpretación de la tabla 12**

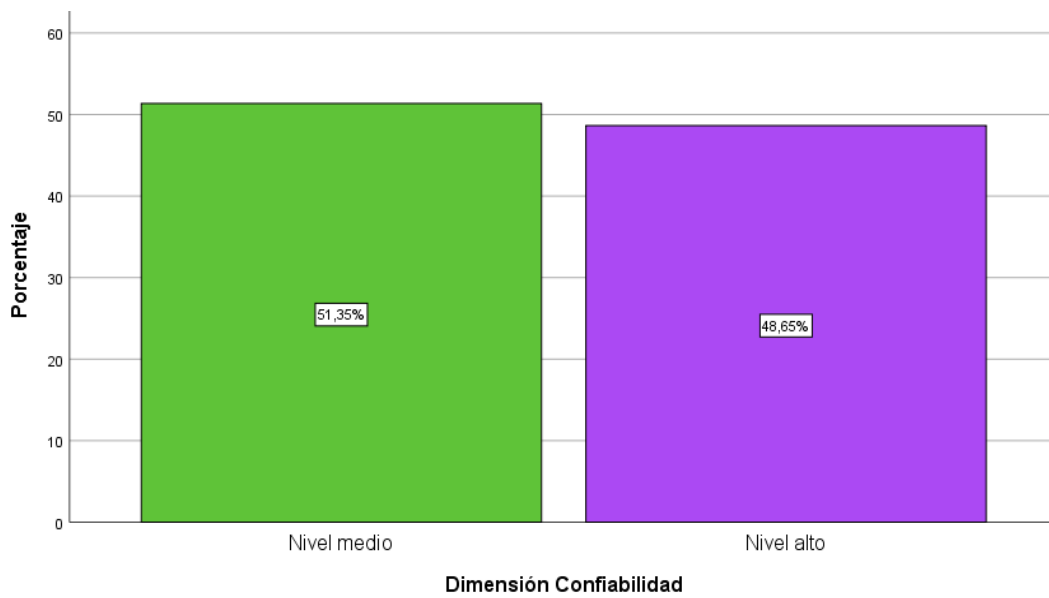
En la tabla 12, se presentan los resultados del cuestionario de la Calidad de atención en la dimensión confiabilidad en el depósito franco en la Zona franca de Tacna, año 2021.

Del 100 % de los usuarios encuestados, el 51,35 % refiere que la confiabilidad es de nivel medio. Asimismo, el 48,65 % de los usuarios encuestados indica que es nivel medio.

En consecuencia, la gran parte de los usuarios cesionarios del depósito franco en la zona franca de Tacna encuestados, indican que la confiabilidad es de nivel medio, tal como se presentan en la Tabla 12.

**Figura 6**

*Dimensión confiabilidad*



Fuente: Tabla 12

## Variable 1: Calidad de atención

### Dimensión (3): Capacidad de respuesta

**Tabla 13**

*Dimensión Capacidad de respuesta*

#### Dimensión capacidad de respuesta

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nivel medio	21	56,8	56,8	56,8
	Nivel bajo	16	43,2	43,2	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios cesionarios del depósito franco en la zona franca de Tacna, año 2021

### Análisis e interpretación de la Tabla 13

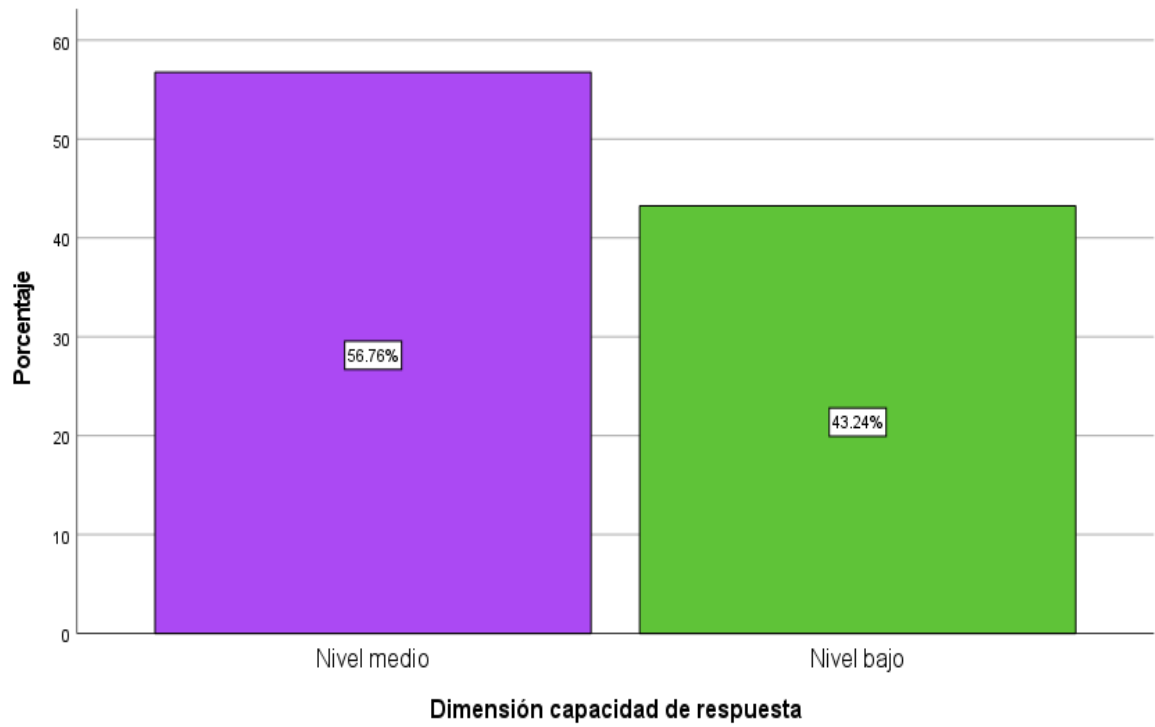
En la Tabla 13 se presentan los resultados del cuestionario de la Calidad de servicio en la dimensión seguridad hospitalaria del Centro de Atención de Medicina Complementaria de la Red Asistencial Tacna – EsSalud, año 2019.

Del 100 % de los usuarios encuestados, el 10,9 % refiere que la Seguridad hospitalaria es inadecuada. Asimismo, el 46,7 % de los usuarios encuestados indica que es regularmente adecuada y un 42,4 % manifiestan que es adecuada.

En consecuencia, la gran parte de los usuarios del Centro de Atención de Medicina Complementaria de la Red Asistencial Tacna encuestados indican que el resultado de la seguridad hospitalaria es regularmente adecuado, tal como se presentan en la Tabla 13.

**Figura 7**

*Dimensión capacidad de respuesta*



Fuente: Tabla 13

## Variable 1: Calidad de atención

### Dimensión (4): Seguridad

**Tabla 14**

*Dimensión seguridad*

		Dimensión seguridad			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nivel bajo	1	2,7	2,7	2,7
	Nivel medio	10	27,0	27,0	297
	Nivel alto	26	70,3	70,3	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios cesionarios del depósito franco en la zona franca de Tacna, año 2021

### **Análisis e interpretación de la Tabla 14**

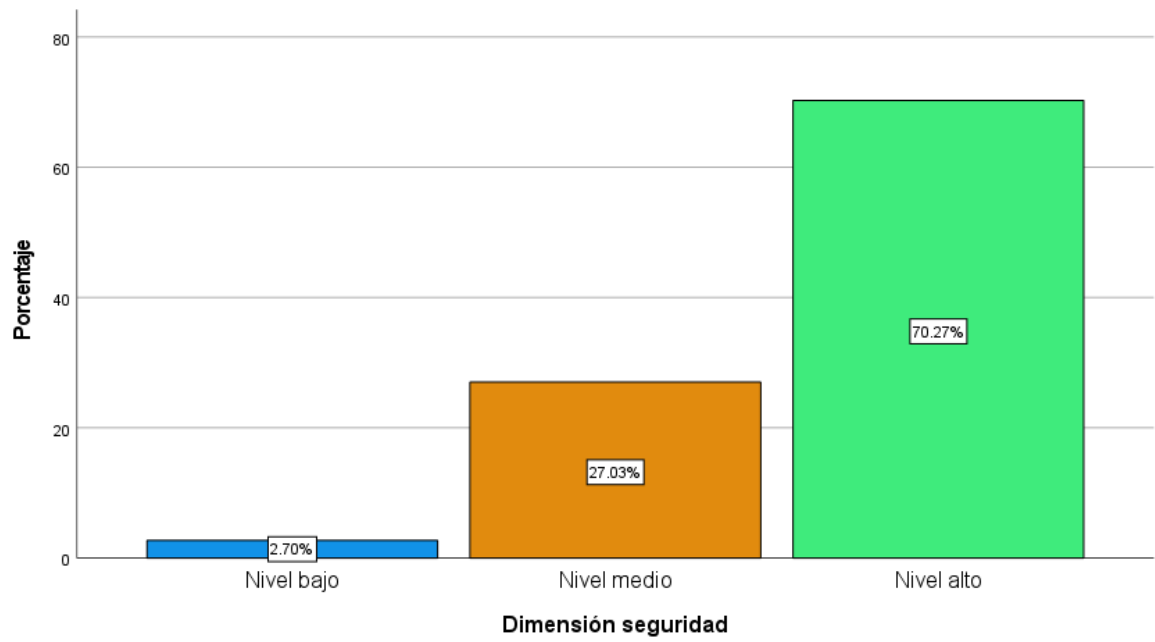
En la Tabla 14 se presentan los resultados del cuestionario de la calidad de atención en la dimensión seguridad en el depósito franco en la zona franca de Tacna, año 2021

Del 100 % de los usuarios encuestados, el 70,27 % refiere que la seguridad es de nivel alto. Asimismo, el 27,03 % de los usuarios encuestados indica que es nivel medio y el 2,7 % de nivel bajo.

En consecuencia, la gran parte de los usuarios cesionarios del depósito franco en la zona franca de Tacna encuestados, indican que la seguridad es de nivel alto, tal como se presenta en la Tabla 14.

**Figura 8**

*Dimensión Seguridad*



Fuente: Tabla 14

## Variable 1: Calidad de atención

### Dimensión (5): Empatía

**Tabla 15**

*Dimensión empatía*

<b>Dimensión empatía</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nivel medio	17	45,9	45,9	45,9
	Nivel alto	20	54,1	54,1	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios cesionarios del depósito franco en la zona franca de Tacna, año 2021.

### **Análisis e interpretación de la Tabla 15**

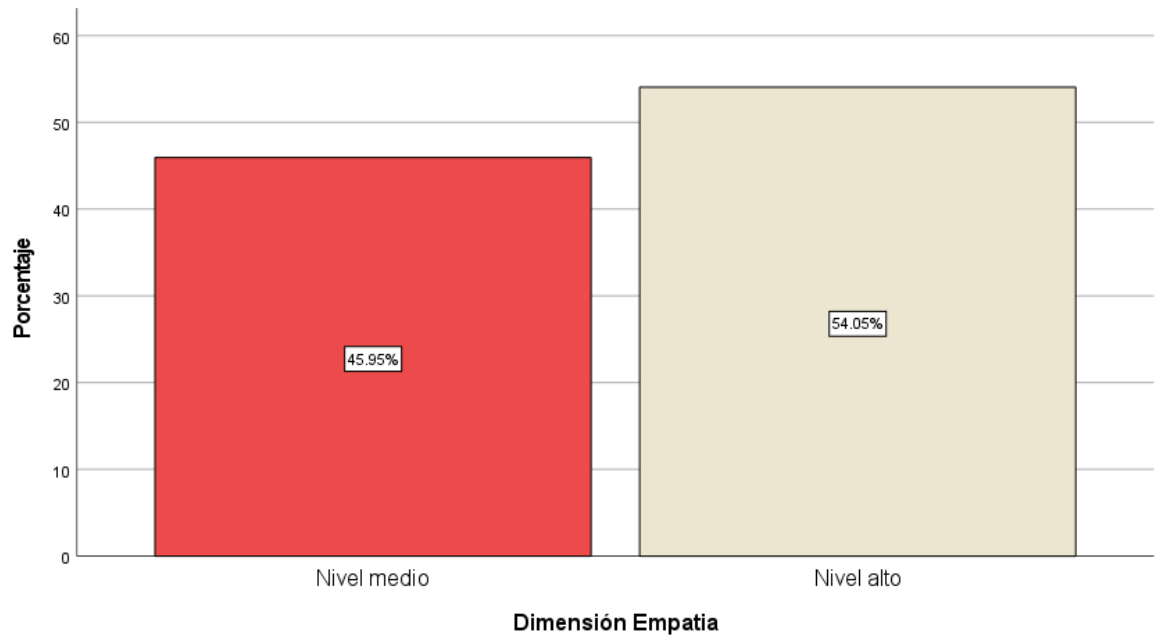
En la Tabla 15 se presentan los resultados del cuestionario de la calidad de atención en la dimensión empatía en el depósito franco en la zona franca de Tacna, año 2021.

Del 100 % de los usuarios encuestados, el 54,05 % refiere que la seguridad es de nivel alto. Asimismo, el 45,95 % de los usuarios encuestados indica que es nivel medio.

En consecuencia, la gran parte de los usuarios cesionarios del depósito franco en la zona franca de Tacna encuestados, indican que la empatía es de nivel alto, tal como se presenta en la Tabla 15.

**Figura 9**

*Dimensión empatía*



Fuente: Tabla 15

## b) Variable 2: Satisfacción de los usuarios

**Tabla 16**

*Satisfacción de los usuarios*

### SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Insatisfechos	1	2,7	2,7	2,7
	Medianamente satisfechos	31	83,8	83,8	86,5
	Satisfechos	5	13,5	13,5	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios cesionarios del depósito franco en la zona franca de Tacna, año 2021

### **Análisis e interpretación de la Tabla 16**

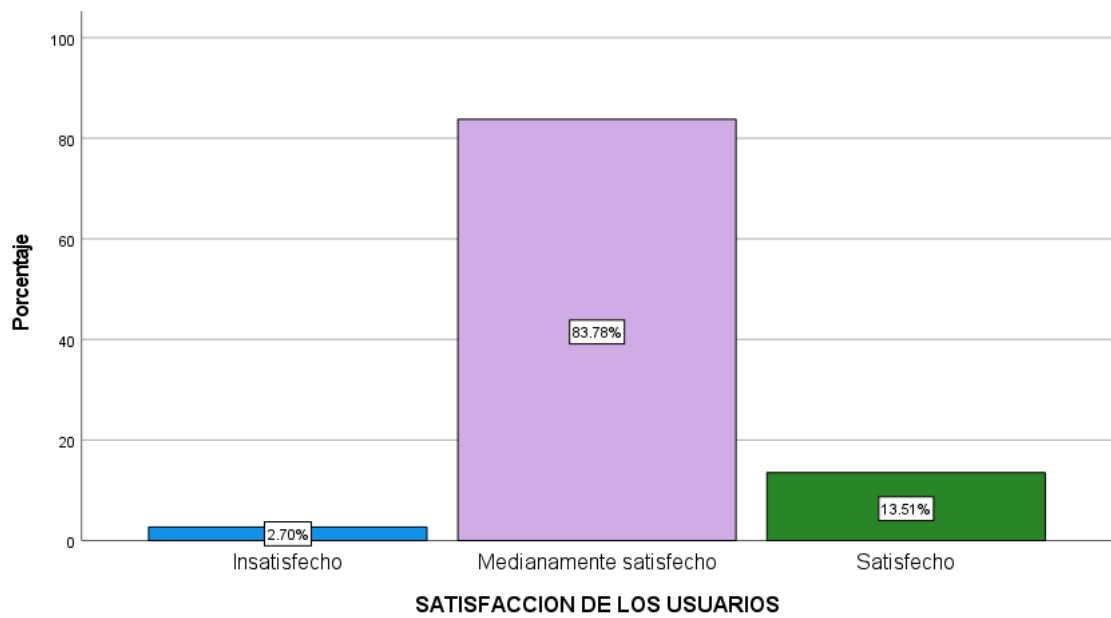
En la Tabla 16 se presentan los resultados del cuestionario de la variable satisfacción de los usuarios cesionarios del depósito franco en la zona franca de Tacna, año 2021

Del 100 % de los usuarios encuestados, el 83,78 % refiere que los usuarios están medianamente satisfechos. Asimismo, el 13,51 % de los usuarios encuestados indica que están satisfechos y un 2,7 % manifiestan que están insatisfechos.

En consecuencia, la gran parte de los usuarios cesionarios del depósito franco en la zona franca de Tacna encuestados, indican estar medianamente satisfechos, tal como se presenta en la Tabla 16.

**Figura 10**

*Satisfacción de los usuarios*



Fuente: Tabla 16

## Variable 1: Satisfacción de usuario

### Dimensión (1): Calidad funcional

**Tabla 17**

*Dimensión calidad funcional percibida*

<b>Dimensión calidad funcional percibida</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nivel medio	10	27,0	27,0	27.0
	Nivel alto	27	73,0	73,0	100.0
	Total	37	100,0	100.0	

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios cesionarios del depósito franco en la zona franca de Tacna, año 2021

### **Análisis e interpretación de la Tabla 17**

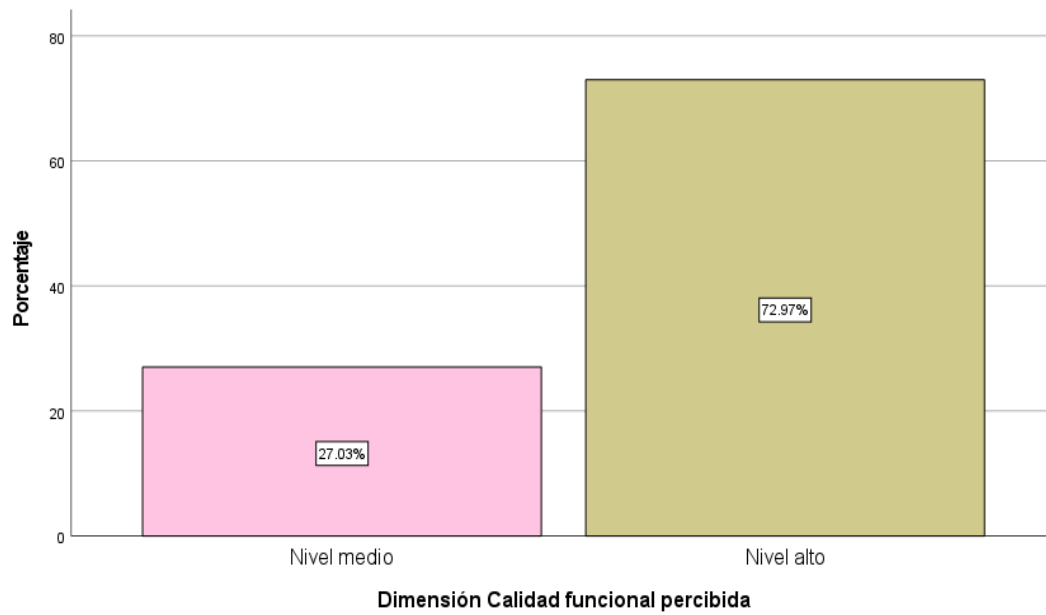
En la Tabla 18 se presentan los resultados del cuestionario satisfacción de los usuarios en su dimensión calidad funcional en el depósito franco en la zona franca de Tacna, año 2021.

Del 100 % de los usuarios encuestados, el 72,97 % refiere que la calidad funcional es de nivel alto. Asimismo, el 27,03 % de los usuarios encuestados indica que es nivel medio.

En consecuencia, la gran parte de los usuarios cesionarios del depósito franco en la zona franca de Tacna encuestados, indican que en cuanto a la calidad funcional es de nivel alto, tal como se presenta en la Tabla 17.

**Figura 11**

*Riesgos en solicitud de suministro*



Fuente: Tabla 17

## Variable 2: Satisfacción del usuario

### Dimensión (2): Calidad técnica percibida

**Tabla 18**

*Dimensión calidad técnica percibida*

Dimensión calidad técnica percibida					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nivel medio	18	48,6	48,6	48,6
	Nivel alto	19	51,4	51,4	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios cesionarios del Depósito Franco en la Zona Franca de Tacna, año 2021

### **Análisis e interpretación de la Tabla 18**

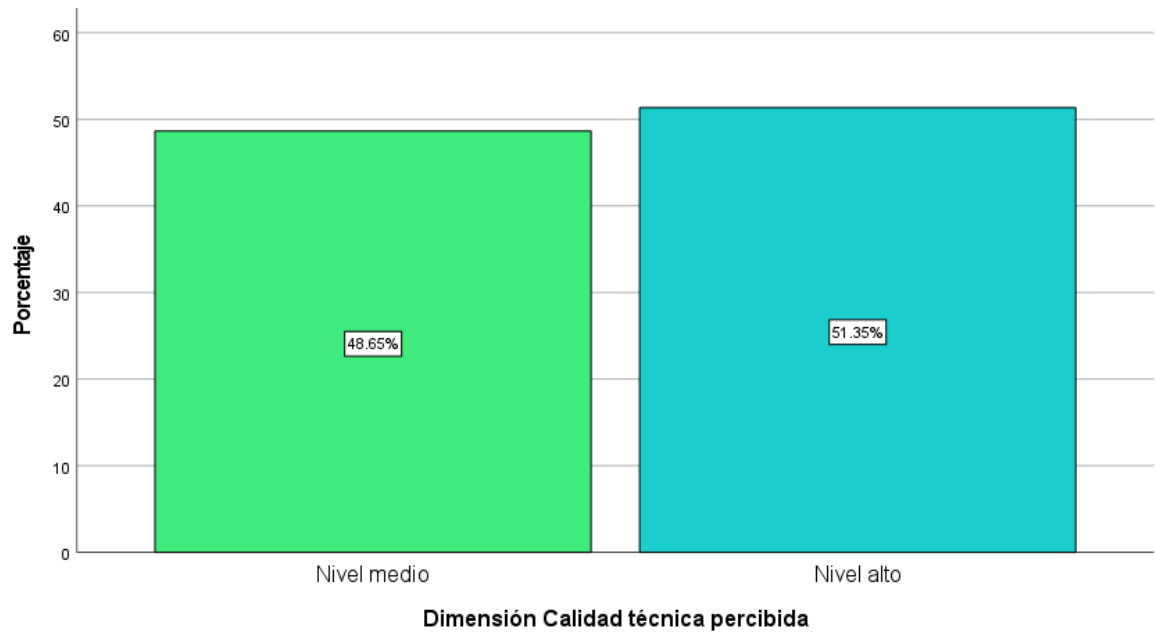
En la Tabla 18 se presentan los resultados del cuestionario satisfacción de los usuarios en su dimensión calidad técnica percibida en el depósito franco en la zona franca de Tacna, año 2021.

Del 100 % de los usuarios encuestados, el 51,35 % refiere que la calidad técnica es de nivel alto. Asimismo, el 48,75 % de los usuarios encuestados indica que es nivel medio.

En consecuencia, la gran parte de los usuarios cesionarios del depósito franco en la zona franca de Tacna encuestados, indican que en cuanto a la calidad técnica es de nivel alto, tal como se presenta en la Tabla 18.

**Figura 11**

*Dimensión calidad técnica percibida*



Fuente: Tabla 18

## Variable 2: Satisfacción del usuario

### Dimensión (3): Valor percibido

**Tabla 19**

*Dimensión valor percibido*

<b>Dimensión valor percibido</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nivel bajo	8	21,6	21,6	21,6
	Nivel medio	19	51,4	51,4	73,0
	Nivel alto	10	27,0	27,0	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios cesionarios del depósito franco en la zona franca de Tacna, año 2021

### **Análisis e interpretación de la Tabla 19**

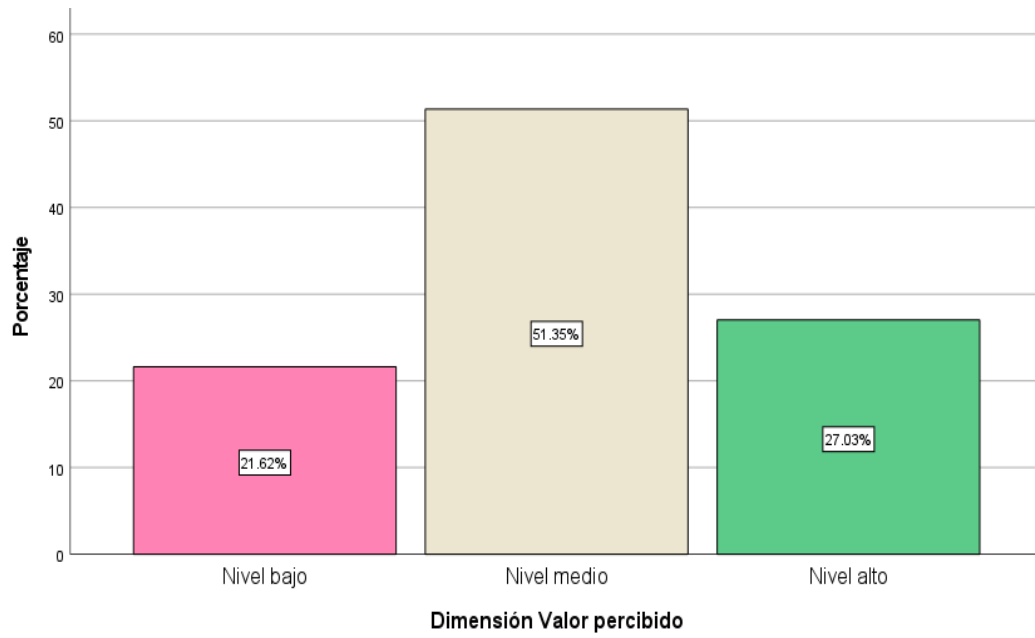
En la Tabla 19 se presentan los resultados del cuestionario satisfacción de los usuarios en su dimensión valor percibido en el depósito franco en la zona franca de Tacna, año 2021.

Del 100 % de los usuarios encuestados, el 51,35 % refiere que el valor percibido es de nivel medio. Asimismo, el 27,03 % de los usuarios encuestados indica que es nivel alto y el 21,62 % es de nivel bajo.

En consecuencia, la gran parte de los usuarios cesionarios del depósito franco en la zona franca de Tacna encuestados indican que en cuanto al valor percibido es de nivel alto, tal como se presenta en la Tabla 19.

**Figura 12**

*Dimensión valor percibido*



Fuente: Tabla 19

## Variable 2: Satisfacción del usuario

### Dimensión (4): Confianza

**Tabla 20**

*Dimensión confianza percibida*

#### Dimensión confianza percibida

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nivel bajo	11	29,7	29,7	29,7
	Nivel medio	23	62,2	62,2	91,9
	Nivel alto	3	8,1	8,1	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios cesionarios del depósito franco en la zona franca de Tacna, año 2021

#### Análisis e interpretación de la Tabla 20

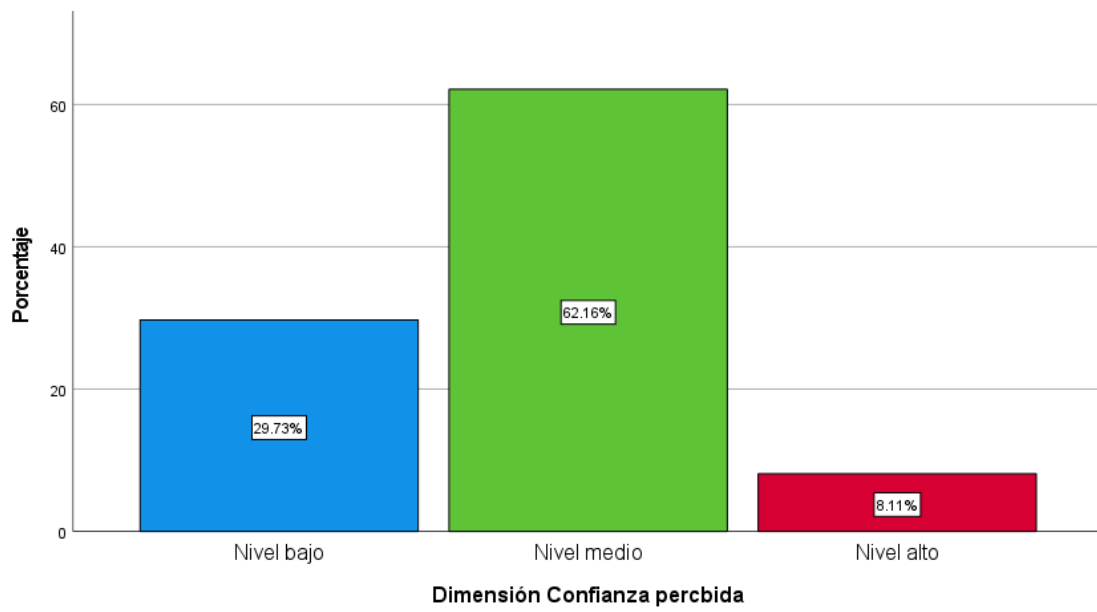
En la Tabla 20 se presentan los resultados del cuestionario satisfacción de los usuarios en su dimensión confianza percibida en el depósito franco en la zona franca de Tacna, año 2021

Del 100 % de los usuarios encuestados, el 62,16 % refiere que el valor percibido es de nivel medio. Asimismo, el 29,73 % de los usuarios encuestados indica que es nivel bajo y el 8,11 % es de nivel alto.

En consecuencia, la gran parte de los usuarios cesionarios del depósito franco en la zona franca de Tacna encuestados, indican que en cuanto a la confianza percibida es de nivel medio, tal como se presenta en la Tabla 20.

**Figura 13**

*Dimensión riesgos en conexiones*



Fuente: Tabla 20

## Variable 2: Satisfacción del usuario

### Dimensión (5): Expectativas

**Tabla 21**

*Dimensión expectativas percibidas*

<b>Dimensión Expectativas percibidas</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nivel bajo	31	83,8	88,6	88,6
	Nivel alto	4	10,8	11,4	100,0
	Total	35	94,6	100,0	
Perdidos	Sistema	2	5,4		
Total		37	100,0		

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios cesionarios del depósito franco en la zona franca de Tacna, año 2021.

### **Análisis e interpretación de la Tabla 21**

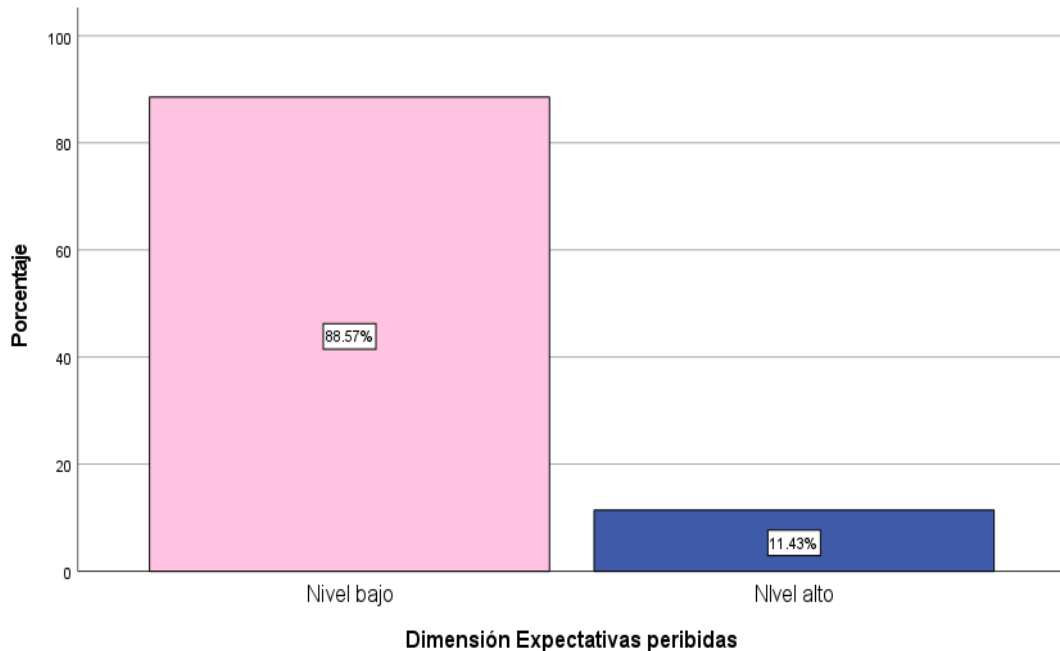
En la Tabla 21 se presentan los resultados del cuestionario satisfacción de los usuarios en su dimensión expectativas percibidas en el depósito franco en la zona franca de Tacna, año 2021.

Del 100 % de los usuarios encuestados, el 88,75 % refiere que el valor percibido es de nivel medio. Asimismo, el 11,43 % de los usuarios encuestados indica que es nivel alto.

En consecuencia, la gran parte de los usuarios cesionarios del depósito franco en la zona franca de Tacna encuestados, indican que en cuanto a expectativas percibidas es de nivel bajo, tal como se presentan en la Tabla 21.

**Figura 14**

*Dimensión planificación*



Fuente: Tabla 21

### **4.3. CONTRASTACIÓN DE LA HIPÓTESIS**

#### **4.3.1. Verificación de la primera hipótesis**

a) Hipótesis estadística:

$H_0$ : No existe impacto significativo de la dimensión elementos tangibles en el nivel de satisfacción de los usuarios cesionarios en la zona franca de Tacna, Región Tacna, año 2021.

$H_1$  : Existe impacto significativo de la dimensión elementos tangibles en el nivel de satisfacción de los usuarios cesionarios en la zona franca de Tacna, Región Tacna, año 2021.

b) Nivel de significancia:

Para todo valor de probabilidad igual o menor que 0,05, se acepta  $H_1$  y se rechaza  $H_0$ .

c) Zona de rechazo:

Para todo valor de probabilidad mayor que 0,05, se acepta  $H_0$  y se rechaza  $H_1$ .

d) Estadístico de prueba: Rho de Spearman y Regresión ordinal

**Tabla 22**

*Correlaciones satisfacción de los usuarios*

		<b>Correlaciones</b>		
		Satisfacción de los usuarios		Dimensión Elementos Tangibles
Rho de Spearman	Satisfacción de los usuarios	Coefficiente de correlación	1,000	0,376*
		Sig. (bilateral)	0,00	0,022
		N	37	37
Dimensión Elementos Tangibles	Dimensión Elementos Tangibles	Coefficiente de correlación	0,376*	1,000
		Sig. (bilateral)	0,022	0,00
		N	37	37

\*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios cesionarios del depósito franco en la zona franca de Tacna, año 2021

**Tabla 23**

*Información de ajustes de los modelos*

<b>Información de ajuste de los modelos</b>				
Modelo	Logaritmo de la verosimilitud -2	Chi-cuadrado	gl	Sig.
Sólo intersección	25,177			
Final	7,251	17,926	10	0,056

Función de enlace: Logit.

**Tabla 24**

*Pseudo R cuadrado*

<b>Pseudo R cuadrado</b>	
Cox y Snell	0,384
Nagelkerke	0,596
McFadden	0,469

Función de enlace: Logit.

**e) Regla de decisión**

- Rechazar H0 si la sig. es menor a 0,05
- No rechazar H0 si la sig. es mayor a 0,05

**f) Interpretación:**

Según la Tabla 24 la correlación es de 0,376 y el Sig. (significancia asintótica) mostrada por el SPSS es 0,022 menor a 0,05, en consecuencia, se demuestra que existe relación entre la dimensión y la variable dependiente. Y mediante la Tabla 25 el indicador Nagelkerke indica que el impacto de los elementos tangibles en el nivel de satisfacción de los usuarios es del 59,6 % Por tanto: ***Existe impacto significativo de la dimensión elementos tangibles en el nivel de satisfacción de los usuarios cesionarios en la zona franca de Tacna, Región Tacna, año 2021.***

### 4.3.2 Verificación de la segunda hipótesis específica

#### a) Hipótesis estadística

H<sub>0</sub>: No existe impacto significativo de la dimensión confiabilidad en el nivel de satisfacción de los usuarios cesionarios en la zona franca de Tacna, Región Tacna, año 2021

H<sub>1</sub>: Existe impacto significativo de la dimensión confiabilidad en el nivel de satisfacción de los usuarios cesionarios en la zona franca de Tacna, Región Tacna, año 2021

#### b) Nivel de significancia

Para todo valor de probabilidad igual o menor que 0,05, se acepta H<sub>1</sub> y se rechaza H<sub>0</sub>.

#### c) Zona de rechazo

Para todo valor de probabilidad mayor que 0,05, se acepta H<sub>0</sub> y se rechaza H<sub>1</sub>.

#### d) Estadístico de prueba

Rho de Spearman.

**Tabla 25**

*Correlaciones dimensión confiabilidad*

<b>Correlaciones</b>				
			Dimensión Confiabilidad	Satisfacción de los usuarios
Rho de Spearman	Dimensión Confiabilidad	Coefficiente de correlación	1,000	0,427**
		Sig. (bilateral)	0,00	0,008
		N	37	37
	Satisfacción de los usuarios	Coefficiente de correlación	0,427**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,008	0,00
		N	37	37

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

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios cesionarios del depósito franco en la zona franca de Tacna, año 2021.

**Tabla 26***Información de ajuste de los modelos***Información de ajuste de los modelos**

Modelo	Logaritmo de la verosimilitud -2	Chi-cuadrado	gl	Sig.
Sólo intersección	10,484			
Final	7,233	3,251	1	0,071

Función de enlace: Logit.

**Tabla 27***Pseudo R cuadrado***Pseudo R cuadrado**

Cox y Snell	0,084
Nagelkerke	0,131
McFadden	0,085

Función de enlace: Logit.

**e) Regla de decisión**

- Rechazar  $H_0$  si la sig. es menor a 0,05
- No rechazar  $H_0$  si la sig. es mayor a 0,05

**f) Interpretación:**

Según la Tabla 27 la correlación es de 0,427 y el Sig. (significancia asintótica) mostrada por el SPSS es 0,008 menor a 0,05, en consecuencia, se demuestra que existe relación entre la dimensión y la variable dependiente. Y mediante la Tabla 28 el indicador Nagelkerke indica que el impacto de la confiabilidad en el nivel de

satisfacción de los usuarios es del 13,1 %. Por tanto: ***Existe impacto significativo de la dimensión confiabilidad en el nivel de satisfacción de los usuarios cesionarios en la zona franca de Tacna, Región Tacna, año 2021.***

#### **4.3.3. Verificación de la hipótesis tercera**

##### **a) La Hipótesis estadística**

$H_0$  : No existe impacto significativo de la dimensión capacidad de respuesta en el nivel de satisfacción de los usuarios cesionarios en la zona franca de Tacna, Región Tacna, año 2021.

$H_1$ : Existe Impacto significativo de la dimensión capacidad de respuesta en el nivel de satisfacción de los usuarios cesionarios en la zona franca de Tacna, Región Tacna, año 2021.

##### **b) Nivel de significancia**

Para todo valor de probabilidad igual o menor que 0,05, se acepta  $H_1$  y se rechaza  $H_0$ .

##### **c) Zona de rechazo**

Para todo valor de probabilidad mayor que 0,05, se acepta  $H_0$  y se rechaza  $H_1$ .

##### **a) Estadístico de prueba**

Rho de Spearman

**Tabla 28***Correlaciones dimensión capacidad de respuesta*

				Dimensión capacidad de respuesta	Satisfacción de los usuarios
Rho de Spearman	Dimensión capacidad de respuesta	Coefficiente de correlación	de	1,000	0,463**
		Sig. (bilateral)		0,00	0,004
		N		37	37
	Satisfacción de los usuarios	Coefficiente de correlación	de	0,463**	1,000
		Sig. (bilateral)		0,004	.
		N		37	37

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

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios cesionarios del Depósito Franco en la Zona Franca de Tacna, año 2021.

**Tabla 29***Información de ajuste de los modelos*

<b>Información de ajuste de los modelos</b>				
Modelo1	Logaritmo de la verosimilitud -2	Chi-cuadrado	gl	Sig.
Sólo intersección	15,353			
Final	5,062	10,291	1	0,001

Función de enlace: Logit.

**Tabla 30**

*Pseudo R cuadrado*

<b>Pseudo R cuadrado</b>	
Cox y Snell	0,243
Nagelkerke	0,377
McFadden	0,269

Función de enlace: Logit.

**e) Regla de decisión**

- Rechazar  $H_0$  si la sig. es menor a 0,05
- No rechazar  $H_0$  si la sig. es mayor a 0,05

**f) Interpretación**

Según la Tabla 28 la correlación es de 0,463 y el Sig. (significancia asintótica) mostrada por el SPSS es 0,004 menor a 0,05, en consecuencia, se demuestra que existe relación entre la dimensión y la variable dependiente. Y mediante la Tabla 30 el indicador Nagelkerke indica que el impacto de la capacidad de respuesta en el nivel de satisfacción de los usuarios es de 37,7 % Por tanto: ***Existe impacto significativo de la dimensión capacidad de respuesta en el nivel de satisfacción de los usuarios cesionarios en la zona franca de Tacna, Región Tacna, año 2021.***

#### 4.3.4. Verificación de la cuarta hipótesis

##### a) La hipótesis estadística

H<sub>0</sub>: No existe Impacto significativa de la dimensión seguridad en el nivel de satisfacción de los usuarios cesionarios en la zona franca de Tacna, Región Tacna, año 2021

H<sub>1</sub>: Existe impacto significativo de la dimensión seguridad en el nivel de satisfacción de los usuarios cesionarios en la zona franca de Tacna, Región Tacna, año 2021

##### b) Nivel de significancia

Para todo valor de probabilidad igual o menor que 0,05, se acepta H<sub>1</sub> y se rechaza H<sub>0</sub>.

##### c) Zona de rechazo

Para todo valor de probabilidad mayor que 0,05, se acepta H<sub>0</sub> y se rechaza H<sub>1</sub>.

##### b) Estadístico de prueba

Rho de Spearman

**Tabla 31**

*Correlaciones dimensión seguridad*

		<b>Correlaciones</b>		
			Dimensión seguridad	Satisfacción de los usuarios
Rho de Spearman	Dimensión seguridad	Coefficiente de correlación	1,000	0,364*
		Sig. (bilateral)	0,00	0,027
		N	37	37
	Satisfacción de los usuarios	Coefficiente de correlación	0,364*	1,000
		Sig. (bilateral)	0,027	0,00
		N	37	37

\*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios cesionarios del depósito franco en la zona franca de Tacna, año 2021

**Tabla 32**

*Información de ajuste de los modelos*

<b>Información de ajuste de los modelos</b>				
Modelo	Logaritmo de la verosimilitud -2	Chi-cuadrado	gl	Sig.
Sólo intersección	16,018			
Final	0,000	16,018	2	<0,001

Función de enlace: Logit.

**Tabla 33**

*Pseudo R cuadrado*

<b>Pseudo R cuadrado</b>	
Cox y Snell	0,351
Nagelkerke	0,546
McFadden	0,419

Función de enlace: Logit.

**e) Regla de decisión:**

Rechazar H0 si la sig. es menor a 0,05

No rechazar H0 si la sig. es mayor a 0,05

**Interpretación:**

Según la Tabla 31, la correlación es de 0,364 y el Sig. (significancia asintótica) mostrada por el SPSS es 0,027 menor a 0,05, en consecuencia, se demuestra que existe relación entre las variables. Y mediante la Tabla 33 el indicador Nagelkerke indica que el impacto de la dimensión seguridad en el nivel de satisfacción de los usuarios es del 54,6 % Por tanto: **Existe** impacto significativo de la dimensión seguridad en el nivel

de satisfacción de los usuarios cesionarios en la Zona Franca de Tacna, Región Tacna, año 2021

#### 4.3.5. Verificación de la quinta hipótesis

##### a) La hipótesis estadística

$H_0$  : No existe impacto significativo de la dimensión empatía en el nivel de satisfacción de los usuarios cesionarios en la zona franca de Tacna, Región Tacna, año 2021.

$H_1$  : Existe Impacto significativa de la dimensión empatía en el nivel de satisfacción de los usuarios cesionarios en la zona franca de Tacna, Región Tacna, año 2021.

##### b) Nivel de significancia

Para todo valor de probabilidad igual o menor que 0,05, se acepta  $H_1$  y se rechaza  $H_0$ .

##### c) Zona de rechazo

Para todo valor de probabilidad mayor que 0,05, se acepta  $H_0$  y se rechaza  $H_1$ .

##### d) Estadístico de prueba

Rho de Spearman.

**Tabla 34**

*Correlaciones dimensión empatía*

			Dimensión Empatía	Satisfacción de los usuarios
Rho de Spearman	Dimensión empatía	Coficiente de correlación	1,000	0,397*
		Sig. (bilateral)	0,00	0,015
		N	37	37
	Satisfacción de los usuarios	Coficiente de correlación	0,397*	1,000
		Sig. (bilateral)	0,015	
		N	37	37

\*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios cesionarios del depósito franco en la zona franca de Tacna, año 2021.

**Tabla 35***Información de ajuste de los modelos*

<b>Información de ajuste de los modelos</b>				
Modelo	Logaritmo de la verosimilitud -2	Chi-cuadrado	gl	Sig.
Sólo intersección	13,242			
Final	5,136	8,107	1	0,004

Función de enlace: Logit.

**Tabla 36***Pseudo R cuadrado*

<b>Pseudo R cuadrado</b>	
Cox y Snell	0,197
Nagelkerke	0,306
McFadden	0,212

Función de enlace: Logit.

**e) Regla de decisión**

- Rechazar H0 si la sig. es menor a 0,05
- No rechazar H0 si la sig. es mayor a 0,05

**f) Interpretación:**

Según la Tabla 34 la correlación es de 0,397 y el Sig. (significancia asintótica) mostrada por el SPSS es 0,015 menor a 0,05, en consecuencia, se demuestra que existe relación entre la dimensión y la variable dependiente, Y mediante la Tabla 36 el indicador Nagelkerke indica que el impacto de la dimensión empatía en el nivel de satisfacción de los usuarios es del 30,6 %. Por tanto: Existe impacto significativo de

la dimensión empatía en el nivel de satisfacción de los usuarios cesionarios en la zona franca de Tacna, Región Tacna, año 2021.

#### **4.3.6. Verificación de la hipótesis general**

##### **a) La hipótesis estadística**

$H_0$  : No existe Impacto significativa de la calidad del servicio en el nivel de satisfacción de los usuarios cesionarios en la zona franca de Tacna, Región Tacna, año 2021.

$H_1$ : Existe impacto significativo de la calidad del servicio en el nivel de satisfacción de los usuarios cesionarios en la zona franca de Tacna, Región Tacna, año 2021.

##### **b) Nivel de significancia**

Para todo valor de probabilidad igual o menor que 0,05, se acepta  $H_1$  y se rechaza  $H_0$ .

##### **c) Zona de rechazo**

Para todo valor de probabilidad mayor que 0,05, se acepta  $H_0$  y se rechaza  $H_1$ .

##### **d) Estadístico de prueba**

Rho de Spearman.

**Tabla 37***Correlaciones calidad de atención***Correlaciones**

		Calidad de atención	Satisfacción de los usuarios
Rho de Spearman	Calidad de atención	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,
		N	37
Satisfacción de los usuarios	de	Coeficiente de correlación	0,508**
		Sig. (bilateral)	0,001
		N	37

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

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios cesionarios del depósito franco en la zona franca de Tacna, año 2021.

**Tabla 38***Información de ajuste de los modelos***Información de ajuste de los modelos**

Modelo	Logaritmo de la verosimilitud -2	Chi-cuadrado	gl	Sig.
Sólo intersección	13,703			
Final	5,122	8,582	1	0,003

Función de enlace: Logit.

**Tabla 39**

*Pseudo R cuadrado*

<b>Pseudo R cuadrado</b>	
Cox y Snell	0,207
Nagelkerke	0,321
McFadden	0,225

Función de enlace: Logit.

**e) Regla de decisión**

- Rechazar H0 si la sig. es menor a 0,05
- No rechazar H0 si la sig. es mayor a 0,05

**f) Interpretación**

Según la Tabla 37 la correlación es de 0,508 y el Sig. (Significancia asintótica) mostrada por el SPSS es 0,001 menor a 0,05, en consecuencia, se demuestra que existe relación entre las variables. Y mediante la Tabla 39 el indicador Nagelkerke indica que el impacto de la variable calidad del servicio en la variable satisfacción de los usuarios es de 32,1 %. Por tanto: ***Existe impacto significativo de la calidad del servicio en el nivel de satisfacción de los usuarios cesionarios en la zona franca de Tacna, Región Tacna, año 2021.***

## **CAPÍTULO V**

### **DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general analizar el impacto de la calidad de atención percibida en el nivel de satisfacción de los usuarios cesionarios en la zona franca de Tacna, año 2021, cuyos resultados estuvieron centrados en el análisis estadístico descriptivo y en el análisis estadístico inferencial, sus instrumentos demostraron su consistencia interna, siendo la fiabilidad de las variables calidad de atención y satisfacción de los usuarios 0,935 y 0,904 categorizado de “Alta confiabilidad”, en cuanto a la validez de contenido que aparece en el Anexo 4, cada una de las variables en estudio superó la prueba de validez.

Uno de los hallazgos importantes de la investigación es si bien la variable independiente calidad de atención, del 100 % de los usuarios encuestados, el 51,35 % indican que la calidad de atención es adecuada, en relación a la variable dependiente satisfacción de los usuarios, del 100 % de los usuarios encuestados, el 83,78 % refiere que los usuarios están medianamente satisfechos. Esto significa que 5 de cada 10 usuarios indican que la calidad es buena mientras que 8 de 10 usuarios están medianamente satisfechos, lo cual indica que la institución deberá disponer acciones concretas para mejorar el nivel de satisfacción.

Respecto a las dimensiones de la variable calidad de atención: Dimensión elementos tangibles con el 51,37 es de nivel medio; la dimensión confiabilidad el 51,4 % es de nivel medio; dimensión capacidad de respuesta, el 56,8 es de nivel medio; para la dimensión seguridad el 70,3 %; para la dimensión empatía el 54,1 % es de nivel alto. Para las dimensiones de la variable dependiente satisfacción de los usuarios: Calidad funcional con 73,0 % nivel alto de satisfacción; dimensión calidad técnica percibida con un 51,4 nivel alto de satisfacción; dimensión, valor percibido, con 51,4

% de nivel medio de satisfacción; dimensión confianza, percibida con 62,2 % de nivel medio de satisfacción; dimensión expectativa el 83,8 de nivel bajo de satisfacción.

En cuanto a la primera conclusión: Con un Rho de Spearman de 0,376 la calidad de atención en su dimensión elementos tangibles correlaciona con la satisfacción de los usuarios, y mediante el indicador Nagelkerke del 0,596, por el cual hay evidencia estadística para afirmar que la calidad de atención en su dimensión elementos tangibles tiene un impacto del 59,6 % en el nivel de satisfacción de los usuarios cesionarios en la zona franca.

En relación a la segunda conclusión: Con un Rho de Spearman de 0,427 la calidad de atención en su dimensión confiabilidad correlaciona con la satisfacción de los usuarios, y mediante el indicador Nagelkerke el 0,1318, por el cual hay evidencia estadística para afirmar que la calidad de atención en su dimensión confiabilidad tiene un impacto del 13,18 % en la satisfacción de los usuarios.

Según la tercera conclusión: Con un Rho de Spearman de 0,463 la variable calidad de atención en su dimensión capacidad de respuesta correlaciona con la variable gestión institucional; a la vez según el indicador Nagelkerke del 0,377, hay evidencia estadística para afirmar que la calidad de atención su dimensión capacidad de respuesta tiene un impacto del 37,74 % en el nivel de satisfacción de los usuarios que corresponde a los usuarios cesionarios en la zona franca de Tacna,

Con respecto a la cuarta conclusión: Con un Rho de Spearman de 0,364 la variable calidad de atención en su dimensión seguridad correlaciona con la variable satisfacción de los usuarios a la vez según el indicador Nagelkerke del 0,546, hay evidencia estadística para afirmar que la satisfacción de los usuarios en su dimensión seguridad tiene un impacto del 54,6 % en el nivel de satisfacción de los usuarios que corresponde a los usuarios cesionarios en la zona franca de Tacna.

Estos resultados son congruentes con la investigación de (Canahuiri, 2017) en su tesis denominada: “La calidad del servicio y la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017” Los resultados demuestran que tanto la variable calidad del servicio como la de satisfacción de los contribuyentes son de nivel regular con un 79,1 % y 79,9 % respectivamente Asimismo, existe relación significativa de las dimensiones de la variable calidad del servicio como ser: empatía, fiabilidad, elementos tangibles, capacidad de respuesta y seguridad con la variable satisfacción de los contribuyentes. Finalmente, se ha comprobado que con un Rho de Spearman del 0,405 a un nivel del 95 % y un sig. de 0,000: Existe relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del contribuyente

Con respecto a la quinta conclusión, con un Rho de Spearman de 0,397 la variable calidad de atención en su dimensión empatía correlaciona con la variable satisfacción de los usuarios a la vez según el indicador Nagelkerke del 0306, hay evidencia estadística para afirmar que la satisfacción de los usuarios en su dimensión empatía tiene un impacto del 30,6 % en el nivel de satisfacción de los usuarios que corresponde a los usuarios cesionarios en la zona franca de Tacna.

En cuanto a sexta y principal conclusión: Con un nivel de significancia menor a 0,05, con un Rho de Spearman de 0,508 la variable calidad de atención se correlaciona con la variable satisfacción de los usuarios a la vez según el indicador Nagelkerke del 0321, hay evidencia estadística para afirmar que la satisfacción de los usuarios tiene un impacto del 32,1 % en el nivel de satisfacción de los usuarios que corresponde a los usuarios cesionarios en la zona franca de Tacna, Región Tacna, año 2021. Estos resultados son congruentes con la investigación de (Canahuiri, 2017) en su tesis denominada: “La calidad del servicio y la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna,

año 2017”. Los resultados demuestran que tanto la variable calidad del servicio como la de satisfacción de los contribuyentes son de nivel regular con un 79,1 % y 79,9 % respectivamente. Asimismo, es coincidente hasta en la mayoría de dimensiones con el estudio de Mauricio, 2018) en su tesis: “Calidad de atención y su impacto en la satisfacción del usuario en el consultorio de nutrición del Centro de Salud de Infantas-Diris Lima Norte-2018”. Tuvo como objetivo determinar la relación entre las variables de estudio. En el aspecto metodológico, es una investigación de enfoque cuantitativo, descriptivo y relacional. Siendo sus resultados en cuanto a sus dimensiones: fiabilidad con el 55 %, seguridad con 56,8 %, es bueno. Empatía 50,4 %, es bueno; elementos tangibles 57,9 %, es bueno y capacidad de respuesta 49,6 % es bueno. Concluye que existe relación positiva entre la calidad de atención y la satisfacción del usuario con un Rho 0,630.

Los antecedentes e Impactos con la presente investigación evidencian que existe desde un nivel medio a alta correlación entre la calidad de atención y la satisfacción del cliente, binomio que las organizaciones y en particular las privadas continuamente están haciendo estudios de sondeo, para mantener la simbiosis de la organización con sus clientes o usuarios, una relación positiva con creación de valor. Lo mismo les sucede a los usuarios cesionarios de la zona franca, a pesar que la calidad de atención lo perciben como adecuada con el 51,35 % y con el 83,78 % están medianamente satisfechos, por consiguiente, amerita trabajar el tema de la satisfacción laboral con mayor prioridad.

## CONCLUSIONES

1. El análisis descriptivo muestra para la dimensión elementos tangibles un 51,4 % de nivel medio. Con un nivel de significancia menor a 0,05, con un Rho de Spearman de 0,376 la calidad de atención en su dimensión elementos tangibles se relaciona con la satisfacción de los usuarios, y mediante el indicador Nagelkerke del 0,596, por el cual hay evidencia estadística para afirmar que la calidad de atención en su dimensión elementos tangibles tiene un impacto del 59,6 % en el nivel de satisfacción de los usuarios cesionarios en la zona franca de Tacna, Región Tacna, año 2021.
2. El análisis descriptivo muestra para la dimensión confiabilidad un 51,35 % de nivel medio. Con un nivel de significancia menor a 0,05, con un Rho de Spearman de 0,427 la calidad de atención en su dimensión confiabilidad correlaciona con la satisfacción de los usuarios, y mediante el indicador Nagelkerke el 0,1318; por el cual hay evidencia estadística para afirmar que la calidad de atención en su dimensión confiabilidad tiene un impacto del 13,18 % en el nivel de satisfacción de los usuarios cesionarios en la zona franca de Tacna, Región Tacna, año 2021.
3. El análisis descriptivo muestra para la dimensión capacidad de respuesta un 56,8 % de nivel medio, con un nivel de significancia menor a 0,05, con un Rho de Spearman de 0,463 la variable calidad de atención en su dimensión capacidad de respuesta correlaciona con la variable gestión institucional; a la vez según el indicador Nagelkerke del 0,377, hay evidencia estadística para afirmar que la calidad de atención en su dimensión capacidad de respuesta tiene un impacto del 37,74 % en el nivel de satisfacción de los usuarios que corresponde a los usuarios cesionarios en la zona franca de Tacna, Región Tacna, año 2021.

4. El análisis descriptivo muestra para la dimensión seguridad un 70,34 % de nivel alto. Con un nivel de significancia menor a 0,05, con un Rho de Spearman de 0,364 la variable calidad de atención en su dimensión seguridad correlaciona con la variable satisfacción de los usuarios a la vez según el indicador Nagelkerke del 0,546, hay evidencia estadística para afirmar que la satisfacción de los usuarios en su dimensión seguridad tiene un impacto del 54,6 % en el nivel de satisfacción de los usuarios que corresponde a los usuarios cesionarios en la Zona Franca de Tacna, Región Tacna, año 2021.
  
5. El análisis descriptivo muestra para la dimensión Empatía con un 54,1 % de nivel alto. Con un nivel de significancia menor a 0,05, con un Rho de Spearman de 0,397 la variable calidad de atención en su dimensión empatía correlaciona con la variable satisfacción de los usuarios a la vez según el indicador Nagelkerke del 0,306, hay evidencia estadística para afirmar que la satisfacción de los usuarios en su dimensión empatía tiene un impacto del 30,6 % en el nivel de satisfacción de los usuarios que corresponde a los usuarios cesionarios en la zona franca de Tacna, Región Tacna, año 2021.
  
6. El análisis descriptivo muestra para la variable calidad de atención un 51,35 % indican que es adecuada y para la variable satisfacción de los usuarios el 83,78 % los usuarios están medianamente satisfechos. Con un nivel de significancia menor a 0,05, con un Rho de Spearman de 0,508 la variable calidad de atención se correlaciona con la variable satisfacción de los usuarios, a la vez, según el indicador Nagelkerke del 0,321, hay evidencia estadística para afirmar que la satisfacción de los usuarios tiene un impacto del 32,1 % en el nivel de satisfacción de los usuarios que corresponde a los usuarios cesionarios en la zona franca de Tacna, Región Tacna, año 2021.

## **RECOMENDACIONES**

1. A la administración de la ZOFRATACNA, en cuanto a los elementos tangibles se recomienda mantener las instalaciones físicas, equipos y sistemas automatizados de buen estado y modernos, mantener actualizado las normas reglamentos, políticas para mejorar la calidad de atención, con orden, limpieza y mediatez del servicio, para que el usuario esté satisfecho con el servicio brindado.
  
2. A la administración de la ZOFRATACNA, en cuanto a la confiabilidad, se requiere mejorar las habilidades del personal para brindar el servicio de forma fiable y cuidadosa, cumplir con los plazos y horarios de atención. Además, es necesario la implementación de métodos y procesos que permitan a los clientes hacer una valoración del servicio recibido, de forma que el personal de la organización puede recibir retroalimentación directa sobre su desempeño.
  
3. A la administración de la ZOFRATACNA, en cuanto a la capacidad de respuesta, Se requiere mejorar la disposición del personal de la institución para prestar un servicio rápido y adecuado, prontitud al tratar las solicitudes de servicio, preguntas, quejas y solución de problemas. Asimismo, para mejorar la atención es necesario empoderar al personal para la toma de decisiones inmediatas mayor capacitación y supervisión al personal, simplificación de procedimientos.
  
4. A la administración de la ZOFRATACNA, en cuanto a la dimensión seguridad, a la luz de los resultados por la buena apreciación, al considerarse de un nivel alto, se requiere mantener, conservando la percepción de los usuarios, y la atención personalizada, los servicios actualizados y en continua mejora. Es más, se recomienda, previo diagnóstico, implementar programas de capacitación y

supervisión para mantener un servicio de calidad a los usuarios. Para inspirar credibilidad y confianza debe reforzarse la atención del usuario.

5. A la administración de la ZOFRATACNA, en lo referente a la dimensión empatía, por su resultado de nivel alto, debe mantenerse y seguir mejorando, además, se recomienda implementar y mejorar las estrategias y procesos que permitan reducir el tiempo de respuesta ante las conjeturas que el cliente pueda presentar. Se recomienda, para seguir mejorando la empatía, el desarrollo de habilidades o técnicas de coaching para el desarrollo de relaciones interpersonales y poder detectar las necesidades del usuario.
  
6. A la administración de la ZOFRATACNA, con una percepción de una calidad de atención adecuada y una satisfacción media de los usuarios en términos generales se recomienda la integración de las dimensiones o factores influyentes en la calidad de atención como en la satisfacción de los usuario y hacer un tratamiento integral, integrando no solo lo operativo, sino la gestión que comprenda todos los estamentos organizacionales; es más, se recomienda aplicación periódica encuestas a sus usuarios para conocer la situación actual de sus apreciaciones y expectativas respecto al servicio que la institución les brinda.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Albrecht, K. (1992). *Servicio al cliente Interno. Primera edición*. Ediciones Paidós.
- Alvarado, R., y Vera, A. (2001). Evaluación de la Satisfacción de los usuarios de hospitales del Sistema Nacional de Servicios de Salud en Chile. *Revista Chilena salud pública*.
- Atkinson, P. (1990). *Creating Culture Change: The Key to Successful Total Quality Management*. .
- Bárba Bailón, P. A. (2019). *Evaluación de la calidad de atención del usuario en el área de observación basado en el modelo Servqhos del hospital del Dia Sur Valdivia, de la Ciudad de Guayaquil*.
- Barragán Becerra, J. A., y Manrique Abril, F. G. (2010). *Validez y confiabilidad del Servqhos para enfermería en Boyacá*. Tunja - Colombia.
- Barrera, G. S. (2013). *Importancia de la calidad del servicio al cliente*. Instituto Tecnológico de Sonora.: Instituto Tecnológico de Sonora.
- Basilio, R. (2019). *La impacto de la calidad del servicio sobre el nivel de satisfacción de los clientes del segmento banca negocios, Banca de Crédito del Perú, Arequipa 2019*. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/UCSM/10380/8H.2129.MG.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Bobadilla, A., y Martinez, C. (1998). Características que se relacionan con la satisfacción usuaria en el Centro de Salud Mental de la Comuna La Pintana. *Tesis*. Pontificia Universidad Católica de Chile.

- Brady, M. (2001). Algunos nuevos pensamientos sobre la conceptualización de la calidad del servicio percibido. *Journal of Marketing*, 34-49.
- Burt, K. (2914). *Etapas de la administración*. Obtenido de <http://admongeneralicsa.blogspot.com/2014/09/direccion.html>
- Camisón, Cruz, y Gonzáles. (2006 ). *Gestión de la Calidad: conceptos, enfoques, modelos y sistemas.*: Pearson educación S.A.
- Canahuiri, J. (2017). *La calidad del servicio y la satisfacción de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Región Tacna, año 2017*. Obtenido de <http://repositorio.unjbg.edu.pe/handle/UNJBG/3689>
- Cerezo, P. (1996). *La calidad del servicio como elemento estratégico para Telework*.
- Chicana, L. (2017). Gestión de la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en la Superintendencia Nacional de Migraciones. Lima 2016. 123.
- Cotillo, A., y Carreras, E. (2014). *Educación superior universitaria: calidad percibida y satisfacción de los egresados*. Tesis a nivel doctoral, Universidad La Coruña, Departamento de Sociología, Ciencia Política y de la administración, La Coruña. Recuperado el 3 de julio de 2021, de [https://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/12349/PereiraPuga\\_Manuel\\_TD\\_2014.pdf?sequence=2&isAllowed=y](https://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/12349/PereiraPuga_Manuel_TD_2014.pdf?sequence=2&isAllowed=y)
- Curzel, M. (2008). *Usuarios de la información, formación y desafíos.* : Alfagrama.
- Delgado, B. G. (2018). Calidad se servicio y su relación con la satisfacción del usuario en el centro de salud Characato, Arequipa, 2018.
- Deming. (1989). *Calidad, productividad y competitividad, la salida de la crisis*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos S.A.

- Deming, E. (1989). *Calidad, productividad y competitividad*. Estados Unidos. Ediciones Diaz de Santos.
- Diaz, L. (2017). *El servicio de salud y su impacto en la satisfacción de usuarios del Instituto Nacional De Salud al 2017*. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorio.unheval.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13080/4775/PMGE00043D69.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Donabedian, A. (1966). *Evaluating the quality of medical care*. Milbank Memorial.
- Donabedian, A. (1990). *Garantía y monitoría de la calidad de atención*. Instituto Nacional de Salud Pública de México.
- Eiglier, P. (2012). *El marketing de servicios*. Mac Graw Hill.
- Feigenbaum, A. V. (2009). *Control total de la calidad - 3° edición*. Compañía Editorial Continental I.S.B.N.
- Fernández, D. (2010). *Comunicación empresarial y atención al cliente*. España.
- García, R. (2015). *Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Centro de Salud Miguel Grau Distrito de Chaclacayo 2013*. Lima.
- Gosso, F. (2008). *Hiper satisfacción del cliente*. Panorama Editorial.
- Gremler Dwayne D., B. M. (2009). *Marketing de servicios*. McGraw Hill .
- Grönroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implications. *European Journal of marketing*.
- Grönroos, C. (1984). Un modelo de calidad de servicio y sus implicaciones en el mercado. *Revista Europea de Marketing*, 36-44.
- H., C. (1996). *Desarrollo de una cultura de calidad*. McGraw Hill.

- Henaó Colorado, L. C. (2019). Calidad de servicio y valor percibido como antecedentes de la satisfacción de los clientes de las empresas de telecomunicaciones en Colombia . 23.
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación científica*. McGraw Hill Education.
- Hernández, R., Fernández, C., y Batista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw Hill.
- Horovitz, J. (1991). *La calidad del servicio*. Mc. Graw-Hill. Interamericana de España S.A.
- Horovitz, J. (1991). *La calidad del servicio. A la conquista del cliente*. Mc Graw-Hill: Interamericana de España S.A.
- Ishikawa, K. (1989). *¿Qué es el control total de calidad?* Ciria.
- ISO9000. (2005). Sistemas de gestión de calidad-fundamentos y vocabulario.
- ISO-9000. (2015). *Sistemas de gestión de la calidad*. Obtenido de <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:9000:ed-4:v1:es>
- Jimenez, C. (1 de febrero de 2016). *Universidad Privada de Ciencias Aplicadas*. Obtenido de <http://repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/handle/10757/595381>
- Jorquera Francisco, J. S. (2012). *Calidad y satisfacción en el servicio a clientes de la industria automotriz: Análisis de principales factores que afectan la evaluación de los clientes droguett*. Santiago, Universidad de Chile .
- Kerlinger, F., y Lee, H. (1998). *Investigación del comportamiento*. McGraw Hill.

- Koontz, H., Weilrich, H., y Cannice, M. (2012). *Administración. Una perspectiva*. McGraw-Hill.
- Kurtz, L. (2012). *Marketing Contemporáneo*. Cengage Learning.
- Landa Quintanilla, D. (2017). *Mejora y medición de la calidad de servicio al cliente para el incremento de ventas de la empresa DYP SHIPPING LOGISTICS SAC de la ciudad de Lima en el año 2017*. Universidad Ricardo Palma.
- López;Gadea. (1995). *Servir al ciudadano: gestión de la calidad en la administración pública*. Gestión 2000.
- Marín-Tello, C. G., Rivera-Chávez , L., Fernández-Sánchez , P., Macías-Palacios, N., y Cañarte-Alciva, J. (s.f.). Calidad del servicio de enfermería en la Fundación Cottolengo: Análisis con instrumento “Servqhos-E”.
- Maslach, G., Jackson, S., y Leiter, M. (1993). Maslach Burnout Inventory. *Palo Alto, CA COnsulting Psychologists Press*.
- Mauricio, A. (2018). *Calidad de atención y su impacto en la satisfacción del usuario en el consultorio de nutrición del centro de salud de INFANTAS-DIRIS LIMA NORTE-2018*”. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://repositorio.unac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12952/5755/TESIS-MAURICIO%20ALZA-FCA-2018.pdf?sequence=1
- Mejias, A., y Manrique, S. (2011). Dimensiones de la satisfacción de clientes bancarios universitarios una aproximación mediante el análisis de factores. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3604/360433575007.pdf>
- Mira JJ, A. J.-M. (1998). SERVQHOS: un cuestionario para evaluar la calidad percibida de la atención hospitalaria. *Departamento de Enfermería, Universidad de Alicante*, 15.

- Mira Solves, J., Buil Aina, J., Rodríguez-Marín, J., y Aranaz, A. (1997). Calidad percibida del cuidado hospitalario. *Gaceta Sanitaria*, 176-189.
- Morales, V., y Hernández, A. (2004). Calidad y satisfacción en los servicios. *efdeportes.com*.
- Organización mundial de la salud. (2009). *Marco conceptual de la clasificación internacional para la seguridad del paciente. Versión 1.1*.
- Parasuraman, A., y Zeithaml, V. (1995). SERVQUAL: Una escala de artículos múltiples para medir las percepciones del consumidor sobre la calidad del servicio. *Journal of Retailing*, 64,, 12-37.
- Parasuraman, A. V. (1988). Servqual: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 30.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., y Berry, L. (1988). SERVQUAL: Escala de múltiples ítems para medir las percepciones de los consumidores sobre la calidad del servicio. *Journal of Retailing*, 12-40.
- Pérez, V. (2006). *Calidad total en la atención al cliente*. Ideas propias editorial.
- Porto, J., y Merino, M. (2009). *Definición de punto equilibrio*. Obtenido de <https://repositorio.une.edu.pe/bitstream/handle/UNE/2938/TESIS%20FINAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Puig, J. (2006). *Certificación y modelos de calidad en hostelería y restauración*. Madrid: Díaz de Santos.
- RAE. (2022). *Diccionario de la Real Académica*. Obtenido de <https://dle.rae.es/empat%C3%ADa?m=form>

- RAE. (2022). *Real Academia Española*. Obtenido de <https://dle.rae.es/eficiencia?m=form>
- RAE. (2022). *Real Academia Española*. Obtenido de <https://dle.rae.es/eficacia?m=form>
- Regalado, . L. (2020). *Impacto de la calidad de servicio en la satisfacción de los clientes del grifo TT Servicios Generales, Ranrahirca, 2020*. Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/64025>
- Rivera, M. (2013). De relaciones industriales a gestión y desarrollo humano. *Tiempo de opinión*, 4-13. Obtenido de [http://www.esan.edu.pe/publicaciones/2013/06/11/tiempo\\_de\\_opinion\\_makaly\\_rivera.p](http://www.esan.edu.pe/publicaciones/2013/06/11/tiempo_de_opinion_makaly_rivera.p)
- Ros, A. (2016). *Calidad percibida y satisfacción del usuario en los servicios prestados a personas con discapacidad intelectual*. Tesis de grado, Programa de Doctorado en Administración y Dirección de Murcia, Murcia.
- Ross, A., Zeballos, J., y Infante, A. (2000). La calidad y la reforma del sector de la salud en América Latina y el Caribe. *Revista panamericana de salud pública*.
- Rubio, P. (2000). *Introducción a la Gestión Empresarial*. Eumed.net.
- Sánchez, H., Flores, J., y Martín, M. (2011). *Métodos e indicadores para la evaluación de los servicios de salud*. Universitat Autònoma de Barcelona.
- Sandoval, L. (2006). *Nuevos fundamentos de mercadotecnia*. Trillas.
- Sanguesa, S. (2006). *Teoría y práctica de la calidad*. Paraninfo.
- Sarmiento, K. (2018). *Aplicación del modelo SERVQUAL al sistema de crédito taxi utilitario y consumo ofertado por la EDPYME acceso - agencia Arequipa para*

*determinar el nivel de calidad de servicio - 2018*. Obtenido de <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/8526>

Sosa, D. (2006). *Administración por calidad*. : Limusa.

Strenitzerová, M., y Gaña, J. (2018). Customer Satisfaction and Loyalty as a Part of Customer-Based Corporate Sustainability in the Sector of Mobile Communications Services. Sustainability. *Sustainability*.

Suárez, R. (2015). *El nivel de calidad de servicio de un centro de idiomas aplicando el modelo Servqual caso: Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao, Periodo 2011 - 2012*” . Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Tom Delbanco, J. D. (1996). Trough the patient’s eyes: Strategies toward more successful. *MedicinePublished in Obstetrics and gynecology*, 88.

Torcat, O. (2022). *Diccionario de administración de empresas*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/diccionario-administracion-empresas/>

Ucha, F. (2012). *Definición de Expectativa*. *Definición ABC*. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/social/expectativa.php#:~:text=La%20expectativa%20resulta%20ser%20el,de%20conquista%20en%20su%20vida>.

Valencia, D. (2011). *La calidad del servicio y el nivel de satisfacción de los clientes de CINEPLANET TRUJILLO CENTRO*. Universidad Nacional de Trujillo.

Vargas, L. M. (2006). *Calidad y Servicio*. Editorial Ecoe.

Vela, R. (2014). *Impacto de la calidad del servicio al cliente en el nivel de ventas de tiendas de Cadenas Claro Tottus - Mall, de la ciudad de Trujillo 2014*. Universidad Privada Antenor Orrego.

Vergara, J., Quesada, V., y Maza, F. (2018). Calidad del servicio y determinantes de la satisfacción en usuarios de los servicios hospitalarios de Cartagena de Indias, Colombia. *Revista de métodos cuánticos para la economía y la empresa*, 18.

Vergara, J., Quesada, V., y Maza, F. (2018). Calidad del servicio y determinantes de la satisfacción en usuarios de los servicios hospitalarios de Cartagena de Indias, Colombia. *Revista de métodos cuánticos para la economía y la empresa*, 18.

Waterlogic. (2 de octubre de 2019). *La importancia de la satisfacción en el puesto de trabajo*. Obtenido de estudios recientes muestran que las personas que se sienten implicadas en su trabajo y satisfechas a la hora de colaborar con sus colegas, no solo se esfuerzan más en realizar su trabajo, sino que también trabajan con mayor desempeño y de forma más inteligente.

Wikipedia. (s.f.). Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Efectividad>

Zeithalm, V., Berry, L., y Parasuraman, A. (1993). The nature and determinants of customer expectations of service. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 21(1), 1-12.

Zeithaml, V., Parasuraman, A., y Berry, L. (1993). *Calidad total en la gestión*. Editorial Díaz de Santos.

Zofraticna. (2017). *Guía del inversionista*. Obtenido de <http://www.zofraticna.com.pe/upload/enlaces/guiainversionista2017.pdf>

## **ANEXOS**

## Anexo 1

### Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES
<p><b>GENERAL</b></p> <p>¿Cuál es el impacto de la calidad de atención percibida en el nivel de satisfacción de los usuarios cesionarios del depósito franco en la zona franca de Tacna, año 2021?</p> <p><b>ESPECÍFICOS</b></p> <p>a) ¿Cuál es el impacto de la dimensión elementos tangibles en el nivel de satisfacción de los usuarios cesionarios del depósito franco en la zona franca de Tacna, Región Tacna, año 2021?</p> <p>b) ¿Cuál es el impacto de la dimensión confiabilidad en el nivel de satisfacción de los usuarios cesionarios del depósito franco en la zona franca de Tacna, Región Tacna, año 2021?</p> <p>c) ¿Cuál es el impacto de la dimensión capacidad de respuesta en el nivel de satisfacción de los usuarios cesionarios del depósito franco en la zona franca de Tacna, Región Tacna, año 2021?</p>	<p><b>GENERAL</b></p> <p>Analizar el impacto de la calidad de atención percibida en el nivel de satisfacción de los usuarios cesionarios del depósito franco en la zona franca de Tacna, año 2021</p> <p><b>ESPECÍFICOS</b></p> <p>a) Demostrar cuál es el impacto de la dimensión elementos tangibles en el nivel de satisfacción de los usuarios cesionarios del depósito franco en la zona franca de Tacna, Región Tacna, año 2021.</p> <p>b) Estimar cuál es el impacto de la dimensión confiabilidad en el nivel de satisfacción de los usuarios cesionarios del depósito franco en la zona franca de Tacna, Región Tacna, año 2021.</p> <p>c) Determinar cuál es el impacto de la dimensión capacidad de respuesta en el nivel de satisfacción de los usuarios</p>	<p><b>GENERAL</b></p> <p>Existe impacto significativo de la calidad del servicio en el nivel de satisfacción de los usuarios cesionarios del hospital III Daniel Alcides Carrión de la región Tacna, 2021.</p> <p><b>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS</b></p> <p>a) Existe impacto significativo de la dimensión elementos tangibles en el nivel de satisfacción de los usuarios cesionarios del depósito franco en la zona franca de Tacna, Región Tacna, año 2021.</p> <p>b) Existe impacto significativo de la dimensión confiabilidad en el nivel de satisfacción de los usuarios cesionarios del depósito franco en la zona franca de Tacna, Región Tacna, año 2021</p> <p>c) Existe impacto significativo de la dimensión capacidad de respuesta en el nivel de satisfacción de los usuarios cesionarios del depósito franco en la zona franca de Tacna, Región Tacna, año 2021.</p>	<p><b>VARIABLE INDEPENDIENTE</b></p> <p>Calidad de atención</p> <p><b>Dimensiones</b></p> <p>-Elementos tangibles</p> <p>confiabilidad</p> <p>capacidad de respuesta</p> <p>seguridad</p> <p>empatía</p> <p><b>VARIABLE DEPENDIENTE</b></p> <p>-Satisfacción del usuario</p> <p><b>Dimensiones</b></p> <p>Calidad funcional percibida.</p> <p>Calidad técnica percibida.</p> <p>Valor percibido.</p>

<p>d) ¿Cuál es el impacto de la dimensión seguridad en el nivel de satisfacción de los usuarios cesionarios del depósito franco en la zona franca de Tacna, Región Tacna, año 2021?</p> <p>e) ¿Cuál es el impacto de la dimensión empatía en el nivel de satisfacción de los usuarios cesionarios del depósito franco en la zona franca de Tacna, Región Tacna, año 2021?</p>	<p>cesionarios del depósito franco en la zona franca de Tacna, Región Tacna, año 2021.</p> <p>d) Examinar cuál es el impacto de la dimensión seguridad en el nivel de satisfacción de los usuarios cesionarios del depósito franco en la zona franca de Tacna, Región Tacna, año 2021.</p> <p>e) Explicar cuál es el impacto de la dimensión empatía en el nivel de satisfacción de los usuarios cesionarios del depósito franco en la zona franca de Tacna, Región Tacna, año 2021.</p>	<p>d) Existe impacto significativo de la dimensión seguridad en el nivel de satisfacción de los usuarios cesionarios del depósito franco en la zona franca de Tacna, Región Tacna, año 2021</p> <p>e) Existe impacto significativo de la dimensión empatía en el nivel de satisfacción de los usuarios cesionarios del depósito franco en la zona franca de Tacna, Región Tacna, año 2021.</p>	<p>Confianza</p> <p>Expectativas</p>
MÉTODO Y DISEÑO	POBLACIÓN Y MUESTRA	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	
<p>Tipo: Básica</p> <p>Diseño: No experimental</p> <p>Nivel: Explicativa</p>	<p>La población de estudio asciende a 55 usuarios cesionarios y su tamaño muestra sería censo</p>	<p>TÉCNICAS- INSTRUMENTOS: Encuesta - Cuestionario</p> <p>TRATAMIENTO ESTADÍSTICO CON SPSS</p> <p>-Estadística descriptiva e inferencial según corresponda</p>	

**Título: "Calidad de atención percibida y su impacto en el nivel de satisfacción de los usuarios cesionarios del depósito franco en la ZONA FRANCA de Tacna, región Tacna, año 2021"**

## Anexo 2

### Cuestionario para evaluar la Calidad de Atención

Estimado usuario de la ZOFRATACNA, la presente encuesta tiene por finalidad la obtención de información acerca de la calidad de atención que usted recibe en dicha institución como usuario cesionario, la misma que es anónima y le agradeceremos que responda con la mayor sinceridad.

Si estás de acuerdo con responder a esta encuesta de forma anónima, por favor indica como consentimiento informado estar de acuerdo:

Sí estoy de acuerdo:( ):

No estoy de acuerdo: ( )

Edad:.....Sexo:.....

<b>1.Mucho menor de lo esperado</b>	<b>2.Menor de lo esperado</b>	<b>3.Lo que esperaba</b>	<b>4.Mayor de lo esperado</b>	<b>5.Mucho mayor de lo esperado</b>
-------------------------------------	-------------------------------	--------------------------	-------------------------------	-------------------------------------

N°	CALIDAD DE ATENCIÓN	ESCALAS				
		1	2	3	4	5
<b>Elementos Tangibles</b>						
1	La balanza camionera utilizada para el registro de peso de los vehículos y mercancía es el adecuado					
2	El área mínima (720m2) de los lotes que subasta la ZOFRATACNA cumple su requerimiento de espacio para el desarrollo de sus actividades en forma adecuada.					
3	Los costos por los servicios (internet, agua, luz y SIGO) que brinda la ZOFRATACNA son competitivos respecto a los costos brindados en el resto del territorio nacional.					
4	Los servicios que le brinda ZOFRATACNA (internet, agua, luz y SIGO) lo realiza de manera ininterrumpida.					
<b>Fiabilidad</b>						

5	Cuando la Entidad (ZOFRATACNA) se compromete a hacer algo en beneficio al usuario Cesionario en cierto tiempo, lo hace.					
6	Ante alguna dificultad que se presente, los empleados de ZOFRATACNA tienen capacidad para decidir al momento.					
7	ZOFRATACNA tiene implementado procedimientos de atención preferencial al adulto mayor.					
8	Personal de ZOFRATACNA concluye con el servicio en el tiempo declarado en el Texto Único de Procedimientos Administrativos - TUPA					
9	Las quejas realizadas por los usuarios son solucionadas oportunamente					
<b>Capacidad de respuesta</b>						
10	Los trabajadores de ZOFRATACNA actúan de inmediato ante alguna dificultad.					
11	Los trabajadores de ZOFRATACNA ofrecen un servicio rápido a los usuarios.					
12	Los trabajadores de ZOFRATACNA siempre están dispuestos a ayudar a los usuarios.					
13	Los trabajadores de ZOFRATACNA están prestos a responder a las preguntas de los usuarios.					
<b>Seguridad</b>						
14	El comportamiento de los empleados de ZOFRATACNA transmite confianza a los usuarios.					

5	1	Los usuarios se sienten seguros de sus gestiones en ZOFRATACNA					
6	1	ZOFRATACNA cuenta con personal capacitado para el desarrollo de sus funciones.					
7	1	Los trabajadores tienen capacidad de respuesta para absolver preguntas de los usuarios.					
<b>Empatía</b>							
8	1	El personal de ZOFRATACNA brinda a los usuarios una atención personalizada.					
9	1	ZOFRATACNA cuenta con horarios de trabajo convenientes.					
0	2	El personal de ZOFRATACNA cumple en realizar seguimiento a los usuarios Cesionarios para conocer inquietudes y/o mejoras en bien propio y la entidad.					
1	2	ZOFRATACNA se preocupa por la satisfacción de los usuarios.					
2	2	ZOFRATACNA comprende las necesidades específicas de los usuarios.					

**Gracias por su atención**

### Anexo 3

#### Cuestionario para evaluar satisfacción de los usuarios

Estimado usuario de la ZOFRATACNA, la presente encuesta tiene por finalidad la obtención de información acerca de la satisfacción como usuario cesionario, que usted recibe de dicha institución, la misma que es anónima y le agradeceremos que responda con la mayor sinceridad.

Edad: ..... Sexo: .....

1.Insatisfecho	2.Poco satisfecho	3.Indiferente	4.Satisfecho	5.Muy satisfecho
1	2	3	4	5

Nº	SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS	ESCALAS				
		1	2	3	4	5
<b>Calidad funcional percibida</b>						
1	El personal de ZOFRATACNA ha solucionado satisfactoriamente mis quejas.					
2	ZOFRATACNA le da el servicio de calidad que usted espera.					
3	ZOFRATACNA conoce las necesidades de sus usuarios.					
4	Se siente seguro al realizar sus gestiones en ZOFRATACNA.					
5	El personal operativo de la ZOFRATACNA presta un servicio satisfactorio.					
<b>Calidad técnica percibida</b>						
6	En el presente año Usted ha observado mejoras en el servicio ofrecido de la ZOFRATACNA.					
7	Los diversos procesos automatizados son de calidad.					
8	La entidad cuenta con equipos modernos					
9	Sus expectativas son satisfechas con los servicios prestados					
<b>Valor percibido</b>						
0	1 La labor realizada por el personal operativo es con total transparencia					
1	1 Las tasas y costos que derivan de las operaciones realizadas por su					

		condición de usuario, las mismas que forman parte del TUPA de la ZOFRATACNA le son atractivas.					
2	1	La calidad de los servicios prestados por parte de la ZOFRATACNA es buena.					
3	1	Ha tenido inconvenientes con los servicios prestados por personal de la ZOFRATACNA.					
4	1	Está satisfecho por la labor que realiza el personal operativo de la ZOFRATACNA.					
<b>Confianza</b>							
5	1	Al acudir al realizar alguna gestión a las oficinas de la ZOFRATACNA sabe que no tendrá inconvenientes con los servicios recibidos.					
6	1	Usted recomendaría la instalación de otros usuarios en la ZOFRATACNA.					
7	1	La ZOFRATACNA es una entidad innovadora y con visión de futuro.					
8	1	El personal de ZOFRATACNA le brinda oportunamente la información y orientación necesaria ante el cambio de algún procedimiento o toma de decisiones.					
9	1	Personal de ZOFRATACNA está en constante contacto con los usuarios para mejorar el servicio brindado.					
<b>Expectativas</b>							
0	2	El servicio que ofrece la ZOFRATACNA se adapta a sus necesidades como usuario.					
1	2	El personal de ZOFRATACNA es claro en las explicaciones o informaciones dadas.					
2	2	El personal de ZOFRATACNA está interesado en realizar una mejora que beneficie a los usuarios que desarrollan sus actividades en dicha entidad					

**Gracias por su atención**

## Anexo 4

### Validez de contenido por expertos

#### A. Validez de contenido de la variable Calidad de Atención

Según la validez efectuada por 3 expertos, resultados que aparecen en el anexo 04 la validez del instrumento para la variable **Calidad de Atención**, se puede apreciar en la tabla adjunta

**Tabla 40**

*Valoración de expertos de la ficha de observación para la variable Calidad de Atención*

INDICADORES	CRITERIOS	EXPERTO	EXPERTO	EXPERTO
		1	2	3
<b>1.CLARIDAD</b>	Está formulado con lenguaje apropiado y comprensible.	4	5	5
<b>2.OBJETIVIDAD</b>	Está expresado en conductas observables, medibles	4	5	5
<b>3.CONSISTENCIA</b>	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría..	5	5	5
<b>4.COHERENCIA</b>	Existe relación de los contenidos con las dimensiones e indicadores.	5	5	5
<b>5.PERTINENCIA</b>	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados.	5	5	5
<b>6.SUFICIENCIA</b>	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento.	4	5	5

**Tabla 41**

*Calificación del instrumento para la variable Calidad de Atención*

NUEVA ESCALA		INTERVALO	SIGNIFICADO
0,000	<b>1,960</b>	<b>A</b>	<b>Adecuación total</b>
1,961	3,920	<b>B</b>	Adecuación en gran medida
3,921	5,881	<b>C</b>	Adecuación promedio
5,882	7,841	<b>D</b>	Adecuación escasa
7,842	9,802	<b>E</b>	Inadecuación

**Interpretación:**

Según las tablas 40 y 41 y los procesos que figuran en el anexo, la Distancia de Puntos Múltiples (DPP) es 0,580 y cae dentro del Intervalo A, de Adecuación Total. Por tanto, el instrumento Calidad de Atención supera la prueba de validez.

**B. Validez de contenido de la variable satisfacción de los usuarios cesionarios**

Según la validez efectuada por 3 expertos, resultados que aparecen en el anexo 04 la validez del instrumento para la variable **Satisfacción de los usuarios cesionarios** se puede apreciar en la tabla adjunta:

**Tabla 42**

*Valoración de expertos de la ficha de observación para la variable satisfacción de los usuarios*

INDICADORES	CRITERIOS	EXPERTO	EXPERTO	EXPERTO
		1	2	3
<b>1.CLARIDAD</b>	Está formulado con lenguaje apropiado y comprensible.	5	5	4
<b>2.OBJETIVIDAD</b>	Está expresado en conductas observables, medibles	5	5	4
<b>3.CONSISTENCIA</b>	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría..	5	4	4
<b>4.COHERENCIA</b>	Existe relación de los contenidos con las dimensiones e indicadores.	5	5	3
<b>5.PERTINENCIA</b>	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados.	5	4	4
<b>6.SUFICIENCIA</b>	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento.	5	5	4

**Tabla 43**

*Calificación del instrumento para la Satisfacción de los usuarios cesionarios*

NUEVA ESCALA		INTERVALO	SIGNIFICADO
0,000	<b>2,530</b>	<b>A</b>	<b>Adecuación total</b>
2,531	5,061	<b>B</b>	Adecuación en gran medida
5,062	7,591	<b>C</b>	Adecuación promedio
7,592	10,122	<b>D</b>	Adecuación escasa
10,123	12,653	<b>E</b>	Inadecuación

**Interpretación:**

Según las tablas 42 y 43 y los procesos que figuran en el anexo 04, la Distancia de Puntos Múltiples (DPP) es 0,580 y cae dentro del Intervalo A, de

una Adecuación Total. Por tanto, el instrumento **Satisfacción de los usuarios cesionarios** supera la prueba de validez.



**UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN**  
**ESCUELA DE POSGRADO**  
**Maestría en Gestión Empresarial**

Titulo: CALIDAD DE ATENCIÓN PERCIBIDA Y SU IMPACTO EN EL NIVEL DE SATISFACCIÓN  
 DE LOS USUARIOS CESIONARIOS EN LA ZONA FRANCA DE TACNA , REGIÓN TACNA, AÑO  
 2021"

**I.- DATOS GENERALES:**

- 1.1. Apellidos y nombres del juez: Pérez Arce Javier Pedro  
 1.2. Grado Académico: Magister Administración y Dirección de Empresas  
 1.3. Profesión: Ing. Industrias Alimentarias  
 1.4. Institución donde labora: ZOFRATAONA  
 1.5 Cargo que desempeña: Especialista en técnica Aduanera III  
 1.6. Nombre del instrumento evaluado: Calidad de atención  
 1.7. Autor (es) del Instrumento: Parasurama m, Zeithaml y Berry

**II.- ASPECTOS DE EVALUACIÓN:**

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 1	Regular 2	Buena 3	Muy Buena 4	Excelente 5
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y comprensible.				X	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables, medibles				X	
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría..					X
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con las dimensiones e indicadores.					X
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados.					X
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento.				X	

**III. RESULTADO DE LA VALIDACIÓN:**

Favorable (X) Desfavorable ( ) Debe mejorar ( )

**IV. DATOS COMPLEMENTARIOS:**

Observaciones:.....  
 .....  
 .....

Lugar y fecha: 06/08/21

Teléfono: 943-036772

Firma del Experto

DNI: 00431117



UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN  
ESCUELA DE POSGRADO  
Maestría en Gestión Empresarial

Título: CALIDAD DE ATENCIÓN PERCIBIDA Y SU IMPACTO EN EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS CESIONARIOS EN LA ZONA FRANCA DE TACNA, REGIÓN TACNA, AÑO 2021"

I.- DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del juez: Gomez Valente, Ximena  
1.2. Grado Académico: Magister  
1.3. Profesión: Ing. de Sistemas  
1.4. Institución donde labora: Zafra Tacna  
1.5. Cargo que desempeña: Gerente General  
1.6. Nombre del instrumento evaluado: Calidad de atención  
1.7. Autor (es) del Instrumento: Parasuraman, Zeithaml y Berry

II.- ASPECTOS DE EVALUACIÓN:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 1	Regular 2	Buena 3	Muy Buena 4	Excelente 5
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y comprensible.					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables, medibles					X
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría..					X
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con las dimensiones e indicadores.					X
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados.					X
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento.					X

III. RESULTADO DE LA VALIDACIÓN:

Favorable (X) Desfavorable ( ) Debe mejorar ( )

IV. DATOS COMPLEMENTARIOS:

Observaciones:.....  
.....  
.....

Lugar y fecha: Tacna 08/08/2021

Teléfono: 951696058

Firma del Experto

DNI: 00495585



**UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN  
ESCUELA DE POSGRADO**

**Maestría en Gestión Empresarial**

Titulo: CALIDAD DE ATENCIÓN PERCIBIDA Y SU IMPACTO EN EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS CESIONARIOS EN LA ZONA FRANCA DE TACNA , REGIÓN TACNA, AÑO 2021"

**I.- DATOS GENERALES:**

- 1.1. Apellidos y nombres del juez: ..... LONDRA CATATA DAVID JESSE .....
- 1.2. Grado Académico: ..... M.A. GUSTAR .....
- 1.3. Profesión: ..... PROF. COMERCIAL .....
- 1.4. Institución donde labora: ..... 20 PRATO CNA .....
- 1.5 Cargo que desempeña: ..... SR. DE LA OFICINA DE ADM. Y FINANZAS .....
- 1.6. Nombre del instrumento evaluado: Calidad de atención.....
- 1.7. Autor (es) del Instrumento: PARAS, RAMAN, Z. EITMAHL y BERRY .....

**II.- ASPECTOS DE EVALUACIÓN:**

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 1	Regular 2	Buena 3	Muy Buena 4	Excelente 5
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y comprensible.					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables, medibles					X
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría..					X
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con las dimensiones e indicadores.					X
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados.					X
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento.					X

**III. RESULTADO DE LA VALIDACIÓN:**

Favorable (X)    Desfavorable ( )    Debe mejorar ( )

**IV. DATOS COMPLEMENTARIOS:**

Observaciones:.....  
.....  
.....

Lugar y fecha: T. 12, 08. 2021

Teléfono: 952 91 84 29

Firma del Experto

DNI: 42239077



**UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN**  
**ESCUELA DE POSGRADO**  
**Maestría en Gestión Empresarial**

Título: CALIDAD DE ATENCIÓN PERCIBIDA Y SU IMPACTO EN EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS CESIONARIOS EN LA ZONA FRANCA DE TACNA , REGIÓN TACNA, AÑO 2021"

**I. DATOS GENERALES:**

- 1.1. Apellidos y nombres del juez: Pérez Arce, Javier Pedro  
 1.2. Grado Académico: Magister Administración y Dirección de Empresas  
 1.3. Profesión: Ing. Industrias Alimentarias  
 1.4. Institución donde labora: ZOFRAFACNA  
 1.5 Cargo que desempeña: Especialista en técnica Administrativa  
 1.6. Nombre del instrumento : Satisfacción de los usuarios  
 1.7. Autor (es) del Instrumento: Mejías y Mamríguez

**II.- ASPECTOS DE EVALUACIÓN:**

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 1	Regular 2	Buena 3	Muy Buena 4	Excelente 5
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y comprensible.					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables, medibles				X	
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría..				X	
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con las dimensiones e indicadores.					X
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados.					X
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento.				X	

**III. RESULTADO DE LA VALIDACIÓN:**

Favorable (  ) Desfavorable (  ) Debe de mejorar (  )

**IV. DATOS COMPLEMENTARIOS:**


Observaciones: .....

.....

.....

Lugar y fecha: Tacna 06/08/2021

Teléfono: 943-036772

Firma del Experto  
  
 DNI: 0043117



**UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN**  
**ESCUELA DE POSGRADO**  
**Maestría en Gestión Empresarial**

Título: CALIDAD DE ATENCIÓN PERCIBIDA Y SU IMPACTO EN EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS CESIONARIOS EN LA ZONA FRANCA DE TACNA , REGIÓN TACNA, AÑO 2021"

**I. DATOS GENERALES:**

- 1.1. Apellidos y nombres del juez: Gomez Volante, Ximena
- 1.2. Grado Académico : Magister
- 1.3. Profesión: Ing. de Sistemas
- 1.4. Institución donde labora: Zegrestracne
- 1.5 Cargo que desempeña: Gerente General
- 1.6. Nombre del instrumento : Satisfacción de los usuarios
- 1.7. Autor (es) del Instrumento: Mejias y Manrique

**II.- ASPECTOS DE EVALUACIÓN:**

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 1	Regular 2	Buena 3	Muy Buena 4	Excelente 5
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y comprensible.					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables, medibles					X
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría.					X
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con las dimensiones e indicadores.					X
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados.					X
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento.					X

**III. RESULTADO DE LA VALIDACIÓN:**

Favorable (X) Desfavorable ( ) Debe de mejorar ( )

**IV. DATOS COMPLEMENTARIOS:**

Observaciones: .....

.....

.....

Lugar y fecha: Tacna 09/08/21

Teléfono: 951 69 6058

Firma del Experto

DNI: 00465585



**UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN**  
**ESCUELA DE POSGRADO**  
**Maestría en Gestión Empresarial**

Título: CALIDAD DE ATENCIÓN PERCIBIDA Y SU IMPACTO EN EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS CESIONARIOS EN LA ZONA FRANCA DE TACNA , REGIÓN TACNA, AÑO 2021"

**I. DATOS GENERALES:**

- 1.1. Apellidos y nombres del juez: CONDORI COTUNTA DAVID JOSUE
- 1.2. Grado Académico : MAESTRO
- 1.3. Profesión: IN.E. COMERCIAL
- 1.4. Institución donde labora: POPNATA CIA
- 1.5 Cargo que desempeña: JEFE DE LA OFICINA DE ADM. y FINANZAS
- 1.6. Nombre del instrumento : Satisfacción de los usuarios.....
- 1.7. Autor (es) del Instrumento: MEJIAS y MANDRUE

**II.- ASPECTOS DE EVALUACIÓN:**

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 1	Regular 2	Buena 3	Muy Buena 4	Excelente 5
1.CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y comprensible.					X
2.OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables, medibles					X
3.CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría..					X
4.COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con las dimensiones e indicadores.					X
5.PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados.					X
6.SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento.					X

**III. RESULTADO DE LA VALIDACIÓN:**

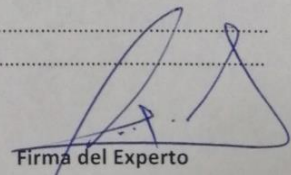
Favorable (X) Desfavorable ( ) Debe de mejorar( )

**IV. DATOS COMPLEMENTARIOS:**

Observaciones:.....  
 .....

Lugar y fecha: T. 12.08.2021

Teléfono: 952 918479

  
 Firma del Experto

DNI: 42239027