

UNIVERSIDAD SAN PEDRO

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Estudios de Administración



Calidad de servicio y satisfacción del usuario del Programa Nacional

Cuna Más Sullana 2019

Tesis para optar el título de Licenciada en Administración.

Autora

Reto Gutiérrez, Karina Yovani

Asesor

Mg. Valdiviezo Pérez, Karina Tomasa

Código ORCID 0000-0002-5639-4374

Piura, Perú

2020

1. PALABRAS CLAVE

Tema : Calidad de servicio y satisfacción del usuario

Especialidad : Administración

Topic :

Specialty : Administration

Línea de investigación

Universidad	Universidad San Pedro
Facultad	Ciencias Económicas y Administrativas
Área OCDE	5. Ciencias Sociales
Sub área	5.2 Economía y Negocios
Disciplina	Negocios y Management

Investigation line

College	San Pedro University
Faculty	Economic and Administrative Sciences
OECD área	5. Social Sciences
Sub área	5.2 Economy and Business
Discipline	Business and Management

2. TÍTULO

Calidad de servicio y satisfacción del usuario del Programa Nacional Cuna Más Sullana
2019

Quality of service and user satisfaction of the National Program Cuna Más
Sullana 2019

3. RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como propósito analizar la relación existente entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario del servicio de cuidado diurno del Programa Nacional Cuna Más Sullana 2019, conformada por cuatro cunas denominadas Héroes de Cenepa, Ramiro Priale, 04 De Noviembre y El Obrero; la presente investigación fue de tipo descriptivo, relacional y correlacional, por su finalidad fue aplicada, y por su nivel descriptivo relacional, de diseño no experimental y de corte transversal; se hizo uso de la técnica de la encuesta y como instrumento de recolección de datos se aplicó el cuestionario, contestado por las madres de familia que hacen uso del servicio de Cuna Más en las zonas donde funciona y son un total de 92, de donde se obtuvo como resultado la existencia de una relación alta y positiva entre las variables de estudio calidad de servicio y satisfacción del usuario, además se pudo conocer la calidad del servicio siendo el cumplimiento de promesa la de mayor aceptación con un 42,4 % muy satisfecho, igualmente en la satisfacción del usuario, la lealtad con un 44% ; llevando a concluir la existencia de relación, correlación mediante el Rho de Spearman con una correlación positiva muy alta de acuerdo al coeficiente de Rho de Spearman de 0.922. Finalmente se recomienda a los directivos de este programa realizar evaluaciones de manera periódica sobre la calidad del servicio brindado así como del grado de satisfacción de los usuarios con el propósito de detectar las debilidades y diseñar estrategias de mejora que permita alcanzar una mayor cantidad de usuarios satisfechos.

Palabras claves: Calidad, lealtad, satisfacción del usuario, servicio, validez

4. ABSTRACT

The purpose of this research work was to analyze the relationship between the quality of service and the satisfaction of the user of the day care service of the National Program Cuna Más Sullana 2019, made up of four cribs called Héroes de Cenepa, Ramiro Priale, 04 November and El Obrero; The present investigation was descriptive, relational and correlational, for its purpose it was applied, and for its relational descriptive level, non-experimental design and cross-sectional; The survey technique was used and the questionnaire was applied as a data collection instrument, answered by the mothers of families who use the Cuna Más service in the areas where it works and there are a total of 92, from which As a result, the existence of a high and positive relationship between the study variables quality of service and user satisfaction was obtained, in addition, it was possible to know the quality of the service, the fulfillment of the promise being the one with the highest acceptance with 42.4% very satisfied, also in user satisfaction, loyalty with 44%; leading to conclude the existence of a relationship, correlation through Spearman's Rho with a very high positive correlation according to the Spearman's Rho coefficient of 0.922. Finally, it is recommended that the managers of this program carry out periodic evaluations on the quality of the service provided as well as the degree of satisfaction of the users in order to detect weaknesses and design improvement strategies that allow reaching a greater number of satisfied users.

Keywords: Quality, loyalty, user satisfaction, service, validity

INDICE

Palabras claves	i
Título	ii
Resumen	iii
Abstract	iv
Índice general	v
Introducción	01
Antecedentes y fundamentación científica	01
Justificación	15
Problema	15
Conceptuación y Operacionalización de las variables	17
Hipótesis	19
Objetivos	19
Metodología	20
Resultados	24
Análisis y discusión	32
Conclusiones	36
Recomendaciones	36
Referencias	38
Anexos	42

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.-	Relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios	30
Tabla 2.-	Correlaciones calidad de servicio y satisfacción del usuario	30
Tabla 3.-	Elementos Tangibles	32
Tabla 4.-	Cumplimiento De Promesa	34
Tabla 5.-	Actitud De Servicio	35
Tabla 6.-	Competencia Del Personal	37
Tabla 7.-	Empatía	38
Tabla 8.-	Validez	39
Tabla 9.-	Lealtad	40

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.-	Elementos tangibles	32
Figura 2.-	Cumplimiento De Promesa	34
Figura 3.-	Actitud De Servicio	35
Figura 4.-	Competencia Del Personal	37
Figura 5.-	Empatía	38
Figura 6.-	Validez	39
Figura 7.-	Lealtad	40

5. INTRODUCCIÓN

5.1. Antecedentes y fundamentación científica

5.1.1. Antecedentes

Para el desarrollo de la presente investigación se precisó de estudios previos en el nivel internacional se detallan a continuación:

Rivera (2019) en su tesis de calidad de servicio y satisfacción de los clientes realizado en la empresa Greenades Ecuador presentó como objetivo evaluar cada una de las variables, fue una investigación de forma cuantitativa, se hizo uso del método descriptivo cuantitativo y deductivo; se tuvo como población a 180 clientes exportadores a quienes se les aplicó un cuestionario conforme al modelo SERVQUAL para conocer las percepciones y expectativas de la población en estudio; los resultados que arrojó la investigación, muestra las percepciones de la calidad del servicio ofrecido por la empresa el cual es menor a las expectativas de sus clientes, las dimensiones donde la brecha negativa es muy alta son la fiabilidad y capacidad de respuesta. se evidencia las dimensiones de fiabilidad y capacidad de respuesta como puntos críticos, se logró evidenciar que todas las dimensiones del modelo muestran valores negativos como los elementos tangibles con una percepción promedio de 6.36 sobre una expectativa de 6.45 dando como brecha -0.09 que si bien es cierto presenta un valor negativo, es la que mayor percepción generó a los clientes exportadores. Además la aplicación del modelo teórico Servqual permitió identificar los puntos críticos del servicio prestado, debiniendo insatisfacción, concluyendo que existe un comportamiento negativo de las variables.

López (2018) en su tesis sobre calidad de servicio y satisfacción del cliente en un restaurante de la ciudad de Guayaquil tuvo como objetivo determinar la relación entre ambas variables en el restaurante Rachy's, se trató de una investigación basada en un enfoque mixto, cuantitativa y cualitativa, un estudio descriptivo de corte transversal, se utilizó la técnica de la encuesta y la entrevista, siendo la primera aplicada a los clientes tomando como muestra de 365 clientes, y la segunda a la propietaria, al personal de servicio y de limpieza, obtuvo como resultados que existe insatisfacción por parte de los clientes en las dimensiones respuesta inmediata y empatía, además se evidenció que existe falta de capacitación y motivación de parte de la empresa hacia el personal. Se concluyó que existe relación entre las variables y una correlación positiva de 0.697; determinó que a mayor calidad del servicio que se ofrezca en el restaurante habrá mayor satisfacción del cliente.

Intriago y Mendoza (2017) en su estudio sobre la aplicación del modelo de Servqual para potenciar la calidad en la empresa Disney Park de Quito, tuvo como objetivo diseñar el modelo Servqual para lograr medir la satisfacción del usuario, se aplicó una metodología deductiva, inductiva, cuantitativa, bibliográfica y de campo, con uso de la encuesta y el cuestionario de preguntas que se basa en cinco componentes que son: responsabilidad, confiabilidad, seguridad, empatía y bienes tangibles en donde se ingresó de los datos recolectados al programa de Excel, donde se registró la información del criterio de los usuarios que permitieron el análisis e interpretación de los resultados. los resultados obtenidos a) el indicador de menor calificación fue la empatía con un 54,07% y la seguridad en 60,96%, por causa de la limitada capacitación del talento humano y las políticas que inobservan la protección de los bienes de los clientes en el interior del establecimiento de recreación. b) calificándose la

aceptabilidad en un 70%, concluyó que es procedente el modelo del diseño de Servqual para medir la calidad de servicio.

Sánchez (2017) en su investigación de calidad de servicio presentó como objetivo evaluar la calidad de servicio al cliente del restaurante Pizza Burger Diner ubicado en Gualan Zacapa, fue un estudio de tipo descriptivo, para recoger la información se aplicó dos cuestionarios uno para la medición de las expectativas y otro para medir las percepciones de la población de estudio quienes fueron los clientes obteniendo una muestra de 70, 14 colaboradores y 4 directivos haciendo un total de 88 personas, del restaurante donde se realizó. Entre los principales resultados obtenidos se determinó la frecuencia de los clientes, la procedencia y los medios publicitarios que mejores resultados han dado. Se determinó un índice de calidad del servicio de -0.18, lo cual indica que las expectativas de los clientes no superan las percepciones por lo que según el método ServQual no existe calidad en el servicio. Se determinó que las brechas de insatisfacción son negativas, en base a la evaluación 360 grado. Concluyendo; que existen discrepancias entre las percepciones de los colaboradores y los directivos sobre las expectativas de los clientes.

Blázquez y Quezada (2014) en su estudio sobre satisfacción de los usuarios hospitalizados en el servicio de medicina interna con el cuidado de enfermería de un hospital regional de la ciudad de Xalapa, Veracruz presentó como objetivo conocer el nivel de satisfacción del usuario hospitalizado, fue un estudio de tipo cuantitativo, descriptivo, transversal; se aplicó el instrumento denominado Patient Satisfaction Instrument (PSI) el mismo que evaluó tres dimensiones: cuidado técnico profesional, confianza y educación al paciente a los usuarios hospitalizados, de ambos sexos, con más de 72 horas de estancia; entre los resultados se obtuvo que hubo 21 usuarios encuestados, cuyas edades oscilan entre 18 y 68 años. La dimensión mejor evaluada fue la de Confianza (162

puntos) y la más baja Educación al paciente (73 puntos). El índice general de satisfacción reportó que los pacientes hospitalizados se encuentran Satisfechos (71.4%) con los cuidados de enfermería. Concluyendo; se conoció el sentir de los pacientes, es decir, quienes manifiestan sentirse satisfechos con los cuidados proporcionados.

Para el desarrollo de la presente investigación se precisó de estudios previos en el nivel nacional se menciona a los siguientes:

Canzio (2019) en su trabajo de investigación sobre calidad de servicio y satisfacción del usuario en emergencia de hospitales públicos de Lima Este en el año 2018, tuvo como propósito identificar la relación entre ambas variables, se trató de una investigación descriptiva y correlacional utilizando un método cuantitativo y de corte transversal, se utilizó como instrumento la técnica de la encuesta de 38 preguntas a una muestra de 382 usuarios externos perteneciente a tres hospitales más concurridos de la DIRIS LE, dentro de los resultados se obtuvo que la dimensión más relevante de la calidad de servicio fue la capacidad de respuesta, en cuanto a la satisfacción de los usuarios en la mayoría de sus dimensiones los usuarios perciben satisfacción. Concluyó que existe relación directa entre las variables de estudio.

Huancollo (2018) en su tesis calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la municipalidad distrital de Taraco – Huancané – Puno, a fin de demostrar la influencia entre las variables de estudio, se trató de una investigación aplicada, no experimental, transeccional, correlacional causal; para lo cual el tesista aplicó una encuesta de 48 preguntas a una muestra de 374 usuarios de la institución, obtuvo el resultado de 94.39% y el 95.19% que representa un nivel medio de la calidad y satisfacción aceptable, respectivamente. Concluyendo, existe influencia positiva media de 0.654 siendo muy significativa entre las variables

de estudio, aceptando la hipótesis general, La calidad de servicio influye significativamente en la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Distrital de Taraco – Huancané – Puno, 2017.

Pérez (2018) en su investigación de calidad de servicio y satisfacción del usuario de los consultorios externos de un hospital público de Lima, trazó el objetivo determinar la relación entre las variables de estudio, fue un estudio descriptivo, correlacional de diseño transversal con enfoque cuantitativo, hizo uso de la técnica de la encuesta y de su instrumento, se aplicó dos cuestionarios a una muestra de 109 usuarios. Los resultados obtenidos fueron, la calidad de servicio es de un nivel regular en un 45.9% y de nivel satisfecho con un 41.3% en la satisfacción del usuario, concluyendo que; existe relación positiva con un grado de correlación de 0.750 establecido con el estadístico de Spearman denotando una correlación fuerte entre las variables.

Gallardo y Mori (2016) en su estudio sobre el nivel de calidad del servicio y el nivel de satisfacción del cliente en Interbank en la tienda principal de Trujillo, estudiaron en el año 2016 presentó como objetivo conocer la relación entre ambas variables en los clientes Premium de la entidad donde se realizó la investigación, el estudio fue de tipo correlacional; elaboraron un cuestionario diez preguntas el mismo que fue aplicado a una muestra de 81 clientes quienes contestaron de acuerdo a su experiencia, a su trayectoria como cliente y conforme a sus perspectivas. Los resultados con respecto a la calidad de servicio y satisfacción de los clientes, se obtuvieron en un nivel excelente, en un 43% y 47% respectivamente, concluyendo que el resultado del coeficiente de correlación es una correlación positiva ($R= 0.98$), aceptando la hipótesis: “La Calidad del Servicio tiene una relación directa con el Nivel de Satisfacción del Cliente Premium Interbank Tienda Principal de Trujillo”.

..

Gutiérrez (2016) en su investigación realizada sobre la calidad de los servicios de saneamiento básico y su relación con la satisfacción del usuario en el distrito de Juanjui – provincia de Mariscal Cáceres Perú; en conocer la relación entre las dos variables de la investigación, el estudio fue de tipo descriptivo correlacional, aplicó un cuestionario para la evaluación de la calidad de servicio y satisfacción del usuario, a una muestra de 150 ciudadanos. Los resultados señalaron que la calidad de servicio se encuentra dentro de la escala valorativa como regularmente y en cuanto a la satisfacción de los usuarios en un 55% señalaron estar regularmente satisfechos lo que demuestra que los responsables del saneamiento básico no están cumpliendo bien sus funciones lo que trae consigo la insatisfacción de los usuarios. Concluyendo, existe relación entre las variables y aceptando la hipótesis: La calidad de los servicios de saneamiento básico se relaciona con la satisfacción del usuario en el distrito de Juanjui- Provincia de Mariscal Cáceres 2016.

Ramírez (2016) En el estudio realizado sobre calidad de servicio y satisfacción del usuario en el área de Farmacia del hospital Santa Gema de Yurimaguas Perú, tuvo como finalidad determinar la relación entre las variables de estudio, fue una investigación de tipo descriptivo correlacional, con una población de 120 usuarios, tomando como muestra a 30 sujetos muestrales. La técnica de recolección de datos utilizada fue la encuesta con su instrumento el cuestionario. El resultado fue una relación directa y positiva; establecido con el coeficiente 0.2705 en el estadístico correlación de Pearson, denotó; existe una relación positiva baja.

Sifuentes (2016) en su investigación sobre satisfacción del usuario y calidad del cuidado de enfermería en el servicio de cirugía del hospital regional docente de Trujillo Perú, presentó como objetivo determinar la relación del nivel de satisfacción del usuario hospitalizado y la calidad del cuidado de enfermería, la

investigación fue de carácter descriptivo, correlacional transversal para lo cual se aplicó dos instrumentos que fueron la escala de satisfacción del usuario y calidad de cuidado basado en el enfoque teórico Donabedian aplicados a una muestra de 194 usuarios hospitalizados. Los resultados denotaron, el 67% de los usuarios están insatisfechos y poco satisfechos con la calidad del cuidado de enfermería. Concluyó, existe significativa relación entre las variables de estudio.

Entre los antecedentes locales se detalla a continuación:

Calvo-Pérez y Landa (2019) en su investigación sobre la satisfacción del cliente en el restaurante Tao, estudio realizado en la ciudad de Piura, presentó como objetivo evaluar la satisfacción del cliente en relación a la calidad de servicio, el estudio fue descriptivo y de campo, con un diseño transversal y no experimental, La población de estudio estuvo conformada por los clientes, entre las edades de 18 y 75 años, que hayan asistido al restaurante Tao Piura durante los últimos seis meses. De la población se obtuvo una muestra de 224 elementos, la técnica de recolección de datos fue la observación y encuesta, el instrumento que se aplicó fue el cuestionario dirigido a los clientes asistentes al restaurante Tao. Los resultados indican la existencia de pequeñas brechas entre la percepción y expectativa del cliente, respecto a las cinco dimensiones de la calidad de servicio, concluyendo que; los clientes están totalmente satisfechos con el servicio ofrecido.

Valdiviezo (2017) en su tesis de calidad de servicio y satisfacción del cliente en el Banco de Crédito del Perú, agencia Piura, presentó como objetivo analizar la relación entre ambas variables, fue una investigación de nivel descriptivo, de diseño transversal, no experimental y correlacional, la población fueron los clientes de la entidad financiera en estudio tomando como muestra a 363 clientes a quienes se les aplicó un cuestionario; obtuvo entre los resultados, el indicador

de calidad más valorado fue el de apariencia pulcra y en cuanto a la satisfacción se encontró que las personas se sienten satisfechos con la solvencia de la empresa medido en términos de seguridad que sienten al realizar sus transacciones y el trato recibido por el personal. Se concluyó que se aprueba la hipótesis general: “existe una relación significativa entre calidad del servicio y satisfacción del cliente”, pues el análisis estadístico muestra un índice de correlación de $r=0.692 > 0.3$ con un $\text{Sig.}=0.000 < 0.05$.

5.1.2. Fundamentación científica

A. Calidad de servicio

Moya (2016), precisa que; cuando se habla de calidad en servicio, inmediatamente se viene a la mente el concepto cliente. Hoy en día, como clientes, se busca calidad, en razón que los productos deben satisfacer las necesidades, a un bajo costo, que sea durable, tecnológico y que exista una gran variedad de opciones en el mercado, etc. Por lo que se espera asimismo que se brinde el servicio con una buena atención en términos de amabilidad e información.

Además, con una gran cantidad de requerimientos que varían todo el tiempo, hoy las empresas deben lidiar con clientes que son cada vez más complejos, manejan gran cantidad de información respecto de sus preferencias, son exigentes en relación con lo que esperan obtener, el consumidor de hoy en día está realmente interesado en el valor que le aportará el producto o servicio que busca. Es por ello que actualmente las organizaciones de cualquier tipo (empresas, privadas, públicas, sociales, etc.) tratan de incorporar metodologías que les ayuden a medir los niveles de satisfacción de sus clientes, ya que de esta forma se aseguran de seguir formando parte de las

preferencias y más aún, buscar la forma de que estos mismos clientes recomienden los productos o servicios ofertados a otros.

Asimismo, la calidad en servicio es uno de los aspectos más importantes para asegurar la permanencia de las empresas en el mercado, sin embargo, hoy nos encontramos con gran número de clientes disconformes principalmente con los servicios que se le entregan.

Es la forma de actitud, relacionada pero no equivalente a la satisfacción, donde el cliente compara sus expectativas con lo que recibe una vez que ha llevado a cabo la transacción. (Ruiz, 2001)

Factores de la calidad de servicio

Según Moya (2016) en sus estudios logra determinar que los consumidores evalúan el servicio que reciben a través de la suma de las evaluaciones que realizan a los siguientes factores:

- Elementos tangibles. Se refiere a la apariencia de las instalaciones de la organización, la presentación del personal y hasta los equipos utilizados en determinada compañía (de cómputo, oficina, transporte, etc.). Una evaluación favorable en este rubro invita al cliente para que realice su primera transacción con la empresa.

No son pocos los clientes del ramo industrial que con sólo visitar la planta manufacturera o conociendo su sistema de computación, se deciden a realizar su primer pedido. Ni qué decir de las empresas del sector comercial: Una exhibición adecuada de los productos que comercializa influye en un cliente potencial.

De la misma forma, si su empresa es del sector servicios, también logrará un beneficio con el buen uso de los elementos tangibles, como es el caso de los nuevos talleres automotrices (franquiciados), que revoluciona nuestra costumbre de ver talleres para autos con demasiada grasa y muy descuidados: asesores e instalaciones limpias invitan a más de un cliente, día con día, a experimentar con dicha organización.

Es importante mencionar que los aspectos tangibles pueden provocar que un cliente realice la primera operación comercial, pero no lograrán convencer al cliente de que vuelva a comprar.

- Cumplimiento de promesa. Significa entregar correcta y oportunamente el servicio acordado. Es decir, que, si prometió entregar un pedido de 30 toneladas de materia prima a su cliente industrial el viernes de las 8 de la mañana, deberá cumplir con esas dos variables. Entregar a las 8 de la mañana 20 toneladas es incumplimiento, lo mismo que entregar las 30 toneladas a las 11 de la mañana del viernes o entregarlas el sábado.

Aunque ambos requisitos (entrega correcta y oportuna) pueden parecer diferentes, los clientes han mencionado que ambos tienen igual importancia, pues provocan su confianza o desconfianza hacia la empresa que provee el servicio. En opinión del cliente, la confianza es lo más importante en materia de servicio.

El cumplimiento de promesa es uno de los dos factores más importantes que orilla a un cliente a volver a comprar en una organización.

- Actitud de servicio. Con mucha frecuencia los clientes perciben falta de actitud de servicio por parte de los empleados; esto significa que no sienten la disposición quienes los atienden para escuchar y resolver sus problemas o emergencias de la manera más conveniente-

Este es el factor que más critican los clientes, y es el segundo más importante en su evaluación. Después del cumplimiento, las actitudes influyen en el cliente para que vuelva a nuestra organización y esta es una gran oportunidad de mejora al interior de las organizaciones que entregan servicios. Capacitar a sus colaboradores para que logren empatía con el cliente, hacerlos comprender que si bien el cliente no siempre tiene la razón son la base del negocio, que comprendan que sin clientes no hay razón de existir para la organización.

- Competencia del personal. El cliente califica qué tan competente es el empleado para atenderlo correctamente; si es cortés, si conoce la empresa donde trabaja y los productos o servicios que vende, si domina las condiciones de venta y las políticas, en fin, si es capaz de inspirar confianza con sus conocimientos como para que usted le pida orientación. Muchos clientes saben bien lo que quieren comprar, pero aquellos que requieren de orientación o de consejos y sugerencias pueden no tomarlas en cuenta, aunque sean acertadas si no perciben que quien los atiende es lo suficientemente competente.

- Empatía. Aunque la mayoría de las personas define a la empatía como ponerse en los zapatos del cliente (lo vemos hasta en comerciales de televisión), para los clientes, la empatía buscada se orienta a los siguientes aspectos:
Facilidad de contacto: ¿Es fácil llegar hasta su negocio? ¿Cuándo llaman a sus vendedores o empleados los encuentran, se reportan o sus números telefónicos son de los que siempre están ocupados o de los que nunca contestan y encima, cuando contestan, el cliente no puede encontrar a quien busca y nadie puede ayudarlo?

Comunicación: Algo que buscan los clientes es un mayor nivel de comunicación de parte de la empresa que les vende, además en un idioma que ellos puedan entender claramente.

Gustos y necesidades: El cliente desea ser tratado como si fuera único, que le brindemos los servicios que necesita y en las condiciones más adecuadas para él y - ¿por qué no? Que le ofrezcamos algo adicional que alcancen y superen sus expectativas.

B. Satisfacción del usuario

Rey (2000) señala que el concepto satisfacción del usuario adquiere un notable relieve en el ámbito de la biblioteconomía en los años 80, tal como lo refleja la literatura profesional. Habitualmente aparece unido a otros dos términos que han entrado con una fuerza similar: la calidad y la evaluación. Desde entonces, estos conceptos se han ido adaptando poco a poco a la realidad bibliotecaria, tal como había ocurrido con anterioridad en otras organizaciones de servicios como, por ejemplo, hospitales, bancos, universidades y también en instancias gubernativas, como los ministerios. Los tres elementos se presentan consecutivamente, es decir, se efectúa la evaluación para poder aplicar la calidad y conseguir con ello la satisfacción del usuario.

Atalaya (2001) la satisfacción es un fenómeno que no se da en abstracto siempre está ligado a aspectos objetivos que directamente afectan al usuario en su percepción.

Andía, Pineda, Sottec, Ramírez, Molina, y Romero, (2002) señalan que la satisfacción del usuario implica una experiencia racional o cognoscitiva, derivada de la comparación entre las expectativas y el comportamiento del producto o servicio; está subordinada a numerosos factores como las expectativas, valores morales, culturales, necesidades personales y a la propia

organización sanitaria. Estos elementos condicionan que la satisfacción sea diferente para distintas personas y para la misma persona en diferentes circunstancias.

Es la diferencia entre las expectativas del usuario y la percepción de los servicios que ha recibido. De esta manera, las percepciones subjetivas acompañadas de las expectativas previas configuran la expresión de la calidad del servicio. (Agudelo, Bretón y Buela, 2005)

Quispe (2015) señala que la satisfacción es la respuesta de saciedad del cliente. y propone como dimensiones de la satisfacción del usuario: la validez y lealtad.

Validez es la característica principal del servicio que brinda el médico de una manera correcta y eficaz además de la capacidad de lograr el efecto que se desea o se espera en concordancia con las expectativas del paciente.

La validación es el proceso por medio del cual el investigador que desarrolla cuestionarios obtiene evidencia para sustentar sus inferencias. Este proceso de validación requiere un estudio empírico dirigido a recolectar la evidencia requerida.

La validez es la característica principal de lo correcto o eficaz o de lo que se ajusta a la ley. Tradicionalmente la validez, se había presentado como la cualidad del instrumento para medir los rasgos o características que se pretenden medir. Por medio de la validación se trata de determinar si realmente el cuestionario mide aquello para lo que fue creado.

Por último; la validez se ve como una evaluación más que una característica de cuán apropiadas y adecuadas son las interpretaciones y los usos que se hacen de los resultados del cuestionario.

Lealtad (Reichheld, 2003), define la lealtad como el sello distintivo de los grandes líderes y se da cuando los líderes pueden ayudar a sus empleados a construir relaciones con los clientes correctos: los clientes que puedan crear un valor tan consistente, que quieran regresar por más, tarde o temprano hacer todos sus negocios con esta compañía.

La lealtad califica a una persona que tiene un carácter leal, es decir, fiel a sus compromisos y que ha dado muestras de honestidad. Este término hace referencia a una virtud moral y prueba el grado de dedicación de una persona hacia otra.

Por último; la lealtad puede adoptar diversos aspectos según en las circunstancias en que se aplique. En el marco de terapias familiares, la lealtad designa el respeto de las reglas dictadas por una familia mientras que en el confucianismo la lealtad se refiere más a nociones de fiabilidad y credibilidad

5.2. Justificación de la investigación

El presente trabajo de investigación se justifica por la obtención y la interacción del conocimiento de las variables del estudio, en el Programa Nacional Cuna Más de la provincia de Sullana, con la finalidad de la mejora del servicio del usuario. También, la presente información es relevante en la praxis concordante con la parte operativa, para satisfacción de la necesidad del usuario; con respecto a la metodología se trabajó las dimensiones de cada una de las variables; siendo guía en el desarrollo del trabajo, asimismo brindar un mejor servicio dentro del plazo establecido en beneficio del usuario, generando seguridad tanto para el usuario como para los trabajadores de Cuna Mas. siendo relevante la importancia social y económica porque se evitaría incurrir en penalidades. Finalmente, la presente información obtenida servirá como base para estudios más profundos en el futuro.

5.3. Problema:

El tema de calidad de servicio no es algo nuevo ni reciente en las organizaciones o empresas, debido que siempre los clientes han pedido un buen trato y mejor atención al obtener un servicio o producto, sumado a la confiabilidad, calidad, tiempos prudentes, precios e innovación constante por parte de las mismas, por lo tanto, cada una de las empresas han encontrado la manera de buscar distintas alternativas para cubrir estas exigencias. En la actualidad, hay una ardua competencia entre las empresas por tratar de ser el primero en captar la atención del cliente, algo que se puede conseguir en corto o en largo tiempo; por lo que no se debe dejar el objetivo de cumplir con la satisfacción del cliente y atender eficazmente de ellos, tratando de mantener un juicio razonable y siempre brindando una imagen buena de la empresa u organización. Por lo anteriormente planteado, se considera que cada empresa tiene que conocer aspectos claves sobre la calidad del servicio al cliente. Para lograr desempeñarla de manera correcta dentro de la misma y así ampliar su cartera de clientes, (Solórzano y Aceves, s.f.)

En una publicación de Bollar (2016) señala que en América Latina al adoptar un servicio moderno de atención, no se ha considerado como una meta estratégica de prioridad alta. En el caso de Brasil la situación es tan extrema que se ha tenido que regular la respuesta a las quejas de los clientes bajo pena de multa. Por su parte México es el país con un peor nivel de servicio al cliente de acuerdo al estudio de Accenture, razón principal para hacer cambios de proveedor, sino que está arriesgando el desarrollo de México en la exportación de atención a clientes.

El presente estudio tendrá como espacio de investigación a las cunas del programa Cuna Mas Sullana, las mismas que son cuatro: Héroes de Cenepa, Ramiro Priale, 04 de Noviembre y El Obrero ubicadas en la provincia de Sullana. La problemática que se vivencia en este programa es que algunas cunas no cuentan con los servicios básicos para atender bien en el cuidado de los niños, además la coordinadora del programa muchas veces no se le encuentra cuando se le requiere, además no se cumple con el horario de atención a los infantes muchas veces enviándolos a su casa antes de la hora de salida, lo que pone en problemas a las madres de familia que se encuentran laborando, por tanto, es necesario evaluar la asistencia que brindan a fin de garantizar la calidad de servicio prestado y evaluar la satisfacción del usuario a fin de proponer mejoras

Ante la problemática descrita, nace la propuesta de realizar este trabajo de investigación, se da frente a las necesidades de dar calidad a los servicios prestados y satisfacer a los usuarios que hacer uso de las cunas del Programa Cuna Mass Sullana a fin de implementar estrategias que permitan mejorar la calidad y a su vez alcanzar la satisfacción de los usuarios. Por lo que considero necesario estudiar lo siguiente:

¿Cuál es la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario del programa Cuna Más de Sullana 2019?

5.4. Conceptuación y Operacionalización de las variables

Marco conceptual

Calidad de servicio

Satisfacción del usuario

Operacionalización de las variables:

- **Calidad de servicio.** - valorada por los consumidores a través de sus factores: elementos tangibles, cumplimiento de promesa, actitud de servicio, competencia del personal y empatía (Moya, 2016).
- **Satisfacción del usuario.** - es el equilibrio de la satisfacción de sus necesidades con respecto a la adquisición del producto, mediante la validez y la lealtad (Quispe, 2015).

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE CALIDAD DE SERVICIO

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS
CALIDAD DE SERVICIO	valorada por los consumidores a través de sus factores: elementos tangibles, cumplimiento de promesa, actitud de servicio, competencia del personal y empatía (Moya, 2016).	Se midió por los factores, mediante la técnica de la encuesta a través del cuestionario aplicado desde la pregunta 1 hasta la 10.	Elementos tangibles	Porcentaje de ambientes adecuados	1
				Porcentaje de personal uniformado	2
			Cumplimiento de promesa	Porcentaje de servicio adecuado	3
				Porcentaje de confianza	4
			Actitud de servicio	Porcentaje de buena disposición	5
				Porcentaje de actitud proactiva	6
			Competencia del personal	Porcentaje de personal competente	7
				Porcentaje de conocimiento de su trabajo	8
			Empatía	Porcentaje de facilidad de contacto	9
				Porcentaje de buena Comunicación	10
SATISFACCIÓN DEL USUARIO	es el equilibrio de la satisfacción de sus necesidades con respecto a la adquisición del producto, mediante la validez y la lealtad (Quispe, 2015)	Se midió por los factores, mediante la técnica de la encuesta a través del cuestionario aplicado desde la pregunta 11 hasta la 18.	Validez	Porcentaje de atención correcta	11, 12
				Porcentaje de eficacia	13,14
			Lealtad	Porcentaje de seguridad de cumplimiento	15,16
				Porcentaje de compromiso del usuario	17, 18

5.5. Hipótesis

Existe relación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de Cuna Mas Sullana.

5.6. Objetivos

Objetivo general

Determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de Cuna Mas Sullana 2019 Sullana 2019.

Objetivos específicos

- Describir los elementos tangibles y cumplimiento de promesa de la calidad de servicio de Cuna Mas Sullana 2019 Sullana 2019.
- Detallar la actitud de servicio, competencia del personal y empatía de la calidad de servicio de Cuna Mas Sullana 2019 Sullana 2019.
- Conocer la validez y lealtad de la satisfacción de los usuarios en Cuna Mas Sullana 2019 Sullana 2019.

6. METODOLOGÍA

6.1. Tipo y Diseño de investigación

Tipo de investigación:

La investigación se realizó según el objetivo investigación aplicada, de nivel de profundización en el objeto descriptivo, relacional-correlacional, asimismo se operacionalizó las variables y tuvo como finalidad determinar la relación que existe entre ambas en un contexto en particular (Programa Cuna Mas Sullana).

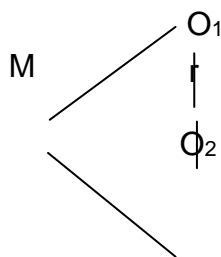
Diseño de Investigación:

El presente estudio fue de diseño relacional - correlacional, no experimental, porque no se manipularon las variables y de corte transversal, su aplicación fue mediante el cuestionario y la obtención de la información fue en un solo momento. (Cabezas, Andrade y Torres, 2018)

Dónde:

O₁: Variable (calidad de servicio)

O₂: Variable (Satisfacción del usuario)



Consideramos a este diseño ya que se comparó qué relación tienen dos variables como O₁ y O₂ que se pueden obtener de una población.

6.2. Población y Muestra

Población:

Para la investigación se consideró a los usuarios del servicio de cuidado diurno del Programa Cuna Mas de la Provincia de Sullana de las zonas Héroes de Cenepa, Ramiro Priale, 04 de noviembre y El obrero. Constituida por 92 usuarios. (Rios, 2017).

Tamaño de la población:

ZONA	Calidad de usuarios
Héroes de Cenepa	20
Ramiro Priale	24
04 de Noviembre	24
El Obrero	24
Total	92

P = 92 usuarios

Muestra:

La muestra estuvo constituida por toda la población

6.3. Técnica e instrumento de investigación

En la presente investigación se aplicó la técnica de la encuesta con su respectivo instrumento el cuestionario de 18 preguntas permitiendo la recogida de datos. con la finalidad de analizarlos, comprender para responder a la pregunta de investigación. (Cabezas, Andrade y Torres, 2018)

Técnica	Instrumento
Encuesta	Cuestionario

Validez y confiabilidad del instrumento

Validez

Respecto a la validez, se realizó a través de los expertos mediante la validez del contenido en la cual los expertos denotan las preguntas con las variables. (Vara, 2010)

Experto	Grado	Instrumento	Validación	Criterio
Vera Sandoval María Angélica	Licenciado en Administración	Cuestionario	3	Moderado nivel
Cinthia Paola Siancas Albuja	Licenciado en Administración	Cuestionario	4	Alto nivel
Cecilia Hortencia Leight Ríos	Licenciado en Administración	Cuestionario	3	Moderado nivel

Confiabilidad:

Se aplicó el estadístico de fiabilidad, alfa de Cronbach obteniendo un valor de 0.986 siendo considerado un valor aceptable porque supera el 0.08; por lo que se señala que el instrumento es confiable. (Lao y Takakuwa, 2018)

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
.986	92

Procedimientos y análisis de la información

Los instrumentos para la recogida de datos específicamente para el presente estudio aplicados a través de los cuestionarios, previamente validados mediante la validez del contenido y la fiabilidad.

Técnicas de procesamientos y análisis de datos:

- Procesamiento: Se asignó pesos a las alternativas de cada Ítem, considerando la escala de Likert, es decir el menor y mayor peso según corresponda. Luego fueron procesados en el aplicativo Excel y con el paquete estadístico SPSS 22.
- Método de análisis de datos: Estadística descriptiva: Se hizo uso para la descripción de las variables y de la estadística inferencial para determinar relación de la calidad de servicio y la satisfacción del usuario.

7. RESULTADOS

Resultados con respecto al objetivo general: determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de Cuna Mas Sullana 2019.

Tabla 1

Relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios

		Satisfacción del usuario							
		Regular		Bueno		Excelente		Total	
		n	%	n	%	n	%	n	%
Calidad de servicio	Regular	16	17,4%	2	2,2%	0	0,0%	18	19,6%
	Bueno	4	4,3%	30	32,7%	0	0,0%	34	37,0%
	Excelente	0	0,0%	0	0,0%	40	43,5%	40	43,5%
Total		20	21,7%	32	34,8%	40	43,5%	92	100,0%

Fuente: Cuestionario aplicado a usuarios de Cuna Mas Sullana 2019.

Elaboración propia

En la tabla 1 se evidencia en el cruce de las variables denotadas que el 43,5% de los usuarios encuestados; califican la calidad de servicio y satisfacción del usuario en un nivel de excelente, quienes manifiestan que se viene dando un buen servicio.

La contrastación es necesaria para dar la aceptación o rechazo de la hipótesis planteada, mediante el procedimiento de la prueba estadística

En base al parámetro de hipótesis se tiene la siguiente prueba:

Nivel de significancia, $\alpha=0.05 = 5\%$ error máximo como margen

Regla de decisión

Prueba de hipótesis

H_1 : Existe relación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de Cuna Mas Sullana.

H_0 : No Existe relación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de Cuna Mas Sullana.

Tabla 2.*Correlaciones calidad de servicio y satisfacción del usuario*

			Calidad de servicio	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Calidad de servicio	Coefficiente de correlación	1,000	,922**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	92	92
	Satisfacción del usuario	Coefficiente de correlación	,922**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	92	92

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

En la tabla 2. Se evidencia la relación, se aplicó el Rho de Spearman denotando un coeficiente de 0.922 correlación positiva muy alta y 0,000 de significancia con sig bilateral, valor menor al parámetro teórico 0.05 denotando una información de aceptación de la hipótesis alterna: Existe relación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de Cuna Mas Sullana 2019.

Resultados con respecto al objetivo específico: Describir los elementos tangibles y cumplimiento de promesa de la calidad de servicio de Cuna Mas Sullana 2019.

Tabla 3
Elementos tangibles y cumplimiento de promesa

	Insatisfecho	Regular o moderado	Satisfecho	Muy satisfecho	Total
Ambientes adecuados	15.2%	28.3%	27.2%	29.3%	100%
personal uniformado	4.3%	26.1%	26.1%	43.5%	100%
Elementos tangibles	9.8%	27.2%	26.6%	36.4%	100%
Servicio adecuado	10.9%	34.7%	10.9%	43.5%	100%
Confianza	6.5%	28.3%	23.9%	41.3%	100%
Cumplimiento de promesa	8.7%	31.5%	17.4%	42.4%	100%

Fuente: Encuesta a usuarios del servicio de cuidado diurno de Cuna Más Sullana 2019

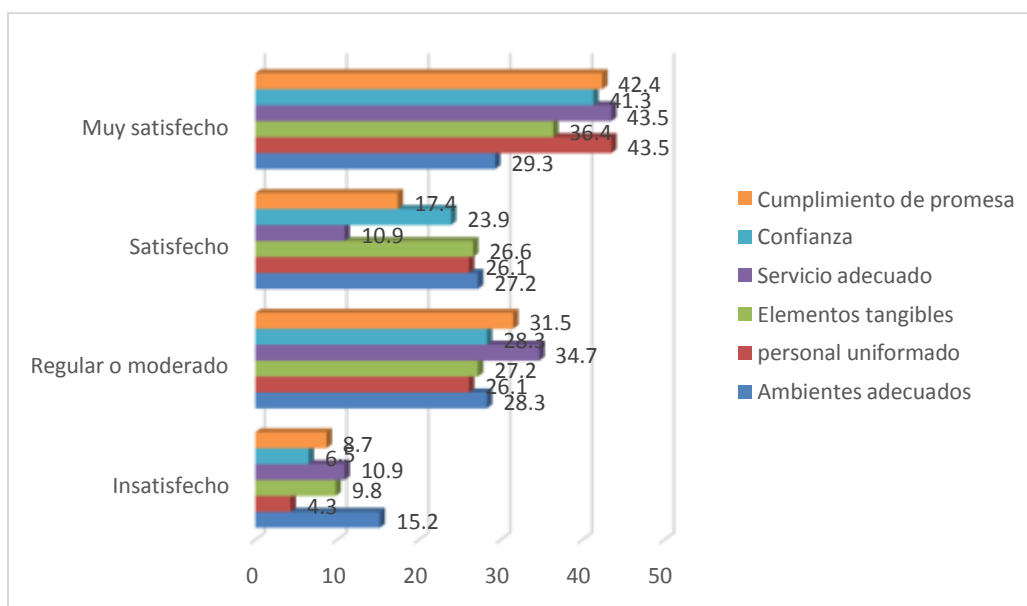


Figura 1. Elementos Tangibles y cumplimiento de promesa

Tabla 4.*Nivel de elementos tangibles y cumplimiento de promesa*

	Insatisfecho	Regular o moderado	Satisfecho	Muy satisfecho	Total
Elementos tangibles	9.8%	27.2%	26.6%	36.4%	100%
Cumplimiento de promesa	8.7%	31.5%	17.4%	42.4%	100%
Promedio	9.25%	29.35%	22%	39.4%	100%

En la tabla 4 se muestra en promedio a los elementos tangibles y cumplimiento de promesa de la calidad de servicio encontrándose en un nivel muy satisfecho con un 36.4%; y 42,4% respectivamente.

Resultados con respecto al objetivo específico: Detallar la actitud de servicio, competencia del personal y empatía de la calidad de servicio de Cuna Mas Sullana 2019 Sullana 2019.

Tabla 5

Actitud de servicio, competencia del personal y empatía de la calidad de servicio

	Insatisfecho	Regular o moderado	Satisfecho	Muy satisfecho	Total
Buena disposición	8.7%	28.3%	19.6%	43.5%	100%
Actitud proactiva	10.9%	28.3%	22.8%	38.0%	100%
Actitud de servicio	9.8%	28.3%	21.2%	40.8%	100%
Personal competente	6.5%	23.9%	26.1%	43.5%	100%
Conocimiento de su trabajo	13.0%	19.6%	27.2%	40.2%	100%
Competencia del personal	9.8%	21.7%	26.6%	41.8%	100%
Facilidad de contacto	10.9%	26.1%	35.9%	27.2%	100%
Buena Comunicación	6.5%	23.9%	28.3%	41.3%	100%
Empatía	8.7%	25.0%	32.1%	34.2%	100%

Fuente: Encuesta a usuarios del servicio de cuidado diurno de Cuna Más Sullana 2019

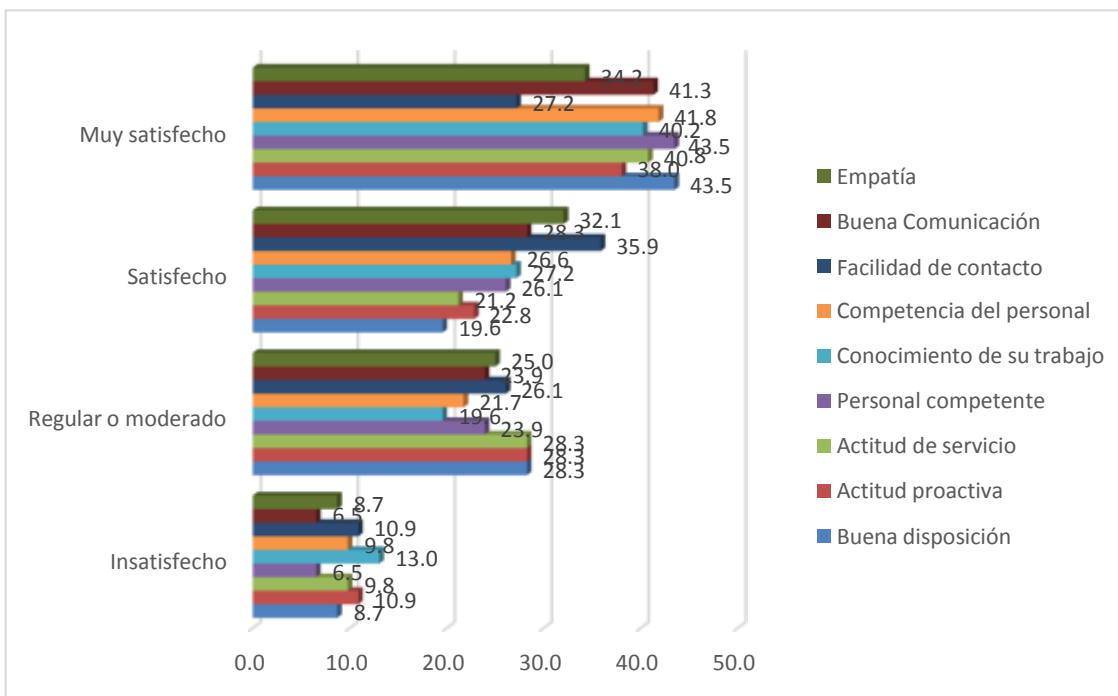


Figura 2. Actitud de servicio, competencia del personal y empatía de la calidad de servicio

Tabla 6.

Promedio de la actitud de servicio, competencia del personal y empatía de la calidad de servicio

	Insatisfecho	Regular o moderado	Satisfecho	Muy satisfecho	Total
Actitud de servicio	9.8%	28.3%	21.2%	40.8%	100.0%
Competencia del personal	9.8%	21.7%	26.6%	41.8%	100.0%
Empatía	8.7%	25.0%	32.1%	34.2%	100.0%
Promedio	9.4%	25.0%	26.6%	38.9%	100.0%

En la tabla 6 se muestra lo referente a la actitud de servicio, competencia del personal y empatía de la calidad de servicio, encontrándose en un nivel muy satisfecho en un 40,8%; 41,8 y 34,2% respectivamente.

Resultados con respecto al objetivo específico: Conocer las dimensiones validez y lealtad de la satisfacción de los usuarios en Cuna Mas Sullana 2019 Sullana 2019.

Tabla 7
Validez y lealtad

	Insatisfecho	Regular o moderado	Satisfecho	Muy satisfecho	Total
Atención correcta	6.5	30.4	26.1	37.0	100
Eficacia	2.3	34.8	19.6	43.4	100
Validez	4.35	32.61	22.83	40.18	100
Seguridad de	0	43.5	13.0	43.5	100
Compromiso del usuario	0	28.3	28.3	43.5	100
Lealtad	0	35.87	20.65	43.48	100

Fuente: Encuesta a usuarios del servicio de cuidado diurno de Cuna Más Sullana 2019

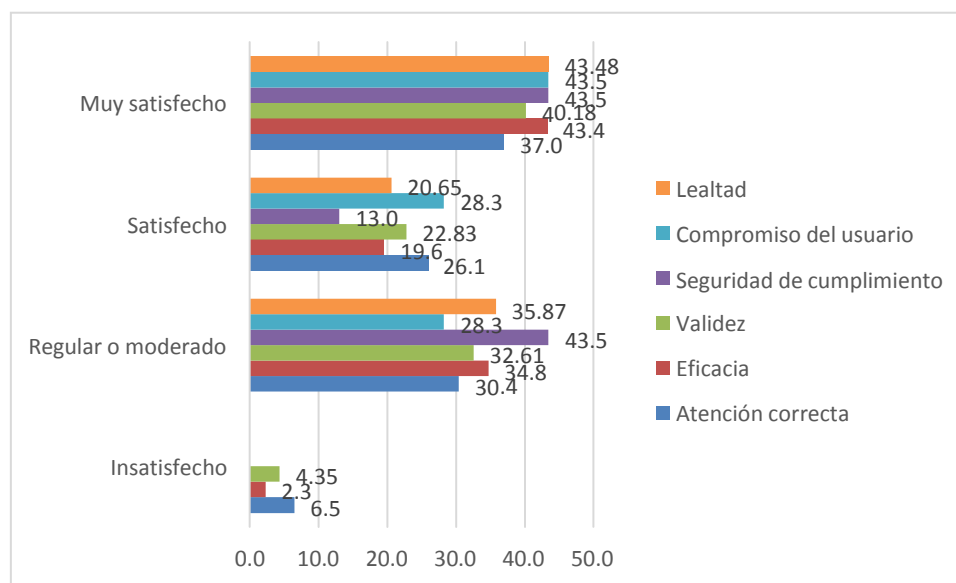


Figura 3. Validez y lealtad

Tabla 8*Promedio de la validez y lealtad*

	Insatisfecho	Regular o moderado	Satisfecho	Muy satisfecho	Total
Validez	4.35	32.61	22.83	40.18	100.0
Lealtad		35.87	20.65	43.48	100.0
Promedio	4.35	34.24	21.74	41.83	100.00

En la tabla 8 se muestra lo referente a la validez y lealtad de la satisfacción del usuario, encontrándose en un nivel muy satisfecho en un 40,18% y 43,48% respectivamente.

8. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN

Respecto al objetivo general, determinar la relación entre la variable calidad de servicio y la variable satisfacción del usuario; en los resultados de la investigación se evidencia en el cruce de las variables denotadas que el 43,5% de los usuarios encuestados; califican la calidad de servicio y satisfacción del usuario en un nivel de excelente, quienes manifiestan que se viene dando un buen servicio. Asimismo, se determinó la existencia de relación, correlación mediante el Rho de Spearman con una correlación positiva muy alta de 0.922

Los resultados se comparan con los obtenidos por Ramírez (2016) en el estudio realizado sobre calidad de servicio y satisfacción del usuario donde concluye la existencia de una relación directa y positiva con un coeficiente de 0.2705 entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario del área de Farmacia del hospital Santa Gema de Yurimaguas. Por su parte, Sánchez (2017) concluye que con la evaluación 360 grados se determinó que existen discrepancias entre las percepciones de los colaboradores y los directivos sobre las expectativas de los clientes, lo cual explica que los directivos no conocen lo que sus clientes necesitan. Finalmente, Blázquez y Quezada (2014) concluyen que los pacientes manifiestan sentirse satisfechos con los cuidados proporcionados, la oportunidad de mejora detectada fue el tema de educación al paciente, aquí es necesario incidir, considerando que ésta es una actividad y responsabilidad propia del personal de enfermería. Por lo cual, considero que los estudios mencionados coinciden con esta investigación al existir la relación entre las variables de estudio en las investigaciones coincidiendo entre las mismas, además se logra demostrar la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula.

Al respecto ha teorizado, Oriana (2012) quien conceptualiza la calidad del servicio al cliente “como los requerimientos que satisfacen las necesidades y deseos del cliente en la contratación y en el uso, es decir, consiste en cumplir las expectativas del cliente”.

Asimismo, Thompson (1997) refiere que la satisfacción del usuario depende no solo de la calidad de los servicios sino también de sus expectativas. El usuario está satisfecho cuando los servicios cubren o exceden sus expectativas. Si las expectativas del usuario son bajas o si el usuario tiene acceso limitado a cualquiera de los servicios, puede ser que esté satisfecho con recibir servicios relativamente deficientes.

En relación al primer objetivo específico, los resultados de la investigación en lo que respecta a los elementos tangibles y cumplimiento de promesa de Cuna Mas Sullana 2019, se encontró en promedio que la dimensión con mayor aceptación fue la de cumplimiento de promesa donde se evidencia que cuarenta y tres personas de cada cien, están muy satisfechos con el cumplimiento del servicio que le prometieron, asimismo sienten confianza por el servicio que reciben del programa de Cuna Mas Sullana 2019.

Los resultados se comparan con la investigación de Rivera (2019) donde se encontró que las dimensiones de fiabilidad y capacidad de respuesta fueron los puntos críticos, se logró evidenciar que todas las dimensiones del modelo muestran valores negativos como los elementos tangibles con una percepción promedio de 6.36 sobre una expectativa de 6.45 dando como brecha -0.09 que si bien es cierto presenta un valor negativo, es la que mayor percepción genero a los clientes exportadores. Al respecto señalo que, a diferencia de la investigación antecedente, este estudio muestra que ambas dimensiones están siendo bien percibidas, pero no en su totalidad, debido que existen algunos aspectos que no están siendo atendidos en las Cuna Mas Sullana.

Al respecto a teorizado Moya (2016) que los consumidores evalúan el servicio que reciben a través de la suma de las evaluaciones que realizan a factores como los elementos tangibles, que son la apariencia de las instalaciones de la organización, la presentación del personal y hasta los equipos utilizados en determinada compañía (de cómputo, oficina, transporte, etc.); cumplimiento de promesa, que significa entregar correcta y

oportunamente el servicio acordado, es uno de los dos factores más importantes que orilla a un cliente a volver a comprar en una organización.

Respecto al segundo objetivo específico, en relación a la actitud de servicio, competencia de personal y empatía de la calidad de servicio de Cuna Mas Sullana 2019, se encontró en promedio a la competencia de personal con mayor aceptación donde cuarenta y dos de cada cien personas se encuentran muy satisfechos más aun por la buena disposición por parte del personal que labora en la institución en estudio.

Dichos resultados se pueden comparar con los obtenidos por López (2018) que obtuvo que existe insatisfacción por parte de los clientes en las dimensiones respuesta inmediata y empatía se obtuvo como resultados que existe insatisfacción por parte de los clientes en las dimensiones respuesta inmediata y empatía. Por su parte Intriago y Mendoza (2017) evidenció el indicador de menor calificación en su estudio fue la empatía en un 54,07% y la seguridad en 60,96%, por causa de la limitada capacitación del talento humano. Al respecto, considero que los antecedentes muestran insatisfacción en estas dimensiones, sin embargo, en Cuna Mas Sullana se encontró que existe mayor satisfacción en competencia del personal que labora en estas cunas pero que se debe afianzar a fin de alcanzar mejores resultados.

Al respecto a teorizado Moya (2016) que el factor de la calidad de servicio, actitud de servicio es el factor que más critican los clientes puesto que las actitudes influyen en el cliente para que vuelva a nuestra organización y esta es una gran oportunidad de mejora al interior de las organizaciones que entregan servicios; en la competencia del personal, el cliente califica qué tan competente es el empleado para atenderlo correctamente, si es capaz de inspirar confianza con sus conocimientos como para que usted le pida orientación y, la empatía se orienta a la facilidad de contacto comunicación y Gustos y necesidades.

En cuanto al tercer objetivo específico relacionados a la validez y lealtad de la satisfacción de los usuarios en Cuna Mas Sullana 2019, se encontró en promedio que la dimensión de mayor aceptación fue la lealtad teniendo que cuarenta y cuatro de cada cien se encuentran muy satisfechos, mostrando compromiso por parte de los usuarios hacia el servicio ofrecido por la institución.

Los resultados anteriores se pueden comparar con los obtenidos por Valdiviezo (2017) quien concluye en cuanto a la satisfacción del cliente que las personas se sienten satisfechas con la solvencia de la empresa medido en términos de seguridad que sienten al realizar sus transacciones y el trato recibido por el personal. En comparación con esta investigación se tiene que para los usuarios de Cuna Mas Sullana prevalece la lealtad debido que al recibir un servicio que les permite de alguna forma tener facilidades para que las madres puedan ir a trabajar es por lo que se sienten satisfechas, pero no en su totalidad.

Al respecto ha teorizado Thompson (1997) quien refiere que la satisfacción del usuario depende no solo de la calidad de los servicios sino también de sus expectativas. El usuario está satisfecho cuando los servicios cubren o exceden sus expectativas. Si las expectativas del usuario son bajas o si el usuario tiene acceso limitado a cualquiera de los servicios, puede ser que esté satisfecho con recibir servicios relativamente deficientes. Al respecto considero que los usuarios de Cuna Mas Sullana no se encuentran satisfechos puesto que sus expectativas no están siendo cubiertas por el personal de la institución en estudio lo que se puede visualizar en las respuestas que presentan los encuestados siendo un porcentaje menor al cincuenta por ciento de los encuestados quienes manifestaron estar muy de acuerdo.

9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Existe relación, correlación mediante el Rho de Spearman con una correlación positiva muy alta de acuerdo al coeficiente de 0.922. El nivel de la calidad de servicio se presenta básicamente en sus niveles excelente y bueno cuando la satisfacción es calificada como excelente y bueno. Por lo que se infiere que, si en Cuna Mas Sullana se refuerza el aspecto tangible, la actitud de servicio y empatía para mejorar la calidad de servicio y alcanzar mayor validez en la satisfacción de los usuarios

La calidad de servicio de Cuna Mas Sullana 2019 en cada una de sus dimensiones los usuarios han manifestado estar muy satisfechos en un porcentaje menor al cincuenta por ciento, siendo la de mayor dentro de ellas la de cumplimiento de promesa, de donde se puede concluir que se está brindando un servicio de calidad lo que se evidencia en los resultados.

Con respecto a la satisfacción de los usuarios de Cuna Mas Sullana 2019 se concluye que existe un porcentaje menor al cincuenta por ciento que señaló estar muy satisfecho, siendo la de mayor aceptación la lealtad, lo que nos lleva a señalar que los usuarios se encuentran satisfechos cumpliendo sus expectativas en el servicio que reciben por parte de los trabajadores.

Recomendaciones

Los directivos del programa Cuna Más Sullana deben realizar de manera periódica estudios que permitan evaluar la calidad del servicio que ofrecen a los usuarios, con el

propósito de mejorar los aspectos que no están siendo bien trabajados en este tipo de programas.

Se debe mejorar la percepción de la calidad de servicio en cuanto a la dimensión empatía puesto que es la menos evaluada debiendo los directivos gestionar capacitaciones o talleres que permita que el personal que labora en este tipo de programas potencie ese factor y logre mejorar las dimensiones que son mal percibidas por los usuarios

Los responsables del programa Cuna Más Sullana deben realizar estudios que permitan conocer la satisfacción de los usuarios para tomar decisiones correctivas en el momento oportuno y alcance unos porcentajes más altos que logre la satisfacción de los que hacen uso del programa, lo que conllevara a su vez a mejorar la imagen del mismo.

Se recomienda realizar un estudio, por separado de cada una de las cunas, de las mismas variables de investigación de manera que se pueda conocer la realidad de cada cuna y así fortalecer a las que sus resultados no sean tan positivos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agudelo D., Bretón, J. y Buela, G. (2005) *Análisis comparativo de las revistas de Psicología de la Salud editadas en castellano*. Colombia: Fundación universitaria Konrad Lorenz.
- Andía, C., Pineda, A., Sottec, V. Ramírez, J., Molina, M. y Romero, Z. (2002) *Satisfacción del usuario de los servicios de consulta externa del Hospital I Espinar*. Recuperado de:
https://sisbib.unmsm.edu.pe/bvrevistas/situa/2002_n20/pdf/satisfac_usuariosconsulta.pdf
- Atalaya P, M. (2001) *Nuevos enfoques en la satisfacción del personal*. Lima.
- Blázquez, S. y Quezada, A. (2014) *Satisfacción de los usuarios hospitalizados en el servicio de medicina interna, con el cuidado de enfermería*. (Tesis de posgrado) Recuperado de:
https://www.uv.mx/rm/num_anteriores/revmedica_vol14_num1/articulos/satisfaccion.pdf
- Bollar, A. (2016). *Aspect.Blog*. Obtenido de <https://blogs.aspect.com/los-8-retos-de-america-latina-para-competir-en-la-economia-del-servicio-al-cliente/>
- Calvo-Perez, C. y Landa, A. (2019) *Medición de la satisfacción del cliente en el restaurante Tao*. (Tesis de pregrado) Recuperado de:
https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/4179/AE_318.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Canzio, C. (2019) *Relación entre calidad de servicio y satisfacción del usuario en emergencia de hospitales públicos de Lima este, 2018*, (Tesis de pregrado) Recuperado de: http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/8822/1/2019_Canzio-Meneses.pdf
- D'Elia, G. y Walsh, S. (1984) *Content, pas content? La satisfaction de l'usager soul_vera-t-elles les bibliothques publiques?* en Bulletin des Bibliothques de France

- Eiglier, P. y Langeard, E. (1992) *Servucción El marqueting de servicios*, Madrid: MacGraw Hill,
- Gallardo, A. y Mori, M. (2016) *Nivel de calidad del servicio y el nivel de satisfacción del cliente premium Interbank tienda principal de Trujillo en el primer semestre del año 2016*. (Tesis de pregrado) Recuperado de: http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/2323/1/RE_ADMI_ADRIANA.GALLARDO_MARIA.MORI_NIVEL.DE.CALIDAD.DEL.SERVICIO.Y.EL.NIVEL.DE.SATISFACCION_DATOS.PDF
- Gutiérrez, J. (2016) *Calidad de los Servicios de Saneamiento Básico y su Relación con la Satisfacción del Usuario en el Distrito de Juanjui – Provincia de Mariscal Cáceres 2016*. (Tesis de posgrado) Recuperado de: <http://tesis.unsm.edu.pe/bitstream/handle/11458/2500/JORGE%20FERNANDO%20GUITIERREZ%20LOPEZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Huancollo, J. (2018) *calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la municipalidad distrital de Taraco – Huancané – Puno,2017*. (tesis de pregrado) Recuperado de: <http://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/UNJFSC/1864/TFCE-03-02.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Intriago, E. y Mendoza, M. (2017) *Aplicación de modelo servqual para potencializar la calidad del servicio en el Disney-Park, Quito*. Recuperado de: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/20625/1/TESIS%20FINAL%2009-05-2017%20.pdf>
- López, D. (2018) *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil*. (Tesis de posgrado) Recuperado de: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9867/1/T-UCSG-POS-MAE-160.pdf>
- Moya, M. (2016) *Estrategia: calidad de servicio*. Revista Logistec. Recuperado de: <https://www.revistalogistec.com/index.php/scm/estrategia-logistica/item/2278-estrategia-calidad-de-servicio>

- Parasuraman, A., Zeithaml, V. y Berry, L. (1985) *A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research*. Journal of Marketing.
- Pérez, A. (2018) *Calidad de servicio y satisfacción del usuario en consultorios externos de un hospital público de Lima, 2018*. (tesis de posgrado) Recuperado de: file:///C:/Users/Windows%2010/Downloads/P%C3%A9rez_SAC.PDF
- Poll, R. y Boekhorst, P. (1996) *Measuring quality international guidelines for performance measurement in academic libraries*. München:K.G. Saur (IFLA publications; 76)
- Quispe, Y. (2015) *Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el servicio de traumatología del hospital nacional Hugo Pesce Pecetto Andahuaylas – 2015*. (Tesis de pregrado) Recuperado de: <http://repositorio.unajma.edu.pe/bitstream/handle/123456789/234/24-2015-EPAE-Quipe%20Perez-Calidad%20de%20servicio%20y%20satisfaccion%20del%20usuario.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ramírez, V. (2016) *Calidad de servicio y satisfacción del usuario del área de Farmacia del Hospital Santa Gema de Yurimaguas, 2016* (tesis de posgrado) Recuperado de: http://181.224.246.201/bitstream/handle/UCV/1797/ramirez_sv.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rey, C. (2000) *La Satisfacción del Usuario: Un Concepto En Alza*. Anales De Documentación, N.º 3, 2000. Recuperado de: [file:///C:/Users/Windows%208.1/Downloads/2451-Texto%20del%20art%C3%ADculo-11741-1-10-20080218%20\(1\).PDF](file:///C:/Users/Windows%208.1/Downloads/2451-Texto%20del%20art%C3%ADculo-11741-1-10-20080218%20(1).PDF)
- Rivera, S. (2019) *La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes Ecuador*. (Tesis de maestría) Recuperado de: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/12117/1/T-UCSG-POS-MAE-224.pdf>

- Sánchez, A. (2017) *Evaluación de la calidad de servicio al cliente en el restaurante pizza Burger Diner de Gualan, Zacapa* (Tesis de pregrado) Recuperado de: <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2017/01/01/Sanchez-Aby.pdf>
- Sifuentes, O. (2016) *Satisfacción del usuario y calidad del cuidado de enfermería en el servicio de cirugía hospital regional docente de Trujillo*. (Tesis de posgrado) Disponible en: <http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/3180/Tesis%20Maestr%c3%ada%20%20OLGA%20GISSELLA%20SIFUENTES%20LE%c3%93N.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Solórzano, G.y Aceves, J.(S.F.) *Importancia de la calidad del servicio al cliente para el funcionamiento de las empresas*. El buzón de Pacioli. Revista del departamento de Contaduría y finanzas publicada por el Instituto Tecnológico de Sonora. Recuperado de: <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/pacioli-82.pdf><https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/pacioli-82.pdf>
- Thompson, I. (1997) *Satisfacción del cliente*. Recuperado de: https://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_mdl/pos/MD/MM/AM/03/Satisfaccion_del_Cliente.pdf
- Valdiviezo, Z. (2017) *Calidad de servicio y satisfacción del cliente en el área de operaciones del Banco de Crédito del Perú, agencia Piura 2016* (Tesis de pregrado) Recuperado de: <http://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/1215/ADM-VAL-CAL-18.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Anexos

ANEXO N°01
MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	METODOLOGIA
<p>Calidad de servicio y satisfacción del usuario del Programa Nacional Cuna Más Sullana 2019</p>	<p>¿Cuál es la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario del programa Cuna Más de Sullana 2019?</p>	<p>Objetivo general: Determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de Cuna Mas Sullana 2019 Sullana 2019.</p> <p>Objetivos específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Describir las dimensiones elementos tangibles y cumplimiento de promesa de la calidad de servicio de Cuna Mas Sullana 2019 Sullana 2019. - Detallar las dimensiones actitud de servicio, competencia del personal y empatía de la calidad de servicio de Cuna Mas Sullana 2019 Sullana 2019. - Conocer las dimensiones validez y lealtad de la satisfacción de los usuarios en Cuna Mas Sullana 2019 Sullana 2019 	<p>Hi: Existe relación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de Cuna Más Sullana 2019. Ho: No existe significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de Cuna Más Sullana 2019.</p>	<p>La investigación que se realizará es de tipo descriptiva y diseño correlacional no experimental para conocer la relación o grado de asociación que existe entre las dos variables mediante la utilización de una encuesta que se harán a la población de 92 usuarios en el servicio de Cuidado diurno de Cuna Mas Sullana 2019.</p>

ANEXO N°2

ENCUESTA A USUARIOS DEL SERVICIO DE CUIDADO DIURNO DE CUNA MÁS SULLANA 2019

Estimados padres de familia:

Le agradecemos anticipadamente por su colaboración, en dar su opinión para el trabajo de investigación titulado: “Calidad de servicio y satisfacción del usuario del Programa Nacional Cuna Más Sullana 2019”, por favor no escriba su nombre, es anónimo y confidencial.

Responda las alternativas de respuesta según corresponda. Marque con una “X” la alternativa de respuesta que se adecúe a su criterio.

Para evaluar las variables, marcar una “X” en la alternativa de su preferencia del ítem correspondiente:

Enunciado	Muy insatisfecho	insatisfecho	Regular o moderado	Satisfecho	Muy satisfecho
1. ¿Los ambientes que hacen uso en la Cuna Más están en condiciones adecuadas?					
2. ¿El personal que atiende en la Cuna Más que hace uso se encuentra uniformado?					
3. ¿Le brindan el servicio que le ofrecieron en la Cuna Más que hace uso?					
4. ¿Le presta confianza el servicio que recibe en la Cuna Más que hace uso?					
5. ¿Muestran buena disposición el personal que atiende en la Cuna Más que hace uso?					
6. ¿Existe Actitud proactiva por parte del personal que atiende en la Cuna Más que hace uso?					
7. ¿En la Cuna Más que hace uso el personal que atiende es competente y efectivo?					
8. ¿El personal que atiende en la Cuna Más que hace uso, tiene el					

conocimiento adecuado desarrollando bien sus funciones?					
9. ¿El personal que lo atiende en la Cuna Más que hace uso se encuentran dispuestas a tenderlo cuando Ud. lo requiera?					
10. ¿Existe buena comunicación entre el personal que atiende en la Cuna Más que acude y los padres de familia?					
11. ¿Considera usted una atención correcta en el servicio que brinda la cuna a donde asiste su hijo(a)?					
12. ¿Considera que la atención del personal que atiende la Cuna Más que asiste es eficiente?					
13. ¿Considera usted que la cuna donde asiste trabaja de manera coordinada para la satisfacción de los usuarios?					
14. ¿Se le comunica en el tiempo oportuno alguna complicación que se presente con su hijo(a)?					
15. ¿Se siente seguro con el servicio que le brinda en la Cuna Mas que asiste?					
16. ¿Recomienda el uso del servicio de este programa a demás usuarios de la zona en la que reside?					
17. ¿Recibe orientación continua acerca del servicio que le brindan en Cuna Más?					
18. ¿Se siente comprometido con la Cuna Mas a la que asiste, por el buen servicio que le ofrecen?					

ANEXO N°3

BAMERACIONES

	Calidad de servicio	Satisfacción del usuario
Deficiente	10-20	8-16
Regular	21-30	17-24
Bueno	31-40	25-32
Excelente	41-50	33-40



UNIVERSIDAD SAN PEDRO
VICERECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

PLANILLAS DE JUICIO DE EXPERTOS

Respetado Experto: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento: CUESTIONARIO – ENCUESTA que hace parte de la investigación titulada: **Calidad de servicio y satisfacción del usuario del Programa Nacional Cuna Más Sullana 2019**. La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de éstos sean utilizados eficientemente; aportando tanto a la elaboración de las Tesis como de sus aplicaciones. Agradecemos su valiosa colaboración.

NOMBRES Y APELLIDOS DEL JUEZ: *Cinthia Paola Sanches Albuja*
FORMACIÓN ACADÉMICA: *Licenciada en Administración*
ÁREAS DE EXPERIENCIA PROFESIONAL: *Logística*
TIEMPO: *3* CARGO ACTUAL: *Personal Administrativo*
INSTITUCIÓN: *Hospital de Apoyo II-2 Sullana*

Objetivo de la investigación:

Determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de Cuna Mas Sullana 2019

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

CATEGORÍA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
SUFICIENCIA Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de ésta.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel <input checked="" type="checkbox"/> Alto nivel.	-Los ítems no son suficientes para medir la dimensión. -Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden con la dimensión total. -Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente. -Los ítems son suficientes.
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel <input checked="" type="checkbox"/> Alto nivel	-El ítem no es claro -El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas. -Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem. -El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel <input checked="" type="checkbox"/> Alto nivel	-El ítem no tiene relación lógica con la dimensión. -El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión. -El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo. -El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante; es decir, debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel <input checked="" type="checkbox"/> Alto nivel	-El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión. -El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. -El ítem es relativamente importante.


MATRIZ DE VALIDACIÓN POR EXPERTOS

TÍTULO DE LA TESIS:

DIMENSION	ITEMS	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	OBSERVACIONES (Si debe modificarse un ítem por favor indique)
Elementos Tangibles	¿Los ambientes que hacen uso en la Cuna Más están en condiciones adecuadas?	4	4	4	4	
	¿El personal que atiende en la Cuna Más que hace uso se encuentra uniformado?	4	4	4	4	
Cumplimiento De Promesa	¿Le brindan el servicio que le ofrecieron en la Cuna Más que hace uso?	4	4	4	4	
	¿Le presta confianza el servicio que recibe en la Cuna Más que hace uso?	4	4	4	4	
Actitud De Servicio	¿Muestran buena disposición el personal que atiende en la Cuna Más que hace uso?	4	4	4	4	
	¿Existe Actitud proactiva por parte del personal que atiende en la Cuna Más que hace uso?	4	4	4	4	
Competencia Del Personal	¿En la Cuna Más que hace uso el personal que atiende es competente y efectivo?	4	4	4	4	
	¿El personal que atiende en la Cuna Más que hace uso, tiene el conocimiento adecuado desarrollando bien sus funciones?	4	4	4	4	
Empatía	¿El personal que lo atiende en la Cuna Más que hace uso se encuentran dispuestas a tenderlo cuando Ud. lo requiera?	4	4	4	4	
	¿Existe buena comunicación entre el personal que atiende					

	en la Cuna Más que acude y los padres de familia?	4	4	4	4	
Validez	¿Considera usted una atención correcta en el servicio que brinda la cuna a donde asiste su hijo(a)?	4	4	4	4	
	¿Considera que la atención del personal que atiende la Cuna Más que asiste es eficiente?					
	¿Considera usted que la cuna donde asiste trabaja de manera coordinada para la satisfacción de los usuarios? ¿Se le comunica en el tiempo oportuno alguna complicación que se presente con su hijo(a)?	4	4	4	4	
lealtad	¿Se siente seguro con el servicio que le brinda en la Cuna Mas que asiste? ¿Recomienda el uso del servicio de este programa a demás usuarios de la zona en la que reside?	4	4	4	4	
	¿Recibe orientación continua acerca del servicio que le brindan en Cuna Más? ¿Se siente comprometido con la Cuna Mas a la que asiste, por el buen servicio que le ofrecen?	4	4	4	4	

Calificar de 1 a 4 puntos.

ASPECTOS GENERALES			SI	NO	OBSERVACIONES
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario	<input checked="" type="checkbox"/>				
Los items permiten el logro del objetivo de la investigación.	<input checked="" type="checkbox"/>				
Los items están distribuidos en forma lógica y secuencial.	<input checked="" type="checkbox"/>				
El número de items es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los items a añadir.	<input checked="" type="checkbox"/>				
Hay alguna dimensión que hace parte del constructo y no fue evaluada.			<input checked="" type="checkbox"/>		
VALIDEZ					
					<input checked="" type="checkbox"/> NO
APLICABLE ATENDIENDO A LAS OBSERVACIONES					<input checked="" type="checkbox"/> NO
Validado por:				Fecha:	
Firma:		Teléfono: 944619421	Email: CynthiaStavros@hotmail.com		



UNIVERSIDAD SAN PEDRO
VICERECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

PLANILLAS DE JUICIO DE EXPERTOS

Respetado Experto: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento: CUESTIONARIO – ENCUESTA que hace parte de la investigación titulada: **Calidad de servicio y satisfacción del usuario del Programa Nacional Cuna Más Sullana 2019**. La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de éstos sean utilizados eficientemente; aportando tanto a la elaboración de las Tesis como de sus aplicaciones. Agradecemos su valiosa colaboración.

NOMBRES Y APELLIDOS DEL JUEZ: *Vera Sandoval María Angélica*
FORMACIÓN ACADÉMICA: *Licenciada en Administración*
ÁREAS DE EXPERIENCIA PROFESIONAL: *Logística y Administración*
TIEMPO: *Sin cargo actual*
INSTITUCIÓN: *Hospital de Apoyo II-2 Sullana*

Objetivo de la investigación:

Determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de Cuna Mas Sullana 2019

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

CATEGORÍA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
SUFICIENCIA Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de ésta	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel.	-Los ítems no son suficientes para medir la dimensión. -Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden con la dimensión total. -Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente. -Los ítems son suficientes.
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	-El ítem no es claro -El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas. -Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem. -El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	-El ítem no tiene relación lógica con la dimensión. -El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión. -El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo. -El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante; es decir, debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	-El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión. -El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. -El ítem es relativamente importante.

MATRIZ DE VALIDACIÓN POR EXPERTOS

TÍTULO DE LA TESIS:

DIMENSION	ITEMS	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	OBSERVACIONES (Si debe modificarse un ítem por favor indique)
Elementos Tangibles	¿Los ambientes que hacen uso en la Cuna Más están en condiciones adecuadas?	3	3	3	3	
	¿El personal que atiende en la Cuna Más que hace uso se encuentra uniformado?	3	3	3	3	
Cumplimiento De Promesa	¿Le brindan el servicio que le ofrecieron en la Cuna Más que hace uso?	3	3	3	3	
	¿Le presta confianza el servicio que recibe en la Cuna Más que hace uso?	3	3	3	3	
Actitud De Servicio	¿Muestran buena disposición el personal que atiende en la Cuna Más que hace uso?	3	3	3	3	
	¿Existe Actitud proactiva por parte del personal que atiende en la Cuna Más que hace uso?	3	3	3	3	
Competencia Del Personal	¿En la Cuna Más que hace uso el personal que atiende es competente y efectivo?	3	3	3	3	
	¿El personal que atiende en la Cuna Más que hace uso, tiene el conocimiento adecuado desarrollando bien sus funciones?	3	3	3	3	
Empatía	¿El personal que lo atiende en la Cuna Más que hace uso se encuentran dispuestas a tenderlo cuando Ud. lo requiera?	3	3	3	3	
	¿Existe buena comunicación entre el personal que atiende	3	3	3	3	

	en la Cuna Más que acude y los padres de familia?	3	3	3	3	3
Validez	¿Considera usted una atención correcta en el servicio que brinda la cuna a donde asiste su hijo(a)? ¿Considera que la atención del personal que atiende la Cuna Más que asiste es eficiente?	3	3	3	3	3
	¿Considera usted que la cuna donde asiste trabaja de manera coordinada para la satisfacción de los usuarios? ¿Se le comunica en el tiempo oportuno alguna complicación que se presente con su hijo(a)?	3	3	3	3	3
Lealtad	¿Se siente seguro con el servicio que le brinda en la Cuna Mas que asiste? ¿Recomienda el uso del servicio de este programa a demás usuarios de la zona en la que reside?	3	3	3	3	3
	¿Recibe orientación continua acerca del servicio que le brindan en Cuna Más? ¿Se siente comprometido con la Cuna Mas a la que asiste, por el buen servicio que le ofrecen?	3	3	3	3	3

Calificar de 1 a 4 puntos.

ASPECTOS GENERALES

ASPECTOS	SI	NO	OBSERVACIONES	
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario.	X			
Los items permiten el logro del objetivo de la investigación.	X			
Los items están distribuidos en forma lógica y secuencial.	X			
El número de items es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los items a añadir.	X			
Hay alguna dimensión que hace parte del constructo y no fue evaluada.		X		
VALIDEZ				
			SI	NO
APLICABLE ATENDIENDO A LAS OBSERVACIONES			X	
Validado por: <i>Maria Angelica Vera Sandoval</i>		Fecha: <i>13/11/2020</i>		
Firma: 	Teléfono: <i>959384280</i>	Email: <i>mariangevesar@gmail.com</i>		



UNIVERSIDAD SAN PEDRO
VICERECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

PLANILLAS DE JUICIO DE EXPERTOS

Respetado Experto: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento: CUESTIONARIO – ENCUESTA que hace parte de la investigación titulada: **Calidad de servicio y satisfacción del usuario del Programa Nacional Cuna Más Sullana 2019**. La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de éstos sean utilizados eficientemente; aportando tanto a la elaboración de las Tesis como de sus aplicaciones. Agradecemos su valiosa colaboración.

NOMBRES Y APELLIDOS DEL JUEZ: *Cecilia Patricia Leight Ros*
FORMACIÓN ACADÉMICA: *Licenciada en Administración*
ÁREAS DE EXPERIENCIA PROFESIONAL: *Logística, Planeamiento Estratégico*
TIEMPO: *9* CARGO ACTUAL: *Encargada de Operaciones*
INSTITUCIÓN: *Hospital de Sullana II - 2*

Objetivo de la investigación:

Determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de Cuna Mas Sullana 2019

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

CATEGORÍA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
SUFICIENCIA Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de ésta.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel <input checked="" type="checkbox"/> Moderado nivel 4. Alto nivel.	-Los ítems no son suficientes para medir la dimensión. -Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden con la dimensión total. -Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente. -Los ítems son suficientes.
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel <input checked="" type="checkbox"/> Moderado nivel 4. Alto nivel	-El ítem no es claro -El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas. -Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem. -El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel <input checked="" type="checkbox"/> Moderado nivel 4. Alto nivel	-El ítem no tiene relación lógica con la dimensión. -El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión. -El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo. -El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante; es decir, debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel <input checked="" type="checkbox"/> Moderado nivel 4. Alto nivel	-El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión. -El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. -El ítem es relativamente importante.

MATRIZ DE VALIDACIÓN POR EXPERTOS

TÍTULO DE LA TESIS:

DIMENSION	ITEMS	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	OBSERVACIONES (Si debe modificarse un ítem por favor indique)
Elementos Tangibles	¿Los ambientes que hacen uso en la Cuna Más están en condiciones adecuadas?	3	3	3	3	
	¿El personal que atiende en la Cuna Más que hace uso se encuentra uniformado?	3	3	3	3	
Cumplimiento De Promesa	¿Le brindan el servicio que le ofrecieron en la Cuna Más que hace uso?	3	3	3	3	
	¿Le presta confianza el servicio que recibe en la Cuna Más que hace uso?	3	3	3	3	
Actitud De Servicio	¿Muestran buena disposición el personal que atiende en la Cuna Más que hace uso?	3	3	3	3	
	¿Existe Actitud proactiva por parte del personal que atiende en la Cuna Más que hace uso?	3	3	3	3	
Competencia Del Personal	¿En la Cuna Más que hace uso el personal que atiende es competente y efectivo?	3	3	3	3	
	¿El personal que atiende en la Cuna Más que hace uso, tiene el conocimiento adecuado desarrollando bien sus funciones?	3	3	3	3	
Empatía	¿El personal que lo atiende en la Cuna Más que hace uso se encuentran dispuestas a tenderlo cuando Ud. lo requiera?	3	3	3	3	
	¿Existe buena comunicación entre el personal que atiende					

	en la Cuna Más que acude y los padres de familia?	3	3	3	3	
Validez	¿Considera usted una atención correcta en el servicio que brinda la cuna a donde asiste su hijo(a)? ¿Considera que la atención del personal que atiende la Cuna Más que asiste es eficiente?	3	3	3	3	
	¿Considera usted que la cuna donde asiste trabaja de manera coordinada para la satisfacción de los usuarios? ¿Se le comunica en el tiempo oportuno alguna complicación que se presente con su hijo(a)?	3	3	3	3	
lealtad	¿Se siente seguro con el servicio que le brinda en la Cuna Mas que asiste? ¿Recomienda el uso del servicio de este programa a demás usuarios de la zona en la que reside?	3	3	3	3	
	¿Recibe orientación continua acerca del servicio que le brindan en Cuna Más? ¿Se siente comprometido con la Cuna Mas a la que asiste, por el buen servicio que le ofrecen?	3	3	3	3	

Calificar de 1 a 4 puntos.

ASPECTOS GENERALES

ASPECTOS	SI	NO	OBSERVACIONES
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Los items permiten el logro del objetivo de la investigación.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Los items están distribuidos en forma lógica y secuencial.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Hay alguna dimensión que hace parte del constructo y no fue evaluada.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
VALIDEZ			
			<input checked="" type="checkbox"/> NO
APLICABLE ATENDIENDO A LAS OBSERVACIONES			<input checked="" type="checkbox"/> NO
Validado por: <i>Cecilia Hortencia Leight Gis</i>		Fecha:	
Firma:  Lic. Edm. Georj... ENCARGADO DE...	Teléfono: 949366092	Email: <i>leightceilia04@gmail.com</i>	

Tabla 3.
Elementos Tangibles

	Ambientes adecuados		Personal uniformado	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Insatisfecho	14	15.2	4	4.3
Regular o moderado	26	28.3	24	26.1
Satisfecho	25	27.2	24	26.1
Muy satisfecho	27	29.3	40	43.5
Total	92	100.0	92	100.0

Fuente: Encuesta a usuarios del servicio de cuidado diurno de Cuna Más Sullana 2019

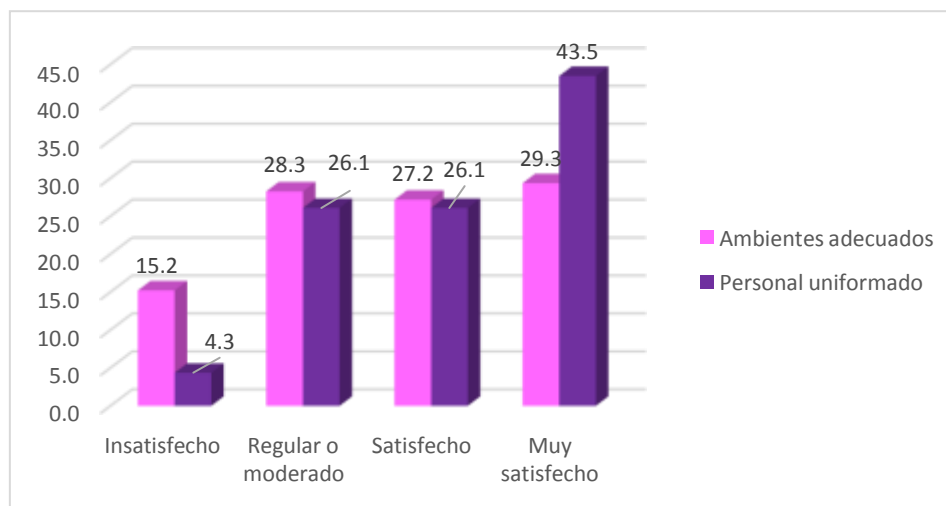


Figura 1. Elementos Tangibles

En la tabla 3 y figura 1 se muestra lo referente a la dimensión elementos tangibles de la calidad de servicio; en cuanto a los ambientes adecuados el 15.2% señaló estar insatisfecho, el 28.3% regular o moderado; el 27.2% satisfecho y el 29.3 muy satisfecho.

Tabla 4.

Cumplimiento De Promesa

	Servicio adecuado		Confianza	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Insatisfecho	10	10.9	6	6.5
Regular o moderado	32	34.8	26	28.3
Satisfecho	10	10.9	22	23.9
Muy satisfecho	40	43.4	38	41.3
Total	92	100.0	92	100.0

Fuente: Encuesta a usuarios del servicio de cuidado diurno de Cuna Más Sullana 2019

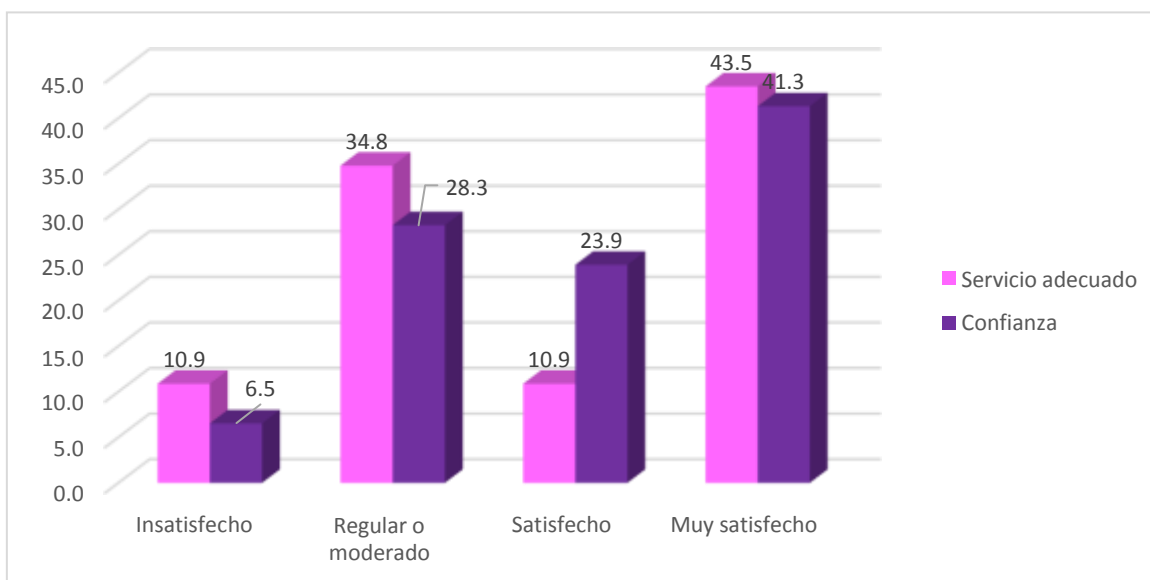


Figura 2. Cumplimiento De Promesa

En la tabla 4 y figura 2 se muestra lo referente a la dimensión cumplimiento de promesa en cuanto a servicio adecuado el 10.9% señaló estar en insatisfecho, el 34.8% regular o moderado; el 10.9% satisfecho y el 43.4% muy satisfecho. En cuanto a la confianza el 6.5% insatisfecho, el 28.3% regular o moderado; el 23.9% satisfecho y el 41.3% muy satisfecho.

Resultados con respecto al objetivo específico: Detallar las dimensiones actitud de servicio, competencia del personal y empatía de la calidad de servicio de Cuna Mas Sullana 2019.

Tabla 5.

Actitud De Servicio

	Buena disposición		Actitud proactiva	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Insatisfecho	8	8.7	10	10.9
Regular o moderado	26	28.3	26	28.3
Satisfecho	18	19.6	21	22.8
Muy satisfecho	40	43.4	35	38.0
Total	92	100.0	92	100.0

Fuente: Encuesta a usuarios del servicio de cuidado diurno de Cuna Más Sullana 2019

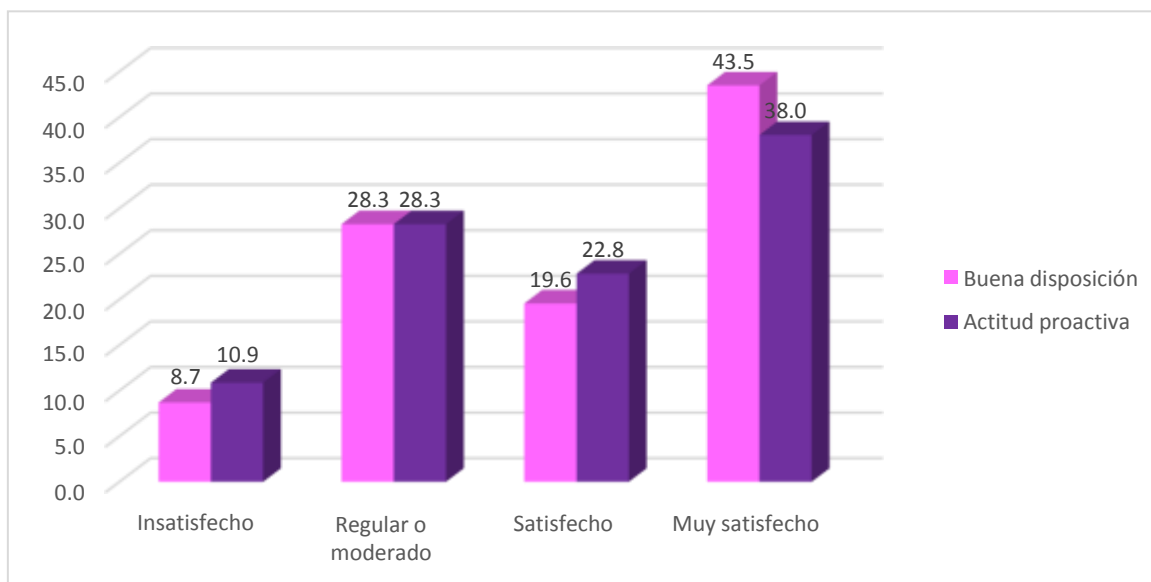


Figura 3. Actitud De Servicio

En la tabla 5 y figura 2 se muestra lo referente a la dimensión actitud de servicio en cuanto a buena disposición el 8.7% señaló estar insatisfecho, el 28.3% regular o moderado; el

19.6% satisfecho y el 43,4 muy satisfecho. En cuanto a la actitud proactiva el 10.9% en insatisfecho, el 28.3% regular o moderado; el 22.8% satisfecho y el 38% muy satisfecho.

Tabla 6.

Competencia Del Personal

	Personal competente		Conocimiento de su trabajo	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Insatisfecho	6	6.5	12	13.0
Regular o moderado	22	23.9	18	19.6
Satisfecho	24	26.1	25	27.2
Muy satisfecho	40	43.5	37	40.2
Total	92	100.0	92	100.0

Fuente: Encuesta a usuarios del servicio de cuidado diurno de Cuna Más Sullana 2019

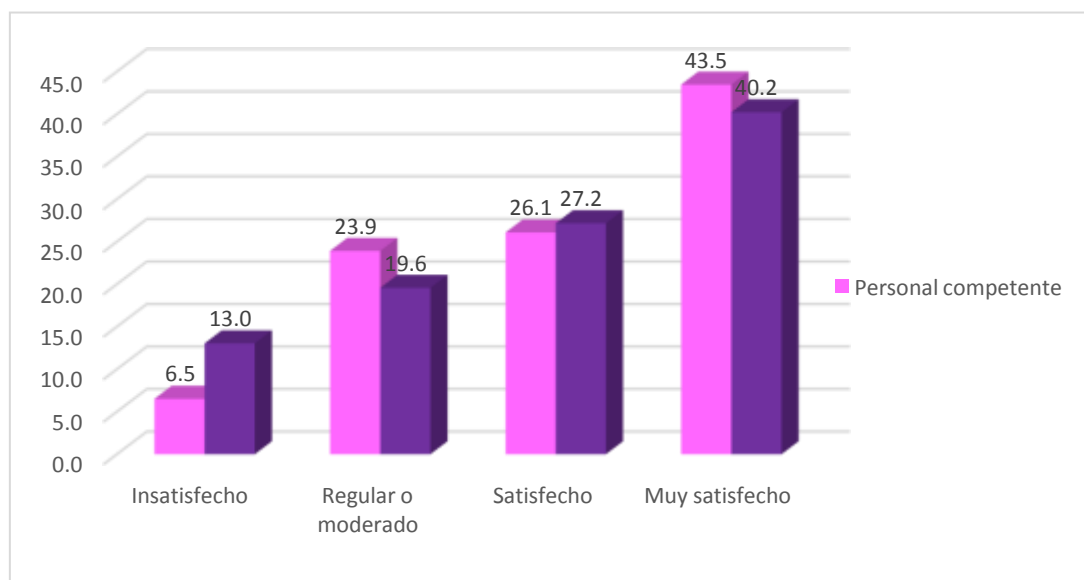


Figura 4. Competencia Del Personal

En la tabla 6 y figura 4 se muestra lo referente a la dimensión Competencia del personal en cuanto a personal competente el 6.5% señaló estar insatisfecho, el 23.9% regular o moderado; el 26.1% satisfecho y el 43.5% muy satisfecho. En cuanto al conocimiento de su trabajo el 13% insatisfecho, el 19.6% regular o moderado; el 27.2% satisfecho y el 40.2% muy satisfecho.

Tabla 7.

Empatía

	Facilidad de contacto		Buena Comunicación	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Insatisfecho	10	10.9	6	6.5
Regular o moderado	24	26.1	22	23.9
Satisfecho	33	35.9	26	28.3
Muy satisfecho	25	27.2	38	41.3
Total	92	100.0	92	100.0

Fuente: Encuesta a usuarios del servicio de cuidado diurno de Cuna Más Sullana 2019

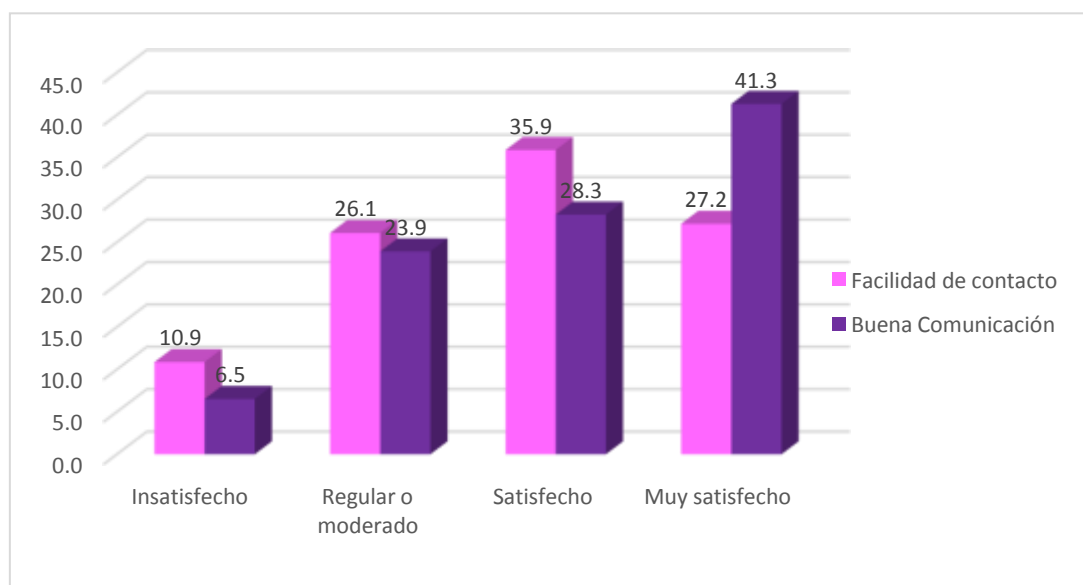


Figura 5. Empatía

En la tabla 7 y figura 5 se muestra lo referente a la dimensión Empatía en cuanto a facilidad de contacto el 10.9% señaló estar insatisfecho, el 26.1% regular o moderado; el 35.9% satisfecho y el 27.2% muy satisfecho. En cuanto a buena comunicación el 6.5% insatisfecho, el 23.9% regular o moderado; el 28.3%% satisfecho y el 41.3% muy satisfecho.

Resultados con respecto al objetivo específico: Conocer las dimensiones validez y lealtad de la satisfacción de los usuarios en Cuna Mas Sullana 2019 Sullana 2019.

Tabla 8.

Validez

	Atención correcta		Eficacia	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Insatisfecho	6	6.5	2	2.2
Regular o moderado	28	30.4	32	34.8
Satisfecho	24	26.1	18	19.6
Muy satisfecho	34	37.0	40	43.4
Total	92	100.0	92	100.0

Fuente: Encuesta a usuarios del servicio de cuidado diurno de Cuna Más Sullana 2019

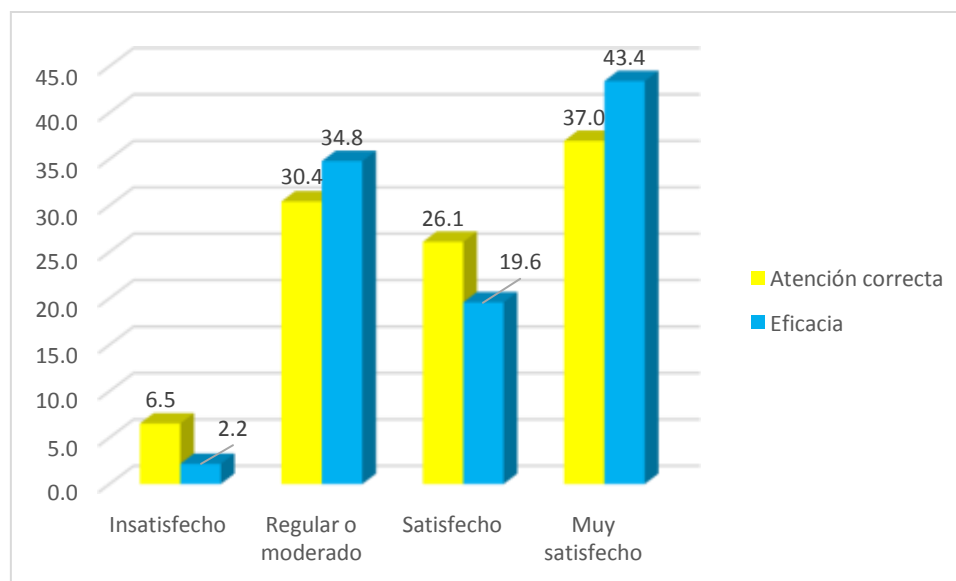


Figura 6. Validez

En la tabla 8 y figura 6 se muestra lo referente a la dimensión validez de la satisfacción del usuario; en cuanto a atención correcta el 6.5% señaló estar insatisfecho, el 30.4% regular o moderado; el 26.1% satisfecho y el 37% muy satisfecho. En cuanto a la eficacia

el 2.2% insatisfecho, el 34.8% regular o moderado; el 19.6% satisfecho y el 43.4% muy satisfecho.

Tabla 9.

Lealtad

	Seguridad de cumplimiento		Compromiso del usuario	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Regular o moderado	40	43.5	26	28.3
Satisfecho	12	13.0	26	28.3
Muy satisfecho	40	43.5	40	43.4
Total	92	100.0	92	100.0

Fuente: Encuesta a usuarios del servicio de cuidado diurno de Cuna Más Sullana 2019

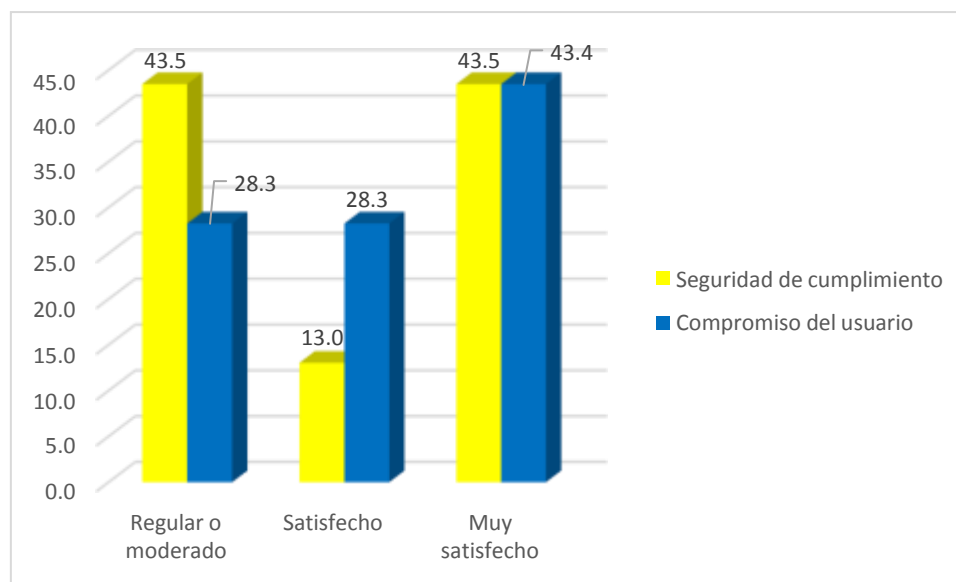


Figura 7. Lealtad

En la tabla 9 y figura 7 se muestra lo referente a la dimensión lealtad de la satisfacción del usuario; en cuanto a la seguridad de cumplimiento el 43.4% señaló estar regular o moderado; el 13% satisfecho y 43.5% muy satisfecho. En cuanto al compromiso del usuario el 28.3% regular o moderado; el 28.3% satisfecho y el 43.4% muy satisfecho.