

UNIVERSIDAD DE HUANUCO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS



TESIS

“Calidad del servicio en el Sub CAFAE de la UGEL de Tocache, San Martín, 2024”

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

AUTORA: Aguirre Ramírez, Elida

ASESORA: Mercado Huertas, Janeth Rosemary

HUÁNUCO – PERÚ

2025

U

TIPO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN:

- Tesis (X)
- Trabajo de Suficiencia Profesional ()
- Trabajo de Investigación ()
- Trabajo Académico ()

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN: Gestión administrativa
AÑO DE LA LÍNEA DE INVESTIGACIÓN (2020)

CAMPO DE CONOCIMIENTO OCDE:

Área: Ciencias Sociales

Sub área: Economía, Negocios

Disciplina: Negocios, Administración

DATOS DEL PROGRAMA:

Nombre del Grado/Título a recibir: Título Profesional de Licenciada en Administración de Empresas

Código del Programa: P13

Tipo de Financiamiento:

- Propio (X)
- UDH ()
- Fondos Concursables ()

DATOS DEL AUTOR:

Documento Nacional de Identidad (DNI): 73567896

DATOS DEL ASESOR:

Documento Nacional de Identidad (DNI): 22459383

Grado/Título: Maestro en gestión pública para el desarrollo social

Código ORCID: 0000-0002-3906-6563

DATOS DE LOS JURADOS:

N°	APELLIDOS Y NOMBRES	GRADO	DNI	Código ORCID
1	Martel Fretell, Brand Harrys	Maestro en gestión y negocios, con mención en gestión de proyectos	43255620	0009-0002-5369-9073
2	Agustin Hurtado, Aldair Jorginho	Maestro en gerencia pública	71384147	0009-0008-5282-1341
3	Falcon Huaman, Juan Cesar	Maestro en gestión y negocios, con mención en gestión de proyectos	41856905	0009-0004-3821-8037

D

H

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la ciudad de Huánuco, siendo las **09:00 horas del día 22 del mes de setiembre del año 2025**, en el Auditorio "San Juan Pablo II" de la Facultad de Ciencias Empresariales, en el cumplimiento de lo señalado en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad de Huánuco, se reunió el Jurado Calificador integrado por los docentes:

Mtro. Brand Harrys Martel Fretell
Mtro. Aldair Jorginho Agustin Hurtado
Mtro. Juan Cesar Falcón Huamán

Presidente
Secretario
Vocal

Nombrados mediante la **RESOLUCIÓN N° 814-2025-D-FCOMP-UDH**, para evaluar la Tesis intitulada: "**CALIDAD DEL SERVICIO EN EL SUB CAFAE DE LA UGEL DE TOCACHE, SAN MARTÍN, 2024**", presentado por la Bachiller, **AGUIRRE RAMÍREZ, Elida**, para optar el título Profesional de Licenciada en Administración de Empresas.

Dicho acto de sustentación se desarrolló en dos etapas: exposición y absolución de preguntas; procediéndose luego a la evaluación por parte de los miembros del Jurado.

Habiendo absuelto las objeciones que le fueron formuladas por los miembros del Jurado y de conformidad con las respectivas disposiciones reglamentarias, procedieron a deliberar y calificar, declarándola Aprobada con el calificativo cuantitativo de Dieciséis (16) y cualitativo de Bueno (Art. 47 - Reglamento General de Grados y Títulos).

Siendo las 10:00 horas del día **22 del mes de setiembre del año 2025**, los miembros del Jurado Calificador firman la presente Acta en señal de conformidad.


Mtro. Brand Harrys Martel Fretell

DNI: 43255620

Código ORCID: 0009-0002-5369-9073

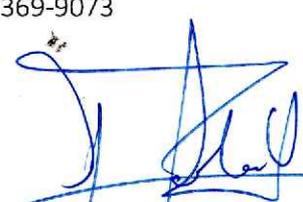
PRESIDENTE


Mtro. Aldair Jorginho Agustin Hurtado

DNI: 71384147

Código ORCID: 0009-0008-5282-1341

SECRETARIO


Mtro. Juan Cesar Falcón Huamán

DNI: 41856905

Código ORCID: 0009-0004-3821-8037

VOCAL



UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD

El comité de integridad científica, realizó la revisión del trabajo de investigación del estudiante: ELIDA AGUIRRE RAMÍREZ, de la investigación titulada "CALIDAD DEL SERVICIO EN EL SUB CAFAE DE LA UGEL DE TOCACHE, SAN MARTÍN, 2024", con asesor(a) JANETH ROSEMARY MERCADO HUERTAS, designado(a) mediante documento: RESOLUCIÓN N° 198-2024-D-FCEMP-PAAE-UDH del P. A. de ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

Puede constar que la misma tiene un índice de similitud del 21 % verificable en el reporte final del análisis de originalidad mediante el Software Turnitin.

Por lo que concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio y cumple con todas las normas de la Universidad de Huánuco.

Se expide la presente, a solicitud del interesado para los fines que estime conveniente.

Huánuco, 11 de julio de 2025



RICHARD J. SOLIS TOLEDO
D.N.I.: 47074047
cod. ORCID: 0000-0002-7629-6421



MANUEL E. ALIAGA VIDURIZAGA
D.N.I.: 71345687
cod. ORCID: 0009-0004-1375-5004

43. AGUIRRE RAMÍREZ, ELIDA.docx

INFORME DE ORIGINALIDAD

21 %	21 %	12 %	7 %
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	hdl.handle.net Fuente de Internet	2 %
2	repositorio.ulead.edu.ec Fuente de Internet	2 %
3	Submitted to uncedu Trabajo del estudiante	2 %
4	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	2 %
5	www.593dp.com Fuente de Internet	1 %
6	repositorio.udh.edu.pe Fuente de Internet	1 %
7	repositorio.untumbes.edu.pe Fuente de Internet	1 %
8	repositorio.usmp.edu.pe Fuente de Internet	1 %



RICHARD J. SOLIS TOLEDO
D.N.I.: 47074047
cod. ORCID: 0000-0002-7629-6421



MANUEL E. ALIAGA VIDURIZAGA
D.N.I.: 71345687
cod. ORCID: 0009-0004-1375-5004

DEDICATORIA

A mis padres Leonardo Aguirre y Fausta Ramírez por cada día de trabajo y por los innumerables sacrificios que han hecho para poder cumplir mis metas, este logro es el reflejo de su esfuerzo, dedicación y compromiso con mi educación.

A mis hermanos Edgar y Lucyanna por siempre estar a mi lado y de mi lado en cada paso. Su amor y compañía es fundamental para cada logro conseguido.

A mis abuelos, quienes hoy ya no están físicamente en este mundo, pero que con su amor, sabiduría y ejemplo de perseverancia han dejado una huella imborrable en mi corazón.

AGRADECIMIENTOS

Con infinita gratitud a Dios por darme salud, sabiduría, fortaleza e iluminar mi camino, gracias por darme la dicha de poder concluir este gran sueño académico.

A mis padres por su amor y apoyo incondicional, gracias por su respaldo y la confianza que tuvieron en mí y en mis sueños, gracias por nunca cortarme las alas e impulsarme a mejorar cada día, sin su sacrificio nada de esto sería posible. Este logro es por ustedes.

A mi asesora Mtra. Janeth Rosemary Mercado Huertas, por ser mi guía, gracias por su paciencia, por sus aportes y por darse su tiempo para resolver cada una de mis dudas.

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	II
AGRADECIMIENTOS.....	III
ÍNDICE	IV
ÍNDICE DE TABLAS.....	VII
ÍNDICE DE FIGURAS.....	IX
RESUMEN.....	XI
ABSTRACT	XII
INTRODUCCIÓN.....	XIII
CAPÍTULO I.....	15
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	15
1.1. DESCRIPCIÓN PROBLEMÁTICA.....	15
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	17
1.2.1. PROBLEMA GENERAL	17
1.2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS.....	17
1.3. OBJETIVOS.....	18
1.3.1. OBJETIVO GENERAL	18
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	18
1.4. JUSTIFICACIÓN	19
1.4.1. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA	19
1.4.2. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA.....	19
1.4.3. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA.....	20
1.5. LIMITACIONES.....	20
1.6. VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	20
1.6.1. RECURSOS HUMANOS	20
1.6.2. RECURSOS MATERIALES	20
1.6.3. RECURSOS ECONÓMICOS.....	21
CAPÍTULO II.....	22
MARCO TEÓRICO	22
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	22
2.1.1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES	22
2.1.2. ANTECEDENTES NACIONALES.....	23

2.1.3. ANTECEDENTES LOCALES.....	24
2.2. BESE TEÓRICA.....	25
2.2.1. CALIDAD DEL SERVICIO	25
2.2.2. IMPORTANCIA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO.....	26
2.2.3. CARACTERÍSTICAS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO	26
2.2.4. MODELOS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO.....	27
2.2.5. DIMENSIONES DE LA CALIDAD DEL SERVICIO.....	31
2.3. DEFINICIONES CONCEPTUALES.....	38
2.4. VARIABLES	39
2.5. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLE.....	40
CAPÍTULO III.....	41
METODOLOGÍA.....	41
3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN	41
3.1.1. ENFOQUE.....	41
3.1.2. ALCANCE O NIVEL.....	41
3.1.3. DISEÑO	42
3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA	42
3.2.1. POBLACIÓN.....	42
3.2.2. MUESTRA	42
3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	44
3.3.1. TÉCNICA.....	44
3.3.2. INSTRUMENTO.....	44
3.4. TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.....	45
3.5. ASPECTOS ÉTICOS	45
CAPÍTULO IV	46
RESULTADOS	46
4.1. PROCESAMIENTO DE DATOS.....	46
4.1.1. VARIABLE: CALIDAD DEL SERVICIO	46
4.1.2. VALORACION DE LAS DIMENSIONES	71
CAPÍTULO V	76
DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	76

CONCLUSIONES	81
RECOMENDACIONES.....	83
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	86
ANEXOS	93

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de la variable	40
Tabla 2 Calidad del servicio	46
Tabla 3 Las instalaciones del Sub CAFAE son cómodas y visualmente atractivas	47
Tabla 4 Los equipos y herramientas utilizados parecen modernos y en buen estado.....	48
Tabla 5 Los documentos y materiales informativos proporcionados por el Sub CAFAE son claros y fáciles de entender.....	49
Tabla 6 El personal del Sub CAFAE está bien presentado y usa uniformes o identificaciones apropiadas.....	50
Tabla 7 El Sub CAFAE cumple sus promesas de servicio en el tiempo acordado	51
Tabla 8 El Sub CAFAE proporciona servicios de manera precisa y sin errores	52
Tabla 9 Los problemas y consultas que planteo, son resueltos correctamente en el primer contacto	53
Tabla 10 La información proporcionada por el Sub CAFAE es precisa y confiable	54
Tabla 11 El Sub CAFAE entrega sus servicios y responde a las solicitudes dentro del tiempo prometido	55
Tabla 12 El personal del Sub CAFAE responde rápidamente a mis solicitudes y preguntas	56
Tabla 13 Los problemas se resuelven de manera eficiente y oportuna.....	57
Tabla 14 El personal del Sub CAFAE está siempre disponible para atender mis consultas y necesidades	58
Tabla 15 El personal del Sub CAFAE toma la iniciativa para resolver problemas y satisfacer mis necesidades sin que yo tenga que solicitarlo	59
Tabla 16 El personal del Sub CAFAE comunica de manera clara y eficaz toda la información necesaria	60
Tabla 17 El personal del Sub CAFAE es competente y profesional en sus funciones	61

Tabla 18 El personal del Sub CAFAE me trata con cortesía y respeto en todas las interacciones	62
Tabla 19 Siento que mis datos personales están protegidos y manejados con confidencialidad	63
Tabla 20 El Sub CAFAE comunica sus procedimientos y políticas de manera clara y transparente	64
Tabla 21 El Sub CAFAE tiene una buena reputación y demuestra experiencia en la prestación de sus servicios	65
Tabla 22 El personal del Sub CAFAE muestra un interés genuino en ayudarme y entender mis necesidades.....	66
Tabla 23 El personal del Sub CAFAE presta atención y entiende mis necesidades y preocupaciones.....	67
Tabla 24 Recibo una atención personalizada adecuada a mis circunstancias.....	68
Tabla 25 El personal del Sub CAFAE es amable y cortés durante la interacción	69
Tabla 26 El personal del Sub CAFAE interactúa de manera respetuosa y profesional conmigo.....	70
Tabla 27 Valoración de la tangibilidad	71
Tabla 28 Valoración de la fiabilidad	72
Tabla 29 Valoración de la capacidad de respuesta.....	73
Tabla 30 Valoración de la seguridad.....	74
Tabla 30 Valoración de la empatía	75

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Calidad del servicio.....	46
Figura 2 Las instalaciones del Sub CAFAE son cómodas y visualmente atractivas	47
Figura 3 Los equipos y herramientas utilizados parecen modernos y en buen estado.....	48
Figura 4 Los documentos y materiales informativos proporcionados por el Sub CAFAE son claros y fáciles de entender.....	49
Figura 5 El personal del Sub CAFAE está bien presentado y usa uniformes o identificaciones apropiadas.....	50
Figura 6 El Sub CAFAE cumple sus promesas de servicio en el tiempo acordado	51
Figura 7 El Sub CAFAE proporciona servicios de manera precisa y sin errores	52
Figura 8 Los problemas y consultas que planteo, son resueltos correctamente en el primer contacto.....	53
Figura 9 La información proporcionada por el Sub CAFAE es precisa y confiable	54
Figura 10 El Sub CAFAE entrega sus servicios y responde a las solicitudes dentro del tiempo prometido	55
Figura 11 El personal del Sub CAFAE responde rápidamente a mis solicitudes y preguntas	56
Figura 12 Los problemas se resuelven de manera eficiente y oportuna	57
Figura 13 El personal del Sub CAFAE está siempre disponible para atender mis consultas y necesidades	58
Figura 14 El personal del Sub CAFAE toma la iniciativa para resolver problemas y satisfacer mis necesidades sin que yo tenga que solicitarlo	59
Figura 15 El personal del Sub CAFAE comunica de manera clara y eficaz toda la información necesaria	60
Figura 16 El personal del Sub CAFAE es competente y profesional en sus funciones	61
Figura 17 El personal del Sub CAFAE me trata con cortesía y respeto en todas las interacciones	62

Figura 18 Siento que mis datos personales están protegidos y manejados con confidencialidad	63
Figura 19 El Sub CAFAE comunica sus procedimientos y políticas de manera clara y transparente	64
Figura 20 El Sub CAFAE tiene una buena reputación y demuestra experiencia en la prestación de sus servicios	65
Figura 21 El personal del Sub CAFAE muestra un interés genuino en ayudarme y entender mis necesidades.....	66
Figura 22 El personal del Sub CAFAE presta atención y entiende mis necesidades y preocupaciones.....	67
Figura 23 Recibo una atención personalizada adecuada a mis circunstancias.....	68
Figura 24 El personal del Sub CAFAE es amable y cortés durante la interacción	69
Figura 25 El personal del Sub CAFAE interactúa de manera respetuosa y profesional conmigo.....	70
Figura 26 Valoración de la tangibilidad	71
Figura 27 Valoración de la fiabilidad	72
Figura 28 Valoración de la capacidad de respuesta.....	73
Figura 29 Valoración de la seguridad	74
Figura 30 Valoración de la empatía	75

RESUMEN

El objetivo de la investigación fue conocer cómo valoran los usuarios la calidad del servicio en el Sub CAFAE de la UGEL de Tocache en la region San Martín, 2024. La metodología empleada fue del tipo aplicada con un nivel de estudio descriptivo y también se empleó un diseño de investigación no experimental. La recolección de datos se realizó mediante una encuesta, a una muestra que estuvo constituida por 155 usuarios del Sub CAFAE. La conclusión de esta investigación nos muestra una perciben positivamente la calidad del servicio en el Sub CAFAE, estas percepciones positivas se ven reflejadas en las dimensiones tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía que corresponden al modelo SERVPERF, destacando aspectos favorables con las dimensiones fiabilidad, la capacidad de respuesta y con la empatía del personal. Sin embargo, también se pudo identifican áreas de mejora en los aspectos tangibles y en la seguridad de la información, lo que sugiere que, si bien el servicio es funcional y genera confianza, existen oportunidades para optimizar la experiencia general del usuario.

Palabras Claves: capacidad de respuesta, calidad de servicio, empatía, fiabilidad, personal, seguridad, tangibles.

ABSTRACT

The objective of this research was to understand how users rate the quality of service at the Sub-CAFAE of the Tocache UGEL in the San Martín region, 2024. The methodology used was applied with a descriptive study level and a non-experimental research design. Data collection was conducted through a survey of a sample of 155 Sub-CAFAE users. The conclusion of this research shows that they positively perceive the quality of service at the Sub-CAFAE. These positive perceptions are reflected in the tangible dimensions of reliability, responsiveness, security, and empathy that correspond to the SERVPERF model. Favorable aspects are highlighted in the dimensions of reliability, responsiveness, and staff empathy. However, areas for improvement were also identified in tangible aspects and information security, suggesting that, while the service is functional and generates trust, there are opportunities to optimize the overall user experience.

Keywords: responsiveness, quality of service, empathy, reliability, staff, security, tangibles.

INTRODUCCIÓN

La calidad del servicio es un factor determinante en el funcionamiento eficiente de cualquier institución, especialmente en aquellas que tienen a su cargo la gestión de recursos destinados al bienestar del personal. En este contexto, el presente estudio se enfoca en la calidad del servicio en el Sub CAFAE de la UGEL de Tocache, San Martín, durante el año 2024, en un escenario marcado por una problemática institucional concreta: la alta rotación de directivos en la UGEL de Tocache. Esta situación ha generado inestabilidad en la administración del Sub CAFAE, afectando la continuidad en la toma de decisiones y la implementación de estrategias sostenibles a largo plazo.

La investigación cobra especial relevancia al buscar optimizar los procesos y estrategias internas de esta unidad administrativa. Al evaluar la percepción de los usuarios sobre los servicios brindados, se pueden identificar fortalezas y debilidades, lo cual permitirá proponer mejoras orientadas a la eficiencia, la productividad y la satisfacción del usuario. Asimismo, los hallazgos podrían servir de referencia para otras instituciones con características similares, aportando conocimientos aplicables en contextos organizacionales más amplios.

El problema de investigación propuesto fue: ¿Cómo valoran los usuarios la calidad del servicio en el Sub CAFAE de la UGEL de Tocache, San Martín, 2024? A partir de esta interrogante principal, se desarrollan preguntas específicas considerando las dimensiones del modelo SERVQUAL: tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

El objetivo general de la investigación es conocer cómo valoran los usuarios la calidad del servicio en el Sub CAFAE de la UGEL de Tocache, mientras que los objetivos específicos se centran en describir dicha valoración en relación con cada una de las dimensiones mencionadas.

La tesis se estructura en cinco capítulos. El Capítulo I presenta la introducción del estudio, detallando el planteamiento del problema, los objetivos, la justificación y la delimitación de la investigación. El Capítulo II

desarrolla el marco teórico y conceptual, sustentado en la revisión de literatura especializada. El Capítulo III describe el enfoque metodológico, especificando el tipo de investigación, las técnicas empleadas y la población objeto de estudio. En el Capítulo IV se exponen y analizan los resultados obtenidos, y finalmente, el Capítulo V ofrece las conclusiones, recomendaciones y aportes derivados del estudio.

La investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, y para la recolección de datos se aplicó una encuesta estructurada a los usuarios del Sub CAFAE. Las fuentes de información incluyeron literatura académica, artículos científicos, documentos institucionales y normativas relacionadas con la gestión pública y la calidad del servicio.

No se reportaron limitaciones significativas durante el proceso de investigación, lo que permitió el desarrollo fluido de cada una de sus etapas.

Entre las conclusiones generales, se destaca que la percepción de los usuarios sobre la calidad del servicio en el Sub CAFAE es mayormente favorable, resaltando dimensiones como la fiabilidad, la capacidad de respuesta y la empatía. No obstante, también se identificaron áreas susceptibles de mejora, especialmente en los aspectos tangibles y en la seguridad de la información, lo que evidencia oportunidades para seguir perfeccionando la gestión del servicio ofrecido.

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. DESCRIPCIÓN PROBLEMÁTICA

La calidad en la atención al cliente no es algo nuevo para las organizaciones. Desde siempre, los clientes han valorado y exigido un buen trato y una atención adecuada al momento de adquirir un producto o solicitar un servicio. Estas exigencias abarcan cosas como la confiabilidad que inspira el servicio, la buena calidad, el tiempo de atención razonables, precios justos y la capacidad de innovar constantemente. Por ello, las organizaciones han tenido que implementar diversas estrategias para cumplir con estas demandas y mantenerse competitivas en sus respectivos sectores (Zeithaml, 1988).

A nivel mundial, las organizaciones se han visto en la necesidad de mejorar su eficiencia, buscando estrategias que las ayuden a destacar frente a la competencia. La calidad del servicio es fundamental para que las organizaciones logren esta ventaja competitiva, independientemente del sector económico o rubro en el que operen (Silva et al., 2021). Satisfacer las expectativas del cliente en cuanto a productos o servicios ofrecidos genera satisfacción, lo que conlleva una mayor fidelización del cliente (Murali et al.).

En el contexto peruano, las organizaciones han comenzado a reconocer que el cliente juega un papel crucial para alcanzar sus objetivos. Más allá de los servicios que ofrecen, la conexión directa con el cliente se ha convertido en una vía importante para fortalecer su posición en el mercado.

En los últimos años, tanto en el sector privado como en el público, ha aumentado la demanda por un mejor servicio, lo cual ha llevado a muchas organizaciones a estudiar cómo piensan, qué les gusta y qué prefieren sus clientes. Ofrecer un servicio de calidad se ha vuelto clave para alcanzar los objetivos que se han propuesto (Ramos et al., 2020).

En la región San Martín, la competencia entre las organizaciones, tanto públicas como privadas, es cada vez más intensa. Las empresas que prestan servicios buscan no solo crecer económicamente, sino también expandir su cartera de clientes y posicionarse mejor en el ámbito social. Para lograrlo, estas organizaciones deben estar a la vanguardia, ya que el factor clave para su crecimiento y sostenibilidad es la satisfacción de sus clientes, alcanzada mediante una atención de calidad (Rucoba, 2023).

En este contexto, el Sub comité de administración del fondo de asistencia y estímulo (Sub-CAFAE) de la unidad de gestión educativa local (UGEL) de Tocache, San Martín, desempeña un papel crucial. Este comité es asesorado y supervisado por el comité de administración del fondo de asistencia y estímulo (CAFAE-SE), una entidad dedicada a ofrecer incentivos para el personal docente y administrativo del sector educativo. Los fondos del Sub-CAFAE provienen de recursos como descuentos por tardanzas, inasistencias y sanciones disciplinarias impuestas a los trabajadores del sector educativo, distribuyéndose el 20% para el CAFAE-SE y el 80% para el Sub-CAFAE (Resolución Ministerial N.º 169-98-ED, 1998).

El Sub-CAFAE tiene como objetivo brindar asistencia económica mediante préstamos o donaciones, apoyar actividades recreativas, culturales y educativas, y ofrecer diversos estímulos personales y familiares que mejoren el bienestar de los trabajadores del sector educativo. Además, financia estudios de capacitación, asistencia a eventos profesionales y proyectos relacionados con la mejora del desempeño laboral de los trabajadores del sector (Resolución Ministerial N.º 169-98-ED, 1998).

A pesar de los esfuerzos del Sub-CAFAE para cumplir con sus objetivos, enfrenta ciertas dificultades. Una de las principales es la alta tasa de morosidad en la recuperación de los préstamos, que actualmente alcanza el 16.31% del capital colocado (base de datos Sub-CAFAE Tocache, 2024). Este problema afecta la capacidad del Sub-CAFAE para mantener una gestión financiera sólida y eficiente.

Otro desafío significativo es la constante rotación de directivos en la UGEL de Tocache, lo cual afecta directamente la administración del Sub-CAFAE. Las frecuentes designaciones y ceses de directores impiden la continuidad en la toma de decisiones y el desarrollo de estrategias a largo plazo, lo que genera inestabilidad en la gestión. Este problema ha sido evidente en los últimos meses, cuando se sucedieron cambios en la dirección de la UGEL Tocache, afectando también a la presidencia del Sub-CAFAE (Resoluciones Directorales Regionales N° 1680-2024-GRSM/GR y N° 2379-2024-GRSM/DRE).

Dado este panorama, esta investigación tiene como objetivo conocer la percepción de los usuarios respecto a la calidad del servicio que ofrece el Sub-CAFAE de la unidad de gestión educativa local de Tocache y a partir, de los resultados obtenidos se propondrán recomendaciones que permitan superar las debilidades identificadas y fortalecer los aspectos necesarios para mejorar la gestión y satisfacción de los usuarios.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. PROBLEMA GENERAL

¿Cómo valoran los usuarios la calidad del servicio en el Sub CAFAE de la UGEL de Tocache, San Martín 2024?

1.2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS

¿Cómo valoran los usuarios la calidad del servicio respecto a los tangibles en el Sub CAFAE de la UGEL de Tocache, San Martín 2024?

¿Cómo valoran los usuarios la calidad del servicio respecto a la fiabilidad en el Sub CAFAE de la UGEL de Tocache, San Martín 2024?

¿Cómo valoran los usuarios la calidad del servicio respecto a la capacidad de respuesta de la Sub CAFAE de la UGEL de Tocache, San Martín 2024?

¿Cómo valoran los usuarios la calidad del servicio respecto a la seguridad en el Sub CAFAE de la UGEL de Tocache, San Martín 2024?

¿Cómo valoran los usuarios la calidad del servicio respecto a la empatía en el Sub CAFAE de la UGEL de Tocache, San Martín 2024?

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Conocer cómo valoran los usuarios la calidad del servicio en el Sub CAFAE de la UGEL de Tocache, San Martín, 2024.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Describir cómo valoran los usuarios la calidad del servicio respecto a los tangibles en el Sub CAFAE de la UGEL de Tocache, San Martín, 2024.

Describir cómo valoran los usuarios la calidad del servicio respecto a la fiabilidad en el Sub CAFAE de la UGEL de Tocache, San Martín, 2024.

Describir cómo valoran los usuarios la calidad del servicio respecto a la capacidad de respuesta de el Sub CAFAE de la UGEL de Tocache, San Martín, 2024.

Describir cómo valoran los usuarios la calidad del servicio respecto a la seguridad de el Sub CAFAE de la UGEL de Tocache, San Martín, 2024.

Describir cómo valoran los usuarios la calidad del servicio respecto a la empatía en el Sub CAFAE de la UGEL de Tocache, San Martín, 2024.

1.4. JUSTIFICACIÓN

1.4.1. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA

Según Méndez (2013), la justificación teórica se origina en el interés del investigador por explorar en mayor profundidad los enfoques teóricos vinculados al problema en estudio, con el objetivo de ampliar el conocimiento existente o descubrir nuevas explicaciones que complementen o modifiquen lo que ya se conoce.

En ese sentido, esta investigación recurrió a los conocimientos, enunciados y las características sobre la calidad de servicio respecto a los elementos: tangibilidad, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía del Sub comité de administración del fondo de asistencia y estímulo de la unidad de gestión educativa local de Tocache, San Martín, sostenidos en el marco teórico del presente estudio, lo cual permitió el acopio de fundamentos e indicios indicadores sobre la calidad del servicio.

1.4.2. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA

Según Méndez (2013), la justificación práctica hace referencia a la intención del investigador de ampliar sus conocimientos, obtener un grado o ayudar a la resolución de problemas concretos en organizaciones, ya sean públicas o privadas. En pocas palabras, busca enfrentar una situación específica que afecta a una realidad social o, en su caso, proponer estrategias que puedan servir para resolverlas.

En ese sentido, esta investigación se centró en analizar la calidad de servicio que brinda el Sub comité de administración del fondo de asistencia y estímulo de la unidad de gestión educativa local de Tocache, San Martín, a sus clientes acerca de la asistencia prestada. Los resultados de la investigación fueron útiles para definir la percepción que tuvo el usuario de la experiencia que ofreció el Sub CAFAE

1.4.3. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA

Según Méndez (2013), esta justificación está relacionada con el uso de la metodologías y técnicas específicas como recursos, formularios o modelos matemáticos que pueden ser útiles para estudiar problemas concretos que afectan de manera directa o indirectamente en una realidad social.

En ese sentido, la investigación permitió alcanzar los objetivos programados en la investigación de tipo descriptivo mediante cuestionarios destinados a los usuarios del Sub comité de administración del fondo de asistencia y estímulo de la unidad de gestión educativa local de Tocache, San Martín, lo cual permitió adquirir datos veraces y auténticos en función al tratamiento de la información. Asimismo, la metodología incluyó el uso de métodos, técnicas e instrumentos efectivos.

1.5. LIMITACIONES

No se presentaron limitaciones significativas algunas en la presente investigación

1.6. VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

1.6.1. RECURSOS HUMANOS

La investigación fue viable ya que se contó con el recurso humano necesario, como una asesora, un colaborador y los participantes de la encuesta (clientes del Sub comité de administración del fondo de asistencia y estímulo de la unidad de gestión educativa local de Tocache, San Martín). También se contó con el tiempo necesario para desarrollar con éxito el proyecto y el informe de investigación.

1.6.2. RECURSOS MATERIALES

La investigación fue viable ya que se contó con los recursos materiales necesarios, como libros electrónicos y físicos referentes a la

variable en estudio (calidad del servicio). Asimismo, la investigación fue viable porque se contó con los softwares necesarios para el procesamiento de los datos estadísticos luego de aplicar la encuesta.

1.6.3. RECURSOS ECONÓMICOS

La investigación fue viable ya que se contó con los recursos económicos necesarios para cubrir los gastos que se presentaron en la investigación.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES

Sánchez-Macías et al. (2022) presentaron su estudio “Percepción de la calidad del servicio de laboratorio clínico de referencia en Portoviejo, Ecuador”. Su objetivo principal fue determinar la percepción de la calidad que tienen los clientes sobre el servicio que ofertan los laboratorios clínicos, la investigación opto por una metodología cuantitativa con un diseño no experimental de tipo descriptivo, la muestra fue 211 clientes a quienes se le aplico un cuestionario. Los resultados muestran una percepción muy elevada respecto a la calidad del servicio. La conclusión más relevante respecto a la empatía es un factor muy importante para cualquier empresa o servicio, es una de las razones que mueve al cliente para preferir el servicio ofertado por una denominada empresa de otra; en esa razón, para el servicio clínico de referencia significa que existe fidelidad y preferencia por parte de los clientes.

Barreto-Vera (2023) presentó su estudio “Calidad del servicio y satisfacción del cliente en el Banco Pichincha en Portoviejo”. Esta investigación planteo como objetivo analizar la calidad del servicio y su incidencia en la satisfacción del cliente. El instigador empleo una metodología cuantitativa de diseño no experimental y del tipo descriptivo, como instrumento se utilizó cuestionario y se aplicó a una muestra a 300 clientes. El resultado más relevante de esta investigación tiene que ver con los aspectos tangibles donde se observó una valoración igualada de alto y muy alto; fiabilidad alta y muy alta por igual; capacidad de respuesta una percepción alta; seguridad por igual a alta y muy alta; y empatía fue alta. La satisfacción fue calificada como alta. Se concluye que los clientes tienen una percepción muy alta sobre la calidad del servicio, lo cual influye directamente en el nivel de satisfacción que

experimentan. Esta percepción positiva se basa en la seguridad que sienten al visitar las instalaciones, la confianza que les transmite el personal al cumplir con lo prometido, y la buena impresión que les deja tanto la presentación del personal como el estado de la infraestructura de la agencia bancaria.

2.1.2. ANTECEDENTES NACIONALES

Collanqui (2020) presentó su investigación “Percepción de calidad de servicio en los usuarios de la Sub gerencia de transporte y seguridad vial de la Municipalidad provincial de San Román Juliaca 2019”. El objetivo del investigador fue describir la percepción de calidad de servicio en los usuarios. El diseño propuesto en la metodología fue del tipo descriptivo, cuantitativa, no experimental y de corte transversal, la muestra de esta investigación fue de 383 usuarios a quienes se le aplicó un cuestionario como instrumento. Esta investigación concluye que la percepción de la calidad de servicio en los usuarios de la sub gerencia de transporte y seguridad vial es baja, sustentado por las bajas percepciones de las dimensiones de elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

García & Maldonado (2020) presentaron su investigación “Percepción de la calidad de servicio y satisfacción del cliente externo en el banco Scotiabank Jaén 2019”. Esta investigación determinó el nivel de calidad del servicio y satisfacción que perciben los clientes externos mediante la escala SERVQUAL. La metodología fue del tipo cuantitativo con un diseño no experimental y una muestra de 278 sujetos a quienes se le aplicó una encuesta como instrumento de medición. La principal conclusión que llegó el investigador fue la percepción de los clientes de las 5 dimensiones para medir la calidad de servicio solo en dos resulta superior a la expectativa, por lo tanto, se deduce que el nivel de percepción de calidad de servicio por parte de los clientes externos del Banco Scotiabank es bajo. En la mayoría de los ítems, Elementos Tangibles donde se toma en cuenta al momento de valorar las instalaciones físicas, dotación de equipo y sala de espera, podemos

afirmar que los clientes señalaron estar sumamente satisfechos con un 83.25%. En otras 3 dimensiones muestra deficiencias y ante ello se propuso una propuesta de mejora para mejorar la calidad de servicio.

2.1.3. ANTECEDENTES LOCALES

Díaz (2019) presentó su investigación “Percepción de la calidad del servicio: Una evaluación de los clientes de un restaurante de la Amazonía peruana”. El objetivo de esta investigación determinar el nivel de la calidad de servicio en el restaurante Wayku. La metodología tuvo fue cuantitativo con un diseño no experimental transversal y de alcance descriptivo, como instrumento se utilizó un cuestionario a una muestra de 151 comensales. El resultado más relevante en donde se determinó que el 88.1% de los clientes calificaron como buenas a las dimensiones con las que cuenta la variable calidad de servicio. Los clientes que calificaron como regular a las dimensiones de la calidad de servicio del restaurante representan al 11.3% y el 0.7% calificó como malo a la calidad de servicio del restaurante. Por otra parte, la investigación concluye que se debe preservar la buena percepción del servicio que tienen los clientes, sin embargo, existe un importante 12% de percepciones regulares y malas que sin duda deben ser vistas como oportunidades de mejora para el desarrollo comercial, competitivo y diferenciado.

Paredes et al. (2023) presentaron su investigación “Percepción de la calidad del servicio educativo en las escuelas de educación superior pedagógica pública de la región San Martín, 2021”. La investigación opto como objetivo determinar el nivel de la calidad percibida por los estudiantes. La metodología planteada por los investigadores fue descriptiva y un diseño no experimental de corte transversal y con enfoque mixto, la muestra fue de 145 estudiantes a quienes se le aplico un cuestionario. La investigación concluye que las dimensiones del servicio educativo ofrecido que obtuvieron las más altas valoraciones con respecto a las percepciones de sus estudiantes fueron las de seguridad y fiabilidad. De manera específica dentro de la dimensión

seguridad, los estudiantes tienen mejores percepciones con relación a los conocimientos teóricos y prácticos de sus profesores. Por otro lado, para la dimensión fiabilidad, los estudiantes evidenciaron una mejor percepción respecto al servicio de formación inicial docente que se brinda de manera confiable.

2.2. BESE TEÓRICA

2.2.1. CALIDAD DEL SERVICIO

El concepto de calidad de servicio se refiere al conjunto de productos y servicios que una empresa ofrece sus clientes con el objetivo de establecer una relación directa con ellos. Esta conexión permite conocer sus necesidades y expectativas, lo que a su vez facilita no solo satisfacerlas, sino que también superarlas (Pérez, 2006).

Por su parte, Cronin y Taylor (1992) sostiene que la calidad del servicio puede considerarse tanto una causa como una consecuencia de la satisfacción del cliente. En ese sentido, es de importancia tener bien definido si el objetivo principal es lograr que los clientes se sientan satisfechos con el servicio recibido o si, por el contrario, se busca ofrecer el más alto nivel posible de calidad percibida por el cliente. En la actualidad existen diversos modelos que han sido desarrollados para evaluar cómo los usuarios perciben la calidad del servicio. Entre ellos podemos destacar los modelos nórdico y americano, entre otros más. El modelo nórdico, también conocido como modelo de las imágenes, esta establece una relación entre la calidad del servicio y la imagen que proyecta la organización. En esa línea, Berry, Parasuraman y Zeithaml (1988) afirma que la calidad del servicio se define como el resultado del equilibrio entre las expectativas del cliente y su percepción del desempeño del servicio.

Entonces, podemos decir que la percepción de la calidad del servicio es crucial porque influye directamente en la satisfacción del cliente, la lealtad y la probabilidad de recomendaciones boca a boca. Las empresas que invierten en comprender y mejorar la percepción de la

calidad del servicio pueden lograr una ventaja competitiva significativa, fomentando relaciones duraderas con los clientes y mejorando su reputación en el mercado.

2.2.2. IMPORTANCIA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO

Grönroos (1994). La calidad del servicio no solo se traduce en eficiencia operativa o cumplimiento de estándares, sino que también representa un compromiso genuino con las personas. Su importancia radica en que cada interacción con un cliente es una oportunidad para generar confianza, resolver necesidades y crear experiencias positivas que trascienden lo funcional. Un servicio de calidad reconoce al usuario no como un número, sino como un ser humano con expectativas, emociones y derechos. Cuando las organizaciones priorizan la calidad del servicio, están eligiendo cuidar los detalles, escuchar activamente y responder con empatía. Esto no solo fortalece la reputación institucional, sino que contribuye a una sociedad más respetuosa y centrada en el bienestar de las personas. En esencia, ofrecer calidad es una forma de respeto y responsabilidad social

Entonces, podemos afirmar que la calidad del servicio es importante para el éxito empresarial porque impacta directamente en la satisfacción del cliente, la reputación de la marca, la diferenciación competitiva, la retención de clientes, los ingresos y la mejora continua de la organización. Es un aspecto que debe ser priorizado y gestionado de manera efectiva en todas las áreas de la empresa.

2.2.3. CARACTERÍSTICAS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO

Kotler & Armstrong (2004), uno de los teóricos más influyentes en marketing, ha abordado la calidad del servicio desde varias perspectivas en sus trabajos. Aunque no ha desarrollado un modelo específico como SERVQUAL o SERVPERF, ha identificado características clave que determinan la calidad del servicio, estas son:

- **Confiabilidad:** Capacidad de proporcionar el servicio prometido de manera precisa y consistente. La confiabilidad es fundamental para ganar y mantener la confianza del cliente.
- **Capacidad de Respuesta:** Disposición y rapidez con la que se atienden las solicitudes, preguntas y problemas de los clientes. La capacidad de respuesta influye en la percepción de la eficiencia y atención al cliente.
- **Seguridad:** Conocimiento y la cortesía de los empleados, así como su capacidad para transmitir confianza y seguridad. Incluye factores como la competencia del personal y la credibilidad de la empresa.
- **Empatía:** Atención personalizada y el cuidado que se ofrece a los clientes. La empatía se refleja en la capacidad de la empresa para comprender y atender las necesidades y deseos individuales de los clientes.
- **Tangibles:** Aspectos físicos del servicio, como las instalaciones, el equipo, el material de comunicación y la apariencia del personal. Los elementos tangibles son los componentes visibles y físicos del servicio que pueden influir en la percepción de la calidad.

Entonces, podemos decir que Kotler destaca la importancia de la confiabilidad, la capacidad de respuesta, la seguridad, la empatía y los tangibles como características clave de la calidad del servicio.

2.2.4. MODELOS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO

A. MODELO SERVICE QUALITY (SERVQUAL)

Zeithaml, Parasuraman y Berry elaboraron el modelo SERVQUAL, este modelo fue diseñado para evaluar la calidad del servicio a través de un cuestionario que se basa en cinco dimensiones clave: elementos tangibles, empatía, capacidad de respuesta, confiabilidad, y seguridad. Utiliza una escala múltiple creada con el propósito de reflejar las expectativas que los clientes tienen respecto al servicio recibido. Al permitir medir y valorar la calidad del servicio, esta herramienta se

convierte en un recurso muy valioso tanto para identificar oportunidades de mejora como para comparar el desempeño con el de otras organizaciones (De la Hoz Correa, 2014; Schembri, 2015).

Este modelo evalúa las expectativas que el cliente tiene respecto a la organización y las compara con su percepción real de las dimensiones previamente ya mencionadas. A través de este contraste, permite identificar las brechas existentes entre lo que el cliente espera recibir y lo que realmente experimenta. Con base en esta información se pueden implementar acciones correctivas orientadas a mejorar la calidad del servicio (Bobocea et al., 2016).

En un inicio, el modelo SERVQUAL identificó diez dimensiones relacionadas con la calidad del servicio: comprensión del cliente, cortesía, accesibilidad, elementos tangibles, fiabilidad, comunicación, credibilidad, profesionalismo, capacidad de respuesta y seguridad. Sin embargo, al observar que algunas de estas dimensiones se solapaban o estaban estrechamente relacionadas, se realizaron estudios estadísticos que permitieron agruparlas y simplificarlas. Como resultado, el modelo fue reducido a solo cinco dimensiones: elementos tangibles, empatía, capacidad de respuesta, fiabilidad y seguridad. y 2 ítems que conforman la escala. (Losada et al., 2018).

- **Expectativas:** Lo que percibe el cliente por el servicio, el cual es entregado por la empresa. Dicha expectativa se genera por experiencias pasadas del mismo, comunicación boca a boca, sus necesidades e información externa.
- **Percepción:** Se daba según cómo considera el cliente que la empresa cumpla con entregar el servicio, teniendo en cuenta el valor que él le da a lo que recibe.

Entonces, podemos mencionar que el modelo SERVQUAL es un marco para medir la calidad del servicio basado en cinco dimensiones. También podemos mencionar que esto se utiliza para evaluar la satisfacción del cliente comparando sus percepciones con sus

expectativas, identificando áreas de mejora en las que la calidad del servicio puede ser fortalecida.

B. MODELO SERVICE PERFORMANCE (SERVPERF)

Según, Kotler (2006) nos dice que el modelo SERVPERF utiliza exclusivamente la percepción como una buena aproximación a la satisfacción del cliente, definida ésta como el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas. Para Cronin y Taylor (1992), SERVPERF se centra exclusivamente en las percepciones del rendimiento del servicio para evaluar la calidad. Este modelo simplifica la evaluación al eliminar la comparación con las expectativas del cliente, característica del modelo SERVQUAL. Aquí se presentan las características según los autores, clave de la calidad del servicio según el modelo SERVPERF:

- 1. Percepción Directa del Rendimiento:** SERVPERF mide la calidad del servicio basándose únicamente en las percepciones del rendimiento del servicio por parte del cliente. Esto significa que los clientes evalúan directamente cómo perciben el servicio recibido, sin tener en cuenta sus expectativas previas.
- 2. Simplificación del Modelo:** Al centrarse únicamente en las percepciones del rendimiento, SERVPERF simplifica el proceso de medición de la calidad del servicio. Esto puede conducir a resultados más precisos y accionables, ya que elimina la subjetividad asociada a las expectativas del cliente.
- 3. Uso de las Mismas Dimensiones de SERVQUAL:** SERVPERF utiliza las mismas 22 ítems agrupados en las cinco dimensiones identificadas en el modelo SERVQUAL:
 - **Tangibilidad:** Aspectos físicos del servicio, como instalaciones, equipo y apariencia del personal.
 - **Fiabilidad:** Capacidad de la empresa para proporcionar el servicio prometido de manera consistente y precisa.

- **Responsabilidad:** Disposición y capacidad del personal para ayudar a los clientes y proporcionar un servicio rápido.
 - **Seguridad:** Capacidad del personal para transmitir confianza y seguridad a los clientes.
 - **Empatía:** Atención personalizada y cuidado que la empresa ofrece a sus clientes.
4. **Foco en la Medición del Rendimiento:** La premisa central del modelo SERVPERF es que las percepciones del rendimiento son los mejores indicadores de la calidad del servicio. Por lo tanto, se enfoca en cómo los clientes perciben el servicio realmente recibido, en lugar de como esperaban que fuera.
 5. **Fiabilidad y Validez:** Estudios posteriores han mostrado que el modelo SERVPERF es altamente confiable y válido para medir la calidad del servicio en diversas industrias y contextos.
 6. **Evaluación de la Satisfacción del Cliente:** Aunque no mide directamente la satisfacción del cliente, SERVPERF puede estar correlacionado con ella, ya que las percepciones positivas del rendimiento del servicio suelen llevar a una mayor satisfacción del cliente.

Entonces, podemos decir que las características clave de la calidad del servicio, según el modelo SERVPERF se centra en las percepciones del cliente sobre el desempeño real del servicio recibido, la simplificación del proceso de medición, el uso de las dimensiones de SERVQUAL, y su alta fiabilidad y validez como método de evaluación.

C. DIFERENCIAS ENTRE SERVPERF Y SERVQUAL

Las principales diferencias entre SERVPERF y SERVQUAL radican en cómo cada modelo mide la calidad del servicio. En el caso, del SERVQUAL se basa en la diferencia entre las expectativas del cliente y su percepción del servicio recibido, evaluando tanto las expectativas como el rendimiento del servicio a través de cinco dimensiones: tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. Por otro lado, SERVPERF se enfoca únicamente en la percepción del

rendimiento del servicio, eliminando la evaluación de las expectativas. Este modelo propone que la calidad del servicio debe ser medida directamente a partir del desempeño percibido, ya que considera que las expectativas pueden ser variables subjetivas y no siempre reflejan la realidad de lo que se espera.

El presente estudio aplicará el modelo SERVPERF porque proporcionará una valoración más directa y objetiva del servicio, al centrarse exclusivamente en el desempeño percibido por los usuarios del Sub CAFAE de la UGEL Tocache, permitiendo conocer y analizar de manera eficiente las particularidades identificadas en el servicio.

2.2.5. DIMENSIONES DE LA CALIDAD DEL SERVICIO

El modelo SERVPERF, desarrollado por Cronin y Taylor (1992), utiliza las mismas dimensiones de la calidad del servicio que el modelo SERVQUAL, pero se enfoca únicamente en las percepciones del cliente, omitiendo las expectativas como criterio de evaluación, estas dimensiones son:

A. Tangibles

Naranjo (2013) señala que, en esta dimensión, se incluyen los elementos físicos que se utilizan al momento de brindar el servicio (materiales, herramientas, infraestructura, tecnología), se incluye también la apariencia física de los trabajadores e higiene.

Para Cronin y Taylor (1992), los aspectos físicos que el cliente percibe como los equipos y materiales que utilizan los trabajadores para atender al cliente, las condiciones de salubridad de las instalaciones, la apariencia física y presentación del personal.

Por otra parte, Ramos et al. (2020) menciona, respecto a la dimensión aspectos tangibles, que esta se entiende como el estado en que se encuentra la infraestructura física del establecimiento, así como también los materiales de comunicación que intermedian en el servicio,

todo ello proyecta una imagen que el cliente tendrá en cuenta para evaluar si el servicio que se les brinda es tal como lo esperan.

Indicadores de los tangibles:

- **Instalaciones físicas:** La apariencia y funcionalidad de las instalaciones de la empresa, incluyendo la limpieza, el diseño, la comodidad y el mantenimiento de los espacios donde se proporciona el servicio. Ejemplos incluyen oficinas, tiendas, salas de espera y otros entornos físicos (Salomi, et al. 2005).
- **Equipos y herramientas:** La calidad, modernidad y estado de los equipos y herramientas utilizados para proporcionar el servicio. Esto puede incluir desde tecnología y maquinaria hasta utensilios y accesorios necesarios para la prestación del servicio (Salomi, et al. 2005).
- **Materiales de comunicación:** La calidad y presentación de los materiales impresos y digitales que se utilizan para comunicarse con los clientes, como folletos, catálogos, formularios, sitios web, aplicaciones móviles y correos electrónicos. La claridad y profesionalismo de estos materiales impactan la percepción del cliente (Salomi, et al. 2005).
- **Apariencia del personal:** La apariencia y profesionalismo del personal que interactúa con los clientes, incluyendo uniformes, etiquetas de identificación e higiene personal. La presentación del personal puede influir significativamente en la percepción de profesionalismo y confiabilidad (Salomi, et al. 2005).

B. Fiabilidad

Según Ramos et al. (2020), la dimensión de confiabilidad evalúa la habilidad de los trabajadores al momento de realizar una actividad, es decir, su capacidad para brindar un buen servicio desde el primer momento. También se valora la rapidez en la respuesta, el interés por ayudar al cliente y la disposición para ofrecer un servicio oportuno.

Por otra parte, Torres & Vásquez (2015) señala que la fiabilidad, según la percepción del cliente, incluye el cumplimiento de promesas, precisión en el servicio, consistencia, resolución eficiente de problemas, confiabilidad del personal, entrega a tiempo, consistencia en la calidad y comunicación clara y honesta. Estos factores influyen en cómo los clientes perciben la calidad del servicio y su confianza en la empresa.

Indicadores de la fiabilidad:

- **Cumplimiento de Promesas:** Los clientes valoran que la empresa cumpla con lo que promete, ya sea en términos de entrega de productos, horarios de servicio, resultados esperados o cualquier otro compromiso. La consistencia en el cumplimiento de las promesas es fundamental para ganar y mantener la confianza del cliente (Tschohl, 2007).
- **Precisión en el servicio:** Se refiere a la exactitud y fiabilidad de la información, soluciones y procesos ofrecidos a los clientes, asegurando que se cumplen las expectativas y se obtienen los resultados correctos sin errores. Mejorar la precisión implica capacitar al personal, usar tecnología para procesos más eficientes, establecer y comunicar estándares de calidad, y escuchar activamente la voz del cliente para la mejora continua. (Tschohl, 2007).
- **Resolución de problemas:** La eficiencia y efectividad con la que la empresa maneja y resuelve problemas o reclamaciones. Los clientes valoran cuando los problemas se resuelven de manera rápida y satisfactoria (Tschohl, 2007).
- **Comunicación clara y honesta:** Proporcionar información precisa y mantener una comunicación abierta y honesta con los clientes. Esto incluye la transparencia en situaciones en las que pueda haber retrasos o problemas, y la disposición para mantener a los clientes informados (Tschohl, 2007).

- **Entrega a tiempo:** Cumplir con los plazos y horarios prometidos para la entrega de productos o prestación de servicios. La puntualidad es un aspecto crucial de la fiabilidad (Tschohl, 2007).

C. Capacidad de respuesta

Según Vásquez et al. (2001), la capacidad de respuesta debe como la disposición de la organización para atender y brindar un servicio de manera rápida y eficiente, especialmente considerando que los clientes son cada vez más exigentes y poco tolerantes a la espera. Los autores concluyen que esta dimensión implica la habilidad de relacionar tanto físico como mentalmente ante las posibles necesidades del cliente en relación con el servicio solicitado, ya que dichas necesidades evolucionan y se incrementan con el paso de tiempo.

Por su parte, Cronin y Taylor (1992) afirma que la capacidad de respuesta está relacionada con aspectos internos de la organización que reflejan su compromiso de ayudar al cliente y proporcionarle un servicio oportuno, respetando los plazos y condiciones previamente acordados. Esta puntualidad y eficiencia en la atención influye directamente en la percepción de calidad que tiene el usuario.

Finalmente, Apeña (2022) sostiene que, desde la perspectiva del cliente, la capacidad de respuesta se refiere a la rapidez y eficacia con la que una empresa atiende sus solicitudes, consultas o problemas. Este enfoque refuerza la importancia de la inmediatez y eficiencia con factores clave en la experiencia del usuario.

Indicadores de la capacidad de respuesta:

- **Rapidez en la atención:** Los clientes valoran que sus solicitudes y consultas sean atendidas de manera rápida y oportuna. Esto incluye tiempos de espera cortos para servicios en persona, respuestas rápidas a correos electrónicos o llamadas telefónicas, y tiempos de respuesta eficientes en plataformas digitales (López, 2013).

- **Eficiencia en la Resolución de Problemas:** La capacidad del personal para resolver problemas de manera efectiva y sin demoras es crucial. Los clientes aprecian cuando sus problemas son abordados y solucionados de manera eficiente y satisfactoria (López, 2013).
- **Disponibilidad del personal:** La accesibilidad y disponibilidad del personal para atender a los clientes cuando lo necesiten. Esto incluye tener suficientes empleados disponibles para evitar largas esperas y asegurar que siempre haya alguien disponible para ayudar (López, 2013).
- **Proactividad:** Los clientes valoran cuando el personal es proactivo y anticipa sus necesidades, proporcionando información y asistencia antes de que se solicite. Esto demuestra un compromiso con la satisfacción del cliente y la disposición para ir más allá de lo básico (López, 2013).
- **Comunicación clara y eficaz:** Mantener a los clientes informados sobre el progreso de sus solicitudes y cualquier posible retraso es esencial. La comunicación efectiva y oportuna genera confianza y reduce la ansiedad del cliente (López, 2013).

D. Seguridad

Según Ramos et al. (2020) sostiene que esta se evalúa a través del reconocimiento del servicio brindado y la cortesía del personal. También menciona que esta dimensión abarca principalmente el conocimiento que posee el trabajador sobre el servicio, así como la actitud que proyecta en su trato hacia el cliente

Por su parte, Cronin y Taylor (1992) define la seguridad como la combinación del conocimiento y la atención que ofrece los empleados al cliente durante la prestación del servicio. Además, destacan la capacidad del personal para generar confianza y credibilidad, lo cual es fundamental en ciertos servicios. En este contexto, la seguridad se

convierte en una sensación que permite al cliente sentirse protegido al momento de interactuar con el servicio.

Finalmente, Apeña (2022) nos habla de la seguridad, según la percepción del cliente, abarca la competencia profesional, la cortesía, la credibilidad, la protección de datos, la capacidad para transmitir confianza, la fiabilidad en la prestación del servicio y la reputación de la empresa. Estos factores influyen en cómo los clientes perciben la calidad del servicio y su confianza en la empresa.

Indicadores de la seguridad:

- **Competencia profesional:** Los clientes perciben seguridad cuando el personal demuestra conocimientos y habilidades en su campo. Esto incluye la capacidad del personal para realizar tareas de manera competente y resolver problemas con eficacia (Berry, 1996).
- **Confidencialidad y protección de datos:** La seguridad también incluye la protección de la información personal y financiera de los clientes. Los clientes necesitan saber que sus datos están seguros y que se manejan con confidencialidad (Berry, 1996).
- **Cortesía y trato respetuoso:** La amabilidad y el respeto en el trato hacia los clientes generan una sensación de confianza y seguridad. Los clientes valoran un trato cortés y profesional (Berry, 1996).
- **Capacidad para transmitir confianza:** El personal debe ser capaz de transmitir una sensación de seguridad y confianza a los clientes, lo cual puede incluir el uso de un lenguaje claro y seguro, así como la demostración de un conocimiento profundo de los productos o servicios ofrecidos (Berry, 1996).
- **Reputación y Experiencia de la Empresa:** La trayectoria y reputación de la empresa también juegan un papel importante en la percepción de seguridad. Empresas con una larga historia de buen servicio y buenas críticas generan mayor confianza en los clientes (Berry, 1996).

E. Empatía

Según Cronin y Taylor (1992) la define como el nivel de atención personal que las instituciones brindan a sus consumidores. Esta se refleja en la calidad de la comunicación ente el usuario y el personal encargado de atenderlo, y pone en evidencia el interés genuino por comprender sus necesidades individuales.

En esa misma línea, Torres & Vásquez (2015) señala que la empatía implica el esfuerzo por entender la perspectiva del cliente a través de una atención unipersonal. Esto incluye no solo una interacción cercana y humana, sino que también la disposición de la organización para ofrecer horarios accesibles y un trato posible por parte de sus colaboradores, lo que contribuye significativamente a una experiencia satisfactoria por parte del usuario.

Finalmente, Apeña (2022) nos dice que la empatía, según la percepción del cliente, abarca la atención personalizada, la escucha activa, la disponibilidad y accesibilidad, la sensibilidad y comprensión, el tiempo y atención dedicados, la flexibilidad y la calidad de la interacción humana. Estos factores influyen en cómo los clientes perciben la calidad del servicio y su grado de satisfacción y lealtad hacia la empresa.

Indicadores de la empatía:

- **Atención personalizada:** Los clientes valoran cuando el personal se toma el tiempo para conocer y entender sus necesidades y preferencias individuales. Esto puede incluir recordar detalles específicos sobre el cliente o adaptar el servicio a sus necesidades particulares (Campoverde, 2020).
- **Escucha activa:** La capacidad del personal para escuchar atentamente y comprender las preocupaciones y expectativas de los clientes es fundamental. Los clientes se sienten valorados cuando sus opiniones y necesidades son escuchadas y tomadas en cuenta (Campoverde, 2020).

- **Disponibilidad y accesibilidad:** La facilidad con la que los clientes pueden comunicarse con el personal y acceder a la asistencia cuando la necesitan es crucial. Los clientes aprecian cuando el personal está disponible para ayudar y es accesible a través de varios canales de comunicación (Campoverde, 2020).
- **Tiempo y atención dedicados:** Los clientes valoran cuando el personal dedica tiempo suficiente para atender sus consultas y problemas sin apresurarse. Esto demuestra un compromiso genuino con la satisfacción del cliente (Campoverde, 2020).
- **Interacción humana:** La empatía también se refleja en la calidad de la interacción humana. Los clientes aprecian un trato cálido, amigable y humano que va más allá de la mera formalidad (Campoverde, 2020).

2.3. DEFINICIONES CONCEPTUALES

- **Cliente.** Es el individuo o entidad que adquiere un bien o servicio de una empresa, y cuya satisfacción y lealtad son cruciales para el éxito y la supervivencia del negocio. En este contexto, el cliente no solo busca recibir un producto o servicio, sino que también espera una experiencia que cumpla o supere sus expectativas (Figuroa, 2011).
- **Confianza.** Creencia en la fiabilidad y honestidad de alguien o algo (Fukuyama, 1996).
- **Conocimientos.** Información, habilidades y entendimiento adquiridos a través del aprendizaje o la experiencia (Walsh. 2005).
- **Cortesía.** Muestra de respeto y buenos modales hacia los demás (Kerbrat-Orecchioni, 2004)
- **Disponibilidad.** Estado de estar accesible o listo para ser utilizado o atender una solicitud en el momento requerido (Grajales at al., 2006).
- **Honestidad.** Calidad de ser sincero, justo y transparente en las acciones y palabras (Pino-Lozano, 2015).

- **Necesidades específicas.** Requisitos particulares que una persona o grupo tiene y que deben ser atendidos de manera personalizada (Díaz-Maroto. 2015).
- **Trámite.** Un trámite es un proceso formal que implica seguir una serie de pasos y cumplir con ciertos requisitos para alcanzar un objetivo, como obtener un permiso o gestionar un documento. Generalmente, requiere presentar información, realizar pagos e interactuar con instituciones o autoridades correspondientes (Roseth et al., 2018).
- **Empresa pública.** Son gestionadas por el Estado y tienen como objetivo principal servir al interés público (Argimón et al., 1997).
- **Empresas privadas.** Son propiedad de individuos o entidades y buscan generar ganancias a través de actividades comerciales (Argimón et al., 1997).
- **Sub comité.** Es un grupo dentro de un comité más grande, encargado de abordar temas específicos para facilitar la gestión y la toma de decisiones (Cobrief, 2025).
- **Atención de calidad.** Se basa en ofrecer un servicio o producto de acuerdo a los requerimientos del paciente más allá de los que éste puede o espera (Rodríguez, 2023).
- **Satisfacción.** Puede entenderse como el cumplimiento de un deseo o la resolución de una necesidad, de manera tal que se produce sosiego y tranquilidad (Rodríguez, 2023).

2.4. VARIABLES

Calidad del servicio

DIMENSIONES

- Elementos tangibles
- Fiabilidad
- Capacidad de respuesta
- Seguridad
- Empatía

2.5. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLE

Tabla 1

Operacionalización de la variable

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición	Instrumento
Calidad del servicio	La calidad del servicio es la valoración de la percepción del cliente por la prestación del servicio recibido a partir, de la aplicación del modelo SERVPERF que mide la calidad del servicio directamente en las cinco dimensiones claves: tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, sin considerar las expectativas previas del cliente (Cronin y Taylor, (1992)	La calidad del servicio en el Sub-CAFAE de la Unidad de Gestión Educativa Local de Tocache – San Martín, es la percepción de los usuarios sobre el servicio recibido en las dimensiones tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía a partir, del modelo SERVPERF sin considerar las expectativas previas del usuario.	Tangibles	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Instalaciones físicas ▪ Equipos y herramientas ▪ Materiales de comunicación ▪ Apariencia del personal 	Escala de Likert	Cuestionario
			Fiabilidad	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cumplimiento de Promesas ▪ Precisión en el servicio ▪ Resolución de problemas ▪ Comunicación clara y honesta ▪ Entrega a tiempo 		
			Capacidad de respuesta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Rapidez en la atención ▪ Eficiencia en la Resolución de Problemas ▪ Disponibilidad del personal ▪ Proactividad ▪ Comunicación clara y eficaz 		
			Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Competencia profesional ▪ Confidencialidad y protección de datos ▪ Cortesía y trato respetuoso ▪ Capacidad para transmitir confianza ▪ Reputación y Experiencia de la Empresa 		
			Empatía	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Atención personalizada ▪ Escucha activa ▪ Disponibilidad y accesibilidad ▪ Tiempo y atención dedicados ▪ Interacción humana 		

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Hernández et al. (2014) señala que la investigación aplicada se enfoca radicalmente en abordar dilemas particulares que impactan a individuos y a la sociedad en su conjunto. De este modo, esta indagación puede contribuir a descubrir respuestas tangibles y pragmáticas a los desafíos que se presentan en diversas áreas en esta investigación.

La presente investigación fue del tipo aplicada, ya que se orienta a utilizar conocimientos ya existentes sobre nuestra variable de estudio calidad del servicio para así comprender su manifestación en un contexto educativo y con ello, contribuir a la mejora institucional.

3.1.1. ENFOQUE

El estudio tuvo un enfoque cuantitativo, ya que se recolectaron y analizaron datos para contestar las preguntas de investigación. Posteriormente, estos datos se midieron en forma numérica junto con los indicadores, con ayuda de programas estadísticos.

En ese sentido, Hernández et al. (2014) nos dice que el enfoque se basa en la recopilación de datos numéricos y su análisis utilizando técnicas estadísticas para responder preguntas de investigación, con el objetivo de establecer patrones de comportamiento en una población con exactitud

3.1.2. ALCANCE O NIVEL

El nivel de investigación fue descriptivo, ya que se centró en identificar y detallar las características y dimensiones de la calidad del servicio de la institución, sin manipulación de la variable ni establecer relaciones causales.

En ese sentido, Hernández et al. (2014) indican que las investigaciones de alcance descriptivo tienen como objetivo principal especificar las propiedades y características más relevante de un fenómeno determinado. Es decir, este tipo de estudios se centran en medir o recolectar información, ya sea de forma individual o conjunta, sobre los conceptos o variables que se desean analizar, sin buscar establecer relaciones causales entre ellos

3.1.3. DISEÑO

El diseño fue no experimental, ya que solo se observó el fenómeno tal y como se daba en su contexto natural, para después analizarlo.

Según, Hernández et al., (2014) el diseño no experimental permite estudiar los fenómenos tal como se presentan en su entorno natural.

3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.2.1. POBLACIÓN

Hernández et al., (2014) se refiere a la población como un conjunto completo de elementos o individuos que poseen las características que el investigador está estudiando. Este concepto es fundamental para la investigación porque influye en la forma en que se selecciona la muestra y en la generalización de los resultados.

La población estuvo compuesta por 255 usuarios activos (con préstamos por descuentos por planilla), obtenida a partir de una consulta realizada a la base de datos del sistema del Sub comité de administración del fondo de asistencia y estímulo de la unidad de gestión educativa local de Tocache – Sub CAFAE. San Martín.

3.2.2. MUESTRA

Según Hernández et al., (2014) la muestra es un subconjunto de la población seleccionada para ser estudiada.

Asimismo, para este estudio se seleccionó el muestreo probabilístico aleatorio simple porque garantizó que cada uno de los 255 usuarios activos del Sub-CAFAE tuviera la misma probabilidad de ser elegido, asegurando imparcialidad y representatividad en los resultados. El cálculo de la muestra tuvo un nivel de confianza y un margen de error del 0.5%, lo que aseguró un margen de error más pequeño, indicando mayor exactitud y permitiendo generalizar los hallazgos sobre la calidad del servicio a todos los usuarios activos del Sub-CAFAE. Al respecto, Hernández et al. (2014) mencionaron que el margen de error es un parámetro clave que refleja la probabilidad de que los resultados sean representativos de la población total.

En ese sentido, para el cálculo de la muestra se utilizó la fórmula siguiente:

$$n = \frac{z^2 x P x q x N}{(N - 1) x e^2 + z^2 x p x p}$$

N = Tamaño de la población

Z = Nivel de confianza

p = Proporción estimada

q = Probabilidad

e = Margen de error

$$n = \frac{(1.96)^2 x (0.5)(0.5)(255)}{(255 - 1)(0.5)^2 + (1.96)^2(0.5)(0.5)} = 155$$

El número de la muestra que fue considerado en el estudio es de 155 usuarios del Sub CAFAE de la UGEL de Tocache - San Martin.

3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

3.3.1. TÉCNICA

Para la presente investigación se utilizó la técnica de la encuesta ya que es una herramienta de investigación que se utiliza para recopilar datos directamente del usuario del Sub Comité de Administración del Fondo de Asistencia y Estímulo - Sub-CAFAE de la Unidad de Gestión Educativa Local de Tocache - San Martín.

De acuerdo con Arias (2012), la encuesta es una técnica que permite recolectar información directamente de un grupo de personas, ya sea sobre sus propias experiencias o sobre un tema en específico.

3.3.2. INSTRUMENTO

Bernal (2010) señala que el cuestionario es un instrumento compuesto por una serie de preguntas diseñadas para medir una o más variables dentro de una investigación.

Para la presente investigación se empleó como instrumento el cuestionario adaptado al SERVPERF, que constó de cinco dimensiones. Dicho cuestionario fue aplicado al momento en que el usuario dio por terminado el servicio recibido en las oficinas del Sub CAFAE de la UGEL de Tocache - San Martín. La herramienta SERVPERF estuvo planteada para permitir al usuario variar la respuesta de cada ítem que describe el servicio.

Así también, cabe recalcar que los datos se recolectaron mediante un cuestionario que utilizó una escala tipo Likert: 1. Nunca; 2. Casi nunca; 3. A veces; 4. Casi siempre; 5. Siempre. Los resultados de cada dimensión se promediaron para obtener así una medida general de la calidad del servicio. Cada dimensión fue analizada de forma individual para identificar fortalezas y debilidades específicas en el servicio del Sub-CAFAE.

3.4. TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

Se empleó cuatro programas para poder facilitar el trabajo según el siguiente detalle:

- ✓ Excel, a través de este programa se elaborará la tabulación de las respuestas obtenidas de las encuestas formuladas.
- ✓ Power Point, este programa nos permitirá realizar la presentación de forma dinámica el informe final de la investigación.
- ✓ SPSS, este programa estadístico se emplea para obtener los gráficos de las encuestas y así poder medir el comportamiento de las variables.
- ✓ WORD, este programa nos ayudará para la redacción del proyecto y el informe final del presente estudio de investigación.

3.5. ASPECTOS ÉTICOS

La investigación se elaboró plasmando los ordenamientos, contribuciones y el desarrollo de conocimientos en cuanto al contenido y etapas del estudio, se respetó las disposiciones específicas y generales contenidas en el Reglamento de Grados y Títulos Profesionales así, como las reglas incluidas en el Código de Ética para la Investigación de la Universidad de Huánuco. En ese sentido, la investigadora, la asesora y colaboradores actuaron con consentimiento informado, confidencialidad e integridad en la presentación de resultados.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1. PROCESAMIENTO DE DATOS

4.1.1. VARIABLE: CALIDAD DEL SERVICIO

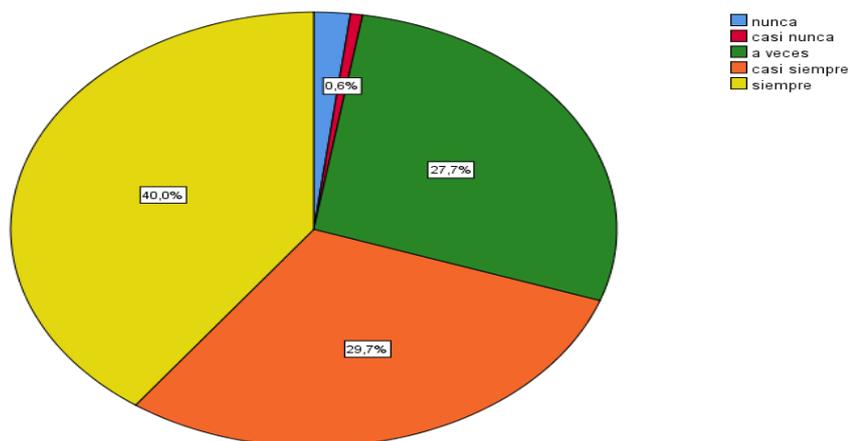
Tabla 2

Calidad del servicio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
nunca	3	1,9	1,9	1,9
casi nunca	1	,6	,6	2,6
a veces	43	27,7	27,7	30,3
casi siempre	46	29,7	29,7	60,0
siempre	62	40,0	40,0	100,0
Total	155	100,0	100,0	

Figura 1

Calidad del servicio



Interpretación. En el año 2024, los usuarios del Sub CAFAE de la UGEL Tocache valoraron la calidad del servicio mayormente de forma positiva, como se muestra en la Figura 1. El 40,0% indicó que siempre recibe un buen servicio, el 29,7% señaló que casi siempre, y el 27,7% mencionó que a veces lo recibe; mientras que solo el 1,9% expresó que nunca y el 0,6% que casi nunca percibe un servicio de calidad.

A. DIMENSIÓN: TANGIBLES

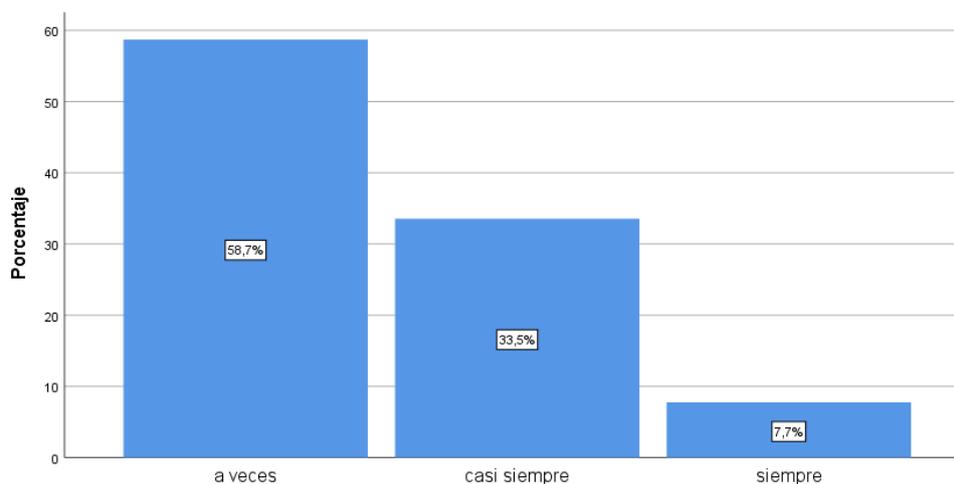
Tabla 3

Las instalaciones del Sub CAFAE son cómodas y visualmente atractivas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	a veces	91	58,7	58,7	58,7
	casi siempre	52	33,5	33,5	92,3
	siempre	12	7,7	7,7	100,0
	Total	155	100,0	100,0	

Figura 2

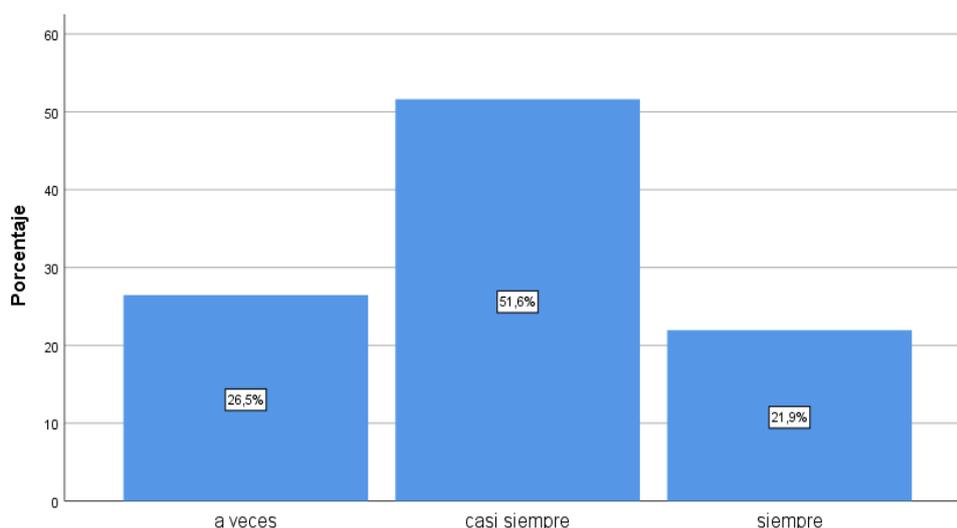
Las instalaciones del Sub CAFAE son cómodas y visualmente atractivas



Interpretación. Como se muestra en la Figura 2, los resultados de la encuesta revelan que la mayoría de los encuestados, 58,7 por ciento, considera que las instalaciones del Sub CAFAE son cómodas y visualmente atractivas a veces. Asimismo, un 33,5 por ciento opina que lo son casi siempre, y solo un 7,7 por ciento las percibe así siempre. Estos resultados reflejan una percepción moderadamente positiva; sin embargo, también evidencian una variabilidad en la experiencia del usuario, lo que sugiere la necesidad de mejorar la consistencia en la comodidad y el atractivo visual de las instalaciones, a fin de reforzar la satisfacción general.

Tabla 4*Los equipos y herramientas utilizados parecen modernos y en buen estado*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	a veces	41	26,5	26,5	26,5
	casi siempre	80	51,6	51,6	78,1
	siempre	34	21,9	21,9	100,0
	Total	155	100,0	100,0	

Figura 3*Los equipos y herramientas utilizados parecen modernos y en buen estado*

Interpretación. Como se muestra en la Figura 3, los resultados de la encuesta sobre los equipos y herramientas utilizados en el Sub CAFAE indican que la mayoría de los encuestados (51,6%) considera que estos parecen modernos y en buen estado casi siempre, mientras que un 26,5% opina que es así a veces y un 21,9% los percibe así siempre. Esto refleja una percepción mayoritariamente positiva, ya que más del 70% de los encuestados (sumando casi siempre y siempre) valora favorablemente el estado y modernidad de los equipos, aunque aún existe un 26,5% que solo los encuentra adecuados en ocasiones, lo que sugiere que hay margen para mejorar la consistencia en este aspecto.

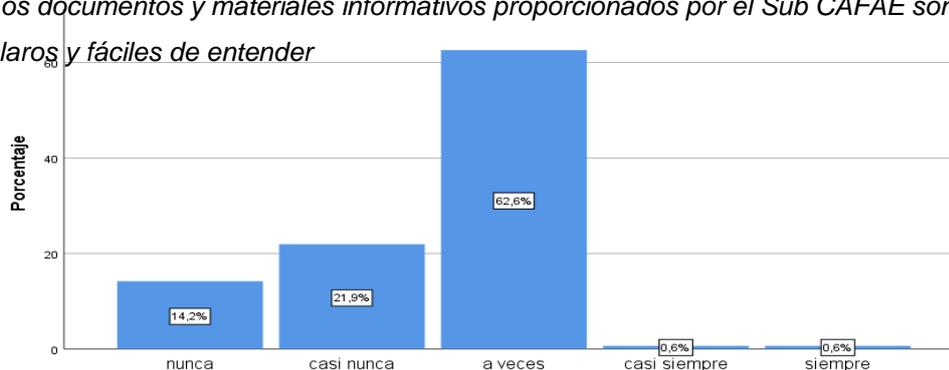
Tabla 5

Los documentos y materiales informativos proporcionados por el Sub CAFAE son claros y fáciles de entender

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	22	14,2	14,2	14,2
	casi nunca	34	21,9	21,9	36,1
	a veces	97	62,6	62,6	98,7
	casi siempre	1	,6	,6	99,4
	siempre	1	,6	,6	100,0
	Total	155	100,0	100,0	

Figura 4

Los documentos y materiales informativos proporcionados por el Sub CAFAE son claros y fáciles de entender



Interpretación. Como se muestra en la Figura 4, los resultados de la encuesta sobre la claridad y facilidad de comprensión de los documentos y materiales informativos proporcionados por el Sub CAFAE muestran que la mayoría de los encuestados (62,6%) considera que estos son claros y fáciles de entender a veces, mientras que un 21,9% opina que esto ocurre casi nunca y un 14,2% afirma que nunca los percibe así. Solo un 1,2% (sumando casi siempre y siempre) tiene una percepción consistentemente positiva. Esto indica que, aunque hay momentos en que los documentos y materiales son valorados como claros y comprensibles, la mayoría de los encuestados no los percibe así de manera constante, lo que sugiere una necesidad significativa de mejora en la claridad y accesibilidad de la información proporcionada.

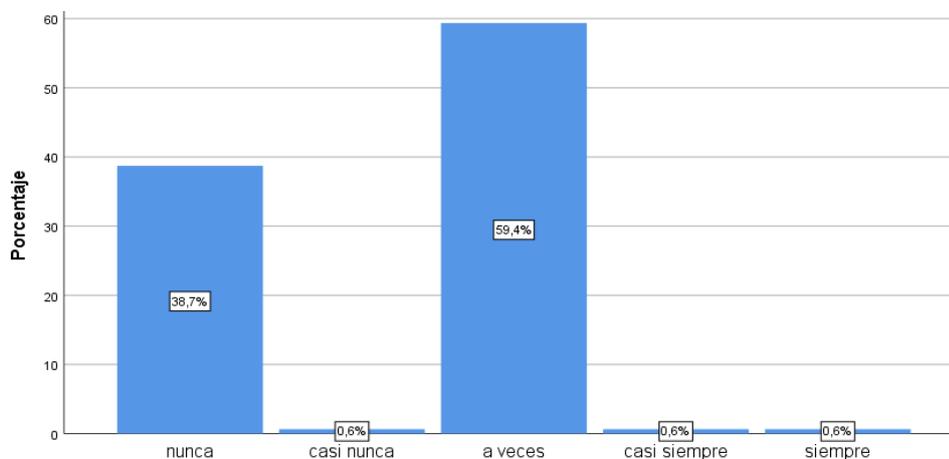
Tabla 6

El personal del Sub CAFAE está bien presentado y usa uniformes o identificaciones apropiadas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	60	38,7	38,7	38,7
	casi nunca	1	,6	,6	39,4
	a veces	92	59,4	59,4	98,7
	casi siempre	1	,6	,6	99,4
	siempre	1	,6	,6	100,0
	Total	155	100,0	100,0	

Figura 5

El personal del Sub CAFAE está bien presentado y usa uniformes o identificaciones apropiadas



Interpretación. Como se muestra en la Figura 5, los resultados de la encuesta sobre la presentación del personal del Sub CAFAE y el uso de uniformes o identificaciones apropiadas muestran que la mayoría de los encuestados (59,4%) considera que el personal está bien presentado y usa uniformes o identificaciones a veces, mientras que un 38,7% afirma que nunca los percibe así. Solo un 1,8% (sumando casi nunca, casi siempre y siempre) tiene una percepción más positiva, aunque en proporciones muy bajas. Esto indica que, aunque hay momentos en que el personal cumple con las expectativas de presentación e identificación, una parte significativa de los encuestados no los percibe así de manera consistente, lo que sugiere una necesidad de mejora en este aspecto para garantizar una imagen profesional y uniforme en todo momento.

B. DIMENSIÓN: FIABILIDAD

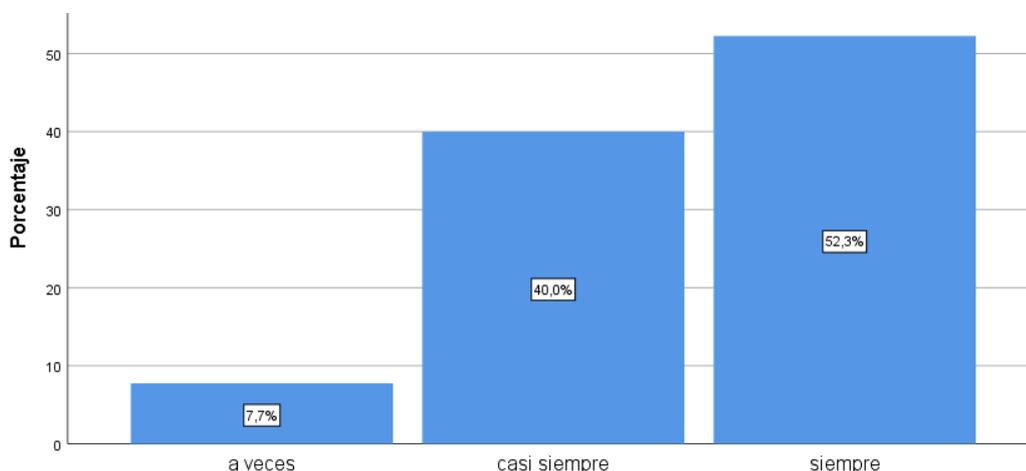
Tabla 7

El Sub CAFAE cumple sus promesas de servicio en el tiempo acordado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	a veces	12	7,7	7,7	7,7
	casi siempre	62	40,0	40,0	47,7
	siempre	81	52,3	52,3	100,0
	Total	155	100,0	100,0	

Figura 6

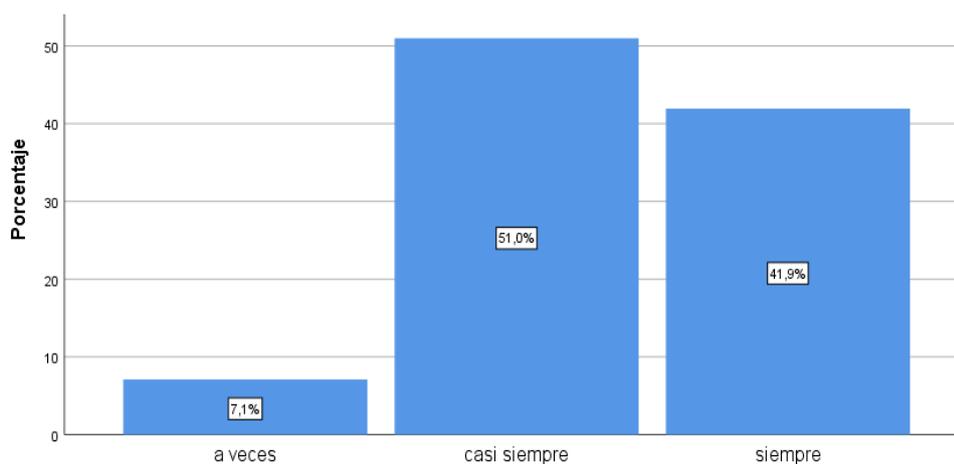
El Sub CAFAE cumple sus promesas de servicio en el tiempo acordado



Interpretación. Como se muestra en la Figura 6, los resultados de la encuesta sobre el cumplimiento de las promesas de servicio en el tiempo acordado por parte del Sub CAFAE muestran que la mayoría de los encuestados (52,3%) considera que el Sub CAFAE siempre cumple con sus promesas, mientras que un 40,0% opina que lo hace casi siempre y solo un 7,7% afirma que esto ocurre a veces. Esto indica que más del 90% de los encuestados (sumando casi siempre y siempre) tiene una percepción positiva sobre la puntualidad y el cumplimiento de los servicios, lo que refleja un alto nivel de confianza y satisfacción en este aspecto. Sin embargo, el pequeño porcentaje que responde a veces sugiere que aún hay oportunidades para mejorar la consistencia en el cumplimiento de los plazos acordados.

Tabla 8*El Sub CAFAE proporciona servicios de manera precisa y sin errores*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido a veces	11	7,1	7,1	7,1
casi siempre	79	51,0	51,0	58,1
siempre	65	41,9	41,9	100,0
Total	155	100,0	100,0	

Figura 7*El Sub CAFAE proporciona servicios de manera precisa y sin errores*

Interpretación. Como se muestra en la Figura 7, los resultados de la encuesta sobre la precisión y ausencia de errores en los servicios proporcionados por el Sub CAFAE muestran que la mayoría de los encuestados (51,0%) considera que los servicios se brindan de manera precisa y sin errores casi siempre, mientras que un 41,9% opina que esto ocurre siempre y solo un 7,1% afirma que es así a veces. Esto indica que más del 90% de los encuestados (sumando casi siempre y siempre) tiene una percepción positiva sobre la precisión y calidad de los servicios, lo que refleja un alto nivel de satisfacción y confianza en este aspecto. Sin embargo, el pequeño porcentaje que responde a veces sugiere que aún hay oportunidades para mejorar la consistencia y reducir errores en la prestación de los servicios.

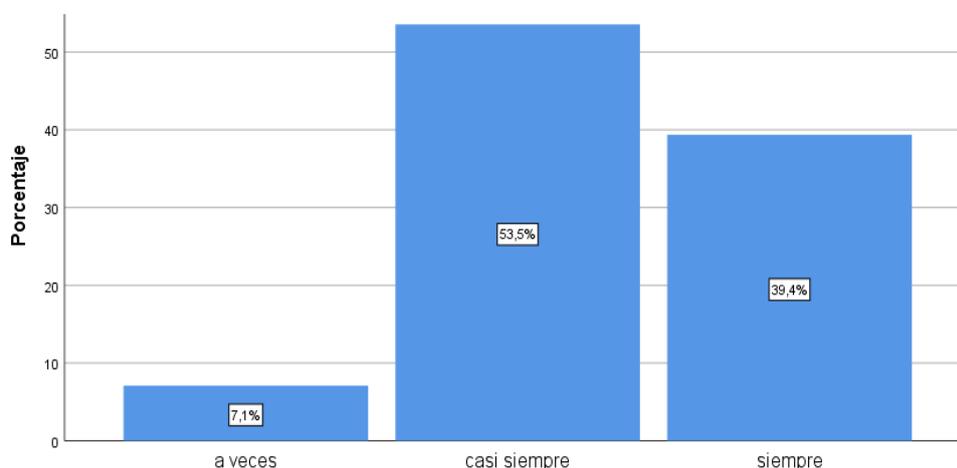
Tabla 9

Los problemas y consultas que planteo, son resueltos correctamente en el primer contacto

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	a veces	11	7,1	7,1	7,1
	casi siempre	83	53,5	53,5	60,6
	siempre	61	39,4	39,4	100,0
	Total	155	100,0	100,0	

Figura 8

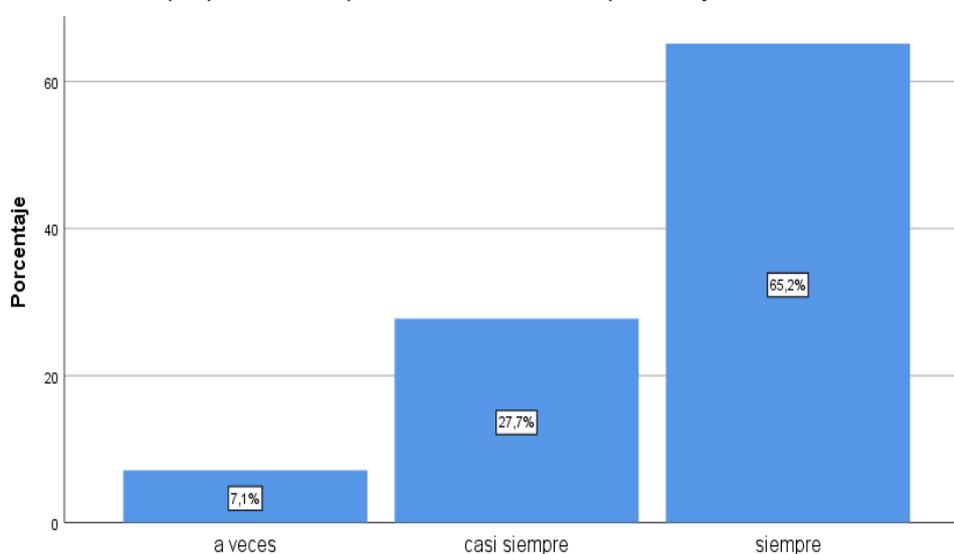
Los problemas y consultas que planteo, son resueltos correctamente en el primer contacto



Interpretación. Como se muestra en la Figura 8, los resultados de la encuesta sobre la resolución de problemas y consultas en el primer contacto con el Sub CAFAE muestran que la mayoría de los encuestados (53,5%) considera que sus problemas y consultas se resuelven correctamente casi siempre, mientras que un 39,4% opina que esto ocurre siempre y solo un 7,1% afirma que es así a veces. Esto indica que más del 90% de los encuestados (sumando casi siempre y siempre) tiene una percepción positiva sobre la eficacia en la resolución de problemas en el primer contacto, lo que refleja un alto nivel de satisfacción y eficiencia en este aspecto. Sin embargo, el pequeño porcentaje que responde a veces sugiere que aún hay oportunidades para mejorar la consistencia en la resolución de problemas desde el primer contacto.

Tabla 10*La información proporcionada por el Sub CAFAE es precisa y confiable*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	a veces	11	7,1	7,1	7,1
	casi siempre	43	27,7	27,7	34,8
	siempre	101	65,2	65,2	100,0
	Total	155	100,0	100,0	

Figura 9*La información proporcionada por el Sub CAFAE es precisa y confiable*

Interpretación. Como se muestra en la Figura 9, los resultados de la encuesta sobre la precisión y confiabilidad de la información proporcionada por el Sub CAFAE muestran que la mayoría de los encuestados (65,2%) considera que la información es precisa y confiable siempre, mientras que un 27,7% opina que esto ocurre casi siempre y solo un 7,1% afirma que es así a veces. Esto indica que más del 90% de los encuestados (sumando casi siempre y siempre) tiene una percepción positiva sobre la calidad y confiabilidad de la información, lo que refleja un alto nivel de satisfacción y confianza en este aspecto. Sin embargo, el pequeño porcentaje que responde a veces sugiere que aún hay oportunidades para mejorar la consistencia en la precisión y confiabilidad de la información proporcionada.

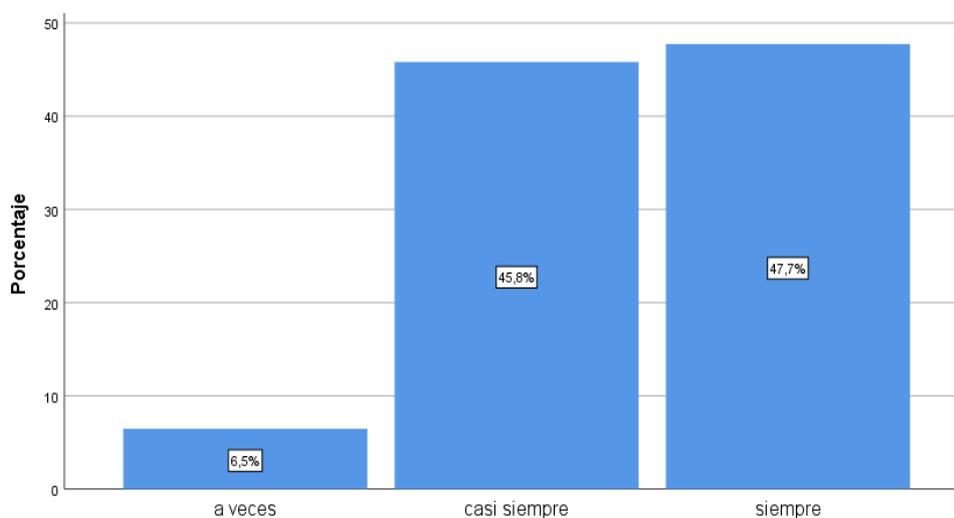
Tabla 11

El Sub CAFAE entrega sus servicios y responde a las solicitudes dentro del tiempo prometido

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	a veces	10	6,5	6,5	6,5
	casi siempre	71	45,8	45,8	52,3
	siempre	74	47,7	47,7	100,0
	Total	155	100,0	100,0	

Figura 10

El Sub CAFAE entrega sus servicios y responde a las solicitudes dentro del tiempo prometido



Interpretación. Como se muestra en la Figura 10, el Sub CAFAE cumple con la entrega de sus servicios y la atención a solicitudes dentro del tiempo prometido en la mayoría de los casos, ya que el 47.7% de los encuestados afirma que siempre se respeta el plazo establecido, mientras que el 45.8% indica que esto ocurre casi siempre. Solo un 6.5% considera que el cumplimiento se da a veces, lo que sugiere un alto nivel de eficiencia en la gestión de tiempos de respuesta.

C. DIMENSIÓN: CAPACIDAD DE RESPUESTA

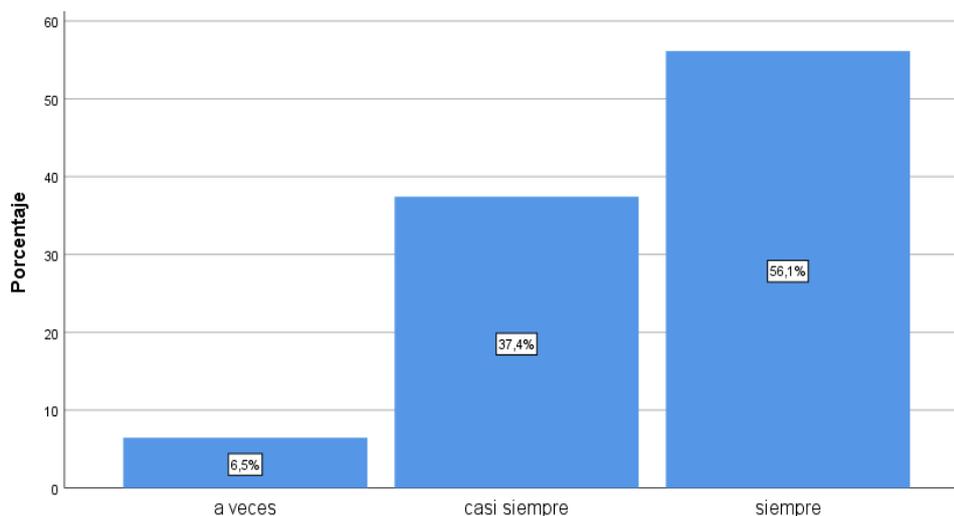
Tabla 12

El personal del Sub CAFAE responde rápidamente a mis solicitudes y preguntas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	a veces	10	6,5	6,5	6,5
	casi siempre	58	37,4	37,4	43,9
	siempre	87	56,1	56,1	100,0
	Total	155	100,0	100,0	

Figura 11

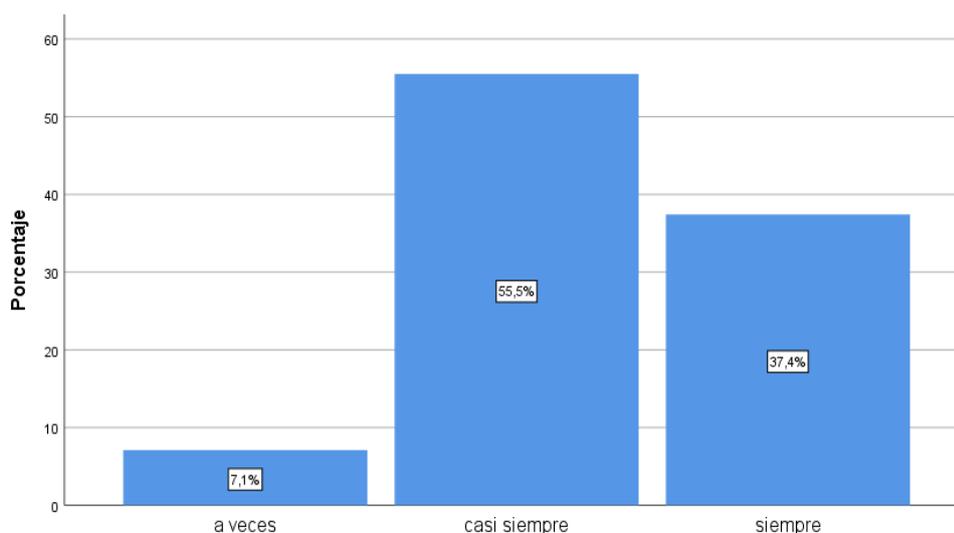
El personal del Sub CAFAE responde rápidamente a mis solicitudes y preguntas



Interpretación. Como se muestra en la Figura 11, el personal del Sub CAFAE demuestra una alta capacidad de respuesta ante solicitudes y preguntas, ya que el 56.1% de los encuestados indica que siempre reciben una respuesta rápida, mientras que el 37.4% señala que esto ocurre casi siempre. Solo un 6.5% considera que la atención es rápida a veces, lo que refleja una eficiencia mayoritaria en la comunicación y atención al usuario.

Tabla 13*Los problemas se resuelven de manera eficiente y oportuna*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	a veces	11	7,1	7,1	7,1
	casi siempre	86	55,5	55,5	62,6
	siempre	58	37,4	37,4	100,0
	Total	155	100,0	100,0	

Figura 12*Los problemas se resuelven de manera eficiente y oportuna*

Interpretación. Como se muestra en la Figura 12, la resolución de problemas en el Sub CAFAE es percibida como eficiente y oportuna en la mayoría de los casos, ya que el 37.4% de los encuestados afirma que siempre se atienden adecuadamente, mientras que el 55.5% considera que esto ocurre casi siempre. Sólo un 7.1% indica que los problemas se resuelven a veces, lo que sugiere una gestión mayormente efectiva en la solución de incidencias.

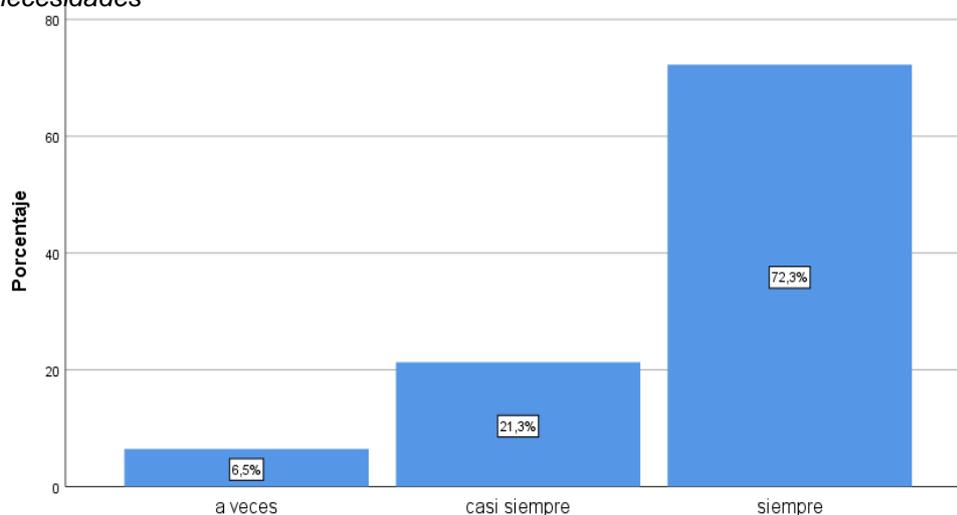
Tabla 14

El personal del Sub CAFAE está siempre disponible para atender mis consultas y necesidades

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	a veces	10	6,5	6,5	6,5
	casi siempre	33	21,3	21,3	27,7
	Siempre	112	72,3	72,3	100,0
	Total	155	100,0	100,0	

Figura 13

El personal del Sub CAFAE está siempre disponible para atender mis consultas y necesidades



Interpretación. Como se muestra en la Figura 13, el personal del Sub CAFAE muestra una alta disponibilidad para atender consultas y necesidades, ya que el 72.3% de los encuestados afirma que siempre están disponibles, mientras que el 21.3% señala que esto ocurre casi siempre. Solo un 6.5% indica que la disponibilidad se da a veces, lo que refleja un fuerte compromiso del personal con la atención a los usuarios.

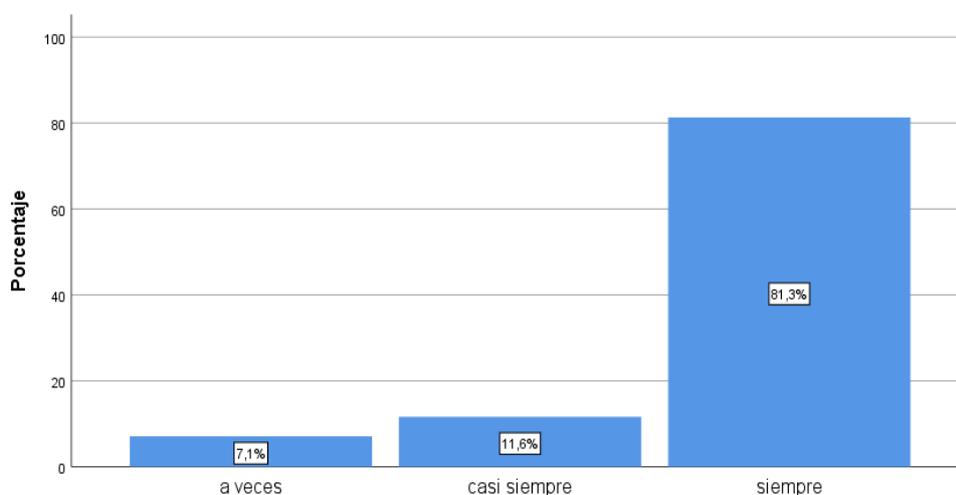
Tabla 15

El personal del Sub CAFAE toma la iniciativa para resolver problemas y satisfacer mis necesidades sin que yo tenga que solicitarlo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	a veces	11	7,1	7,1	7,1
	casi siempre	18	11,6	11,6	18,7
	siempre	126	81,3	81,3	100,0
	Total	155	100,	100,0	

Figura 14

El personal del Sub CAFAE toma la iniciativa para resolver problemas y satisfacer mis necesidades sin que yo tenga que solicitarlo



Interpretación. Como se muestra en la Figura 14, el personal del Sub CAFAE demuestra una actitud proactiva en la resolución de problemas y la satisfacción de necesidades, ya que el 81.3% de los encuestados indica que siempre toman la iniciativa sin necesidad de solicitud previa, mientras que el 11.6% señala que esto ocurre casi siempre. Solo un 7.1% considera que esta actitud se da a veces, lo que evidencia un alto nivel de proactividad en su labor.

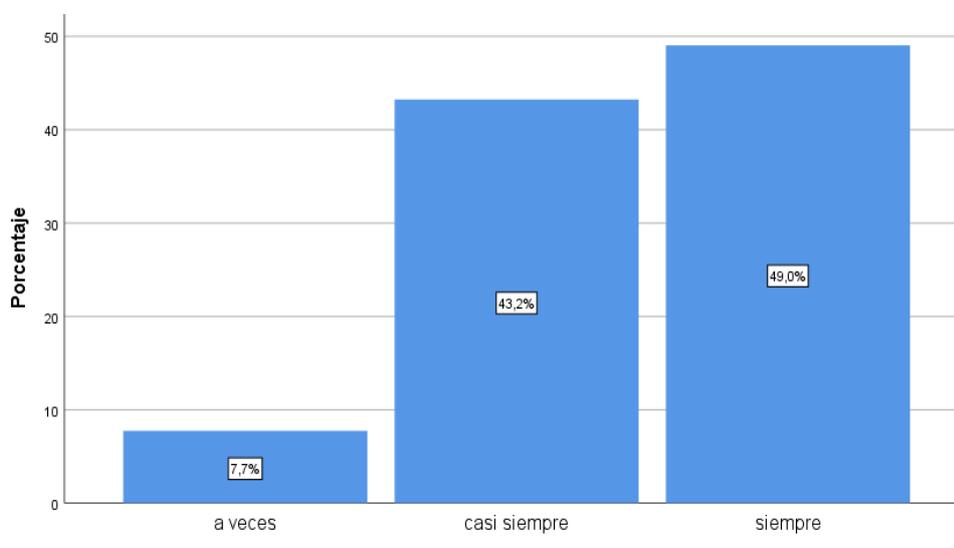
Tabla 16

El personal del Sub CAFAE comunica de manera clara y eficaz toda la información necesaria

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	a veces	12	7,7	7,7	7,7
	casi siempre	67	43,2	43,2	51,0
	siempre	76	49,0	49,0	100,0
	Total	155	100,0	100,0	

Figura 15

El personal del Sub CAFAE comunica de manera clara y eficaz toda la información necesaria



Interpretación. Como se muestra en la Figura 15, el personal del Sub CAFAE se caracteriza por una comunicación clara y eficaz, ya que el 49.0% de los encuestados indica que siempre proporciona la información necesaria de manera comprensible, mientras que el 43.2% señala que esto ocurre casi siempre. Sólo un 7.7% considera que la comunicación es clara a veces, lo que refleja un buen nivel de transmisión de información en la mayoría de los casos.

D. DIMENSIÓN: SEGURIDAD

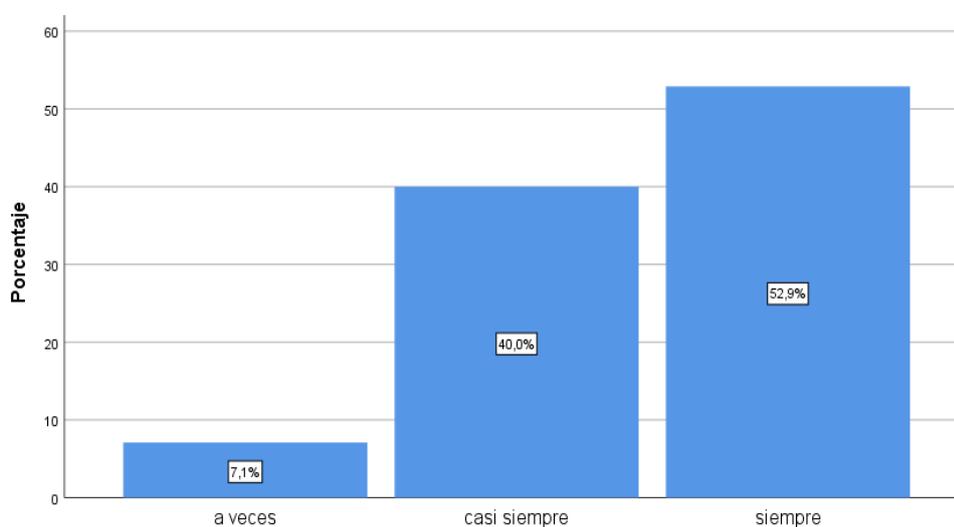
Tabla 17

El personal del Sub CAFAE es competente y profesional en sus funciones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	a veces	11	7,1	7,1	7,1
	casi siempre	62	40,0	40,0	47,1
	siempre	82	52,9	52,9	100,0
	Total	155	100,0	100,0	

Figura 16

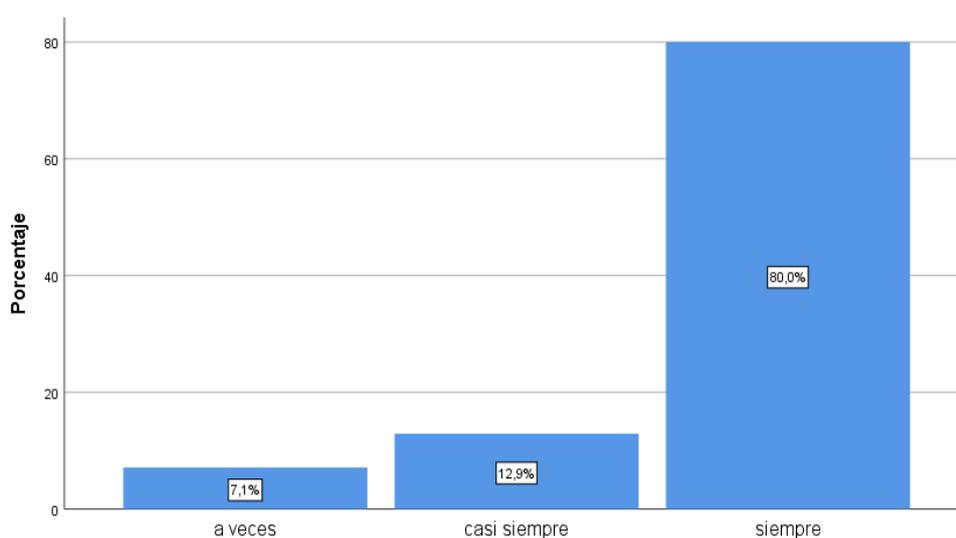
El personal del Sub CAFAE es competente y profesional en sus funciones



Interpretación. Como se muestra en la Figura 16, el personal del Sub CAFAE es percibido como competente y profesional en el desempeño de sus funciones, ya que el 52.9% de los encuestados afirma que siempre demuestran estas cualidades, mientras que el 40.0% indica que esto ocurre casi siempre. Sólo un 7.1% considera que la competencia y profesionalismo se evidencian a veces, lo que sugiere un alto nivel de preparación y desempeño en la mayoría de los casos.

Tabla 18*El personal del Sub CAFAE me trata con cortesía y respeto en todas las interacciones*

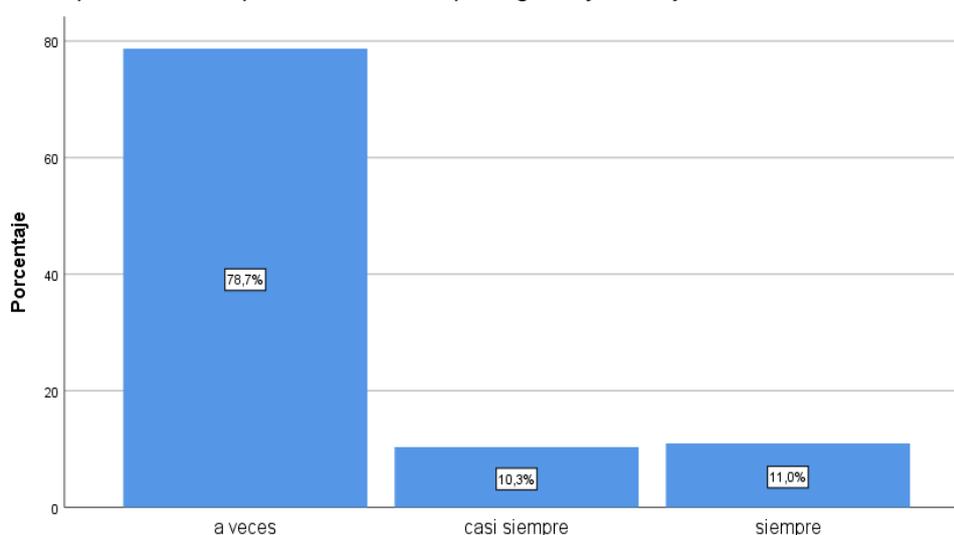
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	a veces	11	7,1	7,1	7,1
	casi siempre	20	12,9	12,9	20,0
	siempre	124	80,0	80,0	100,0
	Total	155	100,0	100,0	

Figura 17*El personal del Sub CAFAE me trata con cortesía y respeto en todas las interacciones*

Interpretación. Como se muestra en la Figura 17, el personal del Sub CAFAE se distingue por un trato cortés y respetuoso en sus interacciones, ya que el 80.0% de los encuestados afirma que siempre reciben un trato adecuado, mientras que el 12.9% indica que esto ocurre casi siempre. Sólo un 7.1% considera que el respeto y la cortesía se evidencian a veces, lo que refleja un alto compromiso con la calidad en la atención al usuario.

Tabla 19*Siento que mis datos personales están protegidos y manejados con confidencialidad*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	a veces	122	78,7	78,7	78,7
	casi siempre	16	10,3	10,3	89,0
	Siempre	17	11,0	11,0	100,0
	Total	155	100,0	100,0	

Figura 18*Siento que mis datos personales están protegidos y manejados con confidencialidad*

Interpretación. Como se muestra en la Figura 18, la percepción sobre la protección y confidencialidad de los datos personales en el Sub CAFAE es moderada, ya que solo el 11.0% de los encuestados considera que siempre se garantiza este aspecto, mientras que el 10.3% indica que esto ocurre casi siempre. Sin embargo, una mayoría del 78.7% señala que la confidencialidad se mantiene solo a veces, lo que sugiere oportunidades de mejora en el manejo seguro de la información personal.

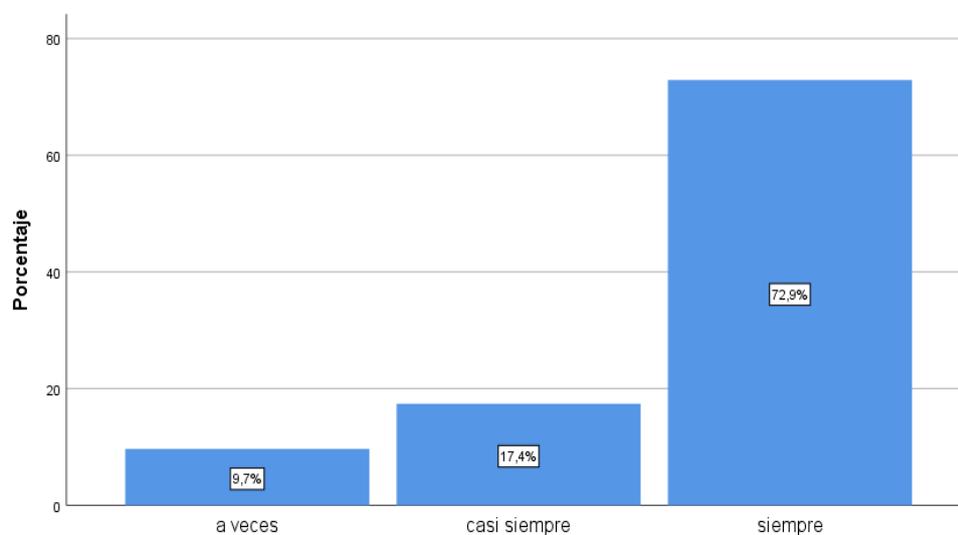
Tabla 20

El Sub CAFAE comunica sus procedimientos y políticas de manera clara y transparente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	a veces	15	9,7	9,7	9,7
	casi siempre	27	17,4	17,4	27,1
	siempre	113	72,9	72,9	100,0
	Total	155	100,0	100,0	

Figura 19

El Sub CAFAE comunica sus procedimientos y políticas de manera clara y transparente



Interpretación. Como se muestra en la Figura 19, el Sub CAFAE se destaca por comunicar sus procedimientos y políticas de manera clara y transparente, ya que el 72.9% de los encuestados indica que siempre reciben información comprensible, mientras que el 17.4% considera que esto ocurre casi siempre. Sólo un 9.7% señala que la claridad en la comunicación se da a veces, lo que refleja un buen nivel de transparencia institucional.

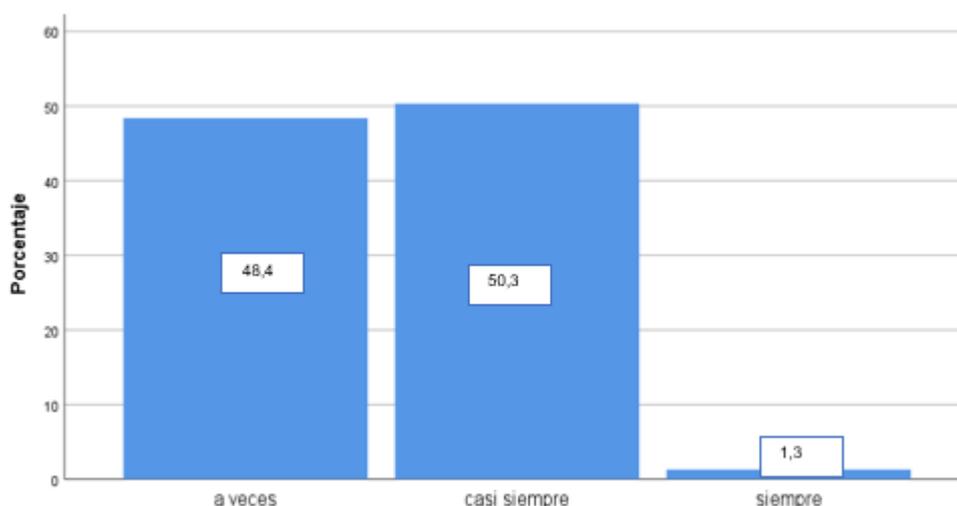
Tabla 21

El Sub CAFAE tiene una buena reputación y demuestra experiencia en la prestación de sus servicios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	a veces	75	48,4	48,4	48,4
	casi siempre	78	50,3	50,3	98,7
	siempre	2	1,3	1,3	100,0
Total		155	100,0	100,0	

Figura 20

El Sub CAFAE tiene una buena reputación y demuestra experiencia en la prestación de sus servicios



Interpretación. Como se muestra en la Figura 20, la reputación y experiencia del Sub CAFAE en la prestación de sus servicios presentan oportunidades de mejora, ya que solo el 1.3% de los encuestados considera que siempre demuestra estos atributos, mientras que el 50.3% indica que esto ocurre casi siempre. Sin embargo, un 48.4% señala que la buena reputación y experiencia se evidencian solo a veces, lo que sugiere la necesidad de fortalecer la confianza y percepción de calidad en sus servicios.

E. DIMENSIÓN: EMPATÍA

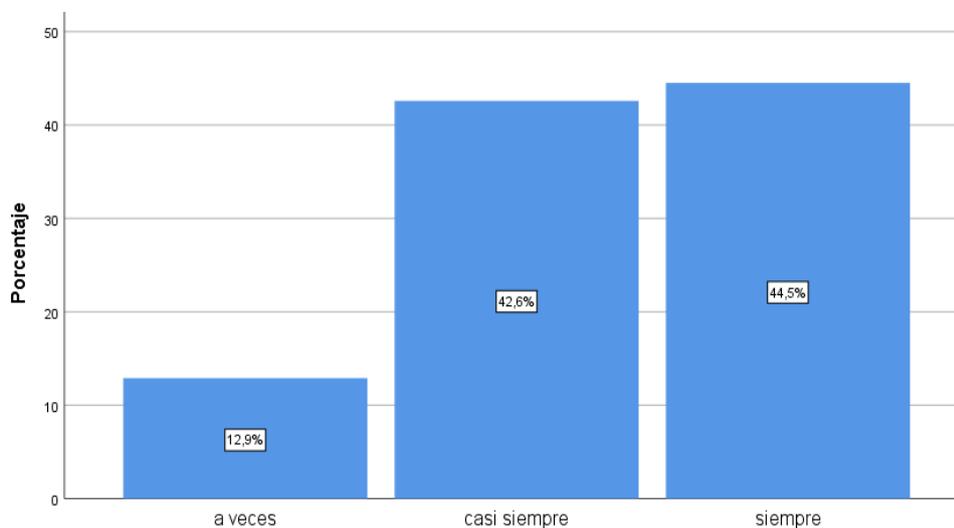
Tabla 22

El personal del Sub CAFAE muestra un interés genuino en ayudarme y entender mis necesidades

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	a veces	20	12,9	12,9	12,9
	casi siempre	66	42,6	42,6	55,5
	siempre	69	44,5	44,5	100,0
	Total	155	100,0	100,0	

Figura 21

El personal del Sub CAFAE muestra un interés genuino en ayudarme y entender mis necesidades



Interpretación. Como se muestra en la Figura 21, el personal del Sub CAFAE demuestra un interés genuino en ayudar y comprender las necesidades de los usuarios, ya que el 44.5% de los encuestados indica que siempre reciben esta atención, mientras que el 42.6% considera que esto ocurre casi siempre. Solo un 12.9% señala que este interés se muestra a veces, lo que refleja un compromiso mayoritario con la atención y satisfacción del usuario.

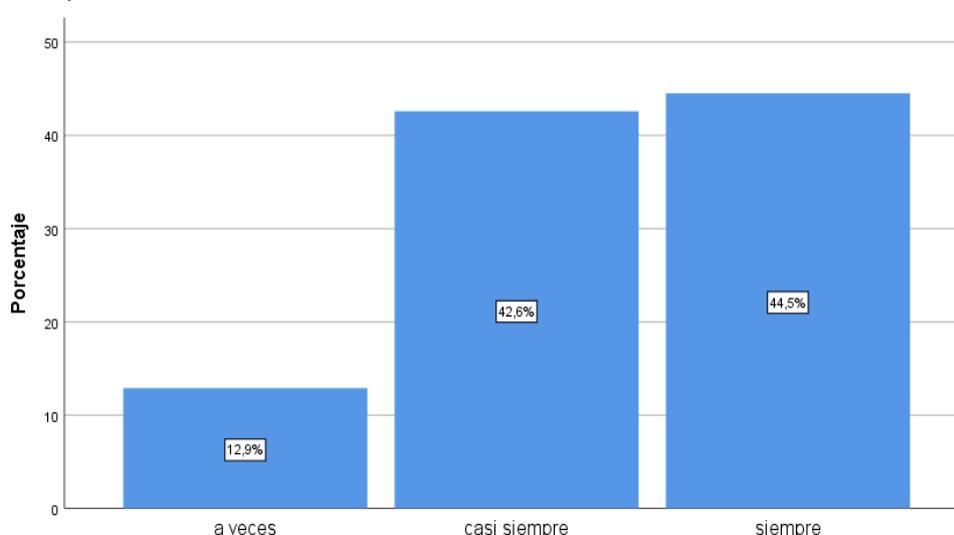
Tabla 23

El personal del Sub CAFAE presta atención y entiende mis necesidades y preocupaciones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	a veces	20	12,9	12,9	12,9
	casi siempre	66	42,6	42,6	55,5
	siempre	69	44,5	44,5	100,0
	Total	155	100,0	100,0	

Figura 22

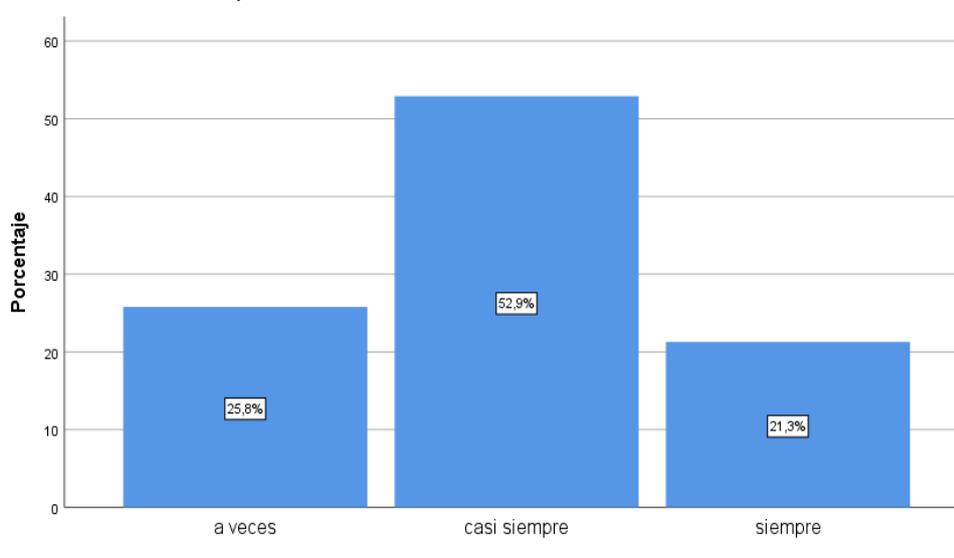
El personal del Sub CAFAE presta atención y entiende mis necesidades y preocupaciones



Interpretación. Como se muestra en la Figura 22, el personal del Sub CAFAE demuestra una buena disposición para atender y comprender las necesidades y preocupaciones de los usuarios, ya que el 44.5% de los encuestados indica que siempre reciben esta atención, mientras que el 42.6% señala que esto ocurre casi siempre. Solo un 12.9% considera que la atención a sus necesidades se da a veces, lo que sugiere un nivel mayoritario de empatía y compromiso en el servicio.

Tabla 24*Recibo una atención personalizada adecuada a mis circunstancias*

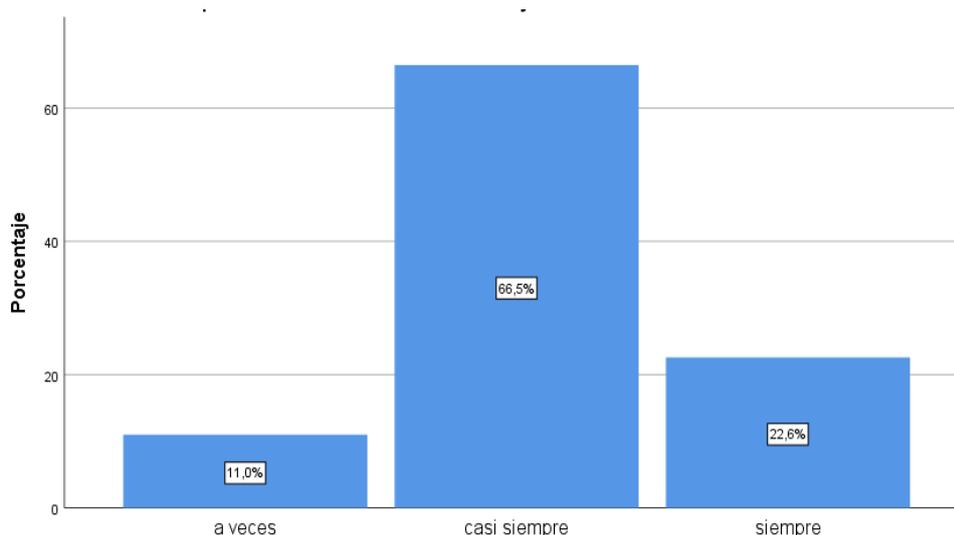
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	a veces	40	25,8	25,8	25,8
	casi siempre	82	52,9	52,9	78,7
	siempre	33	21,3	21,3	100,0
	Total	155	100,0	100,0	

Figura 23*Recibo una atención personalizada adecuada a mis circunstancias*

Interpretación. Como se muestra en la Figura 23, la atención personalizada en el Sub CAFAE es percibida como adecuada en la mayoría de los casos, ya que el 52.9% de los encuestados indica que casi siempre reciben un servicio ajustado a sus circunstancias, mientras que el 21.3% considera que esto ocurre siempre. Sin embargo, un 25.8% señala que la atención personalizada se brinda solo a veces, lo que sugiere la posibilidad de mejorar la adaptación del servicio a las necesidades individuales.

Tabla 25*El personal del Sub CAFAE es amable y cortés durante la interacción*

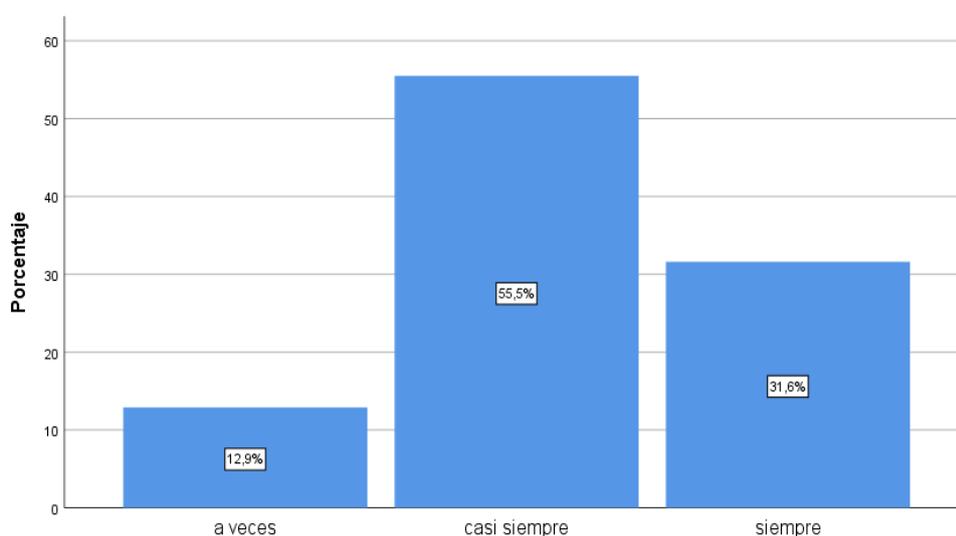
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	a veces	17	11,0	11,0	11,0
	casi siempre	103	66,5	66,5	77,4
	siempre	35	22,6	22,6	100,0
	Total	155	100,0	100,0	

Figura 24*El personal del Sub CAFAE es amable y cortés durante la interacción*

Interpretación. Como se muestra en la Figura 24, el personal del Sub CAFAE se caracteriza por su amabilidad y cortesía durante la interacción, ya que el 66.5% de los encuestados indica que casi siempre reciben un trato cordial, mientras que el 22.6% señala que esto ocurre siempre. Solo un 11.0% considera que la amabilidad y cortesía se evidencian a veces, lo que refleja una atención mayormente respetuosa y cordial hacia los usuarios.

Tabla 26*El personal del Sub CAFAE interactúa de manera respetuosa y profesional conmigo*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	a veces	20	12,9	12,9	12,9
	casi siempre	86	55,5	55,5	68,4
	siempre	49	31,6	31,6	100,0
	Total	155	100,0	100,0	

Figura 25*El personal del Sub CAFAE interactúa de manera respetuosa y profesional conmigo*

Interpretación. Como se muestra en la Figura 25, el personal del Sub CAFAE interactúa de manera mayormente respetuosa y profesional, ya que el 55.5% de los encuestados indica que esto ocurre casi siempre, mientras que el 31.6% considera que siempre recibe un trato adecuado. Sin embargo, un 12.9% señala que la interacción respetuosa y profesional se da solo a veces, lo que sugiere la posibilidad de fortalecer estos valores en el servicio.

4.1.2. VALORACION DE LAS DIMENSIONES

A. TANGIBILIDAD

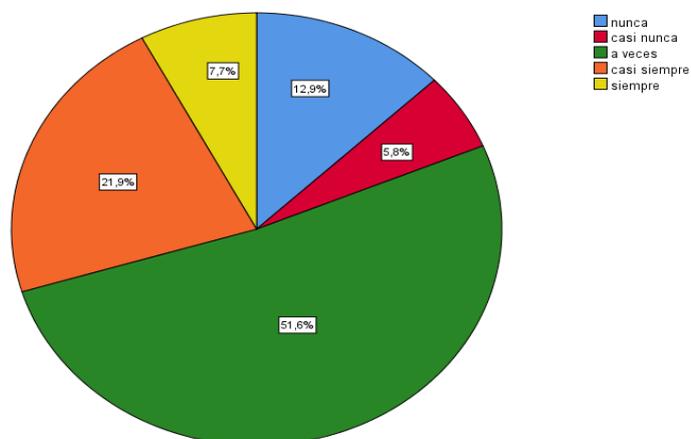
Tabla 27

Valoración de la tangibilidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	20	12,9	12,9	12,9
	casi nunca	9	5,8	5,8	18,7
	a veces	80	51,6	51,6	70,3
	casi siempre	34	21,9	21,9	92,3
	siempre	12	7,7	7,7	100,0
Total		155	100,0	100,0	

Figura 26

Valoración de la tangibilidad



Interpretación. Como se muestra en la Figura 26, en el año 2024, la valoración de los usuarios sobre la tangibilidad del servicio en el Sub CAFAE de la UGEL Tocache, que hace referencia a los aspectos físicos del servicio como infraestructura, equipos y apariencia del personal, muestra una percepción predominantemente intermedia. El 51,6% indicó que a veces encuentra adecuados estos elementos, el 21,9% señaló que casi siempre, y solo el 7,7% percibe que siempre se mantienen en buen estado. En contraste, un 12,9% manifestó que nunca y un 5,8% que casi nunca observa condiciones tangibles satisfactorias. Estos resultados reflejan la necesidad de mejorar los recursos físicos y la presentación del servicio para elevar la experiencia del usuario.

B. FIABILIDAD

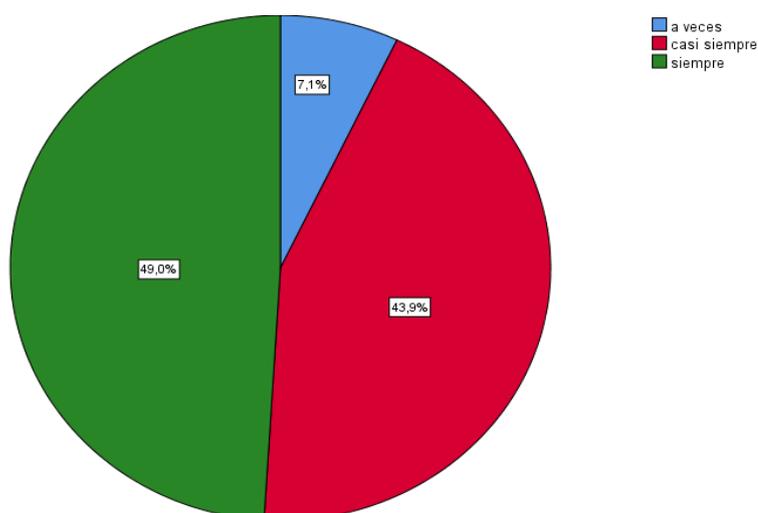
Tabla 28

Valoración de la fiabilidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido a veces	11	7,1	7,1	7,1
casi siempre	68	43,9	43,9	51,0
siempre	76	49,0	49,0	100,0
Total	155	100,0	100,0	

Figura 27

Valoración de la fiabilidad



Interpretación. Como se muestra en la Figura 27, en el año 2024, la percepción de los usuarios sobre la fiabilidad del servicio en el Sub CAFAE de la UGEL Tocache entendida como la capacidad de cumplir con lo prometido de manera precisa y constante fue predominantemente positiva. El 49,0% señaló que siempre recibe un servicio confiable, mientras que el 43,9% indicó que casi siempre se cumplen los compromisos. Solo un 7,1% manifestó que a veces percibe fiabilidad en la atención. Estos resultados evidencian un alto nivel de confianza en la consistencia y responsabilidad del servicio brindado.

C. VALORACIÓN CAPACIDAD DE RESPUESTA

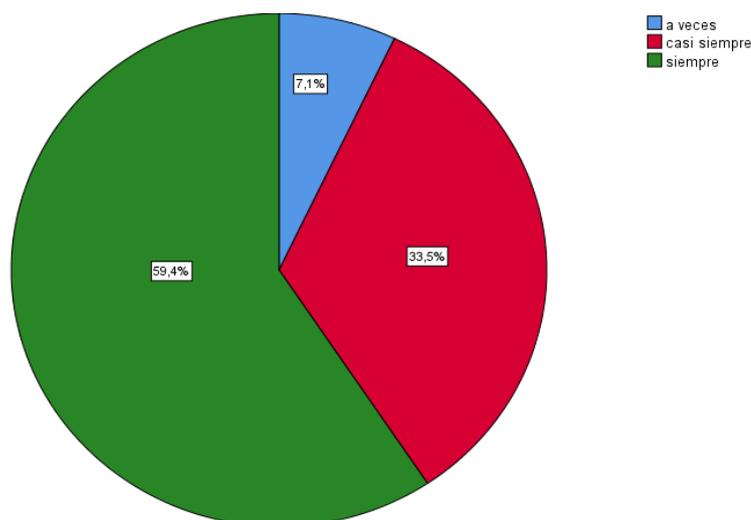
Tabla 29

Valoración de la capacidad de respuesta

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido a veces	11	7,1	7,1	7,1
casi siempre	52	33,5	33,5	40,6
siempre	92	59,4	59,4	100,0
Total	155	100,0	100,0	

Figura 28

Valoración de la capacidad de respuesta



Interpretación. Como se muestra en la Figura 28, en el año 2024, los usuarios del Sub CAFAE de la UGEL Tocache valoraron de forma altamente positiva la capacidad de respuesta, entendida como la disposición del personal para ayudar y brindar un servicio ágil. El 59,4% indicó que siempre recibe una atención oportuna, mientras que el 33,5% señaló que casi siempre experimenta esta disposición. Solo un 7,1% manifestó que a veces percibe una respuesta adecuada. Estos resultados reflejan un desempeño eficiente en este componente de la calidad del servicio.

D. SEGURIDAD

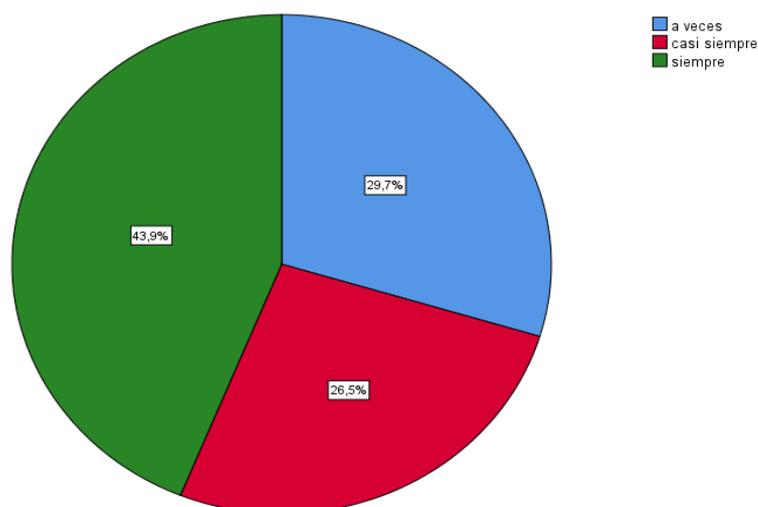
Tabla 30

Valoración de la seguridad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido a veces	46	29,7	29,7	29,7
casi siempre	41	26,5	26,5	56,1
siempre	68	43,9	43,9	100,0
Total	155	100,0	100,0	

Figura 29

Valoración de la seguridad



Interpretación. Como se muestra en la Figura 29, en el año 2024, la percepción de los usuarios sobre la calidad del servicio en relación con la seguridad entendida como la capacidad del personal para generar confianza y transmitir seguridad durante la atención fue ampliamente favorable en el Sub CAFAE de la UGEL Tocache. El 43,9% indicó que siempre percibe seguridad en el servicio, el 26,5% señaló que casi siempre, y el 29,7% mencionó que a veces se siente seguro. Estos resultados reflejan un alto nivel de confianza por parte de los usuarios, aunque aún existe una proporción significativa que experimenta esta sensación de manera intermitente.

E. EMPATÍA

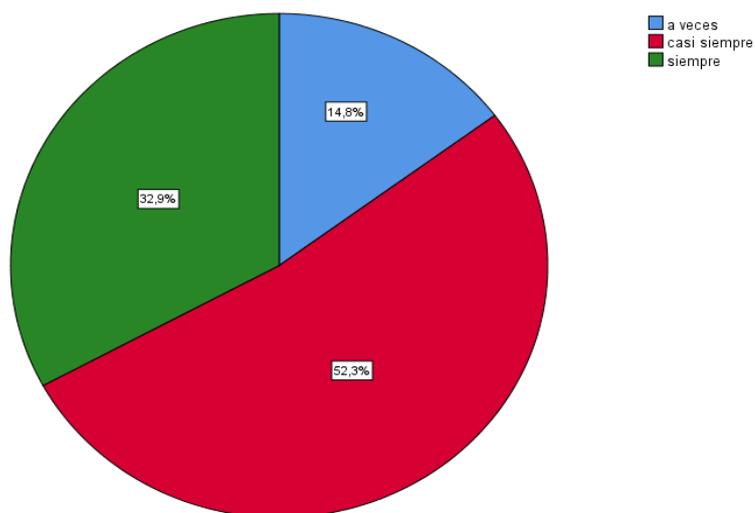
Tabla 31

Valoración de la empatía

		Frecuenci a	Porcentaj e	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	a veces	23	14,8	14,8	14,8
	casi siempre	81	52,3	52,3	67,1
	siempre	51	32,9	32,9	100,0
	Total	155	100,0	100,0	

Figura 30

Valoración de la empatía



Interpretación. Como se muestra en la Figura 30, en el año 2024, los usuarios del Sub CAFAE de la UGEL Tocache valoraron de forma mayoritariamente positiva la calidad del servicio en cuanto a la empatía. El 52,3% señaló que casi siempre recibe un trato empático por parte del personal, mientras que el 32,9% indicó que siempre percibe esta actitud en la atención. Por otro lado, un 14,8% manifestó que a veces experimenta empatía en el servicio recibido. Estos resultados evidencian una tendencia favorable, aunque con margen de mejora para lograr una atención más cercana y personalizada de manera constante.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

El objetivo principal de esta investigación fue, conocer cómo valoran los usuarios la calidad del servicio en el Sub CAFAE de la UGEL de Tocache, San Martín, 2024, los resultados nos muestran una percepción mayoritariamente favorable. Las dimensiones mejor valoradas fueron la fiabilidad y la capacidad de respuesta, con más del 90% de respuestas positivas ver tabla 28 y 29, seguidas por empatía y seguridad, que también alcanzaron niveles significativos de satisfacción ver tabla 30 y 31. Estas cifras nos reflejan que el personal brinda un servicio confiable, ágil y con un trato humano. Por otra parte, la dimensión de tangibilidad evidenció oportunidades de mejora, ya que recibió las valoraciones más bajas ver tabla 27, especialmente en cuanto a infraestructura, equipamiento y presentación del entorno. En conjunto, contrastando estos resultados: Barreto-Vera (2023), menciona en su conclusión que los clientes de la agencia Reales Tamarindos del Banco Pichincha en Portoviejo perciben una alta calidad en el servicio ofrecido, destacando positivamente en todas las dimensiones evaluadas: la tangibilidad refleja oficinas bien presentadas y personal con buena apariencia; la fiabilidad se evidencia en la precisión y cumplimiento del servicio prometido; la capacidad de respuesta resalta por la atención rápida y eficaz del personal; la seguridad se manifiesta en la confianza y conocimiento del equipo; y la empatía se observa en la atención personalizada y el cuidado del entorno brindado a los clientes. Al igual que Sánchez-Macías (2022) encontró una percepción muy alta en todas las dimensiones del servicio en laboratorios clínicos de Portoviejo, destacando la empatía como un factor clave para la fidelización de los clientes. Por otra parte, Collanqui (2019) reportó una percepción baja en la calidad del servicio en la Municipalidad de Juliaca, especialmente en los aspectos tangibles este autor nos dice que la infraestructura física y la apariencia personal de los servidores públicos, también no menciona que la infraestructura que está acondicionada en el segundo nivel del terminal terrestre de la ciudad de Juliaca, además no cuenta con señalización para de debida ubicación del servicio público. Esta

investigación se asemeja a nuestros hallazgos en la dimensión tangibilidad, en lo que respecta a la infraestructura y la presentación del personal, lo que sugiere que estas áreas deben ser priorizadas para mejorar la experiencia integral de los usuarios. Mejorar estos aspectos tangibles podría ser clave para elevar aún más la percepción general de la calidad del servicio. Y por último, desde la perspectiva teórica, Cronin y Taylor (1992), afirman que la calidad de servicio puede ser una consecuencia o un antecedente de la satisfacción, se debe determinar si el propósito es tener clientes satisfechos en cuanto a la prestación del servicio o, por el contrario, brindar un máximo nivel de calidad de servicio percibida.

De acuerdo con el primer objetivo, describir cómo valoran los usuarios la calidad del servicio respecto a la tangibilidad en el en el Sub CAFAE, a pesar de que la tangibilidad es una dimensión fundamental para proyectar una imagen profesional y generar confianza en los usuarios, los resultados revelan una clara deficiencia en la percepción de los aspectos físicos del servicio. El 50% de los usuarios sólo considere a veces (tabla 27), adecuados estos elementos, y que un 18,7% (sumando nunca y casi nunca perciba condiciones físicas inadecuadas, evidencia una debilidad estructural importante. Esta situación puede deteriorar la imagen institucional del Sub CAFAE y afectar negativamente la confianza del usuario, lo cual es preocupante considerando que otras dimensiones muestran valoraciones mucho más favorables. Este resultado contrasta claramente con lo hallado por García & Maldonado (2020), quienes en su estudio reportaron que los usuarios mostraron una alta satisfacción con los elementos tangibles del servicio, alcanzando un promedio del 83.25% de respuestas positivas en esta dimensión. Asimismo, resulta relevante considerar hallazgos similares como los reportados Díaz (2019), en una investigación donde el 80.8% de los usuarios calificó como “bueno” el nivel de calidad en los elementos tangibles, se encontró que esta valoración positiva estaba estrechamente vinculada con la ambientación física del entorno. La agradable vista que ofrecía la ubicación, junto con el estilo selvático y la temática decorativa inspirada en la comunidad nativa Wayku, generaba un ambiente acogedor que contribuía significativamente a la comodidad y satisfacción de los clientes durante su estancia. Esta diferencia

resalta la necesidad urgente de mejorar la infraestructura, el equipamiento y la presentación del personal en el Sub CAFAE, de modo que se logre una percepción más positiva y consistente con las demás dimensiones del servicio, las cuales han mostrado valoraciones más favorables. Y, por último, desde la perspectiva teórica, Cronin y Taylor (1992), menciona que los elementos tangibles comprenden todos los aspectos físicos que el cliente puede observar: desde los equipos utilizados para la atención, la salubridad de las instalaciones, hasta la presentación del personal. Así mismo, Ramos et al. (2020) señalan que esta dimensión no solo abarca la infraestructura física, sino también los materiales de comunicación que median el servicio, proyectando una imagen clave para la evaluación del usuario.

De acuerdo con el segundo objetivo, describir cómo valoran los usuarios la calidad del servicio respecto a la fiabilidad en el en el Sub CAFAE, entendida como la consistencia y precisión del servicio brindado por el personal. Los resultados muestran que el 92,9% de los usuarios valoraron de forma positiva la fiabilidad del servicio (tabla 28), lo que denota un nivel significativo de confianza por parte de los usuarios hacia el desempeño del personal. Contrastando nuestra investigación con, Barreto-Vera (2023), en su investigación nos dice, que esta dimensión fue valorada por los clientes como muy alta y alta en la misma proporción, lo cual se interpreta como la más alta percepción de la calidad de la fiabilidad que tiene la agencia bancaria para sus clientes, cuando esta dimensión es valorada como alta o muy alta en igual proporción, se interpreta como un indicador positivo de la calidad del servicio, ya que la fiabilidad representa uno de los pilares más importantes para establecer relaciones de largo plazo entre el usuario y la organización. Por otra parte, Ramos et al. (2020), mencionan que la fiabilidad se centra en la habilidad del trabajador para ejecutar sus funciones con precisión desde el primer momento, dando respuesta rápida, mostrando interés genuino por ayudar, y demostrando una actitud proactiva en la atención. Esta interpretación se alinea con la experiencia reportada por los usuarios, quienes perciben que el personal cumple eficazmente con sus funciones, por último, desde la perspectiva teórica, Cronin y Taylor (1992), quienes afirman que la

fiabilidad es una de las dimensiones clave para una percepción positiva de la calidad del servicio.

De acuerdo con el tercer objetivo, describir cómo valoran los usuarios la calidad del servicio respecto a la capacidad de respuesta en el en el Sub, entendida como la disposición y rapidez con la que el personal atiende las necesidades de los usuarios. Los resultados mostraron que el 92,9% de los usuarios perciben que la capacidad de respuesta es alta, lo que refleja una percepción positiva sobre la agilidad y disposición del personal. Este resultado también se alinea con estudios previos. Contrastando nuestros los resultados con Collanqui (2020) el autor encontró mucha deficiencia en con respecto a la capacidad de respuesta, su estudio, se evidenció que el 61% de los usuarios estaban en desacuerdo o muy en desacuerdo con la disposición y puntualidad del servicio, perciben demoras significativas, inicio tardío de la atención o largos tiempos de espera, la experiencia del servicio se ve seriamente afectada, por último, desde la perspectiva teórica, Cronin y Taylor (1992) señalan que la capacidad de respuesta implica tanto la actitud del personal para ayudar al usuario como la rapidez con la que se brinda el servicio, ajustándose a los plazos establecidos y cumpliendo con lo que se ha prometido.

De acuerdo con el cuarto objetivo, describir cómo valoran los usuarios la Calidad del Servicio respecto a la seguridad en el en el Sub CAFAE, lo cual implica la confianza que los usuarios tienen en la habilidad del personal para brindar un servicio adecuado. Los resultados reflejan que el 70,4% de los usuarios sienten que el servicio transmite seguridad, lo que indica una percepción generalizada de confianza, aunque con áreas de oportunidad. Contrastando con la investigación de Collanqui (2020), el refleja en su estudio lo contrario a nuestros hallazgos, el encuentra bajos niveles de seguridad y esto está relacionado directamente con la falta de conocimiento del personal sobre sus funciones, lo que genera incertidumbre en los usuarios, quienes perciben una atención desigual, burocrática e incluso carente de amabilidad. Esta situación no sólo ralentiza los procesos, sino que también erosiona la confianza que el ciudadano deposita en la institución, por último, desde la

perspectiva teórica, Cronin y Taylor (1992) destacan que la seguridad en el servicio implica que los trabajadores demuestren dominio del servicio, transmitan confianza y generen un ambiente de protección para el usuario. La falta de estos elementos no solo afecta la eficiencia, sino que genera ansiedad, dudas y una experiencia negativa en el usuario, especialmente cuando este busca orientación o soluciones en momentos importantes.

De acuerdo con el quinto objetivo, describir cómo valoran los usuarios la Calidad del Servicio respecto a la empatía en el Sub CAFAE, entendida como el nivel de atención personalizada y la disposición para entender las necesidades de los usuarios. Los resultados indican que el 85,2% de los usuarios valoraron positivamente la empatía del personal, lo que sugiere que los empleados del Sub CAFAE se esfuerzan por proporcionar un trato humano y atento. Este resultado es consistente con las conclusiones de la investigación de Sánchez-Macías et al. (2022), donde el autor nos menciona que esta dimensión fue valorada de forma muy positiva por la mayoría de los usuarios. Una media de 150 personas la calificó como muy alta, mientras que otros 47 usuarios la percibieron como alta. Solo una pequeña parte, 14 usuarios, otorgó valoraciones entre regular y baja. Estos resultados reflejan una percepción favorable del trato personalizado, la atención y la disposición del personal para comprender y atender las necesidades de cada usuario. El autor también destaca que la empatía se relaciona directamente con el esfuerzo que hacen los trabajadores por ofrecer un servicio cercano, atento y considerado con las circunstancias individuales de los clientes, por último, desde la perspectiva teórica, Apeña (2022) nos dice que la empatía, según la percepción del cliente, abarca la atención personalizada, la escucha activa, la disponibilidad y accesibilidad, la sensibilidad y comprensión, el tiempo y atención dedicados, la flexibilidad y la calidad de la interacción humana. Estos factores influyen en cómo los clientes perciben la calidad del servicio y su grado de satisfacción y lealtad hacia la empresa.

CONCLUSIONES

1. A partir de los resultados obtenidos, se concluye que la calidad del servicio en el Sub CAFAE de la UGEL Tocache es, en términos generales, valorada de manera positiva por los usuarios. Las dimensiones mejor calificadas son: fiabilidad, capacidad de respuesta, empatía y seguridad reflejan un desempeño sólido del personal en cuanto a cumplimiento, eficiencia y trato humano. Sin embargo, la dimensión de tangibilidad presenta una debilidad significativa, evidenciada por la baja percepción en cuanto a la infraestructura, los equipos y la apariencia del entorno.
2. Respecto al primer objetivo de esta investigación, se concluye, que la percepción de los usuarios sobre la tangibilidad del servicio en el Sub CAFAE de la UGEL Tocache es predominantemente intermedia o baja. Más del 50% de los encuestados consideran que solo "a veces" los elementos tangibles del servicio son adecuados, mientras que un 18,7% los percibe como deficientes, lo cual revela una clara debilidad en esta dimensión. Este hallazgo es preocupante, ya que los aspectos físicos del servicio —como la infraestructura, el equipamiento y la apariencia del personal— son fundamentales para proyectar profesionalismo y generar confianza en los usuarios.
3. Respecto al segundo objetivo de esta investigación, se concluye, que la fiabilidad fue una de las mejor valoradas por los usuarios del Sub CAFAE de la UGEL Tocache, alcanzando un 92,9% de respuestas positivas, lo cual evidencia un nivel elevado de confianza hacia el servicio brindado. Este resultado indica que el personal cumple con sus funciones de manera constante, precisa y oportuna, generando seguridad en los usuarios al momento de realizar sus gestiones. La percepción positiva de esta dimensión reafirma que el Sub CAFAE ha logrado establecer prácticas efectivas que aseguran el cumplimiento de los compromisos asumidos con los usuarios, lo que contribuye de manera significativa a fortalecer la imagen institucional.

4. Respecto al tercer objetivo de esta investigación, se concluye, que la capacidad de respuesta obtuvo una valoración altamente positiva por parte de los usuarios del Sub CAFAE de la UGEL Tocache, con un 92,9% de respuestas que reconocen la agilidad y disposición del personal en la atención de sus necesidades. Este resultado evidencia que el equipo humano se encuentra comprometido con brindar un servicio oportuno, eficiente y accesible, lo cual influye directamente en la satisfacción y fidelización del usuario. Además, esta percepción se encuentra en consonancia con hallazgos de investigaciones previas que destacan la importancia de una atención ágil como uno de los pilares esenciales de la calidad en los servicios públicos.
5. Respecto al cuarto objetivo de esta investigación, se concluye que la seguridad muestra que el 70,4% de los usuarios del Sub CAFAE de la UGEL Tocache perciben un servicio que transmite confianza, conocimiento y credibilidad por parte del personal. Este resultado evidencia que existe una base sólida de percepción positiva en torno a la habilidad del equipo humano para ofrecer un servicio confiable. Sin embargo, al tratarse de una dimensión directamente relacionada con la seguridad emocional y la certeza en los procesos, es importante considerar que aún existe un margen significativo de usuarios que no experimentan este nivel de seguridad de forma plena. Esta situación sugiere que, aunque se avanza por buen camino, existen oportunidades de mejora que podrían afianzar aún más la confianza del usuario.
6. Los resultados obtenidos sobre la dimensión de empatía reflejan una percepción ampliamente positiva por parte de los usuarios del Sub CAFAE de la UGEL Tocache, donde el 85,2% manifestó sentirse bien atendido y comprendido por el personal. Esta valoración evidencia que los trabajadores no solo cumplen con sus funciones operativas, sino que también muestran interés genuino en escuchar, comprender y atender las necesidades individuales de los usuarios. Esta actitud empática fortalece la relación entre la institución y sus beneficiarios, y contribuye significativamente a generar un clima de confianza, respeto y cercanía.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda priorizar la mejora de los aspectos tangibles del servicio en el Sub CAFAE, tales como la infraestructura, el equipamiento y la presentación del entorno laboral. Esto incluye acondicionar adecuadamente los espacios de atención al público, mejorar la señalización y mantener una imagen institucional coherente y profesional, se puede usar los diseños de los bancos para mejorar las instalaciones. La percepción de calidad puede reforzarse si el entorno físico está alineado con las expectativas del usuario. Invertir en estos elementos permitirá ofrecer un servicio más completo, coherente y satisfactorio, fortaleciendo no solo la experiencia del usuario, sino también su confianza y fidelización hacia la institución.
2. Se recomienda que el Sub CAFAE priorice acciones concretas para mejorar los elementos tangibles del servicio. Esto incluye optimizar las condiciones actuales de la infraestructura, renovar o mantener adecuadamente el equipamiento disponible, y reforzar la presentación del personal para proyectar una imagen profesional y confiable. Una estrategia efectiva podría ser tomar como referencia los diseños modernos utilizados por bancos o cajas municipales de la zona, los cuales no solo ofrecen un entorno visualmente atractivo, sino que también están pensados para brindar comodidad, orden y funcionalidad a los usuarios. Incorporar este tipo de diseño contribuiría a modernizar las instalaciones del Sub CAFAE, mejorar la experiencia de atención y elevar significativamente la percepción de calidad del servicio, alineándose con las valoraciones positivas que ya se evidencian en otras dimensiones como la fiabilidad y la capacidad de respuesta.
3. Dado que la fiabilidad ha sido altamente valorada, se recomienda consolidar y mantener los estándares actuales de desempeño mediante capacitaciones periódicas que refuercen las buenas prácticas ya establecidas. Además, se puede implementar un sistema de retroalimentación continua (como encuestas breves post-atención o buzones de sugerencias) que permita detectar pequeñas oportunidades

de mejora antes de que afecten la percepción del servicio. También sería positivo difundir internamente estos resultados favorables entre el personal para reforzar el sentido de compromiso, motivación y reconocimiento hacia su labor. Mantener este nivel de fiabilidad no solo mejora la experiencia del usuario, sino que también afianza la reputación institucional del Sub CAFAE en la región.

4. A pesar del alto nivel de satisfacción reportado, es recomendable fortalecer aún más la capacidad de respuesta mediante la implementación de protocolos estandarizados de atención que aseguren tiempos óptimos en la resolución de consultas y trámites. Asimismo, se sugiere el uso de herramientas tecnológicas como sistemas de turnos digitales, mensajería informativa o seguimiento en línea de solicitudes, lo cual no solo mejoraría la eficiencia, sino que proyectara una imagen de modernización institucional. Finalmente, promover espacios de escucha activa al usuario (como mesas de diálogo breves o buzones de sugerencias) permitirá ajustar con precisión los tiempos y formas de atención según las verdaderas necesidades del público.
5. Para fortalecer la percepción de seguridad, se recomienda implementar capacitaciones continuas enfocadas en la actualización de conocimientos técnicos y normativos del personal, así como en el desarrollo de habilidades comunicativas que transmitan seguridad y claridad en cada interacción con los usuarios. Además, establecer canales de información transparentes como paneles visibles con procedimientos, tiempos de atención y responsables contribuirá a disminuir la incertidumbre del usuario y aumentar su confianza en la institución. Finalmente, reconocer públicamente a los trabajadores que destacan por su trato confiable y seguro puede incentivar una cultura organizacional orientada a la excelencia en el servicio.
6. Para consolidar y elevar aún más la calidad del servicio en esta dimensión, se recomienda mantener y reforzar una cultura organizacional centrada en el usuario, mediante talleres de inteligencia emocional, escucha activa y atención humanizada. Asimismo, sería beneficioso implementar un

sistema de retroalimentación continua, donde los usuarios puedan compartir sus experiencias positivas, permitiendo reconocer a los trabajadores que destacan por su trato empático. Este reconocimiento no solo motiva al personal, sino que también promueve la mejora continua del servicio y consolida una atención más cercana, sensible y eficiente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ahrholdt, C., Gudergan, S., & Ringle, C. (2017). Mejora de la lealtad del servicio: las funciones del deleite, la satisfacción y la calidad del servicio. *Journal of Travel Research*, 56(4), 436–450. <https://doi.org/10.1177/0047287516649058>
- Apeña Gonzales, C. M. (2022). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente para mejorar la atención del personal de preventa de una distribuidora de consumo masivo, distrito de Santa Anita, 2021* [Tesis de licenciatura, Universidad San Martín de Porres]. Repositorio Institucional USMP. https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/10540/ape%C3%B1a_gcm.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Argimón, I., Artola, C., & González-Páramo, J. M. (1997). *Empresa pública y empresa privada: titularidad y eficiencia relativa*. Banco de España, Servicio de Estudios.
- Arias, F. G. (2012). *El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica* (6.ª ed.). Episteme, C.A.
- Barreto-Vera, C., & Cedeño-Zambrano, R. (2023). Calidad del servicio y satisfacción del cliente en el Banco Pichincha en Portoviejo. *593 Digital Publisher CEIT*, 8(3), 490–506. <https://doi.org/10.33386/593dp.2023.3.1704>
- Bernal Torres, C. A. (2010). *Metodología de la investigación*. PEARSON Educación.
- Berry, Leonard (1996). *Un buen servicio ya no basta. Cuatro principios del servicio excepcional al cliente*. Norma.
- Boboccea, L., Gheorghe, I. R., Spiridon, S., Gheorghe, C. M., & Purcarea, V. L. (2016). The management of health-care service quality: A physician perspective. *Journal of Medicine and Life*, 9(2), 149–152. https://www.researchgate.net/publication/353332032_Factores_asociados_a_la_calidad_del_servicio_en_hospitales_p%C3%BAblicos_peruanos

- Campoverde, R. E., Baldeón, M., González, V. H., & Montero, M. (2020). Calidad de servicios médicos ambulatorios: Un análisis confirmatorio del modelo SERVPERF. *Revista Espacios*, 41(31), artículo 3. <https://www.revistaespacios.com/a20v41n31/a20v41n31p03.pdf>
- Cobrief. (2025, 17 de junio). *Subcommittees: Overview, definition, and example*. Cobrief. <https://cobrief.com/subcommittees-overview-definition-example>
- Collanqui Apaza, K. G. (2020). *Percepción de calidad de servicio en los usuarios de la Sub Gerencia de Transporte y Seguridad Vial de la Municipalidad Provincial de San Román Juliaca 2019* [Tesis de licenciatura, Universidad Peruana Unión]. Repositorio Institucional UPEU. <https://repositorio.upeu.edu.pe/handle/20.500.12840/4603>
- Cronin, J., & Taylor, S. (1992). *La calidad del servicio y la satisfacción del consumidor* (3.ª ed.). McGraw-Hill.
- Cronin, J. J., Jr., & Taylor, S. A. (1992). Medición de la calidad de servicio: Una reexaminación y extensión (Measuring service quality: A reexamination and extension). *Journal of Marketing*, 56(3), 55–68
- De la Hoz Correa, A. P. (2014). Propuesta de aplicación de la escala SERVQUAL en el sector salud de Medellín. *CES Salud Pública*, 5(2), 107–116. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4974882>
- Díaz Tuesta, D. A. (2019). *Percepción de la calidad del servicio: Una evaluación de los clientes de un restaurante de la Amazonía peruana* [Tesis de licenciatura, Universidad Peruana Unión]. Repositorio Institucional UPEU. <https://repositorio.upeu.edu.pe/handle/20.500.12840/5778>
- Díaz-Maroto, I. T., & Martínez, A. C. (2015). *Las TIC y las necesidades específicas de apoyo educativo: análisis de las competencias TIC en los docentes*. *RIED-Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 18(2), 355–383. <https://doi.org/10.5944/ried.18.2.13536>

- Figuroa, V. M. (2011). *Fidelización de clientes: concepto y perspectiva contable*. *Tec Empresarial*, 5(3), 29–35.
https://revistas.tec.ac.cr/index.php/tec_empresarial/article/view/586
- Fukuyama, F., & de Salcedo, D. P. (1996). *Confianza*. Atlántida.
- García Elera, V. H., & Maldonado Sambrano, J. L. (2020). *Percepción de la calidad de servicio y satisfacción del cliente externo en el banco Scotiabank Jaén 2019*. [Tesis de licenciatura, Universidad Señor de Sipán]. Repositorio Institucional.
<https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/7108>
- Grajales, D. H. M., Candelario, M. P., & Sánchez, Y. O. (2006). La confiabilidad, la disponibilidad y la mantenibilidad: disciplinas modernas aplicadas al mantenimiento. *Scientia et Technica*, 12(30), 155–160. ISSN0122-1701.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=84920491036>
- Grönroos, C. (1994). *From marketing mix to relationship marketing: Towards a paradigm shift in marketing*. *Management Decision*, 32(2), 4–20.
<https://doi.org/10.1108/00251749410054774>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. del C. (2014). *Metodología de la investigación* (6.ª ed.). McGraw-Hill.
- Kotler, P. (2006). *Dirección de mercadotecnia* (8.ª ed.). Pearson-Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2004). *Marketing* (10.ª ed.). Pearson-Prentice Hall.
- López, M. (2013) Importancia de la calidad del servicio al cliente para el funcionamiento de las empresas. *Revista Instituto Tecnológico de Sonora* 1(2), 41-6.
- López, M. (2013). *Importancia de la calidad del servicio al cliente para el funcionamiento de las empresas*. *El Buzón de Pacioli*, 13(2), 4–13.
<https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/Pacioli-82.pdf>
- Lorca Montoya, S., Carrera Farran, X., & Casanovas Cataláb , M. (2016). Análisis de herramientas gratuitas para el diseño de cuestionarios on-

- line. *Píxel-Bit, Revista de Medios y Educación*, 49, 91–104.
<https://doi.org/10.12795/pixelbit.2016.i49.06>
- Losada-Otalora, M., Rosenbaum, M. S., & Rodríguez-Orejula, A. (2018). Understanding health care services quality in Latin America. *Health Marketing Quarterly*, 35(3), 167–185.
<https://doi.org/10.1080/07359683.2018.1514733>
- Méndez Álvarez, C. E. (2013). *Metodología: diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales* (4.ª ed.). Limusa.
- Murali, S., Pugazhendhi, S., & Muralidharan, C. (2016). Modelar e investigar la relación entre la calidad del servicio posventa y la satisfacción, retención y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa de electrodomésticos. *Revista de comercio minorista y servicios al consumidor*, 30, 67–83 <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.01.001>
- Naranjo Marín, C. A. (2013). *Aplicación del modelo SERVPERF para medir la calidad del servicio entre la organización y el cliente industrial Bogotá* [Tesis de maestría, Universidad Nacional de Colombia]. Repositorio Institucional UNAL. <https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/51652>
- Kerbrat-Orecchioni, C. (2004). ¿Es universal la cortesía? En D. Bravo & A. Briz (Eds.), *Pragmática sociocultural: Estudios sobre el discurso de cortesía en español* (pp. 39-54). Ariel España
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(Fall), 41–50.
<https://doi.org/10.1177/002224298504900403>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1992). *Calidad total en la gestión de servicios: Cómo lograr el equilibrio entre las percepciones y las expectativas de los consumidores*. Díaz de Santos.

- Parasuraman, A., Berry, L. L., & Zeithaml, V. A. (1988). *The service-quality puzzle*. *Business Horizons*, 31(5), 35–43. [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(88\)90053-5](https://doi.org/10.1016/0007-6813(88)90053-5)
- Paredes Ventocilla, J. H., Tania Alessandra, M. G., & Retto Hernández, P. I. (2023). *Percepción de la calidad del servicio educativo en las escuelas de educación superior pedagógica pública de la región San Martín, 2021* [Tesis de maestría, Universidad Católica Sedes Sapientiae]. Repositorio Institucional UCSS. <https://repositorio.ucss.edu.pe/handle/20.500.14095/2114>
- Pérez, D., & Pérez Martínez de Ubago, I. (2006). *Marketing: El producto. Concepto y desarrollo* [Documento digital para MBA]. Escuela de Organización Industrial (EOI). <https://www.eoi.es/sites/default/files/savia/documents/componente45111.pdf>
- Pino-Lozano, P. J. (2015). *La honestidad en la investigación científica*. *Acta Médica Peruana*, 32(4), 193–194. <https://doi.org/10.35663/amp.2015.324.1>
- Ramos Farroñán, E. V., Mogollón García, F. S., Santur Manuel, L., & Cherre Morán, I. (2020). *El modelo SERVPERF como herramienta de evaluación de la calidad de servicio en una empresa*. *Universidad y Sociedad*, 12(2), 417–423. <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/1538>
- Resolución Directoral Regional N° 1280-2024-GRSM/DRE. (2024, 31 de mayo). *Gobierno Regional San Martín, Dirección Regional de Educación*. <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/6439373/5633144-rdr-n-1680-2024-grsm-dre.pdf>
- Resolución Directoral Regional N° 2379-2024-GRSM/DRE. (2024, 12 de julio). *Gobierno Regional San Martín, Dirección Regional de Educación*. <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/6660535/5788996-rdr-n-2379-2024-grsm-dre.pdf?v=1721230556>

Resolución Ministerial N° 169-98-ED. (1998, 19 de febrero). *Ministerio de Educación*.

<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/3749351/RM%20N%C2%B0%20169-98-ED.pdf.pdf?v=1665537280>

Rodríguez, E. M. C. (2023, 22 de mayo). *Calidad en la atención al cliente: 10 claves para el éxito*. Andalucía Lab. <https://www.andalucialab.org/blog/calidad-en-la-atencion-al-cliente/>

Roseth, B., Reyes, A., Farias, P., Porrúa, M., Villalba, H., Acevedo, S., Peña, N., Estevez, E., Linares Lejarraga, S. L., & Fillottrani, P. (2018). *El fin del trámite eterno: Ciudadanos, burocracia y gobierno digital* (C. Santiso, Ed.). Inter-American Development Bank.

Rucoba, C. (2023). *La calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones San Martín Tarapoto* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Agraria de la Selva]. Repositorio Institucional UNAS. https://repositorio.unas.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14292/2459/T_S_CRM_2023.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Salomi, G. G. E., Miguel, P. A. C., & Abackerli, A. J. (2005). SERVQUAL x SERVPERF: comparação entre instrumentos para avaliação da qualidade de serviços internos. *Gestão & Produção*, 12(2), 279–293. <https://doi.org/10.1590/S0104-530X2005000200011>

Sánchez-Macías et al. (2022). Percepción de la calidad del servicio de laboratorio clínico de referencia en Portoviejo, Ecuador. *Revista Científica Multidisciplinaria Arbitrada YACHASUN*, 14(1), 9-21. <https://editorialibkn.com/index.php/Yachasun/article/view/304/479>

Sánchez-Macías, Y. M., Velásquez-Gutiérrez, M. T., & Colaboradores. (2022). Percepción de la calidad del servicio de laboratorio clínico de referencia en Portoviejo, Ecuador. *Revista Científica Multidisciplinaria Arbitrada YACHASUN*, 14(1), 9–21. <https://editorialibkn.com/index.php/Yachasun/article/view/304/479>

- Schembri, S. (2015). Experimentar la calidad del servicio de atención médica: a través de los ojos de los pacientes. *Revisión de salud australiana*, 39(1), 109–116. <https://doi.org/10.1071/AH14079>
- Silva-Treviño, J. G., Macías-Hernández, B. A., Tello-Leal, E., & Delgado-Rivas, J. G. (2021). La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en México. *Ciencia UAT*, 15(2), 85–101. <https://doi.org/10.29059/cienciauat.v15i2.1369>
- Torres Samuel, M., & Vásquez Stanescu, C. L. (2015). Modelos de evaluación de la calidad del servicio: caracterización y análisis. *Revista Compendium*, 18(35), 57–76.
- Tschohl, J. (2007). *Servicio al cliente: el arma secreta de la empresa que alcanza la excelencia*. Pax México.
- Vásquez Castelles, R., & Rodríguez del Bosque, I. (1996). *Estructura multidimensional de la calidad de servicio en cadenas de supermercados*. Universidad de Oviedo, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.
- Walsh, C. (2005). Interculturalidad, conocimientos y decolonialidad. *Signo y Pensamiento*, 24(46), 39–50. <https://ojspuj.repositoriodigital.com/index.php/signoypensamiento/articloe/view/4663>
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1993). *Calidad total en la gestión de servicios*. Ediciones Díaz de Santos.
- Zeithaml, VA (1988). Percepciones del consumidor sobre precio, calidad y valor: un modelo de medios y fines y síntesis de evidencia. *Journal of Marketing*, 52 (3), 2. <https://doi.org/10.2307/1251446>

COMO CITAR ESTE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Aguirre Ramírez, E. (2025). *Calidad del servicio en el Sub CAFAE de la UGEL de Tocache, San Martín, 2024*. [Tesis de pregrado, Universidad de Huánuco]. Repositorio Institucional UDH. <http://...>

ANEXOS

ANEXO 1

MATRIZ DE CONSISTENCIA

Calidad del Servicio en el Sub CAFAE de la UGEL de Tocache, San Martín, 2024

PROBLEMA	OBJETIVO	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTO	METODOLOGÍA
Problema General ¿Cómo valoran los usuarios la calidad del servicio en el Sub CAFAE de la UGEL de Tocache, San Martín, 2024?	Objetivo General Conocer cómo valoran los usuarios la Calidad del Servicio en el Sub CAFAE de la UGEL de Tocache, San Martín, 2024.		Tangible	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Instalaciones físicas ▪ Equipos y herramientas ▪ Materiales de comunicación ▪ Apariencia del personal 		Tipo de investigación Aplicada
Problemas Específicos PE1. ¿Cómo valoran los usuarios la Calidad del Servicio respecto a los tangibles en el Sub CAFAE de la UGEL de Tocache, San Martín, 2024? PE2. ¿Cómo valoran los usuarios la Calidad del Servicio respecto a la fiabilidad en el Sub CAFAE de la UGEL de Tocache, San Martín, 2024? PE3. ¿Cómo valoran los usuarios la Calidad del Servicio respecto a la capacidad de respuesta en	Objetivos Específicos OE1. Describir cómo valoran los usuarios la Calidad del Servicio respecto a los tangibles en el en el Sub CAFAE de la UGEL de Tocache, San Martín, 2024. OE2. Describir cómo valoran los usuarios la Calidad del Servicio respecto a la fiabilidad en el en el Sub CAFAE de la UGEL de Tocache, San Martín, 2024.	Calidad del Servicio	Fiabilidad	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cumplimiento de Promesas ▪ Precisión en el servicio ▪ Resolución de problemas ▪ Comunicación clara y honesta ▪ Entrega a tiempo 	Cuestionario	Enfoque Cuantitativo
	Capacidad de respuesta.		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Rapidez en la atención ▪ Eficiencia en la Resolución de Problemas ▪ Disponibilidad del personal ▪ Proactividad 	Alcance o Nivel Descriptivo		
				Diseño No experimental		

<p>el Sub CAFAE de la UGEL de Tocache, San Martín, 2024?</p> <p>PE4. ¿Cómo valoran los usuarios la Calidad del Servicio respecto a la seguridad en el Sub CAFAE de la UGEL de Tocache, San Martín, 2024?</p> <p>PE5. ¿Cómo valoran los usuarios la Calidad del Servicio respecto a la empatía en el Sub CAFAE de la UGEL de Tocache, San Martín, 2024?</p>	<p>OE3. Describir cómo valoran los usuarios la Calidad del Servicio respecto a la capacidad de respuesta en el en el Sub CAFAE de la UGEL de Tocache, San Martín, 2024.</p> <p>OE4. Describir cómo valoran los usuarios la Calidad del Servicio respecto a la seguridad en el en el Sub CAFAE de la UGEL de Tocache, San Martín, 2024.</p> <p>OE5. Describir cómo valoran los usuarios la Calidad del Servicio respecto a la empatía en el Sub CAFAE de la UGEL de Tocache, San Martín, 2024.</p>	<p>Seguridad</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Comunicación clara y eficaz ▪ Competencia profesional ▪ Confidencialidad y protección de datos ▪ Cortesía y trato respetuoso ▪ Capacidad para transmitir confianza ▪ Reputación y Experiencia de la Empresa <p>Empatía</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Atención personalizada ▪ Escucha activa ▪ Disponibilidad y accesibilidad ▪ Tiempo y atención dedicados ▪ Interacción humana 	<p>Población</p> <p>255 usuarios</p> <p>Muestra</p> <p>155 usuarios</p>
--	---	--	---

ANEXO 2

CUESTIONARIO

Encuesta dirigida a los a usuario del Sub Comité de Administración del Fondo de Asistencia y Estímulo - Sub-CAFAE de la Unidad de Gestión Educativa Local de Tocache, San Martín

Instrucciones: Marque con una "X" la casilla que explique la frecuencia de la conducta del encargado de acuerdo con lo que se describe en cada pregunta. Marcar "X" una sola vez por línea

1. Nunca 2. Casi Nunca 3. A veces 4. Casi Siempre 5. Siempre

Tangibles	1	2	3	4	5
1. Las instalaciones del Sub CAFAE son cómodas y visualmente atractivas					
2. Los equipos y herramientas utilizados parecen modernos y en buen estado					
3. Los documentos y materiales informativos proporcionados por el Sub CAFAE son claros y fáciles de entender					
4. El personal del Sub CAFAE está bien presentado y usa uniformes o identificaciones apropiadas					
Fiabilidad	1	2	3	4	5
5. El Sub CAFAE cumple sus promesas de servicio en el tiempo acordado					
6. El Sub CAFAE proporciona servicios de manera precisa y sin errores					
7. Los problemas y consultas que planteo, son resueltos correctamente en el primer contacto					
8. La información proporcionada por el Sub CAFAE es precisa y confiable					
9. El Sub CAFAE entrega sus servicios y responde a las solicitudes dentro del tiempo prometido					
Capacidad de respuesta	1	2	3	4	5
10. El personal del Sub CAFAE responde rápidamente a mis solicitudes y preguntas					
11. Los problemas se resuelven de manera eficiente y oportuna					
12. El personal del Sub CAFAE está siempre disponible para atender mis consultas y necesidades					
13. El personal del Sub CAFAE toma la iniciativa para resolver problemas y satisfacer mis necesidades sin que yo tenga que solicitarlo					
14. El personal del Sub CAFAE comunica de manera clara y eficaz toda la información necesaria					
Seguridad	1	2	3	4	5
15. El personal del Sub CAFAE es competente y profesional en sus funciones					
16. Siento que mis datos personales están protegidos y manejados con confidencialidad					
17. El personal del Sub CAFAE me trata con cortesía y respeto en todas las interacciones					
18. El Sub CAFAE comunica sus procedimientos y políticas de manera clara y transparente					
19. El Sub CAFAE tiene una buena reputación y demuestra experiencia en la prestación de sus servicios					

Empatía	1	2	3	4	5
20. El personal del Sub CAFAE muestra un interés genuino en ayudarme y entender mis necesidades					
21. El personal del Sub CAFAE presta atención y entiende mis necesidades y preocupaciones					
22. Recibo una atención personalizada adecuada a mis circunstancias					
23. El personal del Sub CAFAE es amable y cortés durante la interacción					
24. El personal del Sub CAFAE interactúa de manera respetuosa y profesional conmigo					

ANEXO 3

CARTA DE ACEPTACIÓN



AÑO DEL BICENTENARIO, DE LA CONSOLIDACION DE NUESTRA INDEPENDENCIA, Y DE LA CONMEMORACION DE LAS HEROICAS BATALLAS DE JUNIN Y AYACUCHO"

Tocache, 01 de julio 2024

CARTA N.º 010-2024-GRSM-DRE/UGEL-SUBCAFAE.

Srta. Elida Aguirre Ramírez
Presente. -

Asunto : ACEPTACIÓN A SU SOLICITUD

De mi especial consideración.

Mediante el presente me dirijo a usted para saludarle muy cordialmente a nombre del **Sub Comité de Adm. del Fondo de Asisten. y Estimulo de la Unidad de Gestión Educativa Local de Tocache (SUBCAFAE-TOCACHE)** y a su vez informarle **LA ACEPTACIÓN** para realizar el proyecto denominado "CALIDAD DEL SERVICIO EN EL SUB CAFAE DE LA UGEL TOCACHE, SAN MARTIN 2024".

Agradeciéndole su atención a la presente, es propicia la oportunidad para expresarle las muestras de mi consideración y estima.

Atentamente:



DRA. ISELA SIERRALTA PINEDO
PRESIDENTA
SUB CAFAE TOCACHE