

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



**TESIS**

---

**“Calidad del servicio y satisfacción del usuario de la Oficina  
Desconcentrada del Jurado Nacional de Elecciones Sede  
Huancayo, 2021 - 2022”**

---

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

**AUTOR: Carhuamaca Yangali, Fredy Williams**

**ASESORA: Papas Meza, Sabina**

**HUÁNUCO – PERÚ**

**2023**

# U

# D

# H

**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 Licenciado en Administración de  
Empresas

Código del Programa: P36

Tipo de Financiamiento:

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

**DATOS DEL AUTOR:**

Documento Nacional de Identidad (DNI): 21012445

**DATOS DEL ASESOR:**

Documento Nacional de Identidad (DNI): 47647973

Grado/Título: Maestro en gerencia pública

Código ORCID: 0000-0002-4054-215X

**DATOS DE LOS JURADOS:**

| Nº | APELLIDOS Y NOMBRES              | GRADO                                                              | DNI      | Código ORCID        |
|----|----------------------------------|--------------------------------------------------------------------|----------|---------------------|
| 1  | Agui Esteban, Keli               | Maestro en gerencia pública                                        | 22498331 | 0000-0003-4952-780x |
| 2  | Linares Beraun, William Giovanni | Maestro en gestión pública para el desarrollo social               | 07750878 | 0000-0002-4305-7758 |
| 3  | Livia Corne, Bardonio            | Maestro en gestión y negocios, con mención en gestión de proyectos | 22477027 | 0000-0002-3522-8203 |

UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

**ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS**

En la ciudad de Huánuco, siendo las **09:00 horas del día 04 del mes de abril del año 2023**, en el cumplimiento de lo señalado en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad de Huánuco, se reunieron el sustentante y el Jurado Calificador, integrado por los docentes:

Mtra. Keli Agui Esteban

Mtro. William Giovanni Linares Beraun

Mtro. Bardonio Livia Corne

**(Presidente)**

**(Secretario)**

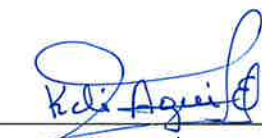
**(Vocal)**

Nombrados mediante la **RESOLUCIÓN N.º 941-2022-D-FCOMP-PAAE-UDH** para evaluar la Tesis intitulada: **"CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO DE LA OFICINA DESCONCENTRADA DEL JURADO NACIONAL DE ELECCIONES SEDE HUANCAYO, 2021 – 2022"** presentada por el Bachiller, **CARHUAMACA YANGALI, Fredy Williams**, para optar el título Profesional de Licenciado 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, declarándolo APROBADO con el calificativo cuantitativo de 15 (QUINCE) y cualitativo de BUENO (Art. 47 - Reglamento General de Grados y Títulos).

Siendo las 10:30 horas del día 04 del mes de abril del año 2023, los miembros del Jurado Calificador firman la presente Acta en señal de conformidad.



Mtra. Keli Agui Esteban

Nº DNI 22498331

Código ORCID: 0000-0003-4952-780X

**PRESIDENTE**



Mtro. William Giovanni Linares Beraun

Nº DNI 07750878

Código ORCID: 0000-0002-4305-7758

**SECRETARIO**



Mtro. Bardonio Livia Corne

Nº DNI 22477027

Código ORCID: 0000-0002-3522-8203

**VOCAL**

**DIRECTIVA N° 006- 2020- VRI-UDH PARA EL USO DEL SOFTWARE TURNITIN DE LA UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO** Resolución N° 018-2020-VRI-UDH 03JUL20 y modificatoria R. N° 046-2020-VRI-UDH, 19OCT20

## CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD

Yo Sabina Papas Meza, asesor(a) del PA de Administración de Empresas y designado(a) mediante documento: Resolución N° 1028-2021-D-FCEMP-PAAE-UDH, del estudiante: Fredy Williams Carhuamaca Yangali, de la investigación titulada: Calidad del servicio y satisfacción del usuario de la Oficina Desconcentrada del Jurado Nacional de Elecciones Sede Huancayo, 2021 – 2022.

Puedo constar que la misma tiene un índice de similitud del 25% 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, 10 de abril de 2023.



---

Mtra. Sabina Papas Meza  
DNI N° 47647973  
Código Orcid N° 0000-0002-4054-215X

# CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO DE LA OFICINA DESCONCENTRADA DEL JURADO NACIONAL DE ELECCIONES SEDE HUANCAYO, 2021-2022

## INFORME DE ORIGINALIDAD

25%

INDICE DE SIMILITUD

22%

FUENTES DE INTERNET

10%

PUBLICACIONES

15%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

|   |                                                                                                     |    |
|---|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1 | <a href="https://repositorio.autonoma.edu.pe">repositorio.autonoma.edu.pe</a><br>Fuente de Internet | 2% |
| 2 | <a href="#">Submitted to Universidad Senor de Sipan</a><br>Trabajo del estudiante                   | 1% |
| 3 | <a href="https://repositorio.upecen.edu.pe">repositorio.upecen.edu.pe</a><br>Fuente de Internet     | 1% |
| 4 | <a href="https://repositorio.upt.edu.pe">repositorio.upt.edu.pe</a><br>Fuente de Internet           | 1% |
| 5 | <a href="https://repositorio.unamba.edu.pe">repositorio.unamba.edu.pe</a><br>Fuente de Internet     | 1% |
| 6 | <a href="https://repositorio.uladech.edu.pe">repositorio.uladech.edu.pe</a><br>Fuente de Internet   | 1% |
| 7 | <a href="https://kupdf.net">kupdf.net</a><br>Fuente de Internet                                     | 1% |
| 8 | <a href="https://repositorio.uap.edu.pe">repositorio.uap.edu.pe</a><br>Fuente de Internet           | 1% |



Apellidos y Nombres: Sabina Papas Meza  
DNI: 47647973  
Código Orcid N° 0000-0002-4054-215X

## **DEDICATORIA**

A mis queridos padres que me cuidan, aunque ya no estén físicamente presentes, a la constancia y perseverancia que me fue inculcado por sabios docentes en las diferentes etapas de la educación para el fin de este hermoso camino de la investigación.

## **AGRADECIMIENTO**

Mi sincero agradecimiento a la Universidad de Huánuco y a toda su plana de docentes por brindarme la oportunidad de seguir creciendo profesionalmente.

## ÍNDICE

|                                             |      |
|---------------------------------------------|------|
| DEDICATORIA .....                           | II   |
| AGRADECIMIENTO .....                        | 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. SITUACIÓN 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.....                     | 18   |
| 1.4.1. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA .....          | 18   |
| 1.4.2. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA .....         | 19   |
| 1.4.3. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA .....     | 19   |
| 1.5. LIMITACIONES .....                     | 19   |
| CAPÍTULO II.....                            | 20   |
| MARCO TEÓRICO .....                         | 20   |
| 2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN ..... | 20   |
| 2.1.1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES .....   | 20   |
| 2.1.2. ANTECEDENTES NACIONALES .....        | 22   |
| 2.1.3. ANTECEDENTES LOCALES.....            | 25   |
| 2.2. BASES TEÓRICAS .....                   | 27   |
| 2.2.1. CALIDAD DE SERVICIO.....             | 29   |
| 2.2.2. SATISFACCIÓN DEL USUARIO.....        | 38   |
| 2.3. DEFINICIONES CONCEPTUALES .....        | 43   |

|                                                                                                                      |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 2.4. HIPÓTESIS.....                                                                                                  | 45 |
| 2.4.1. HIPÓTESIS GENERAL .....                                                                                       | 45 |
| 2.4.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICOS .....                                                                                   | 45 |
| 2.5. VARIABLES.....                                                                                                  | 46 |
| 2.5.1. VARIABLE INDEPENDIENTE.....                                                                                   | 46 |
| 2.5.2. VARIABLE DEPENDIENTE .....                                                                                    | 46 |
| 2.6. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....                                                                            | 47 |
| CAPÍTULO III .....                                                                                                   | 50 |
| METODOLOGÍA .....                                                                                                    | 50 |
| 3.1. TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN.....                                                                              | 50 |
| 3.2. ENFOQUE .....                                                                                                   | 50 |
| 3.3. DISEÑO METODOLOGICO .....                                                                                       | 50 |
| 3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA .....                                                                                       | 51 |
| 3.4.1. POBLACIÓN .....                                                                                               | 51 |
| 3.4.2. MUESTRA.....                                                                                                  | 52 |
| 3.5. RECOLECCIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN .....                                                                  | 53 |
| 3.5.1. TÉCNICA PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS .....                                                                    | 53 |
| 3.5.2. TÉCNICAS PARA EL ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS<br>DATOS .....                                              | 53 |
| 3.6. ASPECTOS ÈTICOS.....                                                                                            | 54 |
| CAPÍTULO IV.....                                                                                                     | 55 |
| RESULTADOS.....                                                                                                      | 55 |
| 4.1. RESULTADOS DESCRIPTIVOS .....                                                                                   | 55 |
| 4.1.1. VARIABLE INDEPENDIENTE CALIDAD DE SERVICIO.....                                                               | 55 |
| 4.1.2. SATISFACCIÓN DEL USUARIO.....                                                                                 | 71 |
| 4.2. RESULTADOS INFERENCIALES .....                                                                                  | 83 |
| 4.2.1. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS GENERAL .....                                                                      | 83 |
| 4.2.2. CONTRASTACIÓN DE LAS HIPÓTESIS ESPECIFICAS .....                                                              | 84 |
| CAPÍTULO V.....                                                                                                      | 89 |
| DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....                                                                                         | 89 |
| 5.1. LA CONTRASTACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LA PRUEBA DE<br>HIPÓTESIS, CON LAS CONCLUSIONES DE LOS ANTECEDENTES ..... | 89 |

|                                                                                               |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 5.2. CONTRASTACIÓN DE LOS RESULTADOS DEL TRABAJO DE<br>INVESTIGACIÓN CON LA BASE TEÓRICA..... | 91  |
| CONCLUSIONES .....                                                                            | 94  |
| RECOMENDACIONES.....                                                                          | 96  |
| REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....                                                               | 98  |
| ANEXOS.....                                                                                   | 102 |

## ÍNDICE DE TABLAS

|                                                                                                                                                                 |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabla 1 Definición de calidad de servicios .....                                                                                                                | 32 |
| Tabla 2 Definición de satisfacción del usuario .....                                                                                                            | 39 |
| Tabla 3 Operacionalización de Variables.....                                                                                                                    | 47 |
| Tabla 4 Población electoral de la Provincia de Huancayo .....                                                                                                   | 51 |
| Tabla 5 Técnicas e instrumentos de la investigación .....                                                                                                       | 53 |
| Tabla 6 ¿Los trabajadores tienen un trato amable con Ud.? .....                                                                                                 | 55 |
| Tabla 7 ¿Los trabajadores le brindan a Ud. una atención personalizada? ..                                                                                       | 56 |
| Tabla 8 ¿Los trabajadores son respetuosos con Ud.?.....                                                                                                         | 57 |
| Tabla 9 ¿Cuándo los trabajadores prometen hacer algo en un momento<br>determinado lo hacen? .....                                                               | 58 |
| Tabla 10 ¿Existe falta o errores en el servicio que les brinda?.....                                                                                            | 59 |
| Tabla 11 ¿Ud. Comprende la explicación que el trabajador le brinda sobre el<br>servicio?.....                                                                   | 60 |
| Tabla 12 ¿Los trabajadores tienen conocimiento del servicio que brinda para<br>resolver su consulta? .....                                                      | 61 |
| Tabla 13 ¿Los trabajadores son hábiles o buscan una solución a su<br>problema? .....                                                                            | 62 |
| Tabla 14 ¿Los trabajadores ofrecen un servicio puntual?.....                                                                                                    | 63 |
| Tabla 15 ¿El servicio que brindan los trabajadores es oportuno y rápido?.....<br>.....                                                                          | 64 |
| Tabla 16 ¿Cuándo tienes un problema de trámite, los trabajadores muestran<br>un sincero interés en solucionarlo?.....                                           | 65 |
| Tabla 17 ¿La información que brindan sobre los servicios están accesibles a<br>través del periódico mural de la institución, página web y redes sociales? ..... | 66 |
| Tabla 18 ¿Los ambientes están limpios y cómodos para el transitar de los<br>usuarios? .....                                                                     | 67 |
| Tabla 19 ¿Los personales están bien uniformados y tienen apariencia<br>pulcra? .....                                                                            | 68 |
| Tabla 20 ¿Los equipos se encuentran disponibles y cuentan con materiales<br>necesarios para su atención? .....                                                  | 69 |

|                                                                                                                                        |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabla 21 ¿El servicio que ofrece la institución, es realizado correctamente por el personal? .....                                     | 71 |
| Tabla 22 ¿Considera Ud. que el tiempo de tramite o de servicio es adecuado? .....                                                      | 72 |
| Tabla 23 ¿El personal que ofrece el servicio es un profesional capacitado? ... ..                                                      | 73 |
| Tabla 24 ¿El personal está bien presentado con su uniforme, con la cual se identifica con la institución? .....                        | 74 |
| Tabla 25 ¿El personal ofrece una buena atención?.....                                                                                  | 75 |
| Tabla 26 ¿La institución cuenta con equipos modernos para ofrecer el servicio?.....                                                    | 76 |
| Tabla 27 ¿Los ambientes de la institución se encuentran en buen estado?.... ..                                                         | 77 |
| Tabla 28 ¿La institución cuenta con libro de reclamaciones? .....                                                                      | 78 |
| Tabla 29 ¿Ud. Recomendaría el servicio que ofrece el personal de la institución? .....                                                 | 79 |
| Tabla 30 ¿Ud. Comprendería si es que en el momento en que le ofrecen el servicio surgen inconvenientes por parte del trabajador? ..... | 80 |
| Tabla 31 ¿Daría Ud. Opiniones positivas sobre el servicio que los trabajadores ofrecen? .....                                          | 81 |
| Tabla 32 ¿Daría Ud. Sugerencias a los trabajadores de la institución para que mejoren la calidad de los servicios que ofrecen?.....    | 82 |
| Tabla 33 Contrastación de la hipótesis general .....                                                                                   | 83 |
| Tabla 34 Contrastación de la hipótesis especifica 1 .....                                                                              | 84 |
| Tabla 35 Contrastación de la hipótesis especifica 2 .....                                                                              | 85 |
| Tabla 36 Contrastación de la hipótesis especifica 3 .....                                                                              | 86 |
| Tabla 37 Contrastación de la hipótesis especifica 4 .....                                                                              | 87 |
| Tabla 38 Contrastación de la hipótesis especifica 5 .....                                                                              | 87 |

## ÍNDICE DE FIGURAS

|           |                                                                                                                                                     |    |
|-----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Figura 1  | Modelo SERVQUAL.....                                                                                                                                | 38 |
| Figura 2  | ¿Los trabajadores tienen un trato amable con Ud.? .....                                                                                             | 56 |
| Figura 3  | ¿Los trabajadores le brindan a Ud. una atención personalizada? ....                                                                                 | 57 |
| Figura 4  | ¿Los trabajadores son respetuosos con Ud.?.....                                                                                                     | 58 |
| Figura 5  | ¿Cuándo los trabajadores prometen hacer algo en un determinado momento lo hacen? .....                                                              | 59 |
| Figura 6  | ¿Existe falta o errores del servicio que les brinda?.....                                                                                           | 60 |
| Figura 7  | ¿Ud. Comprende la explicación que el trabajador le brinda sobre el servicio?.....                                                                   | 61 |
| Figura 8  | ¿Los trabajadores tienen conocimiento del servicio que brinda para resolver su consulta? .....                                                      | 62 |
| Figura 9  | ¿Los trabajadores son hábiles o buscan una solución a su problema? .....                                                                            | 63 |
| Figura 10 | ¿Los trabajadores ofrecen un servicio puntual? .....                                                                                                | 64 |
| Figura 11 | ¿El servicio que brindan los trabajadores es oportuno y rápido?....                                                                                 | 65 |
| Figura 12 | ¿Cuándo tienes un problema de trámite, los trabajadores muestran un sincero interés en solucionarlo?.....                                           | 66 |
| Figura 13 | ¿La información que brindan sobre los servicios están accesibles a través del periódico mural de la institución, página web y redes sociales? ..... | 67 |
| Figura 14 | ¿Los ambientes están limpios y cómodos para el transitar de los usuarios? .....                                                                     | 68 |
| Figura 15 | ¿Los personales están bien uniformados y tienen apariencia pulcra? .....                                                                            | 69 |
| Figura 16 | ¿Los equipos se encuentran disponibles y cuentan con materiales necesarios para su atención? .....                                                  | 70 |
| Figura 17 | ¿El servicio que ofrece la institución, es realizado correctamente por el personal? .....                                                           | 71 |
| Figura 18 | ¿Considera Ud. que el tiempo de tramite o de servicio es adecuado? .....                                                                            | 72 |

|                                                                                                                                   |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Figura 19 ¿El personal que ofrece el servicio es un profesional capacitado?                                                       | 73 |
| Figura 20 ¿El personal está bien presentado con su uniforme, con la cual se identifica con la institución?                        | 74 |
| Figura 21 ¿El personal ofrece una buena atención?                                                                                 | 75 |
| Figura 22 ¿La institución cuenta con equipos modernos para ofrecer el servicio?                                                   | 76 |
| Figura 23 ¿Los ambientes de la institución se encuentran en buen estado?                                                          | 77 |
| Figura 24 ¿La institución cuenta con libro de reclamaciones?                                                                      | 78 |
| Figura 25 ¿Ud. Recomendaría el servicio que ofrece el personal de la institución?                                                 | 79 |
| Figura 26 ¿Ud. Comprendería si es que en el momento en que le ofrecen el servicio surgen inconvenientes por parte del trabajador? | 80 |
| Figura 27 ¿Daría Ud. Opiniones positivas sobre el servicio que los trabajadores ofrecen?                                          | 81 |
| Figura 28 ¿Daría Ud. sugerencias a los trabajadores de la institución para que mejoren la calidad de los servicios que ofrecen?   | 82 |

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación responde a la pregunta: ¿Cómo la calidad de servicios se relaciona con la satisfacción de los usuarios de la Oficina Desconcentrada del Jurado Nacional de Elecciones Sede Huancayo, 2021- 2022? El objetivo fue determinar como la calidad de servicios se relaciona con la satisfacción de los usuarios de la Oficina Desconcentrada del Jurado Nacional de Elecciones Sede Huancayo, 2021 – 2022. Este trabajo de investigación se realizó dentro del enfoque cuantitativo, porque se utilizó la técnica de la encuesta y su instrumento el cuestionario, para recabar información y contestar las preguntas de investigación, objetivos y probar hipótesis, fue de tipo aplicada, y de nivel descriptivo correlacional, tuvo un diseño no experimental, transversal. La población estuvo conformada por 434,840 usuarios, de los cuales la muestra fue de tipo intencional o selectiva, que estuvo conformada por 120 usuarios, el procesamiento de datos se realizó mediante el software SPSS V25, donde se realizó el análisis descriptivo y la correlación de hipótesis a través del coeficiente de correlación Rho Spearman. Como resultado de la investigación, se obtuvo un valor de correlación de Rho de Spearman 0,892 encontrándose en los parámetros de una correlación, sin embargo, p tiene un valor de 0,000 (menor a 0,05); cuyos resultados lograron demostrar que existe relación significativa entre la calidad de servicios y la satisfacción del usuario, de la Oficina Desconcentrada del Jurado Nacional de Elecciones Sede Huancayo, 2021 – 2022.

**Palabras clave:** calidad de servicio, satisfacción del usuario, capacidad de respuesta, elemento tangible, responsabilidad de los trabajadores.

## ABSTRACT

This research work answers the question: How is the quality of services related to the satisfaction of the users of the Decentralized Office of the National Jury of Huancayo Headquarters Elections, 2021-2022? The objective was to determine how the quality of services is related to the satisfaction of the users of the Decentralized Office of the National Jury of Elections, Huancayo Headquarters, 2021 - 2022. This research work was carried out within the quantitative approach, because the technique of The survey and its instrument, the questionnaire, to collect information and answer the research questions, objectives, and test hypotheses, were of an applied type, and of a descriptive correlational level, and had a non-experimental, cross-sectional design. The population was made up of 434,840 users, of which the sample was of an intentional or selective type, which was made up of 120 users, the data processing was carried out using the SPSS V25 software, where the descriptive analysis and the correlation of hypotheses were carried out. through the Rho Spearman correlation coefficient. As a result of the investigation, a Spearman's Rho correlation value of 0.892 was obtained, being found in the parameters of a correlation, however, p has a value of 0.000 (less than 0.05); whose results managed to demonstrate that there is a significant relationship between the quality of services and user satisfaction, of the Decentralized Office of the National Election Jury Huancayo Headquarters, 2021 - 2022.

**Keywords:** service quality, user satisfaction, responsiveness, tangible element, worker responsibility.

## INTRODUCCIÓN

La calidad de servicios es considerada como un factor importante que las instituciones deben gestionar con la finalidad de satisfacer a los usuarios, ya que la misión de toda institución pública es brindar un servicio de calidad al usuario para satisfacer sus requerimientos, mediante una buena atención, mostrando responsabilidad, empatía, confiabilidad, capacidad de respuesta, amabilidad y respeto. Así mismo lo que esperan los usuarios de un servicio público es el propósito de la labor que entregan, los conocimientos, habilidades y actitudes que los servidores públicos muestran al ofrecer un servicio, la capacidad de respuesta, la puntualidad, rapidez de respuesta, información en un habla comprensible, confidencialidad, estos factores que determinan un servicio, por ende, satisfacen al usuario. (Menacho et al., 2020). La problemática radica en que se pudo observar quejas de los usuarios con respecto a los servicios que reciben, existe demora en los trámites, no existe buena comunicación entre el personal y los usuarios, el personal que labora no está comprometido con la institución porque desconocen los objetivos, visión, misión, y todos estos aspectos mencionados insatisfacen al usuario. Por lo expuesto se plantea la siguiente pregunta de investigación ¿Cómo la calidad de servicios se relaciona con la satisfacción de los usuarios de la Oficina Desconcentrada del Jurado Nacional de Elecciones Sede Huancayo, 2021 - 2022? Por otro lado, esta investigación se justificó, porque a mediante los resultados obtenidos los directivos de la Oficina Desconcentrada del Jurado Nacional de Elecciones Sede Huancayo, pueden gestionar adecuadamente la calidad de servicios, así mismo se justificó porque servirá como marco referencial para los investigadores quienes estudien el tema en relación. Esta investigación tuvo como objetivo determinar como la calidad de servicios se relaciona con la satisfacción de los usuarios de la Oficina Desconcentrada del Jurado Nacional de Elecciones Sede Huancayo, 2021 – 2022. El enfoque de la investigación fue cuantitativo, fue de tipo aplicada, de nivel descriptiva correlacional, tuvo un diseño no experimental - transversal. La población estuvo conformada por 434,840 y la muestra por 120 usuarios de la Oficina Desconcentrada del Jurado Nacional de Elecciones Sede Huancayo.

Este trabajo de investigación consta de cinco capítulos que se mencionan a continuación: En el Capítulo I, se aborda la descripción del problema, así mismo se plantea la formulación del problema, los objetivos de investigación, se describe la justificación de la investigación, las limitaciones y la viabilidad de la investigación. En el Capítulo II, se describen los antecedentes, se describe las bases teóricas de las dos variables de investigación y sus respectivas dimensiones. Se plantea la hipótesis de la investigación y finaliza con la operacionalización de las variables. En el Capítulo III, se determina la metodología de la investigación, el tipo, enfoque, alcance o nivel, y diseño, también se delimita la población de estudio y define la muestra. Se establece las técnicas e instrumentos de recolección de datos. En el Capítulo IV, se redactan los resultados de la investigación y la contratación de la hipótesis. En el Capítulo V, se considera la discusión de resultados, y se finaliza la investigación con la determinación de las conclusiones y recomendaciones, la referencia bibliográfica y los anexos.

# **CAPÍTULO I**

## **PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

### **1.1. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA**

La calidad de servicios son los factores más importantes que deben tener en cuenta los trabajadores de las empresas o instituciones públicas, sin importar la magnitud, la estructura y la naturaleza de sus operaciones, a través del buen desempeño de sus funciones, con la finalidad de satisfacer a los usuarios (Menacho et al., 2020). De lo expuesto en el párrafo anterior se deduce que en la actualidad los recursos humanos de las organizaciones son considerados como factores principales para prestar una calidad de servicios, por lo que las instituciones cada vez más se enfrentan a un entorno cambiante, donde los usuarios de un servicio toman en cuenta aspectos como la atención, nivel de conocimiento, responsabilidad, puntualidad, servicio rápido, amabilidad del personal, etc., como medios para valorar la calidad del servicio, entonces resulta de total importancia, que las instituciones se preocupen de la percepción que sus usuarios tienen de las mismas, ya que las experiencias desfavorables y expectativas negativas generan opiniones desfavorables.

Así como lo manifiesta el (Congreso de la República, 2013), la administración es un término que deriva del latín “ad” (ir, hacia) y “ministrare” (servir, cuidar), como también la misión de toda administración pública es brindar calidad de servicios para satisfacer los requerimientos de los usuarios. En ese sentido, la administración pública está conformado por instituciones, que tienen como objetivo servir a la ciudadanía.

En el blog de Servicio de Acreditación Ecuatoriano, titulado Calidad en los Servicios Públicos, manifiestan que lo que esperan la población de un servicio público es el propósito de la labor que entregan, los conocimientos, habilidades y actitudes que los servidores públicos muestran al ofrecer un servicio, la capacidad de respuesta, la puntualidad, rapidez de respuesta, información en un habla comprensible, confidencialidad, estos factores que determinan un servicio. Como también las buenas prácticas de las instituciones públicas realizadas con calidad, disminuyen los tiempos de

demora, mejoran las relaciones con los usuarios, incrementa la productividad con responsabilidad. Lo relevante es conocer cómo los usuarios de los servicios públicos ven y califican los mismos, y cómo quisieran que sea la atención y la eficacia.

El Jurado Nacional de Elecciones, es un organismo independiente, que tiene como misión administrar la justicia electoral, fiscalizar los procesos electorales, impartir la educación electoral, consultas populares, mantener el registro de las organizaciones políticas y orientado a garantizar el respeto de la voluntad ciudadana, con competencia a nivel nacional y que posee oficinas desconcentradas en cada departamento. Para esta investigación nos enfocaremos en estudiar la problemática en la Oficina Desconcentrada del Jurado Nacional de Elecciones de la Sede Huancayo, ubicado en la Calle Nemesio Rael N° 251, conformado por 6 personales quienes son: Un administrador, un abogado, un asistente, personal de mesa de partes y dos personales de vigilancia, las sedes desconcentradas ofrecen los mismos servicios que la Sede Central, estas oficinas brindan los siguientes servicios: Inscriben a los partidos políticos y brindan información al respecto, realizan la desafiliación a una organización política cuando las personas no quieren pertenecer por voluntad propia, realizan trámites de dispensa o dispensa por omisión al sufragio, es decir cuando los miembros de mesa no asisten a la instalación de la mesa durante la jornada electoral o los electores no pueden ir a sufragar por motivos de salud, este caso de inasistencia se dio en los electores durante la pandemia, por motivos de salud quienes tenían COVID19 y personas mayores de edad solicitaban su dispensa para no ir a sufragar, como también ofrecen servicios de trámites de solicitudes para revocatorias de alcaldes y regidores provinciales, también solicitudes para vacancia municipales y regionales y por ultimo brindan información a electores que no fueron a sufragar sobre el monto de las multas electorales.

La Oficina Desconcentrada de la provincia de Huancayo presenta debilidades sobre las dimensiones de la calidad de servicio, donde se pudo observar quejas de los usuarios con respecto a los servicios que recibe, existe demora en los trámites, no existe buena comunicación entre el personal y los usuarios, el personal que labora no está comprometido con la institución

porque desconocen los objetivos, visión, misión, y todos estos aspectos mencionados insatisfacen al usuario. Así mismo aún existe debido a que los trámites que realizan los usuarios no son rápidos y oportunos, existe falta de conocimiento del servicio que brindan, no muestran el interés en ayudar a solucionar problemas laborales de trámite a los usuarios, los servidores no muestran confianza y amabilidad, porque no tienen esa capacidad de entender el problema del usuario, sentirlo y vivirlo poniéndose en el lugar del usuario, porque hay usuarios que vienen a realizar sus trámites desde localidades lejanas, sin embargo existe demora en los trámites.

Por todo lo manifestado en el párrafo anterior, surge la formulación del problema y objetivos de investigación, que se plantean a continuación:

## **1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

### **1.2.1. PROBLEMA GENERAL**

**PG:** ¿Cómo la calidad de servicios se relaciona con la satisfacción de los usuarios de la Oficina Desconcentrada del Jurado Nacional de Elecciones Sede Huancayo, 2021 - 2022?

### **1.2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS**

**PE<sub>1</sub>:** ¿Cómo la confianza o empatía de los trabajadores se relaciona con la satisfacción de los usuarios?

**PE<sub>2</sub>:** ¿Cómo la fiabilidad de los trabajadores se relaciona con la satisfacción de los usuarios?

**PE<sub>3</sub>:** ¿Cómo la responsabilidad de los trabajadores se relaciona con la satisfacción de los usuarios?

**PE<sub>4</sub>:** ¿Cómo la capacidad de respuesta de los trabajadores se relaciona con la satisfacción de los usuarios?

**PE<sub>5</sub>:** ¿Cómo el elemento tangible se relaciona con la satisfacción de los usuarios?

### **1.3. OBJETIVOS**

#### **1.3.1. OBJETIVO GENERAL**

**OG:** Determinar como la calidad de servicios se relaciona con la satisfacción de los usuarios de la Oficina Desconcentrada del Jurado Nacional de Elecciones Sede Huancayo, 2021-2022.

#### **1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

**OE<sub>1</sub>:** Determinar cómo la confianza o empatía de los trabajadores se relaciona con la satisfacción de los usuarios.

**OE<sub>2</sub>:** Determinar cómo la fiabilidad de los trabajadores se relaciona con la satisfacción de los usuarios.

**OE<sub>3</sub>:** Determinar cómo la responsabilidad de los trabajadores se relaciona con la satisfacción de los usuarios.

**OE<sub>4</sub>:** Determinar cómo la capacidad de respuesta de los trabajadores se relaciona con la satisfacción de los usuarios.

**OE<sub>5</sub>:** Determinar cómo el elemento tangible se relaciona con la satisfacción de los usuarios.

### **1.4. JUSTIFICACIÓN**

Uno de los retos para cualquier empresa o institución es ofrecer un bien o servicio de calidad a los clientes o usuarios de esa forma satisfacer sus necesidades o requerimientos. Por lo expuesto, este estudio se justificará por los siguientes factores:

#### **1.4.1. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA**

Este estudio se justificó, porque permitió conocer los conceptos, importancia, dimensiones que existen de la calidad del servicio y la satisfacción del usuario, puesto que hay autores quienes desarrollaron un marco teórico que sirven como marco de referencia.

#### **1.4.2. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA**

Será de utilidad práctica, porque a partir de los resultados de esta investigación, los especialistas en personal y todos los gerentes de diversas áreas de las entidades públicas, y de otras organizaciones, reflexionarán y gestionarán la calidad de servicio, ya que de ello dependerá para satisfacer al usuario, mediante sus competencias que poseen, para la solución de problemas, desempeño de sus funciones con eficiencia y eficacia.

#### **1.4.3. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA**

Esta investigación se justificó metodológicamente, porque contribuye en cuanto a su tipo y diseño de investigación, técnica e instrumento diseñado para la recopilación de los datos requeridos, como parámetro, para futuras investigaciones que tienen pertinencia con la variable de estudio calidad de servicios y satisfacción del usuario.

#### **1.5. LIMITACIONES**

Una de las limitantes fue la comunicación directa con nuestra muestra objetiva, ya que nos encontrábamos en un distanciamiento social producto de la pandemia Covid-19, lo que dificultó el recojo de información suficiente, ya que de alguna forma impidió a que el estudio se desarrolle en toda su plenitud al 100 %, pero sin embargo se materializó el presente trabajo de investigación.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN**

Se realizó una búsqueda de los trabajos de investigación relacionados al tema materia estudio “Calidad del servicio y satisfacción del usuario”, y estos se muestran a continuación:

##### **2.1.1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES**

En cuanto a los antecedentes a nivel internacional que se relacionan con el tema de investigación “Calidad del servicio y satisfacción del usuario”, se encontraron los siguientes trabajos de investigación:

(Rivera, 2019), en su tesis titulada “Calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes Ecuador”, tesis para optar el grado académico de Magister en Administración de Empresas de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil de Ecuador. La investigadora llegó a las siguientes conclusiones:

La investigación tuvo como propósito evaluar la calidad de servicio y la satisfacción al cliente de la empresa Greenandes Ecuador, aplicando el modelo teórico SERVIQUAL, lo cual permitió conocer las diferencias que existen entre las percepciones y expectativas de la calidad del servicio de la empresa estudiada y la insatisfacción de los clientes. Además, permitió conocer que es lo que realmente esperan los clientes al momento de contratar los servicios, y que es lo que la empresa está haciendo a fin de mejorar la experiencia de la calidad del servicio y concluye que  $p$  valor ( $\text{sig.}=0.000$ ) es menor que el nivel de significancia 0.05, por lo que se aprueba la hipótesis planteada en este estudio, es decir que la calidad del servicio influye en la satisfacción de los clientes exportadores de la empresa, e indica que existe una relación positiva moderada entre ambas variables. De las evidencias anteriores mostradas la empresa debe trabajar con orientación enfocada en

atención al cliente, calidad y cultura de servicio, ya que ofrecer un servicio de calidad permite tener clientes satisfechos, ya que la satisfacción, durante todo el proceso del servicio antes durante es la clave para mantener una relación a largo plazo desde la perspectiva del cliente.

(Quisbert, 2016), en su tesis titulada “Calidad en el servicio de atención a la salud en los centros San Sebastián, San Luis y San Vicente de la Fundación

Kolping 2015”, tesis para optar el grado académico de Magister en Gerencia de Proyectos para el Desarrollo, de la Universidad Andina de Simón Bolívar, Bolivia. La investigadora llegó a las siguientes conclusiones:

En los tres Centros de Salud las deficiencias observadas se encuentran en la primera dimensión, “competencia profesional”, debido a la percepción del personal encuestado que asegura en su mayoría que los centros de salud no contribuyen a su desempeño profesional con capacitaciones. El grado de satisfacción del usuario/pacientes en los tres casos, es positivamente obteniendo un resultado satisfactorio. Los pacientes aseguran que la atención en los centros de salud es buena en cuanto a acceso, satisfacción del cliente, eficiencia, continuidad, etc.

(Ruiz, 2015), en su tesis titulada “Medición de la calidad del servicio al cliente en el Instituto Tránsito de la ciudad de Sogamoso “INTRASOG”, tesis para optar el título de licenciado en Administración de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. La investigadora llegó a las siguientes conclusiones:

La calidad del servicio al cliente no solo es percibida si no experimentada de manera regular por los usuarios que acuden al INTRASOG para la resolución de sus trámites, razón por la cual su satisfacción no está alejada de esta valoración ya que hay aspecto por mejorar. La entidad posee normas, mecanismos e indicadores del servicio y para la satisfacción del cliente, sin embargo, debe entrar a

evaluar que tanto se está cumpliendo, con qué frecuencia, los responsables de esta tarea y de qué manera mejorar continuamente con el fin de que a partir de la retroalimentación dada por los usuarios adoptar las medidas correctivas a que haya lugar. Hoy en día los ciudadanos son más conscientes, críticos y participativos de los mecanismos sociales encaminados a la transformación de su comunidad por ende se encuentran informados, exigentes y en contacto mucho más frecuente con las entidades con el fin de exigir calidad; por esta razón es importante que la entidad, sus funcionarios y las dependencias asignadas para ello focalicen esfuerzos para alcanzar los objetivos propuestos.

### **2.1.2. ANTECEDENTES NACIONALES**

En cuanto a los antecedentes de estudio que se relacionan con el tema de investigación “Calidad del servicio y satisfacción del usuario” se encontró a nivel nacional los siguientes:

(Gonzales & Huanca, 2020), en su tesis titulada “La calidad del servicio y su relación con la satisfacción de los consumidores de restaurantes de pollos a la brasa de Mariano Melgar, Arequipa 2018”, tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración y Marketing de la Universidad Tecnológica del Perú. Las investigadoras arribaron a las siguientes conclusiones:

Según lo encuestado a los consumidores de restaurantes de pollos a la brasa de Mariano Melgar, la variable calidad de servicio está relacionada de manera positiva con la variable satisfacción de los consumidores representado este resultado como correlación positiva moderada, teniendo una relación de Rho SPEARMAN de 0.504 con un nivel de significancia de 0.000 esto significa que existe evidencia estadística para afirmar la relación entre ambas variables. Por ello el resultado fue bajo dado que una gran cantidad de consumidores no se sintieron muy satisfechos en varios puntos, afectando así no poder tener un número alto de correlación positiva, incluso muchos de ellos no percibieron un buen trato por parte de los meseros al igual que la

limpieza y establecimiento factores que impidieron que se pueda obtener un resultado mejor sin embargo esto hubiera cambiado si los consumidores hubiesen recibido un mejor servicio y/o a calidad mayor hubiera sido la satisfacción.

La autora concluye que los consumidores encuestados no estaban satisfechos por los servicios que ofrecían dicha empresa, porque el personal que labora no le daba un buen trato al cliente, y no contaban con un ambiente adecuado, limpio e iluminado para ofrecer el servicio.

(Reaño, 2019), en su tesis titulada “Calidad de servicio y satisfacción del usuario en la Unidad de Gestión del paciente del Hospital Regional Lambayeque, Chiclayo, 2019”, tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración de la Universidad Señor de Sipán de Lambayeque. El investigador arribó a las siguientes conclusiones:

Se diagnosticó que el nivel de la variable calidad de servicios en la Unidad de Gestión del Paciente en el Hospital Regional Lambayeque es malo, ya que más de la mitad de encuestados la ubicaron en ese nivel. Se analizó que el nivel de la satisfacción del usuario en la Unidad de Gestión del Paciente en el Hospital Regional Lambayeque es regular, sin embargo, no dista mucho de la cantidad que considera el servicio como malo. Se validó la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario, obteniendo que, si existe una relación significativa entre ambas variables, resultando que la correlación Rho de Spearman es de 0.815 con significativa bilateral de 0.05.

Según el investigador los clientes indicaron que el Hospital Regional Lambayeque ofrece una mala calidad de servicios, por lo que puedo manifestar que para satisfacer al paciente o usuario deben gestionar adecuadamente los indicadores tales como atención al paciente, rapidez al entregar el servicio, capacitación al personal, ser amables y empáticos.

(Rivera, 2019), en su tesis titulada “Calidad del servicio que brinda la empresa Elevate Business y estrategias para su mejora”, tesis para

optar el título profesional de Licenciado en Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional de Piura. La investigadora arribó a las siguientes conclusiones:

El nivel de calidad del servicio, con respecto a los elementos tangibles, es ligeramente bajo en el área de operaciones, a diferencia de las demás áreas que son un punto favorable para la empresa, ya que los elementos que puedan ser percibidos por los clientes a primera vista, forman parte muy importante de la imagen de la empresa. La dimensión fiabilidad debe ser de suma prioridad para la empresa puesto que los resultados recolectados no fueron favorables para esta dimensión, en el área de operaciones cayendo en un nivel de calidad malo. La fiabilidad es una de las dimensiones de mayor prioridad en una organización, la razón es que esta dimensión se refiere a la aptitud para brindar un servicio de forma segura y confiable, un servicio que no brinde de forma segura ni confiable afecta directa y de manera negativa en la percepción de los clientes. El nivel de calidad del servicio, con respecto a la capacidad de respuesta, es ligeramente bajo en el área operaciones, a diferencia de las demás áreas que son un punto favorable para la empresa. La capacidad de respuesta es una dimensión muy asociada a la disposición y conocimiento para solucionar los problemas del cliente, además de la rapidez del servicio. Este último, es quizás, uno de los aspectos más importantes, el no atender rápidamente a los clientes, provoca reacciones negativas en los clientes, que puede contagia a los demás aspectos.

Puedo manifestar que el mencionado investigador, describe que el elemento tangible es decir la infraestructura, los equipos y personales con considerados relevantes al ofrecer un servicio porque son percibidos a simple vista, así mismo considera importante a las dimensiones fiabilidad, seguro y confiable, capacidad de respuesta a la rapidez de atención.

### **2.1.3. ANTECEDENTES LOCALES**

A nivel local, realizando una búsqueda en los repositorios de la Universidad de Huánuco y de la Universidad Nacional Hermilio Valdizan, se encontraron trabajos similares al tema de investigación “Calidad del servicio y satisfacción del usuario” los cuales describo a continuación:

(Chaves, 2019), en su tesis titulada “Calidad del servicio y la satisfacción del cliente en Cinemark Huánuco, 2018”, tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración de Empresas de la Universidad Nacional Hermilio Valdizan de Huánuco. El tesista arribó a las siguientes conclusiones:

La calidad de servicio ofrecida por Cinemark Huánuco incide directamente en el nivel de la satisfacción de sus clientes, debido a que existe una gran incidencia de las dimensiones de la calidad de servicio (elementos tangibles, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía) sobre su satisfacción. De acuerdo con los resultados obtenidos la calidad de servicio es calificada como media por los clientes, esto incide directamente a que a la vez éstos se sientan satisfechos con el servicio recibido. Por lo tanto, se ha logrado incidir en las variables, es decir si una sube la otra también o viceversa. Concluye en general que en Cinemark Huánuco; la calidad de servicio incide directamente en el nivel de satisfacción de los clientes, para este caso puntal el hecho de que la calidad de servicio sea valorada como incidencia “media”, que los clientes se sientan satisfechos mas no muy satisfechos con el servicio prestado.

Se considera esta tesis como antecedente porque el autor llega a conclusiones precisas sobre la calidad de servicio y satisfacción del cliente, porque concluye que el servicio es calificado como media por los clientes, por lo que solo se encuentran satisfechos mas no muy satisfechos con los servicios que ofrece Cinemark – Huánuco, debido a que las dimensiones elementos tangibles, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía satisfacen a los clientes.

(Cervantes, 2021), en su tesis titulada “Gestión de la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en el Centro de Salud Aparicio Pomares, 2019”, tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración de Empresas de la Universidad de Huánuco. El tesista arribó a las siguientes conclusiones:

Se determinó que existe y hay una relación significativa entre la gestión de la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en el Centro de Salud Aparicio Pomares, 2019, en base a la evidencia estadística, donde el índice de correlación de Pearson indica 0.82 con un nivel de significancia del 0.032 menor a 0.05 lo que indica que existe una relación alta entre las variables. Los indicadores de tiempo de atención, puntualidad, tiempo de entrega de resultados, atención al personal de salud, eficiencia de consultas, efectividad de medicinas, cortesía y amabilidad del personal, conocimientos adecuados, seguridad en el establecimiento indican de manera directa en la satisfacción de los usuarios de Centro de Salud Aparicio Pomares.

Esta tesis es importante para el proyecto porque también aborda el mismo tema de investigación calidad de servicio y satisfacción del usuario, donde la investigadora a través de la aplicación de las técnicas aplicadas a la muestra, determinó que existe una relación significativa entre las variables mencionadas e inciden en la satisfacción de los usuarios, así mismo utilizó los indicadores que utilizaré los cuales son tiempo de atención, puntualidad, cortesía, empatía.

(Crispín, 2019), en su tesis titulada “Calidad del servicio y su influencia en la satisfacción del cliente de los Bancos Privados de la ciudad de Huánuco 2019”, tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración de Empresas de la Universidad de Huánuco. El investigador arribó a las siguientes conclusiones:

La investigación concluye que la calidad de servicio influye en la satisfacción de los clientes en los Bancos Privados de la ciudad de Huánuco 2019, el coeficiente de correlación tiene un valor de 0.785 se encuentra dentro de una valoración alta, y se puede observar en la tabla

N° 09 del presente trabajo de investigación que los clientes del BBVA, Interbank, y el Scotiabank se encuentra muy satisfecho con el servicio brindado, mientras solo el 22% de los clientes del BCP se encuentran en este mismo nivel, por lo que los bancos mencionados deben mejorar la calidad de servicios que brinda, habilitando más ventanillas para los clientes, capacitar al personal para que brinde asesoría al cliente orientando y preguntando cuando se encuentren haciendo alguna transacción y aplicar propuestas para la mejora de la calidad del servicio.

Según esta investigación que realizó el mencionado investigador, considero que los clientes si estaban satisfechos de los servicios que ofrecían los Bancos Privados de Huánuco como BBVA, Interbank, Scotiabank y el BCP, porque según el instrumento aplicado, obtuvieron como resultado una valoración alta, sin embargo, el tesista manifiesta que deben mejorar los servicios capacitando al personal de las financieras para que brinde una buena asesoría a los clientes.

## **2.2. BASES TEÓRICAS**

La muestra del presente trabajo de investigación estará conformada por los usuarios de la Oficina Desconcentrada del Jurado Nacional de Elecciones de la Sede Huancayo. Por lo que se describirá el trasfondo histórico y los servicios que ofrecen las Oficinas Desconcentradas del Jurado Nacional de Elecciones, según el Portal Web del JNE, y se describe a continuación:

El Jurado Nacional de Elecciones creó en el 2008 las tres primeras Unidades Regionales de Enlace (actualmente Oficinas Desconcentradas), siendo estas las de Chiclayo, Arequipa y Huancayo. Posteriormente, en el año 2011 se instalaron otras seis dependencias: Cajamarca, Ucayali, Loreto, Puno, Madre de Dios y Amazonas, Lo mismo ocurrió el 2014 en Piura y Trujillo, En el 2016 se creó la Oficina Desconcentrada de Cusco. En el año 2017 se crearon tres nuevas Oficinas: las de Áncash, Huánuco y Ayacucho. Finalmente, en el año 2021 se creó la Oficina Desconcentrada de Tacna.

Las Oficina Desconcentradas del Jurado Nacional de Elecciones Sede están ubicados en diferentes departamentos y contribuyen a la labor del JNE, con el objetivo de garantizar la democracia y la gobernabilidad en el país, y ofrecen diversos servicios de carácter electoral a los usuarios quienes están conformados por los ciudadanos y organizaciones políticas sin necesidad que se trasladen a la capital para realizar sus trámites, dichas oficinas desconcentradas dependen de la Dirección Nacional de Oficinas Desconcentradas.

Las oficinas desconcentradas ofrecen los siguientes servicios: a) Inscripción de organizaciones políticas: Todo ciudadano que aspire inscribir una organización política ante el Registro de Organizaciones Políticas del Jurado Nacional de Elecciones, con el propósito de participar democráticamente, en los asuntos públicos del país dentro del marco de la Constitución Política del Estado y de la Ley de Organizaciones políticas. b) Desafiliación a una organización política, es cuando un ciudadano afiliado a una organización política decide libre y voluntariamente dejar de pertenecer a esta y manifiesta con ello, de manera táctica, que se afilio con su consentimiento. C) Dispensas, es el trámite de justificación a la inasistencia de la mesa de sufragio y/o dispensa por omisión al sufragio, se realiza de acuerdo a lo establecido en el Reglamento de Justificación y Dispensa Electoral, y es otorgada por el JNE de conformidad con la ley Orgánica de Elecciones N° 26859. La justificación de una multa electoral, es el trámite por el cual el ciudadano elegido como miembro titular o suplente de una mesa de sufragio, justifica su inasistencia a la instalación de la mesa de sufragio, eximiéndolo de la sanción administrativa electoral y la dispensa de una multa electoral, es el trámite por el cual el ciudadano libera su omisión al sufragio por causa justificada, eximiéndolo de la sanción administrativa electoral y el trámite se realiza a través del Sistema DE Dispensa Virtual – SISVID. d) Revocatorias, consiste en un proceso de elecciones en el que el ciudadano participa directamente, con su voto, para separar de sus cargos a las autoridades regionales, municipales provinciales o distritales que eligió, para ello el promotor deberá presentar los planillones de firmas de adherentes con los respectivos medios magnéticos, al Registro Nacional de Identificación y

Estado Civil (RENIEC), para que proceda a verificar la autenticidad de las firmas (25% de los electores de un distrito, provincia o departamento. c) Vacancias de alcaldes, regidores municipales, y regionales los miembros del consejo municipal o cualquier vecino residente en la provincia o distrito respectivo, puede solicitar la vacancia del alcalde o regidor que se quiere vacar, para lo cual se presenta el pedido de vacancia ante el propio consejo municipal y ante el JNE quien correrá traslado al consejo municipal para que se siga el trámite correspondiente, se solicita vacancia por muerte, enfermedad o impedimento físico permanente que impida el desempeño de sus funciones, ausencia por más de 30 días, nepotismo, y por condena consentida por delito doloso con pena privativa de la libertad. d) Multas, es la sanción económica impuesta a los ciudadanos y ciudadanas que no cumplieron con su deber de sufragio y/o no asistieron o se negaron a intentar la mesa de sufragio en la calidad de titular o suplente, en un determinado proceso electoral, el monto de las multas electorales se determina sobre la base de la Unidad Impositiva Tributaria (UIT) vigente al momento en que se generó la infracción electoral. Los ciudadanos que no cumplan con sufragar o ejercen de miembro de mesa para los procesos electorales que se llevarán a cabo durante el año.

Por otro lado, las variables que se estudiarán para el desarrollo del presente trabajo de investigación son la calidad de servicio y satisfacción del usuario, los cuales describo a continuación:

### **2.2.1. CALIDAD DE SERVICIO**

#### **2.2.1.1. HISTORIA**

La calidad de servicio se ha convertido en los últimos años fuente de diferenciación y posicionamiento de las organizaciones, la calidad fue considerado importante después de la Segunda Guerra Mundial, buscando no solo la satisfacción de las necesidades del cliente, la cual consideraron que la calidad no se centra solamente en las áreas de producción, sino que es responsabilidad de todos los trabajadores de las organizaciones. Se sostiene que la calidad fue adoptada en muchas organizaciones

colombianas a partir del éxito que este proceso obtuvo inicialmente en Japón y en Estados Unidos, quienes afirmaron que la calidad se enfoca ya al sistema como un todo y no exclusivamente en la línea de manufactura (Vargas & Aldana, 2014). En la década de los noventa, el capital humano cumple un papel muy importante al iniciar un proceso continuo de reducción de costos, dado que ha desarrollado habilidades para trabajar en equipo y para la resolución de problemas. La empresa descubre que tiene que desarrollar cerebros y generar su propio conocimiento, pero de forma sistemática, dando al personal para implementar mejorar en su propio trabajo. El concepto de calidad, inicia en la etapa de la administración científica, específicamente con la aparición del control de calidad por inspección, que da comienzo formal al concepto de calidad, ya que en este punto empiezan a definirse los criterios para catalogar si un producto es bueno o malo de acuerdo con las especificaciones previamente establecidas (Cubillos & Rozo, 2009).

Según el autor Garvín (1988), citado por (Miranda, Chamarro & Rubio, 2012), establece primero el enfoque trascendente, antiguamente en la época de los griegos el concepto de calidad era llamado excelencia, hay autores que indican que no se puede definir la calidad, es así que el gran problema de este enfoque es la excelencia abstracta y subjetiva teniendo en cuenta que no hay forma de medir la calidad para tomar decisiones. EL enfoque basado en el producto, dice lo contrario afirmando que la calidad se da en función de una variable específica y medible. Enfoque basado en el cliente, un producto será de calidad siempre y cuando satisfaga al cliente o cumpla sus expectativas, en algunos casos el cliente carece de expectativas cuando son productos de consumo muy poco habitual. Enfoque basado en la producción, Crosby y Deming decían que será un problema no cumplir con las eficiencias internas del personal y las especificaciones produciéndose un caos de no satisfacer al cliente es por esto que

los requerimientos y especificaciones deben tener calidad. Enfoque al valor; es así que el precio, la calidad deben estar en el mercado competitivo. (p.9)

#### **2.2.1.2. CALIDAD**

La norma (ISO 9000: 2005), plantea que “la calidad es el grado en el que un conjunto de características propios a un objeto (bien, servicio, proceso, persona, organización sistema o recurso) cumple con los requisitos”.

Según (Crosby, 1988), la calidad es la complacencia con los requerimientos, para ello la entrega de servicios debe ser sin errores, ya que la no complacencia detectada es una ausencia de calidad.

#### **2.2.1.3. SERVICIO**

Según Kotler el servicio es un conjunto de actividades o beneficios que una institución puede ofrecer a los consumidores/usuarios con la finalidad de satisfacer necesidades o deseos.

La norma (ISO 9000: 2005), “el servicio es el resultado de llevar a cabo al menos una actividad en relación institución-proveedor”.

#### **2.2.1.4. CARACTERÍSTICAS DE LOS SERVICIOS**

Para mejorar la gestión de calidad de las organizaciones es preciso comprender las principales características, a continuación, se describen cada una de las características (Sánchez García & Sánchez Romero, 2016).

**Intangibilidad:** Los servicios son básicamente intangibles, debido a que carecen de elementos tangibles, es decir, no es posible ser percibida por los sentidos. Esta característica hace que

las empresas presentan dificultades para entender la forma en que sus clientes perciben la calidad.

**Heterogeneidad:** Los servicios regularmente son realizados por seres humanos, esto hace que existe diferencias entre uno y otro; es por ello que se dificulta mantener una calidad uniforme.

**Inseparabilidad:** En la gran mayoría de los servicios su producción está inmersa en la etapa de consumo. En ciertos servicios el personal, está en directa interacción con el cliente, lo cual es un factor considerable en la calidad y su evaluación. Los servicios por lo regular se producen y consumen simultáneamente.

**Imperdurabilidad:** Los servicios no pueden ser almacenados, por consiguiente, no pueden ser devueltos.

#### 2.2.1.5. DEFINICIÓN DE CALIDAD DE SERVICIOS

Existe diversos conceptos del término calidad de servicios según investigadores, los cuales menciono en la tabla 1:

**Tabla 1**

*Definición de calidad de servicios*

| Autores                             | Definición                                                                                                                                                                                 |
|-------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| (Morillo, 2009)                     | Es el nivel de aprobación de los atributos de un servicio respecto a la experiencia y percepción de los usuarios.                                                                          |
| (Quijano, 2004)                     | Es el cumplimiento de los compromisos ofrecidos por las empresas hacia los clientes, medidos en tiempo esperado por el cliente) y calidad (condiciones pactadas).                          |
| (Parasuman, Zeithaml y Berry, 2004) | Es la función de divergencia entre las expectativas de los consumidores sobre el servicio que van a recibir y sus percepciones sobre lo que efectivamente fueron prestados por la empresa. |

#### **2.2.1.6. IMPORTANCIA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO**

En la actualidad la calidad de servicio es importante si es que las organizaciones desean tener éxito y diferenciarse de los demás, y así mismo el propósito de las instituciones públicas es ofrecer a los ciudadanos calidad de servicios, porque los clientes o usuarios están cada vez más exigentes, informados a través del uso del internet y otras tecnologías. Por tal razón los gerentes de las instituciones deben gestionar la calidad de servicios que ofrecen para satisfacer los requerimientos o necesidades de los usuarios (Duque, 2005).

El otro elemento intangible de las entidades públicas es la calidad de los servicios que buscan lograr a través de una adecuada atención al usuario. Este intangible se mide en la atención prestada, capacidad de respuesta a los trámites, la responsabilidad, la seguridad, credibilidad, amabilidad, empatía del trabajador, esto dependerá de quienes lo producen y lo entregan al usuario es decir se sustenta en la calidad de los trabajadores que disponen las entidades. Todos estos conjuntos de elementos mencionados anteriormente satisfacen demandas de servicios que los usuarios solicitan. ¿Porque las empresas públicas deben preocuparse por los servicios que prestan, si no tienen competencia? La preocupación se justifica porque los servicios se deben brindar sin demora, con cero defectos, con eficiencia optimizando el uso de los recursos del estado, y la gestión adecuada del capital intelectual juntamente con los recursos materiales y financieros generarán confianza y credibilidad en las organizaciones del estado y el recurso humano será considerado y reconocidos como mejores trabajadores públicos (Velandia, et. al, 2006).

Una de las dificultades de porque las entidades públicas no se preocupan en prestar servicios de calidad a los usuarios es porque existe poco estímulo del gobierno por la buena gestión

realizada. El sector público adopta con lentitud las nuevas innovaciones o tendencias a diferencia de las entidades privadas quienes luchan por la supervivencia en este entorno competitivo. Las instituciones públicas gestionan con lentitud los activos intangibles que poseen debido a que no tienen competencia, pero hoy en día si estimulan las buenas gestiones y capacidad de gasto. La actividad principal que tienen las entidades es la atención de los servicios que prestan. (Adb et al., 2020).

#### **2.2.1.7. CALIDAD DE SERVICIOS PÚBLICOS EN EL PERÚ**

Según el autor (Ventura, W.) manifiesta que hoy en día hablar sobre calidad en los servicios nos trae a la mente experiencias vividas, unas pueden ser buenas, y otras malas. La calidad de los servicios define nuestra satisfacción y valoración a un determinado servicio o marca, ya que el cliente tiene la capacidad elegir el servicio que desea satisfacer de acuerdo a una variedad de oferta que existe en el mercado. Por ejemplo: en el servicio que ofrecen las peluquerías, el cliente decide a que peluquería acudir, ya sea por su ubicación, buena atención, servicios adicionales, amabilidad, precios, etc.

Cuando nos referimos a la calidad de servicios públicos, las experiencias vividas pueden no ser los mejores, por diversos motivos, ya sea porque tiempos de espera elevados, instalaciones inadecuadas, personal que desconocía del tema, mal trato en la atención, no mostraban cortesía, no eran empáticos, etc. Pero nos preguntamos ¿Por qué pueden ocurrir estas situaciones? En primer lugar, puede ser porque los servicios públicos son monopolios, a diferencia de las empresas privadas quienes tienen competencias, razón por la cual al hacer uso de los servicios que ofrecen las entidades públicas, los usuarios no tenemos poder de decisión de quien nos debe brindar un determinado servicio. Ejemplo, no podemos decidir en qué empresa registrar a los recién nacidos, porque la institución pública encargada es el RENIEC. En segundo

lugar, puede ser por la ineficiencia de los trabajadores y por la corrupción de los servidores quienes contratan personales por favoritismo. Por todo lo manifestado, los ciudadanos se manifiestan de diversas formas como desconfianza en los políticos, insatisfacción de las entidades públicas, conflicto social, y otros, los cuales. Es en ese sentido que, el estado como proveedor de los servicios públicos cambia su enfoque y centra la orientación en los ciudadanos. Para ello, aprueba diversos documentos normativos, que definen, orientan, incentivan y obligan a las entidades del estado a crear servicios públicos de calidad. La normativa de la Ley Marco de Modernización de la Gestión del Estado, esta ley establece que este proceso se fundamenta en mejorar la calidad de la prestación de bienes y servicios coadyuvando al cierre de brechas. Es decir que el acciona de las entidades públicas deben tener como finalidad brindar servicios de calidad. Para ello, estos deben impactar en la población de manera positiva, en su bienestar y en mejorar su calidad de vida. Así mismo la Política Nacional de Modernización de la Gestión Pública, tiene como visión un estado moderno al servicio de las personas, promoviendo mejorar los servicios públicos y la atención a la ciudadanía, pero con calidad. Para ello, propuso que la razón de ser de la gestión pública es servir a los ciudadanos.

#### **2.2.1.8. PRINCIPIOS DE LA CALIDAD DE SERVICIOS**

El investigador (Méndez, 2013) nos dice que la calidad de servicios se establece por trece principios:

- Hacer bien las cosas desde la primera vez.
- Satisfacer necesidades de los clientes o usuarios (clientes internos y externos).
- Buscar soluciones y no estar justificando errores.
- Ser optimista firmemente.

- Tener buen trato con los demás.
- Ser oportuno con el cumplimiento de las funciones.
- Ser puntual.
- Colaborar con amabilidad con sus compañeros de equipo de trabajo y con los demás.
- Ser humilde para aprender de los demás y enseñar a otros.
- Ser ordenado y organizado
- Ser responsable y generar confianza en los demás.
- Simplificar lo complicado, desburocratizando procesos.

#### **2.2.1.9. MODELO DE MEDICIÓN DE LA CALIDAD DE SERVICIOS**

El modelo de la escuela americana de Parasuraman, Zeithaml y Berry se ha denominado SERVQUAL, lo cual es el modelo más utilizado por los investigadores para medir la calidad de los servicios, los autores mencionados Inicialmente identificaron diez determinantes de la calidad de servicio, así:

- Elementos tangibles: Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales.
- Fiabilidad: Habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa.
- Capacidad de respuesta: voluntad del trabajador para brindar un servicio con rapidez y sin demora.
- Profesionalidad: Posesión de las destrezas requeridas y conocimiento del proceso de prestación del servicio.
- Cortesía: Atención, respeto y amabilidad del personal de contacto.

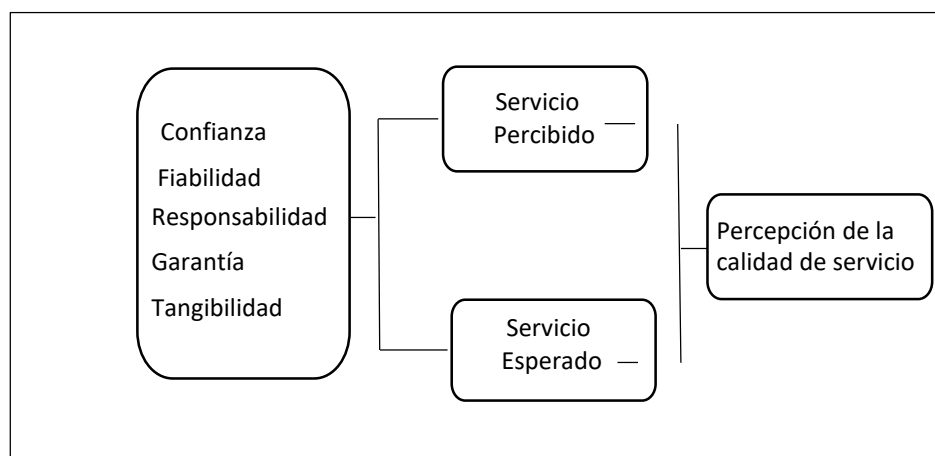
- Credibilidad: Veracidad, creencia y honestidad en el servicio que se provee.
- Seguridad: Inexistencia de peligros, riesgos o dudas.
- Accesibilidad: Lo accesible y fácil de contactar.
- Comunicación: Mantener a los clientes informados, utilizando un lenguaje que puedan entender, así como escucharlos.
- Compresión del cliente: Hacer el esfuerzo de conocer a los clientes y sus necesidades. Luego de las críticas recibidas, manifestaron que estas diez dimensiones no son necesariamente independientes unas de otras (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1988 p. 26) y realizaron estudios estadísticos, encontrando correlaciones entre las dimensiones iniciales, que a su vez permitieron reducirlas a cinco.
- Confianza o empatía: Hace referencia a ponernos en lugar de los usuarios, dándole un trato amable y cordial.
- Fiabilidad: Habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa.
- Responsabilidad: Seguridad, conocimiento y atención de los empleados y su habilidad para inspirar credibilidad y confianza (agrupa las anteriores dimensiones de profesionalidad, cortesía, credibilidad y seguridad).
- Capacidad de respuesta: Disposición para ayudar a los clientes y para prestarles un servicio rápido.
- Tangibilidad: Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación. A través de procedimientos estadísticos, agrupan variables y permiten

generalizar de mejor forma el modelo, logrando mayor representatividad.

Para evaluar la calidad percibida plantean estas dimensiones generales y definen que dicha percepción es consecuencia de la diferencia para el consumidor entre lo esperado y lo percibido.

**Figura 1**

*Modelo SERVQUAL*



*Nota.* La figura muestra el Modelo SERVQUAL de la calidad de servicio de Zeithaml, Berry y Parasuraman (1988 p. 26). Zeithaml y Parasuraman (2004, p. 16).

En la figura se observa que para evaluar la calidad percibida plantean estas dimensiones generales y definen que dicha percepción es consecuencia de la diferencia para el consumidor entre lo esperado y lo recibido. El modelo SERVQUAL se basa en la diferencia entre las percepciones reales por parte de los clientes del servicio y las expectativas que sobre éste se habían formado previamente. De esta forma, un cliente valorará negativamente o positivamente la calidad de un servicio en el que las percepciones que ha obtenido sean inferiores o superiores a las expectativas que tenía (Mendoza, 2007).

### **2.2.2. SATISFACCIÓN DEL USUARIO**

Diversos autores definen la satisfacción del usuario, las cuales señalo en la tabla 2.

**Tabla 2***Definición de satisfacción del usuario*

| <b>Autores</b>      | <b>Definición</b>                                                                                                                                                                                                                       |
|---------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| (Vogt, 2004, p. 16) | Es el resultado de un proceso permanente de comparación entre la experiencia y las percepciones subjetivas, en un lado, y los objetivos y las expectativas, en el otro.                                                                 |
| (Kotler, 2006)      | Es el nivel del estado de ánimo que tiene una persona que resulta comparar el rendimiento obtenido de un producto o servicio con sus expectativas.                                                                                      |
| (Sancho, 1998)      | Es el cumplimiento de las expectativas del usuario, la satisfacción es un concepto psicológico, que, en un sentido básico, implica el sentimiento de bienestar y placer por obtener lo que se desea y espera de un producto o servicio. |
| (Oliver, 1997)      | Es la única meta factible por la cual deberían esforzarse;<br>y, en consecuencia, la satisfacción seguirá siendo un objetivo valioso dentro del marketing de servicios.                                                                 |

De acuerdo al análisis de las definiciones de la tabla 2, afirmo que la satisfacción del cliente es una valoración posterior, que se realiza de un bien o servicio que las empresas o instituciones ofrecen, que resulta al comparar las expectativas previas a la entrega del servicio con el rendimiento percibido.

#### **2.2.2.1. CARACTERÍSTICAS DE LA SATISFACCIÓN**

Según el autor (Larrea, 2012), manifiesta que, considerando que toda institución pública tiene como objetivo satisfacer sus requerimientos del usuario, es importante reconocer las características que ésta presenta:

- **Subjetiva.** Las razones por lo que los clientes sigan consumiendo o haciendo uso de un servicio constantemente, es porque las emociones cumplen un papel muy importante, razón por la cual la atención al usuario debe ser primordial.

- **No es sencillamente modificable.** Para conseguir que los usuarios cambien de actitud con respecto a un servicio, es necesario que las experiencias que vive respecto a un servicio deben ser exitoso.
- **No todos los clientes son iguales.** Es por ello que las instituciones deben segmentar a los usuarios para satisfacerlos, porque habrá usuarios que solicitaran una atención o información personalizada.
- **La satisfacción del cliente no está determinada exclusivamente por los factores humanos.** Los gestores de Recursos Humanos deben gestionar el componente humano a través de capacitaciones en temas de atención al cliente, para ofrecer una calidad de servicio al usuario.

#### 2.2.2.2. NIVELES DE SATISFACCIÓN

Según (Castro Prieto et al., 2003) satisfacción del usuario se refiere a la complacencia del usuario (en función de sus expectativas), por el servicio recibido y la del trabajador de la institución por las condiciones que brinda el servicio. Se puede dividir en tres grados:

- **Satisfacción completa.** Cuando las expectativas del usuario son cubiertas en su totalidad.
- **Satisfacción intermedia.** Cuando las expectativas del usuario son cubiertas parcialmente.
- **Insatisfacción.** Cuando las expectativas del usuario no son cubiertas.
- **Expectativa.** La expectativa es la imagen mental (exigencia, creencia o deseo) que tiene sobre el servicio público al cual va acceder, el cual es producto de experiencias pasadas o información conocida previamente.

- **Percepción.** Es la idea o sensación que el ciudadano forma en su interior respecto de un servicio recibido a partir del análisis de atributos que los servicios poseen, y los atributos son características de los servicios a los que los usuarios presta mayor atención.

### 2.2.2.3. DECÁLOGO DE LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO

Según el autor (Gonzales, 2012) afirma que, Alcanzar la satisfacción de los usuarios es una de los factores críticos para toda institución quienes desean diferenciarse de sus competidores y lograr sus objetivos.

A continuación, se presenta un decálogo de ideas para reflexionar:

- **Compromiso con un servicio de calidad.** Todos recursos humanos de todas las instituciones tienen la obligación de crear una experiencia positiva para los usuarios.
- **Conocimiento del propio producto o servicio.** Los trabajadores transmiten claramente conocimientos de interés para el usuario respecto a las características del servicio, para generar confianza en el usuario.
- **Conocimiento de los propios usuarios.** Aprender todo lo que resulte posible de los usuarios para poder ofrecer el servicio según su nivel de entendimiento.
- **Tratar a los usuarios con respeto y cortesía.** Se debe tratar a los usuarios como a la persona más importante ya que son la razón de ser de nuestras labores.
- **No discutir con los usuarios.** Toda queja del usuario, el personal tiene que solucionarlos, porque discutir no lleva a ninguna parte.

- **No hacer esperar a un cliente.** Los usuarios siempre buscan una rápida respuesta a sus consultas o trámites que realizan, por lo que es necesario responder ágilmente a sus requerimientos.
- **Entregar siempre lo prometido.** Un error o falla en los servicios que ofrece genera desconfianza y pérdida de credibilidad y mala imagen, ante esa situación se debe pedir disculpas.

#### **2.2.2.4. DIMENSIONES DE SATISFACCIÓN DEL USUARIO**

La satisfacción tiene tres dimensiones de acuerdo con García (2018) como son la percepción del cliente; el cliente ha sido reemplazado por usuario (tomando en cuenta que son usuarios quienes hacen uso de un servicio público), expectativa del usuario y lealtad del usuario; las cuales son descritas a continuación.

##### **2.2.2.4.1. PERCEPCIÓN DEL USUARIO**

La percepción acerca del producto o servicio recibido se basa en las necesidades, preferencias, gustos, estado de ánimo, opinión de otras personas; a la vez esta depende del tiempo de espera para recibir el servicio; de manera que, los elementos a tener en cuenta son la satisfacción de las necesidades, costo, tiempo y las ventajas (García, 2018; Kotler y Keller, 2011).

##### **2.2.2.4.2. EXPECTATIVA DEL USUARIO**

La expectativa es lo que se espera del servicio, los indicadores son la responsabilidad, velocidad, agradecimiento, solución de problemas, calidad a cada instante y sin errores. Además, se trata de la confianza y la esperanza de alcanzar una buena atención, por la opinión de otros o porque antes recibió una buena atención (Kotler y Keller, 2011).

#### 2.2.2.4.3. LEALTAD DEL USUARIO

Se trata del compromiso adquirido por el usuario por regresar a consumir el servicio, el mismo que tienen la oportunidad por adquirir los mismos servicios o mejores en otra organización, debido a la competencia. En ese sentido es necesario brindar un buen servicio para lograr la satisfacción y su posible regreso para asegurar la necesidad del servicio, por ende, de la organización; a la vez es necesario y de vital importancia la existencia del usuario para la organización.

Consiste en la forma repetitiva de adquirir un servicio, para ello es necesario satisfacer al usuario, establecer las barreras de salida (que se haga difícil al consumidor desertar) y valorar las ofertas recibidas (Moreno, 2012). Además, considera (Moreno, 2012) brindar un buen servicio en base a buena atención, amabilidad, ambiente en buen estado, crear confianza y preferencia. También, servicio de post venta, como estar en contacto con los usuarios vía las nuevas tecnologías, brindar información de los alimentos de manera oportuna, también, busca el sentimiento de pertenencia vía la participación de los usuarios en las decisiones de la organización a la vez inscribirse como parte de la organización; además, utilizar los incentivos como promociones y puntajes acumulables para promocionar ofertas, viajes o sorteos.

### 2.3. DEFINICIONES CONCEPTUALES

- **Amabilidad:** Consiste en la cualidad que se manifiesta en varios comportamientos percibidos como bueno, solidario, afectuoso con otras personas (RAE, 2014).
- **Atención personalizada:** Implica un trato directo o personal entre un trabajador y el usuario, en la cual el trabajador toma en cuenta necesidades, gustos y preferencias de usuario (Jesús y Sepúlveda, 2018).

- **Comunicación:** Hace referencia en saber escuchar, realizar interacciones únicas y novedosas, crear lazos fuertes (Cardozo, 2007).
- **Confianza:** Hace referencia a las capacidades, responsabilidades y el compromiso que adquiere para el desempeño de sus funciones (Vives, 2015)
- **Conocimiento del servicio:** Implica saber sobre las funciones y actividades que los trabajadores ofrecen a los usuarios, lo cual ayuda a dar respuesta a las necesidades de los usuarios (Mora, 2011).
- **Disposición para ayudar:** Consiste en hacer algo de forma desinteresada para aliviar la situación de los usuarios (Vives, 2015).
- **Honestidad en el servicio:** La honestidad es un valor moral que poseen los trabajadores centrada en el amor a la justicia y la verdad por encima del beneficio propio o la conveniencia. Asimismo, consiste en actuar y hablar siendo fiel a lo que se siente y piensa (Duque, 2005).
- **Instalaciones físicas:** Son apariencias de los equipos, personal e infraestructura laboral (Bustamante, 2012).
- **Ofrecer el servicio prometido:** Hace referencia en brindar un servicio en forma correcta desde el primer momento, que satisfagan a los usuarios (Duque, 2005).
- **Personal:** Son el conjunto de personas que laboran en una institución (Armijos y Bermúdez, 2019).
- **Posesión de destrezas requeridas:** Son las habilidades y experiencia que posee el trabajador para realizar actividades y desempeñar funciones (Galdeano y Valiente, 2010).
- **Respeto:** Es un valor que permite a los trabajadores reconocer, aceptar y apreciar las cualidades del prójimo y sus derechos (Uranga et. al, 2016).

- **Satisfacción:** La satisfacción es un sentimiento de bienestar que tiene cuando se ha colmado un deseo o cubierto una necesidad (Mora, 2011).
- **Servicio ofrecido sin errores:** Consiste en ofrecer servicios con cero defectos (Duque, 2005).
- **Servicio rápido:** Consiste en la velocidad de entrega del servicio, sin demora (Duque, 2005).
- **Usuario:** Es la persona quien hace uso del servicio o tiene derecho de usar una cosa con cierta limitación (Coca, 2006).

## 2.4. HIPÓTESIS

La hipótesis general y específicas del presente trabajo de investigación, se menciona a continuación:

### 2.4.1. HIPÓTESIS GENERAL

**HG:** La calidad de servicios se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios de la Oficina Desconcentrada del Jurado Nacional de Elecciones Sede Huancayo, 2021-2022.

**Ho:** La calidad de servicios no se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios de la Oficina Desconcentrada del Jurado Nacional de Elecciones Sede Huancayo, 2021-2022.

### 2.4.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICOS

**HE<sub>1</sub>:** La confianza o empatía de los trabajadores se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios.

**Ho<sub>1</sub>:** La confianza o empatía de los trabajadores no se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios.

**HE<sub>2</sub>:** La fiabilidad de los trabajadores se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios.

**Ho<sub>2</sub>:** La fiabilidad de los trabajadores no se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios.

**HE<sub>3</sub>:** La responsabilidad de los trabajadores se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios.

**Ho<sub>3</sub>:** La responsabilidad de los trabajadores no se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios.

**HE<sub>4</sub>:** La capacidad de respuesta de los trabajadores se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios.

**Ho<sub>4</sub>:** La capacidad de respuesta de los trabajadores no se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios.

**HE<sub>5</sub>:** El elemento tangible se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios.

**Ho<sub>5</sub>:** El elemento tangible no se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios.

## **2.5. VARIABLES**

### **2.5.1. VARIABLE INDEPENDIENTE**

Calidad de servicio

### **2.5.2. VARIABLE DEPENDIENTE**

Satisfacción del usuario

## 2.6. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

**Tabla 3**

*Operacionalización de Variables*

| VARIABLES           | DIMENSIONES         | TIPO DE VARIABLE       | INDICADOR                                                                                                                                               | ESCALA DE MEDICIÓN | INSTRUMENTO  | ITEM                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|---------------------|---------------------|------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|--------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Calidad de servicio | Confianza o empatía | Variable independiente | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Amabilidad.</li> <li>- Atención personalizada.</li> <li>- Respeto.</li> </ul>                                  | Ordinal            | Cuestionario | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Los trabajadores tienen un trato amable con Ud.?</li> <li>- ¿Los trabajadores le brindan a Ud. una atención personalizada?</li> <li>- ¿Los trabajadores son respetuosos con Ud.?</li> </ul>                                                                                           |
|                     | Fiabilidad          |                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ofrecer el servicio prometido.</li> <li>- No comete errores.</li> <li>- Información clara y precisa</li> </ul> | Ordinal            | Cuestionario | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Cuándo los trabajadores prometen resolver sus consultas o dudas en un momento determinado lo hacen?</li> <li>- ¿Existe falla o errores en el servicio que les brinda?</li> <li>- ¿Usted comprende la explicación que el trabajador le brinda sobre el servicio?</li> </ul>            |
|                     | Responsabilidad     |                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocimiento del servicio.</li> <li>- Habilidad de los trabajadores</li> <li>- Servicio puntual</li> </ul>     | Ordinal            | Cuestionario | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Los trabajadores tienen conocimiento del servicio que brinda para resolver su consulta?</li> <li>- ¿Los trabajadores son hábiles o buscan una solución a su problema de tramite o duda sobre sus requerimientos?</li> <li>- ¿Los trabajadores ofrecen un servicio puntual?</li> </ul> |

|                          |                        |                                                                                                                                                                                                                                     |         |              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|--------------------------|------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|--------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Satisfacción del usuario | Capacidad de respuesta | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Atención rápida.</li> <li>- Disposición para ayudar.</li> <li>- Disponibilidad de información</li> </ul>                                                                                   | Ordinal | Cuestionario | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿El servicio que brindan los trabajadores es oportuno y rápido?</li> <li>- ¿Cuándo tienes un problema laboral de trámite u otro, los trabajadores muestran un sincero interés en solucionarlo?</li> <li>- ¿La información que brindan sobre los servicios están accesibles a través del periódico mural de la institución, página web y redes sociales y puntualmente siempre están disponibles?</li> </ul> |
|                          | Tangibilidad           | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Instalaciones físicas.</li> <li>- Equipos e instalaciones.</li> <li>- Apariencia de los trabajadores</li> </ul>                                                                            | Ordinal | Cuestionario | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Los ambientes están limpios y cómodos para el transitar?</li> <li>- ¿Los personales están bien uniformados y tienen apariencia pulcra?</li> <li>- ¿Los equipos se encuentran disponibles y se cuenta con materiales necesarios para su atención?</li> </ul>                                                                                                                                                |
|                          | Percepción del usuario | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Servicio realizado correctamente.</li> <li>- El tiempo de trámite o de servicio</li> <li>- El personal es profesional y capacitado.</li> <li>- El personal está bien presentado</li> </ul> | Ordinal | Cuestionario | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿El servicio que ofrece la institución, es realizado correctamente por el personal?</li> <li>- ¿Considera que el tiempo de trámite o de servicio es adecuado?</li> <li>- ¿El personal que ofrece el servicio es un profesional capacitado?</li> <li>- ¿El personal está bien presentado con su uniforme de la institución?</li> </ul>                                                                       |

|                         |                                                                                                                                                                                                         |         |              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|--------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Expectativa del usuario | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Buena atención del personal.</li> <li>- Equipos modernos.</li> <li>- Buen estado del ambiente.</li> <li>- Libro de reclamaciones</li> </ul>                    | Ordinal | Cuestionario | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿El personal ofrece una buena atención?</li> <li>- ¿La institución cuenta con equipos modernos para ofrecer el servicio?</li> <li>- ¿Los ambientes de la institución se encuentran en buen estado?</li> <li>- ¿La institución cuenta con libro de reclamaciones?</li> </ul>                                                                                                                                                |
| Lealtad del usuario     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Recomendar el servicio</li> <li>- Comprensivos cuando surgen problemas</li> <li>- Opiniones positivas</li> <li>- Consejos para mejorar el servicio.</li> </ul> | Ordinal | Cuestionario | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Ud. Recomendaría el servicio que ofrecen el personal de la Institución?</li> <li>- ¿Ud. Comprendería si es que en el momento en que le ofrecen el servicio surgen inconvenientes por parte del trabajador?</li> <li>- ¿Daría Ud. opiniones positivas sobre el servicio que los trabajadores brindan?</li> <li>- ¿Daría consejos a los personales de la institución para que mejoren los servicios que ofrecen?</li> </ul> |

---

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA**

#### **3.1. TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN**

El alcance o nivel de esta investigación fue descriptivo – correlacional, porque se describirá la influencia que existe de la calidad del servicio en la satisfacción del usuario.

Los estudios descriptivos tienen como finalidad especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, o cualquier fenómeno que se somete a un análisis. Por otro, lado los estudios correlacionales tienen como objetivo conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más variables y categorías en una muestra o contexto en particular ((Hernández Sampieri et al., 2014).

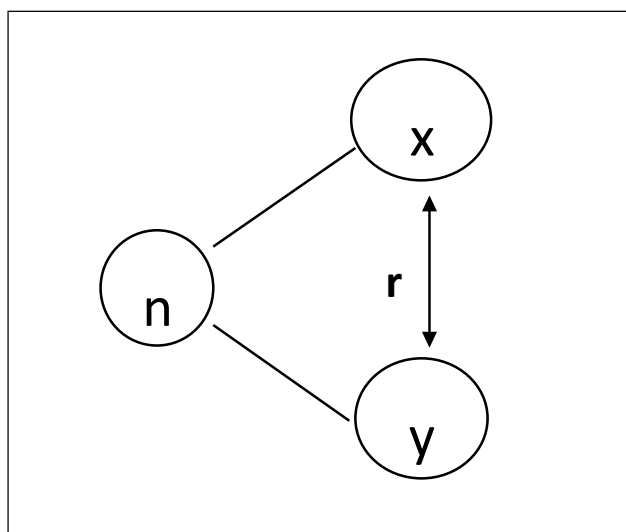
#### **3.2. ENFOQUE**

Esta investigación tuvo un enfoque cuantitativo. Este enfoque está conformado por una serie de procesos ordenados, por lo que la investigación parte de una idea, de lo cual se plantean problemas, objetivos, posteriormente de revisa la literatura, se construye un marco teórico, se establecen hipótesis, se determinan variables, se miden las variables a través de técnicas con sus instrumentos se analizan las mediciones utilizando métodos estadísticos y se extrae una serie de conclusiones (Hernández Sampieri et al., 2014)

#### **3.3. DISEÑO METODOLOGICO**

Para efectos de este trabajo de investigación, el diseño fue no experimental/transaccional o transversal. No experimental porque no se realizará ningún experimento, se observará la realidad y analizará la situación problemática, y transversal porque los datos serán recogidos en un solo tiempo. Este tipo de diseño se recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su influencia e interrelación en un momento dado (Hernández Sampieri et al., 2014)

Este trabajo de investigación presentará el siguiente esquema:



**Donde:**

**N:** Muestra

**X:** Calidad de servicios

**Y:** Satisfacción del usuario

**R:** Correlación

### 3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

#### 3.4.1. POBLACIÓN

Según Gomero, G. (1997) Describe que la población es el conjunto de personas, elementos del cual se desea conocer algo en un trabajo de investigación (p.108). Teniendo en cuenta el concepto anterior del autor, la población objetivo de este trabajo estuvo constituido por 434 840 usuarios, los cuales se pueden visualizar en la siguiente tabla:

**Tabla 4**

*Población electoral de la Provincia de Huancayo*

| <b>Usuarios</b>         | <b>N°</b>      |
|-------------------------|----------------|
| Electores               | 434 668        |
| Alcaldes Distritales    | 27             |
| Regidores distritales   | 145            |
| <b>Total, población</b> | <b>434 840</b> |

*Nota.* Información adquirida del portal del JNE.

### **3.4.2. MUESTRA**

La muestra es un subgrupo de la población. Para esta investigación se utilizó el tipo de muestra no probabilística con muestreo de tipo intencional o de conveniencia. Según este tipo de muestra el elemento no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación los propósitos del investigador (Johnson, 2014, Hernández Sampieri et al., 2013 y Battaglia, 2008). En este tipo de muestra el procedimiento no es mecánico ni se basa en fórmulas de probabilidad, sino depende del proceso de toma de decisiones del investigador, las muestras obedecen a criterios de investigador.

Teniendo como población a 434 840 usuarios, y utilizando la fórmula para hallar la muestra, me dio un resultado de  $n= 9397$ , por lo que considero que es una muestra grande, por tanto, la muestra estuvo conformada por 120 usuarios, ya que es una cantidad suficiente para responder mis objetivos de investigación, a partir de criterios de inclusión y de exclusión, los mismos que se encuentran distribuidos de la siguiente manera:

- **Criterios de inclusión**

120 usuarios que hacen uso de los servicios que ofrece la Oficina Desconcentrada del Jurado Nacional de Elecciones en los meses de abril y mayo de 2022.

- **Criterios de exclusión**

Usuarios que hacen uso de los servicios que ofrece la Oficina Desconcentrada del Jurado Nacional de Elecciones en los meses que no sean abril y mayo de 2022.

### 3.5. RECOLECCIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

#### 3.5.1. TÉCNICA PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS

Las técnicas que se utilizaron para recopilar datos necesarios para responder a los objetivos, probar hipótesis de investigación son los que describo en la tabla 5.

**Tabla 5**

*Técnicas e instrumentos de la investigación*

| <b>Técnica</b> | <b>Instrumento</b> | <b>Uso/ Aplicación</b>         |
|----------------|--------------------|--------------------------------|
| Encuesta       | Cuestionario       | El investigador / 120 usuarios |

#### **La encuesta**

Esta técnica permitirá observar las cualidades, actitudes y comportamientos de los usuarios. Según (Bontis, 2001) el cuestionario es un instrumento confiable y validado utilizado por investigadores académicos y profesionales en el examen de los fenómenos. Incluye (15) ítems para medir la calidad de servicio y 12 ítems para medir la satisfacción del usuario, de acuerdo con cada declaración evaluada en una escala de medición de Likert de cinco criterios: Siempre (1), la mayoría de veces sí (2), algunas veces sí, algunas veces no (3), la mayoría de veces no (4) y nunca (5), ver anexo 2.

#### 3.5.2. TÉCNICAS PARA EL ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS

Para procesar los datos recolectados a través del cuestionario se utilizó la estadística descriptiva e inferencial a través del software SPSS V25, en sus siguientes técnicas: cuadros de distribución de frecuencias relativas y absolutas con sus respectivas tablas y figuras estadísticas. Como también, se utilizó la estadística inferencial para la prueba de hipótesis, así mismo se presentará los resultados de cada variable, dimensiones con sus respectivos análisis.

Como manifiesta, Encinas (1993), los datos procesados y presentados en tablas y figuras en sí mismos tienen limitada relevancia, por eso es importante hacerlos hablar, lo cual consiste en el análisis e interpretación una reflexión de resultados obtenidos de campo en función al Problema de Investigación, Objetivos, Hipótesis del estudio. La técnica para el análisis de datos consiste en describir puntuación, valores, porcentajes y distribución de frecuencia para cada variable, dimensiones e ítems del cuestionario.

### **3.6. ASPECTOS ÈTICOS**

Este trabajo de investigación se realizó bajo los parámetros planteados por la Universidad de Huánuco, donde se usó las normas APA, como también el cuestionario se aplicó bajo el consentimiento de la Especialista Administrativa y de los trabajadores de la Oficina Desconcentrada del Jurado Nacional de Elecciones Sede Huancayo.

## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS

#### 4.1. RESULTADOS DESCRIPTIVOS

El procesamiento de datos se realizó en base a los datos obtenidos, de la muestra aplicado a los 120 usuarios, y los resultados fueron distribuidos con sus respectivas tablas y figuras, así mismo se realizó el análisis correspondiente de los indicadores, que conforman las dimensiones y las variables, los cuales se detallan a continuación:

##### 4.1.1. VARIABLE INDEPENDIENTE CALIDAD DE SERVICIO

Los resultados de la variable independiente, se demuestran en las siguientes tablas y figuras:

**Tabla 6**

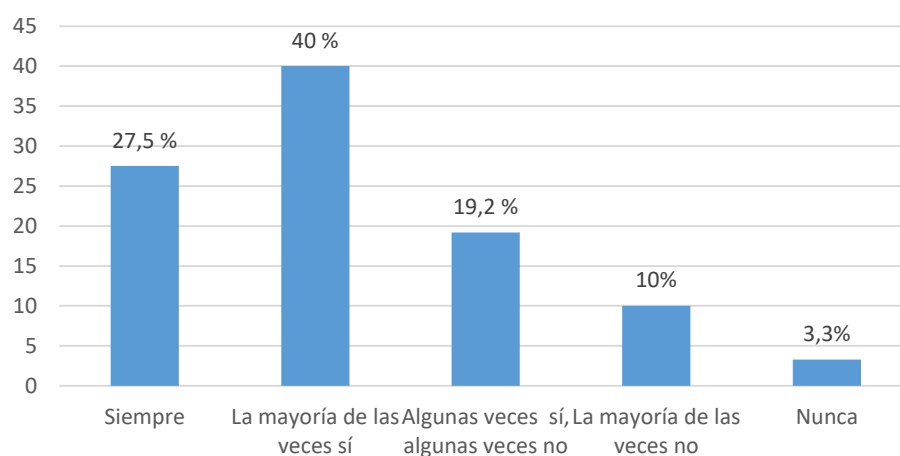
*¿Los trabajadores tienen un trato amable con Ud.?*

| Escala de medición                 | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Siempre                            | 34         | 28,3       | 28,3              | 28,3                 |
| La mayoría de las veces sí         | 42         | 435,0      | 35,0              | 63,3                 |
| Algunas veces sí, algunas veces no | 31         | 25,8       | 25,8              | 89,2                 |
| La mayoría de las veces no         | 11         | 9,2        | 9,2               | 98,3                 |
| Nunca                              | 2          | 1,7        | 1,7               | 100,0                |
| Total                              | 120        | 100,0      | 100,0             |                      |

*Nota.* Pregunta 1 del cuestionario de la variable independiente, dimensión confianza o empatía.

**Figura 2**

*¿Los trabajadores tienen un trato amable con Ud.?*



*Nota.* La figura muestra los resultados obtenidos en la tabla 6.

### Interpretación

En la tabla 6 y figura 2, se observa que 42 usuarios, que representan el 35% de la muestra, afirmaron la mayoría de las veces sí, mientras que 34 usuarios que representan el 28,33%, manifestaron siempre y 31 usuarios que representan el 25,83% respondieron que algunas veces sí y algunas veces no, los trabajadores de la Oficina Desconcentrada del Jurado Nacional de Elecciones Sede Huancayo, tienen un trato amable con ellos.

**Tabla 7**

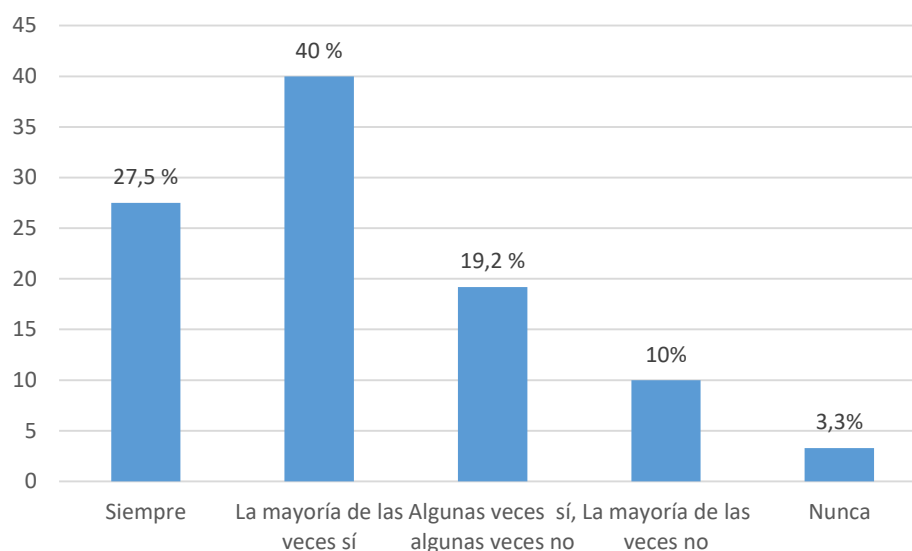
*¿Los trabajadores le brindan a Ud. una atención personalizada?*

| Escala de medición                 | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Siempre                            | 29         | 24,2       | 24,2              | 24,2                 |
| La mayoría de las veces sí         | 44         | 36,7       | 36,7              | 60,8                 |
| Algunas veces sí, algunas veces no | 32         | 26,7       | 26,7              | 87,5                 |
| La mayoría de las veces no         | 11         | 9,2        | 9,2               | 96,7                 |
| Nunca                              | 4          | 3,3        | 3,3               | 100,0                |
| Total                              | 120        | 100,0      | 100,0             |                      |

*Nota.* Pregunta 2 del cuestionario de la variable independiente, dimensión confianza o empatía.

**Figura 3**

*¿Los trabajadores le brindan a Ud. una atención personalizada?*



*Nota.* La figura muestra los resultados obtenidos en la tabla 7.

### Interpretación

En la tabla 7 y figura 3, se observa que 44 usuarios, que representan el 36,67% de la muestra, manifestaron la mayoría de las veces, mientras que y 32 usuarios, que representan el 26,67%, afirmaron algunas veces si y algunas veces no, y 29 usuarios que representan un 24,17% respondieron siempre, que los trabajadores de la Oficina Desconcentrada del Jurado Nacional de Elecciones Sede Huancayo, le brindan una atención personalizada.

**Tabla 8**

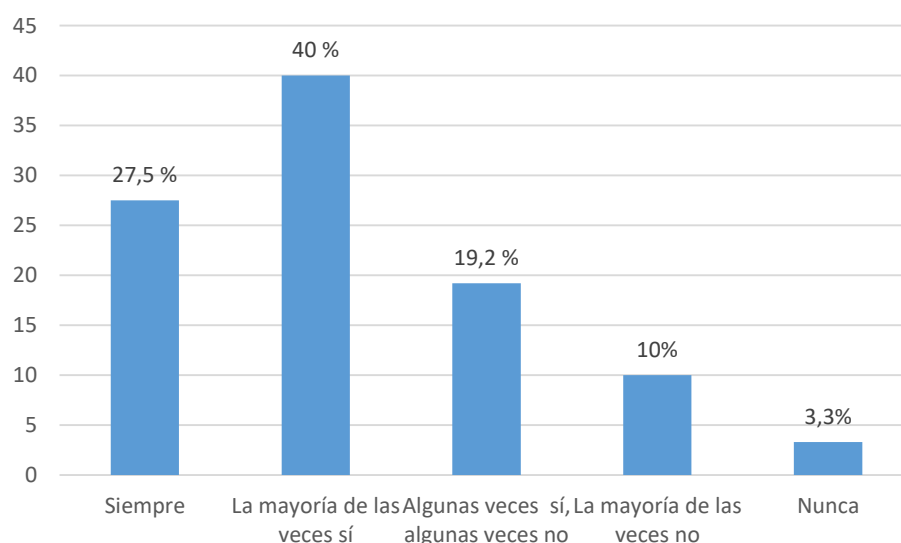
*¿Los trabajadores son respetuosos con Ud.?*

| Escala de medición                 | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Siempre                            | 45         | 37,5       | 37,5              | 37,5                 |
| La mayoría de las veces sí         | 41         | 34,2       | 34,2              | 71,7                 |
| Algunas veces sí, algunas veces no | 21         | 17,5       | 17,5              | 89,2                 |
| La mayoría de las veces no         | 10         | 8,3        | 8,3               | 97,5                 |
| Nunca                              | 3          | 2,5        | 2,5               | 100,0                |
| Total                              | 120        | 100,0      | 100,0             |                      |

*Nota.* Pregunta 3 del cuestionario de la variable independiente, dimensión confianza o empatía.

**Figura 4**

*¿Los trabajadores son respetuosos con Ud.?*



*Nota.* La figura muestra los resultados obtenidos en la tabla 8.

### Interpretación

En la tabla 8 y figura 4, se observa que 45 usuarios, que representan el 37,50% de la muestra, manifestaron siempre, mientras que 41 usuarios, que representan el 34,17%, afirmaron la mayoría de las veces si, y 21 trabajadores que representan un 17,50 de la muestra respondieron que algunas veces si y algunas veces no, los trabajadores de la Oficina Desconcentrada del Jurado Nacional de Elecciones Sede Huancayo, son respetuosos con ellos.

**Tabla 9**

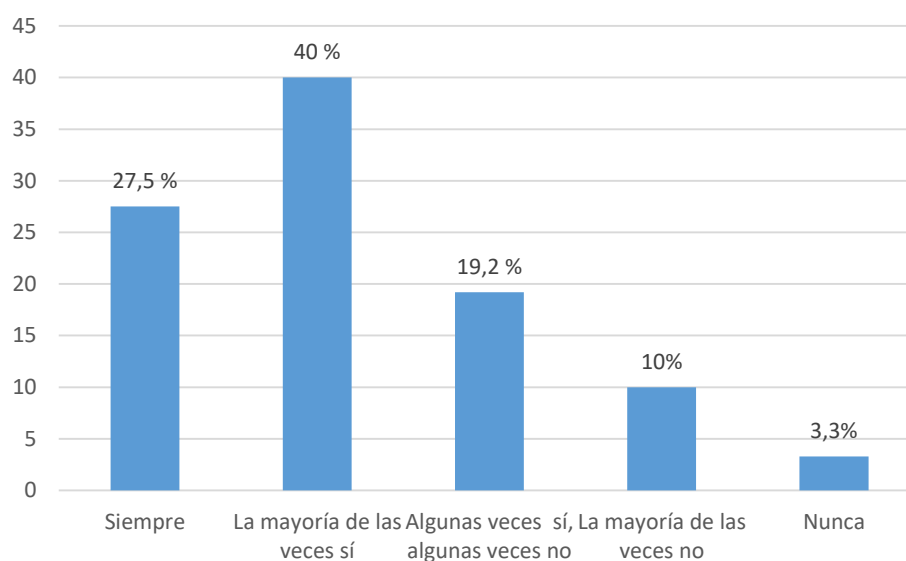
*¿Cuándo los trabajadores prometen hacer algo en un momento determinado lo hacen?*

| Escala de medición                 | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Siempre                            | 19         | 15,8       | 15,8              | 15,8                 |
| La mayoría de las veces sí         | 47         | 39,2       | 39,2              | 55,0                 |
| Algunas veces sí, algunas veces no | 44         | 36,7       | 36,7              | 91,7                 |
| La mayoría de las veces no         | 10         | 8,3        | 8,3               | 100,0                |
| Total                              | 120        | 100,0      | 100,0             |                      |

*Nota.* Pregunta 4 del cuestionario de la variable independiente, dimensión fiabilidad.

**Figura 5**

*¿Cuándo los trabajadores prometen hacer algo en un determinado momento lo hacen?*



*Nota.* La figura muestra los resultados obtenidos en la tabla 9.

### Interpretación

En la tabla 9 y figura 5, se observa que 47 usuarios, que representan el 39,17% de la muestra, manifestaron que la mayoría de las veces sí, mientras que 44 usuarios, que representan el 36,67%, afirmaron algunas veces sí, y algunas veces no; y 19 usuarios que representan el 15,83% respondieron que siempre los trabajadores de la Oficina Desconcentrada del Jurado Nacional de Elecciones Sede Huancayo, cumplen cuando prometen hacer algo.

**Tabla 10**

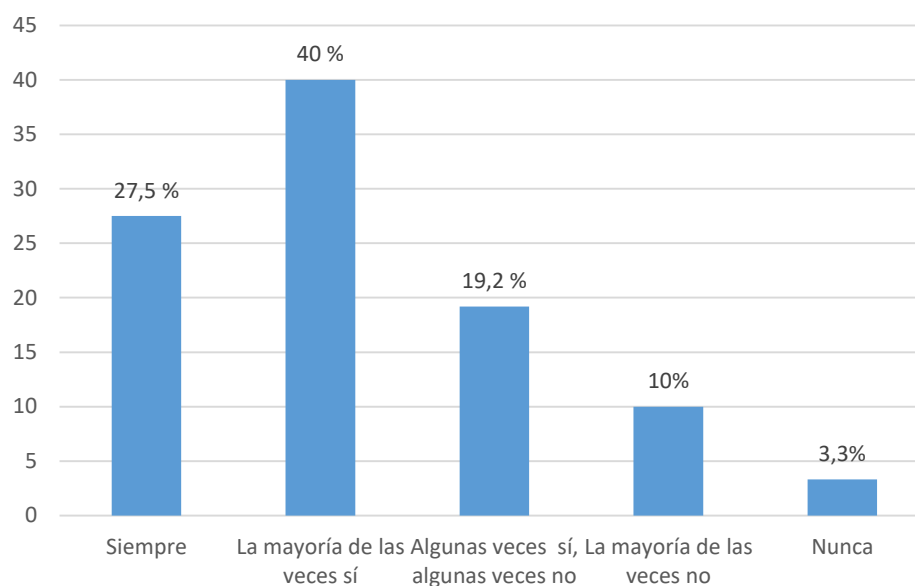
*¿Existe falta o errores en el servicio que les brinda?*

| Escala de medición                 | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Siempre                            | 5          | 4,2        | 4,2               | 4,2                  |
| La mayoría de las veces sí         | 33         | 27,5       | 27,5              | 31,7                 |
| Algunas veces sí, algunas veces no | 48         | 40,0       | 40,0              | 71,7                 |
| La mayoría de las veces no         | 25         | 20,8       | 20,8              | 92,5                 |
| Nunca                              | 9          | 7,5        | 7,5               | 100,0                |
| Total                              | 120        | 100,0      | 100,0             |                      |

*Nota.* Pregunta 5 del cuestionario de la variable independiente, dimensión fiabilidad.

**Figura 6**

*¿Existe falta o errores del servicio que les brinda?*



*Nota.* La figura muestra los resultados obtenidos en la tabla 10.

### Interpretación

En la tabla 10 y figura 6, se observa que 48 usuarios, que representan el 40,00 % de la muestra, manifestaron que algunas veces si y algunas veces no, mientras que 33 usuarios, que representan el 27,50%, afirmaron la mayoría de las veces si, y 25 usuarios que representan un 20,83% respondieron que la mayoría de las veces si, los trabajadores de la Oficina Desconcentrada del Jurado Nacional de Elecciones Sede Huancayo, cometen fallas o errores cuando les brindan los servicios.

**Tabla 11**

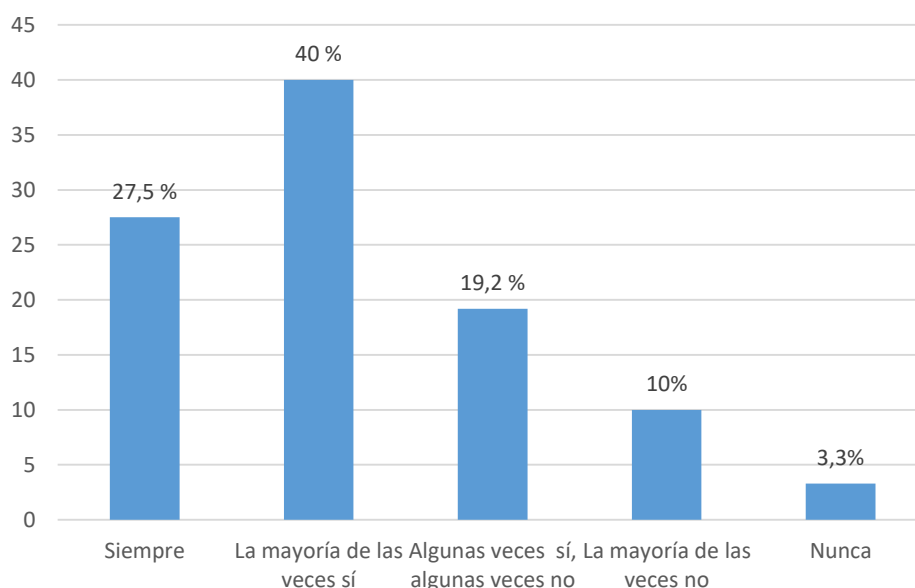
*¿Ud. Comprende la explicación que el trabajador le brinda sobre el servicio?*

| Escala de medición                 | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Siempre                            | 34         | 28,3       | 28,3              | 28,3                 |
| La mayoría de las veces sí         | 53         | 44,2       | 44,2              | 72,5                 |
| Algunas veces sí, algunas veces no | 23         | 19,2       | 19,2              | 91,7                 |
| La mayoría de las veces no         | 10         | 8,3        | 8,3               | 100,0                |
| Total                              | 120        | 100,0      | 100,0             |                      |

*Nota.* Pregunta 6 del cuestionario de la variable independiente, dimensión fiabilidad.

**Figura 7**

*¿Ud. Comprende la explicación que el trabajador le brinda sobre el servicio?*



*Nota.* La figura muestra los resultados obtenidos en la tabla 11.

## Interpretación

En la tabla 11 y figura 7, se observa que 53 usuarios, que representan el 44,17 % de la muestra, manifestaron que la mayoría de las veces sí, por otro lado 34 usuarios, que representan el 28,33% respondieron siempre, y 23 usuarios que representan el 19,17 %, afirmaron algunas veces sí y algunas veces no, entienden cuando los trabajadores de la Oficina Desconcentrada del Jurado Nacional de Elecciones Sede Huancayo, les explican sobre los servicios que ofrecen.

**Tabla 12**

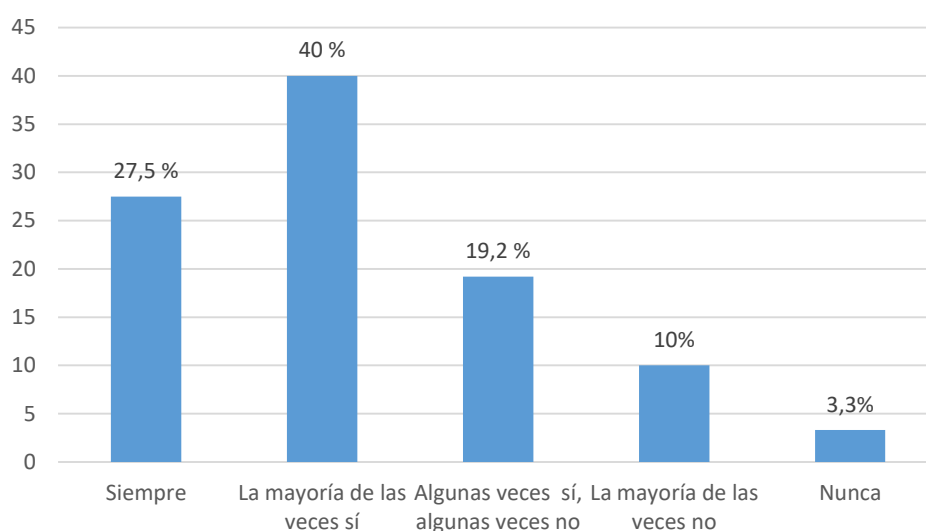
*¿Los trabajadores tienen conocimiento del servicio que brinda para resolver su consulta?*

| Escala de medición                 | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Siempre                            | 38         | 31,7       | 31,7              | 31,7                 |
| La mayoría de las veces sí         | 47         | 39,2       | 39,2              | 70,8                 |
| Algunas veces sí, algunas veces no | 25         | 20,8       | 20,8              | 91,7                 |
| La mayoría de las veces no         | 8          | 6,7        | 6,7               | 98,3                 |
| Nunca                              | 2          | 1,7        | 1,7               | 100,0                |
| Total                              | 120        | 100,0      | 100,0             |                      |

*Nota.* Pregunta 7 del cuestionario de la variable independiente, dimensión responsabilidad.

**Figura 8**

*¿Los trabajadores tienen conocimiento del servicio que brinda para resolver su consulta?*



*Nota.* La figura muestra los resultados obtenidos en la tabla 12.

### Interpretación

En la tabla 12 y figura 8, se observa que 47 usuarios, que representan el 39,17 % de la muestra, manifestaron que la mayoría de las veces sí, mientras que 38 usuarios, que representan el 31,67%, afirmaron siempre, y 25 trabajadores que representan el 20,83% respondieron algunas veces sí y algunas veces no, los trabajadores de la Oficina Desconcentrada del Jurado Nacional de Elecciones Sede Huancayo, tienen conocimiento del servicio que brindan para resolver sus consultas.

**Tabla 13**

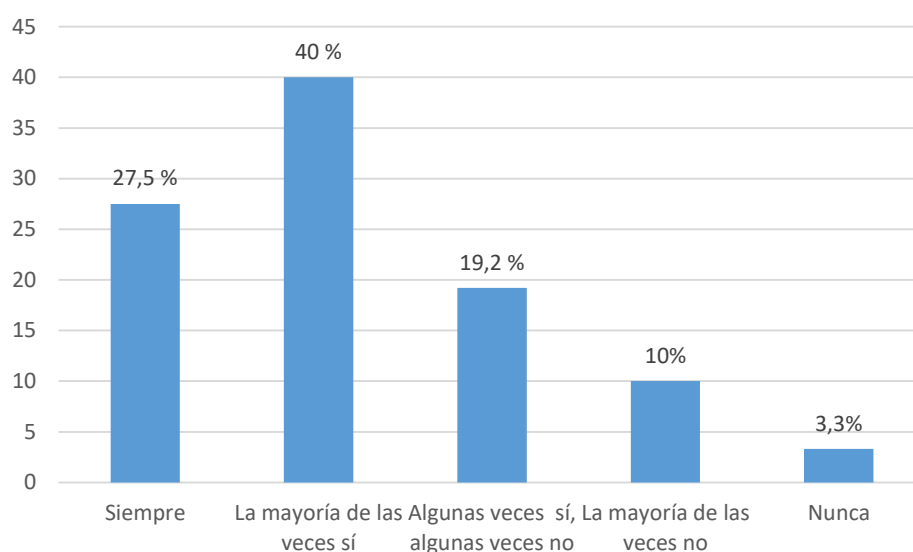
*¿Los trabajadores son hábiles o buscan una solución a su problema?*

| Escala de medición                 | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Siempre                            | 30         | 25,0       | 25,0              | 25,0                 |
| La mayoría de las veces sí         | 46         | 38,3       | 38,3              | 63,3                 |
| Algunas veces sí, algunas veces no | 34         | 28,3       | 28,3              | 91,7                 |
| La mayoría de las veces no         | 8          | 6,7        | 6,7               | 98,3                 |
| Nunca                              | 2          | 1,7        | 1,7               | 100,0                |
| Total                              | 120        | 100,0      | 100,0             |                      |

*Nota.* Pregunta 8 del cuestionario de la variable independiente, dimensión responsabilidad.

**Figura 9**

*¿Los trabajadores son hábiles o buscan una solución a su problema?*



*Nota.* La figura muestra los resultados obtenidos en la tabla 13.

### Interpretación

En la tabla 13 y figura 9, se observa que 46 usuarios, que representan el 38,33 % de la muestra, manifestaron que la mayoría de las veces sí, mientras que 34 usuarios, que representan el 28,33%, afirmaron que algunas veces sí, algunas veces no, y 34 usuarios que representan el 25% de la muestra respondieron siempre, los trabajadores de la Oficina Desconcentrada del Jurado Nacional de Elecciones Sede Huancayo, son hábiles o buscan una solución a su problema de trámite.

**Tabla 14**

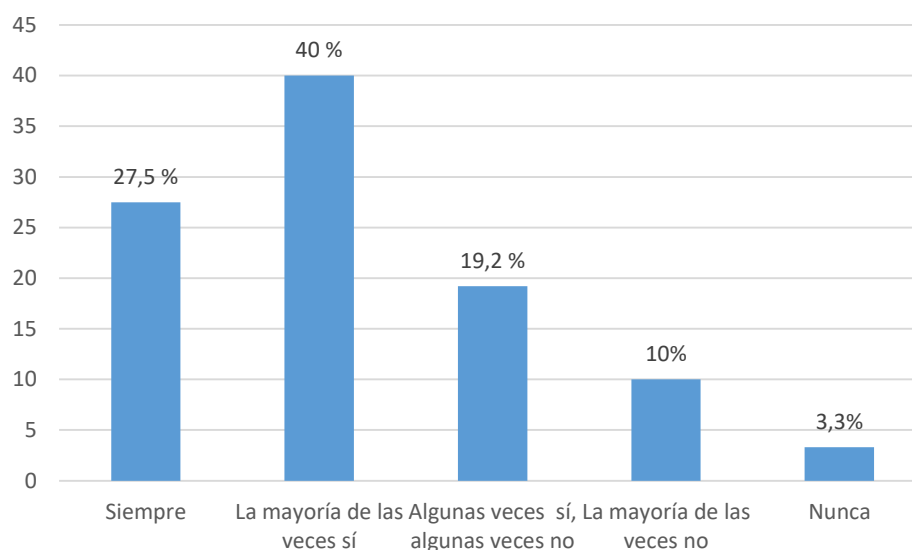
*¿Los trabajadores ofrecen un servicio puntual?*

| Escala de medición                 | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Siempre                            | 34         | 28,3       | 28,3              | 28,3                 |
| La mayoría de las veces sí         | 45         | 37,5       | 37,5              | 65,8                 |
| Algunas veces sí, algunas veces no | 31         | 25,8       | 25,8              | 91,7                 |
| La mayoría de las veces no         | 9          | 7,5        | 7,5               | 99,2                 |
| Nunca                              | 1          | ,8         | ,8                | 100,0                |
| Total                              | 120        | 100,0      | 100,0             |                      |

*Nota.* Pregunta 9 del cuestionario de la variable independiente, dimensión responsabilidad.

**Figura 10**

*¿Los trabajadores ofrecen un servicio puntual?*



*Nota.* La figura muestra los resultados obtenidos en la tabla 14.

## Interpretación

En la tabla 14 y figura 10, se observa que 45 usuarios, que representan el 37,50 % de la muestra, respondieron que la mayoría de las veces sí, mientras que 34 usuarios, que representan el 28,33%, afirmaron que siempre, y 31 usuarios que representan el 25,83% respondieron algunas veces sí y algunas veces no, los trabajadores de la Oficina Desconcentrada del Jurado Nacional de Elecciones Sede Huancayo, ofrecen un servicio puntual.

**Tabla 15**

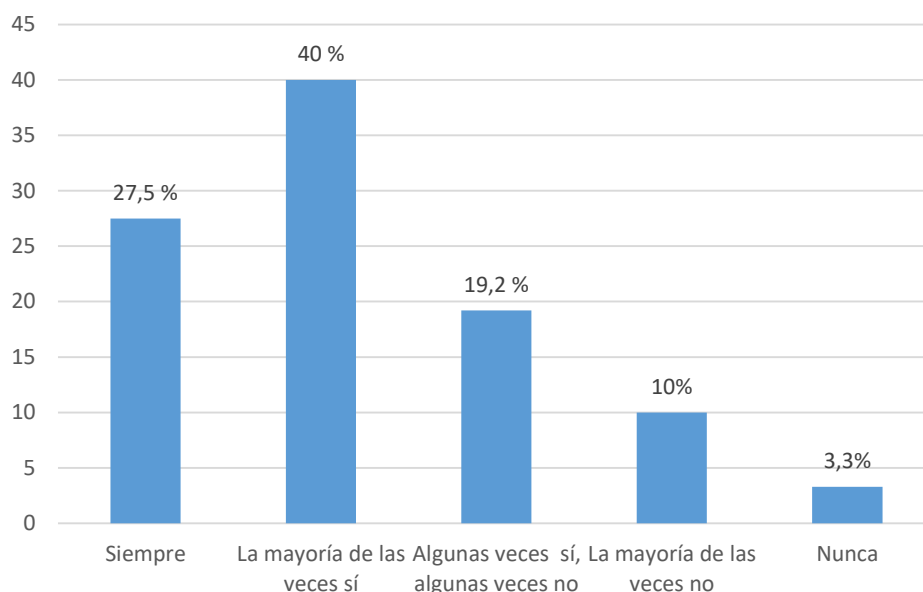
*¿El servicio que brindan los trabajadores es oportuno y rápido?*

| Escala de medición                 | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Siempre                            | 34         | 28,3       | 28,3              | 28,3                 |
| La mayoría de las veces sí         | 53         | 44,2       | 44,2              | 72,5                 |
| Algunas veces sí, algunas veces no | 23         | 19,2       | 19,2              | 91,7                 |
| La mayoría de las veces no         | 10         | 8,3        | 8,3               | 100,0                |
| Total                              | 120        | 100,0      | 100,0             |                      |

*Nota.* Pregunta 10 del cuestionario de la variable independiente, dimensión capacidad de respuesta.

**Figura 11**

*¿El servicio que brindan los trabajadores es oportuno y rápido?*



*Nota.* La figura muestra los resultados obtenidos en la tabla 15.

### Interpretación

En la tabla 15 y figura 11, se observa que 45 usuarios, que representan el 37,50 % de la muestra, consideran la mayoría de las veces si, mientras que 31 usuarios, que representan el 25,83%, afirmaron siempre y 31 usuarios, que representan el 25,83%, respondieron que los trabajadores de la Oficina Desconcentrada del Jurado Nacional de Elecciones Sede Huancayo, son oportunos y rápidos al momento de ofrecer los servicios.

**Tabla 16**

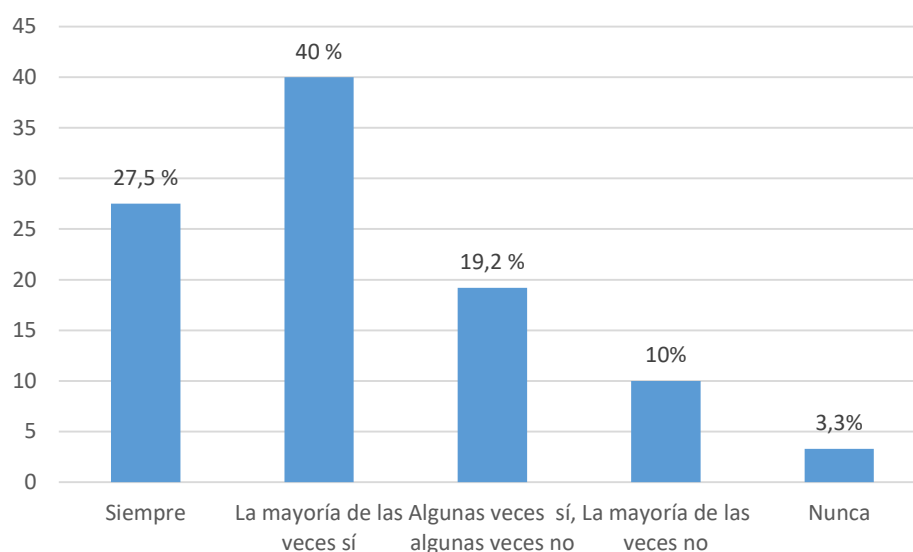
*¿Cuándo tienes un problema de trámite, los trabajadores muestran un sincero interés en solucionarlo?*

| Escala de medición                 | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Siempre                            | 26         | 21,7       | 21,7              | 21,7                 |
| La mayoría de las veces sí         | 49         | 40,8       | 40,8              | 62,5                 |
| Algunas veces sí, algunas veces no | 36         | 30,0       | 30,0              | 92,5                 |
| La mayoría de las veces no         | 8          | 6,7        | 6,7               | 99,2                 |
| Nunca                              | 1          | ,8         | ,8                | 100,0                |
| Total                              | 120        | 100,0      | 100,0             |                      |

*Nota.* Pregunta 11 del cuestionario de la variable independiente, dimensión capacidad de respuesta.

**Figura 12**

*¿Cuándo tienes un problema de trámite, los trabajadores muestran un sincero interés en solucionarlo?*



*Nota.* La figura muestra los resultados obtenidos en la tabla 16.

### Interpretación

En la tabla 16 y figura 12, se observa que 39 usuarios, que representan el 40,83% de la muestra, consideran la mayoría de las veces sí, mientras que 36 usuarios, que representan el 30,00%, afirmaron algunas veces sí, y algunas veces no, y 26 usuarios que representan el 21,67%, respondieron que siempre los trabajadores, cuando tiene un problema de trámite, los trabajadores muestran un sincero interés en solucionarlo.

**Tabla 17**

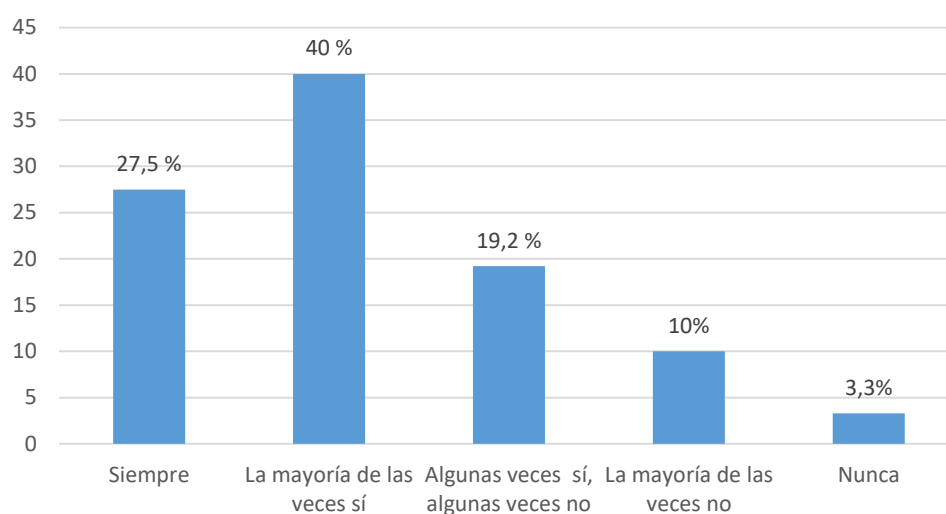
*¿La información que brindan sobre los servicios están accesibles a través del periódico mural de la institución, página web y redes sociales?*

| Escala de medición                 | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Siempre                            | 33         | 27,5       | 27,5              | 27,5                 |
| La mayoría de las veces sí         | 42         | 35,0       | 35,0              | 62,5                 |
| Algunas veces sí, algunas veces no | 32         | 26,7       | 26,7              | 89,2                 |
| La mayoría de las veces no         | 11         | 9,2        | 9,2               | 98,3                 |
| Nunca                              | 2          | 1,7        | 1,7               | 100,0                |
| Total                              | 120        | 100,0      | 100,0             |                      |

*Nota.* Pregunta 12 del cuestionario de la variable independiente, dimensión capacidad de respuesta.

**Figura 13**

*¿La información que brindan sobre los servicios están accesibles a través del periódico mural de la institución, página web y redes sociales?*



*Nota.* La figura muestra los resultados obtenidos en la tabla 17.

## Interpretación

En la tabla 17 y figura 13, se observa que 42 usuarios, que representan el 35,00% de la muestra, consideran que la mayoría de las veces sí, mientras que 33 usuarios, que representan el 27,50%, afirmaron siempre, y 32 usuarios que representan el 26,67%, respondieron algunas veces sí y algunas veces no, la información que brindan sobre los servicios que brinda la institución, están accesibles a través del periódico mural de la institución, página web y redes sociales y puntualmente están disponibles.

**Tabla 18**

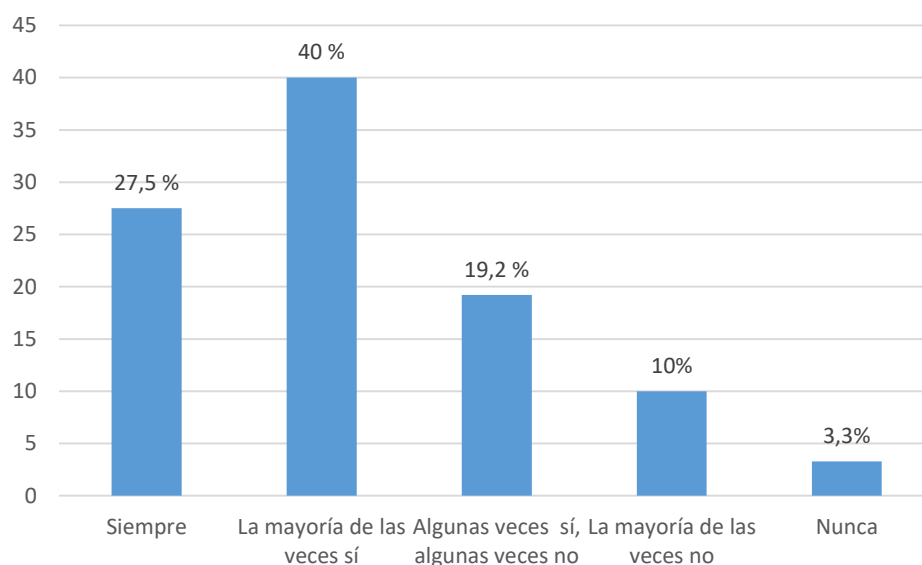
*¿Los ambientes están limpios y cómodos para el transitar de los usuarios?*

| Escala de medición                 | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Siempre                            | 44         | 36,7       | 36,7              | 36,7                 |
| La mayoría de las veces sí         | 42         | 35,0       | 35,0              | 71,7                 |
| Algunas veces sí, algunas veces no | 21         | 17,5       | 17,5              | 89,2                 |
| La mayoría de las veces no         | 9          | 7,5        | 7,5               | 96,7                 |
| Nunca                              | 4          | 3,3        | 3,3               | 100,0                |
| Total                              | 120        | 100,0      | 100,0             |                      |

*Nota.* Pregunta 13 del cuestionario de la variable independiente, dimensión tangibilidad.

**Figura 14**

*¿Los ambientes están limpios y cómodos para el transitar de los usuarios?*



*Nota.* La figura muestra los resultados obtenidos en la tabla 18.

## Interpretación

En la tabla 18 y figura 14, se observa que 44 usuarios, que representan el 36,67% de la muestra, manifestaron siempre, mientras que 42 usuarios, que representan el 35,00%, afirmaron la mayoría de las veces si y 21 usuarios que representan el 17,50% respondieron que algunas veces si y algunas veces no, los ambientes de la Oficina Desconcentrada del Jurado Nacional de Elecciones Sede Huancayo, están limpios y cómodos para el transitar de los usuarios.

**Tabla 19**

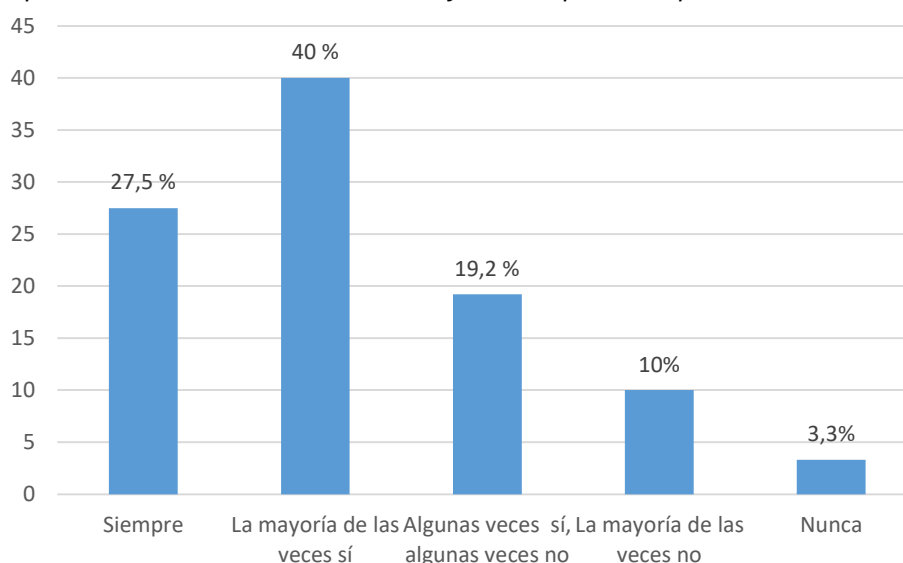
*¿Los personales están bien uniformados y tienen apariencia pulcra?*

| Escala de medición                 | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Siempre                            | 41         | 34,2       | 34,2              | 34,2                 |
| La mayoría de las veces sí         | 42         | 35,0       | 35,0              | 69,2                 |
| Algunas veces sí, algunas veces no | 21         | 17,5       | 17,5              | 86,7                 |
| La mayoría de las veces no         | 12         | 10,0       | 10,0              | 96,7                 |
| Nunca                              | 4          | 3,3        | 3,3               | 100,0                |
| Total                              | 120        | 100,0      | 100,0             |                      |

*Nota.* Pregunta 14 del cuestionario de la variable independiente, dimensión tangibilidad.

**Figura 15**

*¿Los personales están bien uniformados y tienen apariencia pulcra?*



*Nota.* La figura muestra los resultados obtenidos en la tabla 19.

### Interpretación

En la tabla 19 y figura 15, se observa que 42 usuarios, que representan el 35,00% de la muestra, la mayoría de las veces sí, mientras que 41 usuarios, que representan el 34,17%, afirmaron siempre, y 21 usuarios que representan el 17,50% respondieron que los trabajadores de la Oficina Desconcentrada del Jurado Nacional de Elecciones Sede Huancayo, están bien uniformados y tiene una apariencia pulcra.

**Tabla 20**

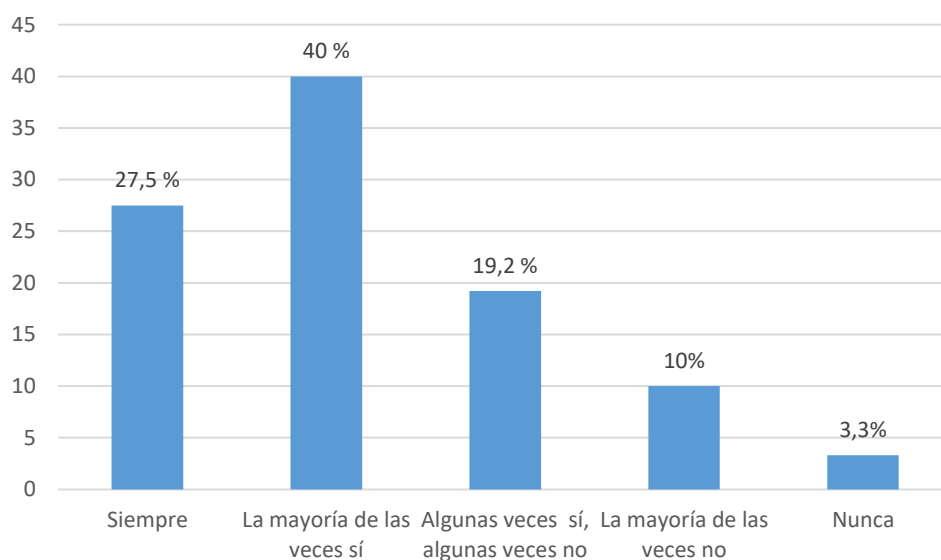
*¿Los equipos se encuentran disponibles y cuentan con materiales necesarios para su atención?*

| Escala de medición                 | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Siempre                            | 38         | 31,7       | 31,7              | 31,7                 |
| La mayoría de las veces sí         | 41         | 34,2       | 34,2              | 65,8                 |
| Algunas veces sí, algunas veces no | 28         | 23,3       | 23,3              | 89,2                 |
| La mayoría de las veces no         | 10         | 8,3        | 8,3               | 97,5                 |
| Nunca                              | 3          | 2,5        | 2,5               | 100,0                |
| Total                              | 120        | 100,0      | 100,0             |                      |

*Nota.* Pregunta 15 del cuestionario de la variable independiente, dimensión tangibilidad.

**Figura 16**

*¿Los equipos se encuentran disponibles y cuentan con materiales necesarios para su atención?*



*Nota.* La figura muestra los resultados obtenidos en la tabla 20.

### **Interpretación**

En la tabla 20 y figura 16, se observa que 41 usuarios, que representan el 34,17% de la muestra, manifestaron la mayoría de las veces si, mientras que 38 usuarios, que representan el 31,67%, respondieron siempre y 28 usuarios que representan el 23,33%, manifestaron algunas veces si y algunas veces no, que los equipos se encuentran disponibles y se cuenta con materiales necesarios para su atención.

#### 4.1.2. SATISFACCIÓN DEL USUARIO

Los resultados obtenidos de la variable dependiente, dimensiones e indicadores, fueron distribuidos en 12 ítems, los cuales se mencionan a continuación:

**Tabla 21**

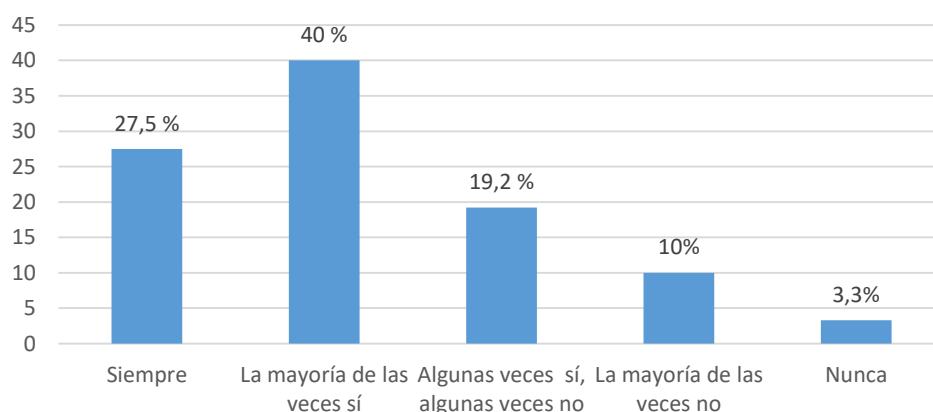
*¿El servicio que ofrece la institución, es realizado correctamente por el personal?*

| Escala de medición                 | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Siempre                            | 37         | 30,8       | 30,8              | 30,8                 |
| La mayoría de las veces sí         | 47         | 39,2       | 39,2              | 70,0                 |
| Algunas veces sí, algunas veces no | 31         | 25,8       | 25,8              | 95,8                 |
| La mayoría de las veces no         | 3          | 2,5        | 2,5               | 98,3                 |
| Nunca                              | 2          | 1,7        | 1,7               | 100,0                |
| Total                              | 120        | 100,0      | 100,0             |                      |

*Nota.* Pregunta 1 del cuestionario de la variable dependiente, dimensión percepción del usuario.

**Figura 17**

*¿El servicio que ofrece la institución, es realizado correctamente por el personal?*



*Nota.* La figura muestra los resultados obtenidos en la tabla 21.

#### Interpretación

En la tabla 21 y figura 17, se observa que 47 usuarios, que representan el 39,17% de la muestra, manifestaron que la mayoría de las veces sí, como también 37 usuarios que representan el 30,83% indicaron siempre, y así mismo 31 usuarios que representan el 25,83% manifestaron la mayoría de las veces no. Esto quiere decir que la

mayoría de los usuarios consideran que los trabajadores realizan correctamente los servicios que ofrece la institución.

**Tabla 22**

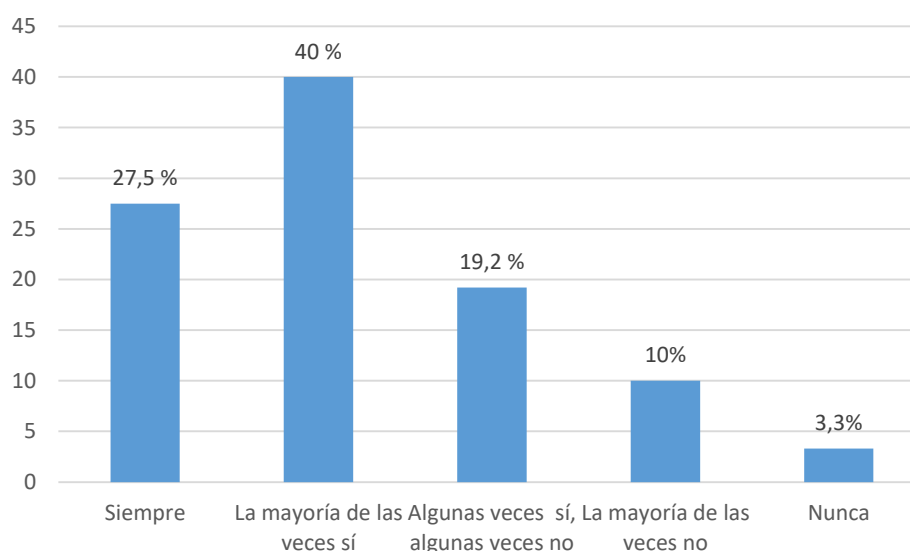
*¿Considera Ud. que el tiempo de tramite o de servicio es adecuado?*

| Escala de medición                 | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Siempre                            | 24         | 20,0       | 20,0              | 20,0                 |
| La mayoría de las veces sí         | 42         | 35,0       | 35,0              | 55,0                 |
| Algunas veces sí, algunas veces no | 42         | 35,0       | 35,0              | 90,0                 |
| La mayoría de las veces no         | 10         | 8,3        | 8,3               | 98,3                 |
| Nunca                              | 2          | 1,7        | 1,7               | 100,0                |
| Total                              | 120        | 100,0      | 100,0             |                      |

*Nota.* Pregunta 2 del cuestionario de la variable dependiente, dimensión percepción del usuario.

**Figura 18**

*¿Considera Ud. que el tiempo de tramite o de servicio es adecuado?*



*Nota.* La figura muestra los resultados obtenidos en la tabla 22.

## Interpretación

En la tabla 22 y figura 18, se observa que 42 usuarios, que representan el 35,00% de la muestra, manifestaron que la mayoría de las veces sí, como también 42 usuarios que representan el 35,00% indicaron que algunas veces sí y algunas veces no, y así mismo 24

usuarios que representan el 20,00% consideran que siempre, el tiempo de tramite o servicio que brindan los trabajadores es adecuado.

**Tabla 23**

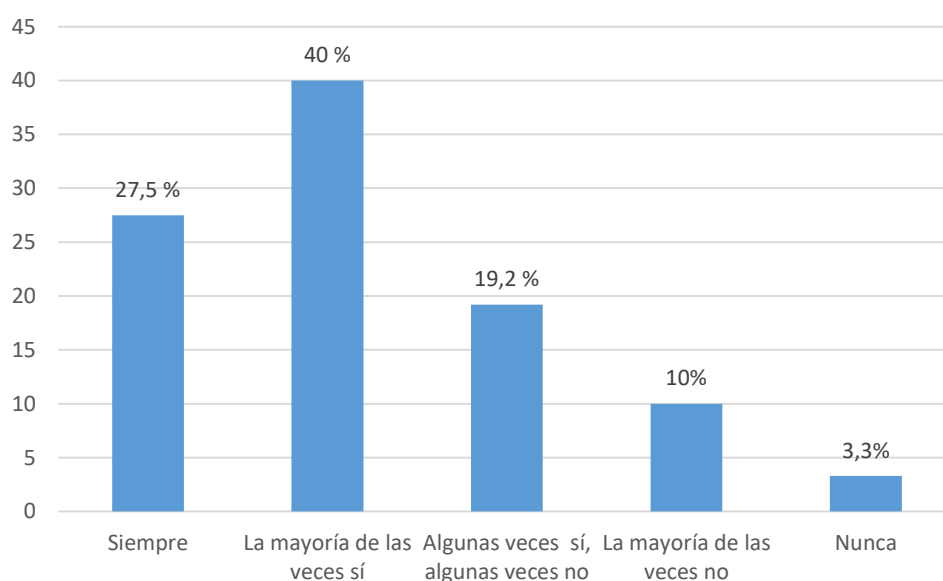
*¿El personal que ofrece el servicio es un profesional capacitado?*

| Escala de medición                 | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Siempre                            | 38         | 31,7       | 31,7              | 31,7                 |
| La mayoría de las veces sí         | 49         | 40,8       | 40,8              | 72,5                 |
| Algunas veces sí, algunas veces no | 24         | 20,0       | 20,0              | 92,5                 |
| La mayoría de las veces no         | 7          | 5,8        | 5,8               | 98,3                 |
| Nunca                              | 2          | 1,7        | 1,7               | 100,0                |
| Total                              | 120        | 100,0      | 100,0             |                      |

*Nota.* Pregunta 3 del cuestionario de la variable dependiente, dimensión percepción del usuario.

**Figura 19**

*¿El personal que ofrece el servicio es un profesional capacitado?*



*Nota.* La figura muestra los resultados obtenidos en la tabla 23.

### Interpretación

En la tabla 23 y figura 19, se observa que 49 usuarios, que representan el 40,83% de la muestra, manifestaron que la mayoría de las veces si, como también 38 usuarios que representan el 31,67% indicaron siempre, y 24 usuarios que representan el 20,00% consideran

algunas veces sí y algunas veces no, que el personal que ofrece el servicio es capacitado.

**Tabla 24**

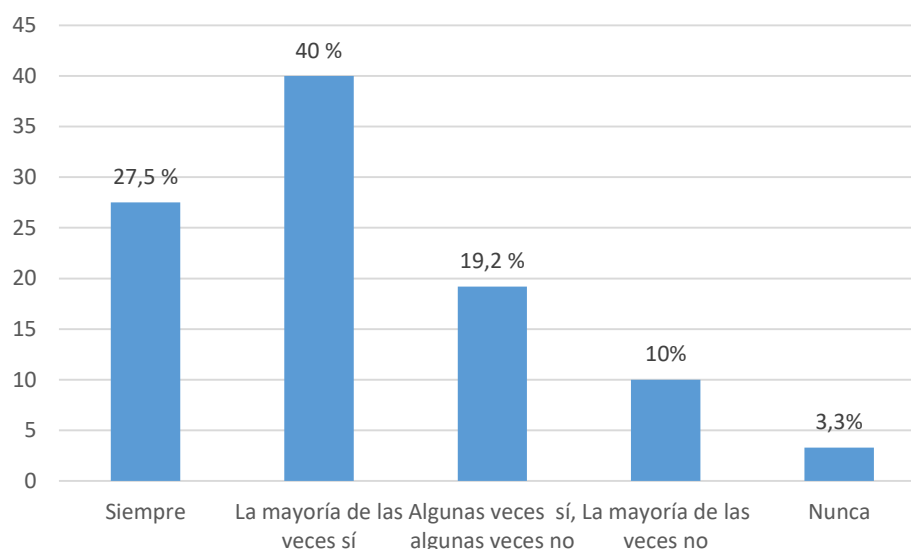
*¿El personal está bien presentado con su uniforme, con la cual se identifica con la institución?*

| Escala de medición                 | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Siempre                            | 40         | 33,3       | 33,3              | 33,3                 |
| La mayoría de las veces sí         | 49         | 40,8       | 40,8              | 74,2                 |
| Algunas veces sí, algunas veces no | 22         | 18,3       | 18,3              | 92,5                 |
| La mayoría de las veces no         | 8          | 6,7        | 6,7               | 99,2                 |
| Nunca                              | 1          | ,8         | ,8                | 100,0                |
| Total                              | 120        | 100,0      | 100,0             |                      |

*Nota.* Pregunta 4 del cuestionario de la variable dependiente, dimensión percepción del usuario.

**Figura 20**

*¿El personal está bien presentado con su uniforme, con la cual se identifica con la institución?*



*Nota.* La figura muestra los resultados obtenidos en la tabla 24.

## Interpretación

En la tabla 24 y figura 20, se observa que 49 usuarios, que representan el 40,83% de la muestra, manifestaron que la mayoría de las veces sí, como también 40 usuarios que representan el 33,33%

indicaron siempre, y 22 usuarios que representan el 18,33% consideran algunas veces sí y algunas veces no, el personal está bien presentado con su uniforme con la cual se identifican con la institución.

**Tabla 25**

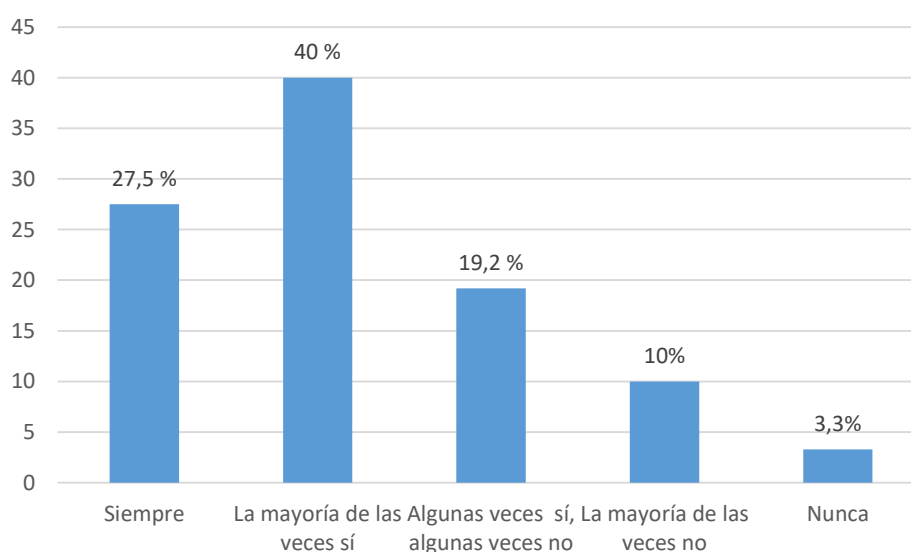
*¿El personal ofrece una buena atención?*

| Escala de medición                 | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Siempre                            | 40         | 33,3       | 33,3              | 33,3                 |
| La mayoría de las veces sí         | 40         | 33,3       | 33,3              | 66,7                 |
| Algunas veces sí, algunas veces no | 32         | 26,7       | 26,7              | 93,3                 |
| La mayoría de las veces no         | 7          | 5,8        | 5,8               | 99,2                 |
| Nunca                              | 1          | ,8         | ,8                | 100,0                |
| Total                              | 120        | 100,0      | 100,0             |                      |

*Nota.* Pregunta 5 del cuestionario de la variable dependiente, dimensiones expectativas del usuario.

**Figura 21**

*¿El personal ofrece una buena atención?*



*Nota.* La figura muestra los resultados obtenidos en la tabla 25.

## Interpretación

En la tabla 25 y figura 21, se observa que 40 usuarios, que representan el 33,33% de la muestra, manifestaron siempre, como también 33 usuarios que representan el 27,5% indicaron la mayoría de

las veces si, y 32 usuarios que representan el 26,67%, consideran algunas veces si y algunas veces no, el personal ofrece una buena atención.

**Tabla 26**

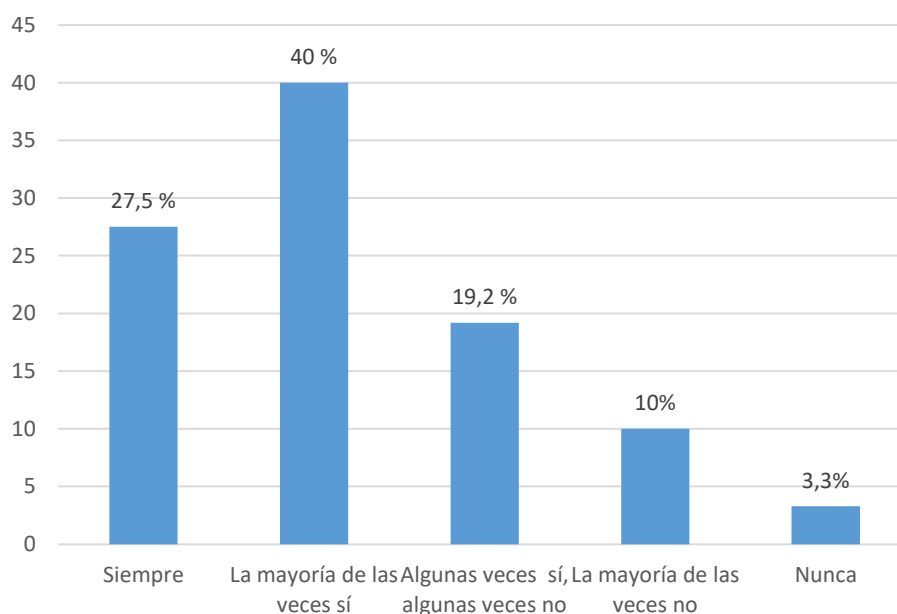
*¿La institución cuenta con equipos modernos para ofrecer el servicio?*

| Escala de medición                    | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Siempre                               | 31         | 25,8       | 25,8              | 25,8                 |
| La mayoría de las veces sí            | 50         | 41,7       | 41,7              | 67,5                 |
| Algunas veces sí,<br>algunas veces no | 32         | 26,7       | 26,7              | 94,2                 |
| La mayoría de las veces no            | 6          | 5,0        | 5,0               | 99,2                 |
| Nunca                                 | 1          | ,8         | ,8                | 100,0                |
| Total                                 | 120        | 100,0      | 100,0             |                      |

*Nota.* Pregunta 6 del cuestionario de la variable dependiente, dimensiones expectativas del usuario.

**Figura 22**

*¿La institución cuenta con equipos modernos para ofrecer el servicio?*



*Nota.* La figura muestra los resultados obtenidos en la tabla 26.

## Interpretación

En la tabla 26 y figura 22, se observa que 50 usuarios, que representan el 41,67% de la muestra, manifestaron la mayoría de las veces si, como también 32 usuarios que representan el 26,67% indicaron

algunas veces si y algunas veces no, y 31 usuarios que representan el 25,83%, consideran siempre, la institución cuenta con equipos modernos para ofrecer el servicio.

**Tabla 27**

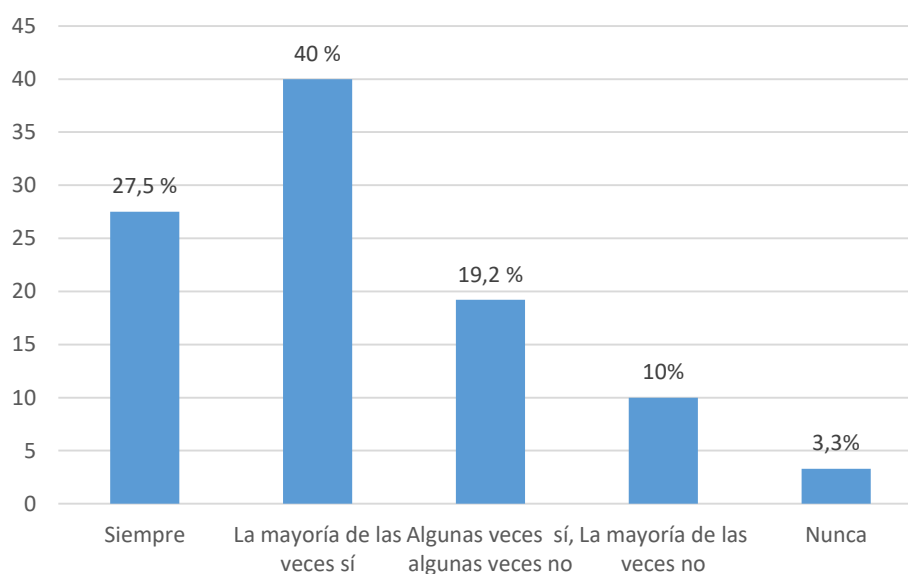
*¿Los ambientes de la institución se encuentran en buen estado?*

| Escala de medición                 | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Siempre                            | 31         | 25,8       | 25,8              | 25,8                 |
| La mayoría de las veces sí         | 50         | 41,7       | 41,7              | 67,5                 |
| Algunas veces sí, algunas veces no | 32         | 26,7       | 26,7              | 94,2                 |
| La mayoría de las veces no         | 6          | 5,0        | 5,0               | 99,2                 |
| Nunca                              | 1          | ,8         | ,8                | 100,0                |
| Total                              | 120        | 100,0      | 100,0             |                      |

*Nota.* Pregunta 7 del cuestionario de la variable dependiente, dimensión expectativa del usuario.

**Figura 23**

*¿Los ambientes de la institución se encuentran en buen estado?*



*Nota.* La figura muestra los resultados obtenidos en la tabla 27.

## Interpretación

En la tabla 27 y figura 23, se observa que 54 usuarios, que representan el 45,00% de la muestra, manifestaron la mayoría de las veces si, como también 36 usuarios que representan el 30,00 % indicaron siempre, y 19 usuarios que representan el 15,83%, consideran

que algunas veces sí y algunas veces no, los ambientes de la institución se encuentran en buen estado.

**Tabla 28**

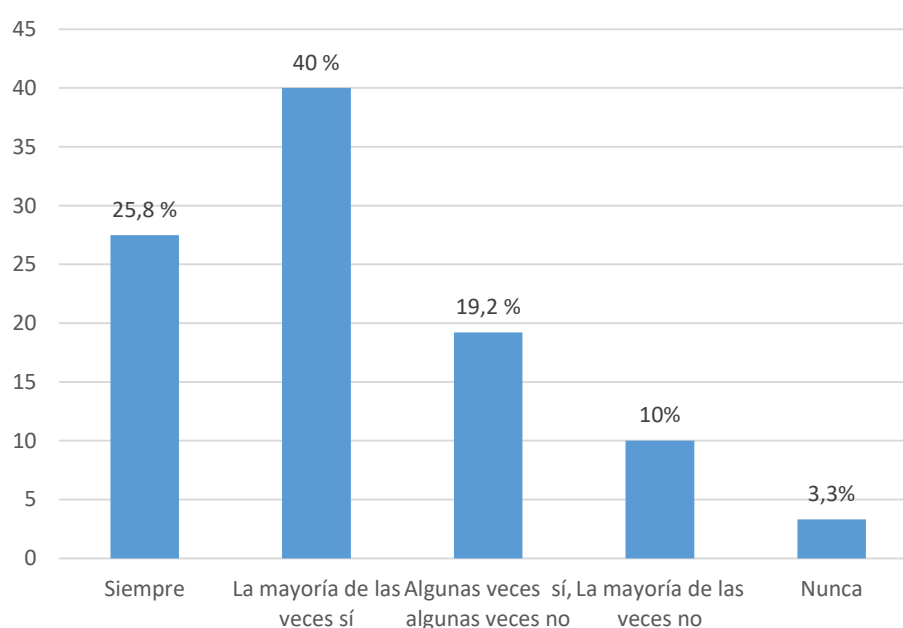
*¿La institución cuenta con libro de reclamaciones?*

| Escala de medición                    | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Siempre                               | 31         | 25,8       | 25,8              | 25,8                 |
| La mayoría de las veces sí            | 50         | 41,7       | 41,7              | 67,5                 |
| Algunas veces sí,<br>algunas veces no | 32         | 26,7       | 26,7              | 94,2                 |
| La mayoría de las veces no            | 6          | 5,0        | 5,0               | 99,2                 |
| Nunca                                 | 1          | ,8         | ,8                | 100,0                |
| Total                                 | 120        | 100,0      | 100,0             |                      |

*Nota.* Pregunta 8 del cuestionario de la variable dependiente, dimensión expectativa del usuario.

**Figura 24**

*¿La institución cuenta con libro de reclamaciones?*



*Nota.* La figura muestra los resultados obtenidos en la tabla 28.

## Interpretación

En la tabla 28 y figura 24, se observa que 48 usuarios, que representan el 40,00% de la muestra, respondieron siempre, como también 41 usuarios que representan el 34,17 % indicaron la mayoría de

las veces sí, y 18 usuarios que representan el 15,00%, consideran que algunas veces sí y algunas veces no, la institución cuenta con libro de reclamaciones.

**Tabla 29**

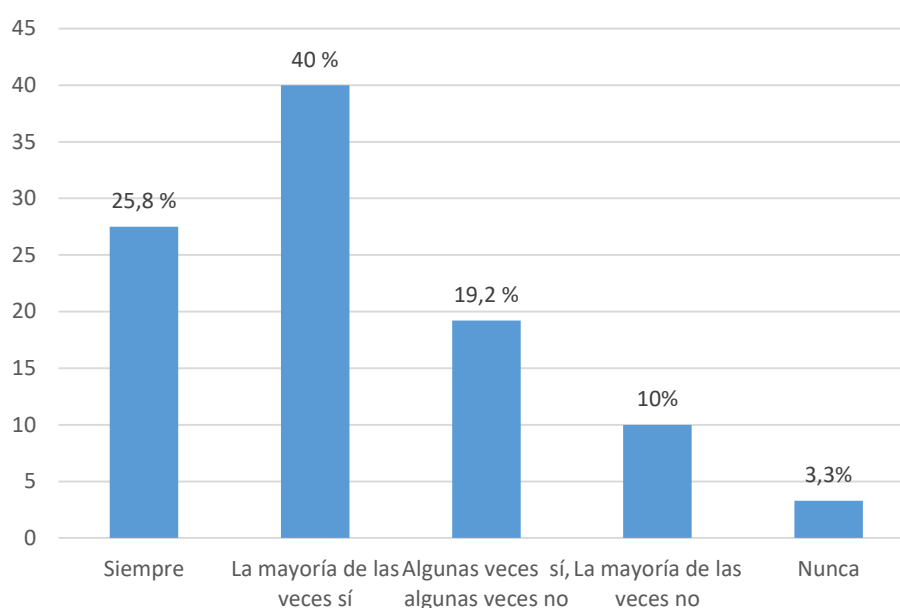
*¿Ud. Recomendaría el servicio que ofrece el personal de la institución?*

| Escala de medición                 | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Siempre                            | 31         | 25,8       | 25,8              | 25,8                 |
| La mayoría de las veces sí         | 50         | 41,7       | 41,7              | 67,5                 |
| Algunas veces sí, algunas veces no | 32         | 26,7       | 26,7              | 94,2                 |
| La mayoría de las veces no         | 6          | 5,0        | 5,0               | 99,2                 |
| Nunca                              | 1          | ,8         | ,8                | 100,0                |
| Total                              | 120        | 100,0      | 100,0             |                      |

*Nota.* Pregunta 9 del cuestionario de la variable dependiente, dimensión lealtad del usuario.

**Figura 25**

*¿Ud. Recomendaría el servicio que ofrece el personal de la institución?*



*Nota.* La figura muestra los resultados obtenidos en la tabla 29.

## Interpretación

En la tabla 29 y figura 25, se observa que 54 usuarios, que representan el 45,00% de la muestra, respondieron la mayoría de las veces sí, mientras que 34 usuarios que representan el 28,33 % indicaron

siempre, y 20 usuarios que representan el 16,67%, consideran que algunas veces sí y algunas veces no, recomendaría el servicio que ofrecen el personal de la Institución.

**Tabla 30**

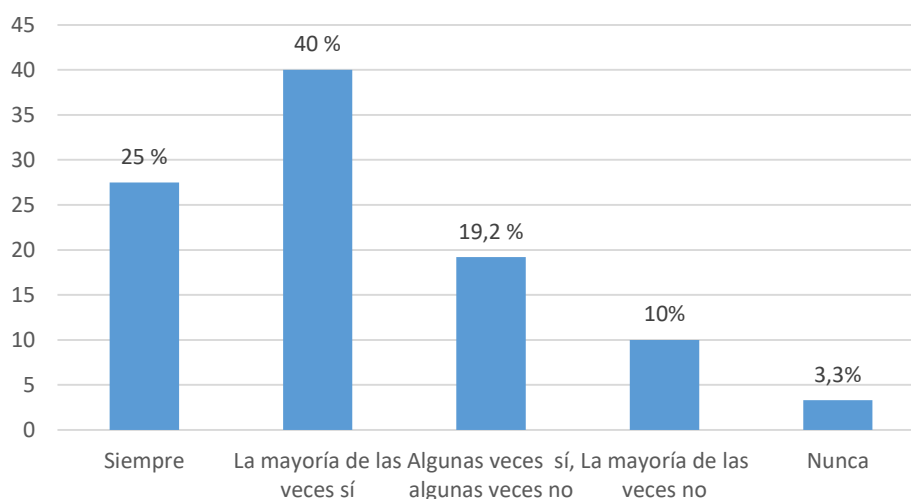
*¿Ud. Comprendería si es que en el momento en que le ofrecen el servicio surgen inconvenientes por parte del trabajador?*

| Escala de medición                    | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Siempre                               | 30         | 25,0       | 25,0              | 25,0                 |
| La mayoría de las veces sí            | 52         | 43,3       | 43,3              | 68,3                 |
| Algunas veces sí,<br>algunas veces no | 24         | 20,0       | 20,0              | 88,3                 |
| La mayoría de las veces<br>no         | 9          | 7,5        | 7,5               | 95,8                 |
| Nunca                                 | 5          | 4,2        | 4,2               | 100,0                |
| Total                                 | 120        | 100,0      | 100,0             |                      |

*Nota.* Pregunta 10 del cuestionario de la variable dependiente, dimensión lealtad del usuario.

**Figura 26**

*¿Ud. Comprendería si es que en el momento en que le ofrecen el servicio surgen inconvenientes por parte del trabajador?*



*Nota.* La figura muestra los resultados obtenidos en la tabla 30.

## Interpretación

En la tabla 30 y figura 26, se observa que 52 usuarios, que representan el 43,33% de la muestra, respondieron la mayoría de las veces sí, mientras que 30 usuarios que representan el 25,00 % indicaron

siempre, y 24 usuarios que representan el 20,00%, consideran que algunas veces sí y algunas veces no, comprenderían si es que en el momento en que le ofrecen el servicio surgen inconvenientes por parte del trabajador.

**Tabla 31**

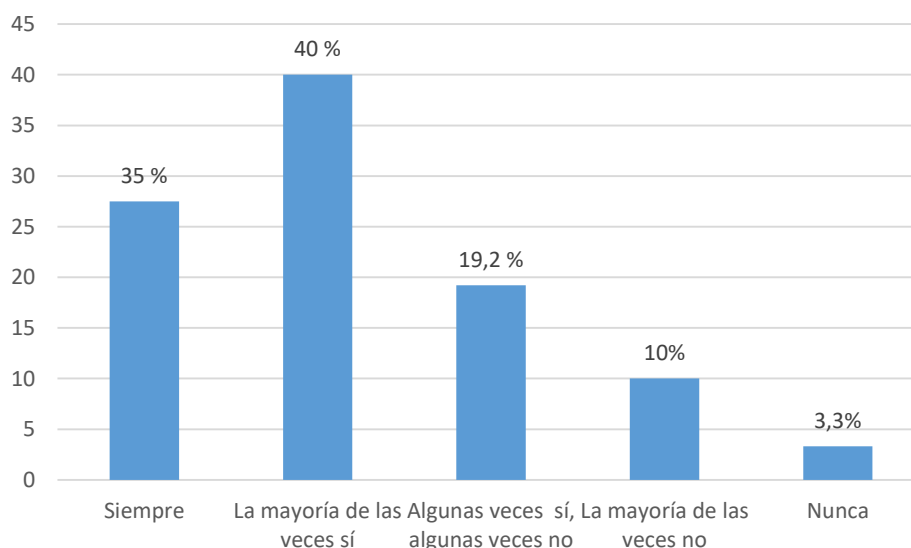
*¿Daría Ud. Opiniones positivas sobre el servicio que los trabajadores ofrecen?*

| Escala de medición                 | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Siempre                            | 42         | 35,0       | 35,0              | 35,0                 |
| La mayoría de las veces sí         | 46         | 38,3       | 38,3              | 73,3                 |
| Algunas veces sí, algunas veces no | 22         | 18,3       | 18,3              | 91,7                 |
| La mayoría de las veces no         | 9          | 7,5        | 7,5               | 99,2                 |
| Nunca                              | 1          | ,8         | ,8                | 100,0                |
| Total                              | 120        | 100,0      | 100,0             |                      |

*Nota.* Pregunta 11 del cuestionario de la variable dependiente, dimensión lealtad del usuario.

**Figura 27**

*¿Daría Ud. Opiniones positivas sobre el servicio que los trabajadores ofrecen?*



*Nota.* La figura muestra los resultados obtenidos en la tabla 31.

## Interpretación

En la tabla 31 y figura 27, se observa que 46 usuarios, que representan el 38,33% de la muestra, respondieron la mayoría de las

veces sí, mientras que 42 usuarios que representan el 35,00 % indicaron siempre, y 22 usuarios que representan el 18,33%, consideran que algunas veces sí y algunas veces no, darían opiniones positivas sobre el servicio que los trabajadores ofrecen.

**Tabla 32**

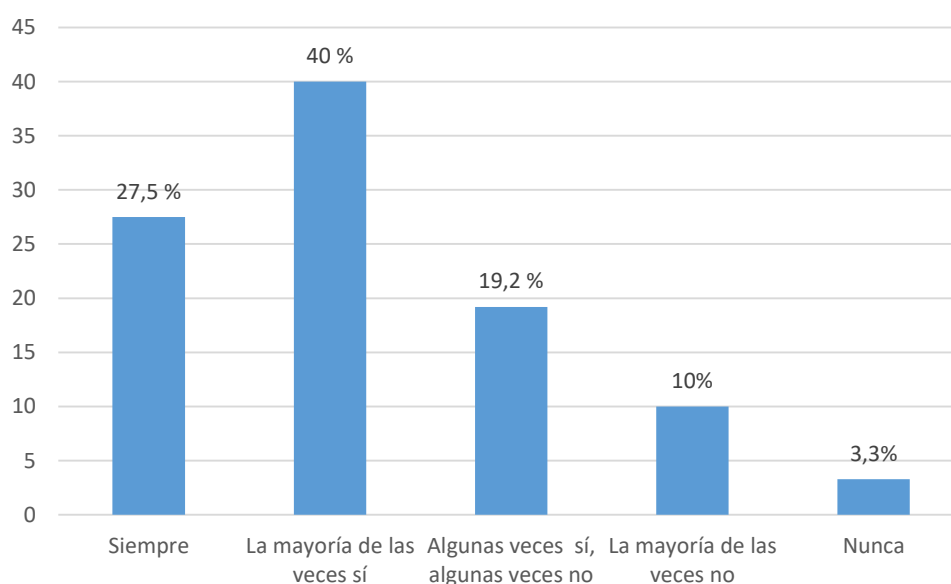
*¿Daría Ud. Sugerencias a los trabajadores de la institución para que mejoren la calidad de los servicios que ofrecen?*

| Escala de medición                 | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Siempre                            | 33         | 27,5       | 27,5              | 27,5                 |
| La mayoría de las veces sí         | 48         | 40,0       | 40,0              | 67,5                 |
| Algunas veces sí, algunas veces no | 23         | 19,2       | 19,2              | 86,7                 |
| La mayoría de las veces no         | 12         | 10,0       | 10,0              | 96,7                 |
| Nunca                              | 4          | 3,3        | 3,3               | 100,0                |
| Total                              | 120        | 100,0      | 100,0             |                      |

*Nota.* Pregunta 12 del cuestionario de la variable dependiente, dimensión lealtad del usuario.

**Figura 28**

*¿Daría Ud. sugerencias a los trabajadores de la institución para que mejoren la calidad de los servicios que ofrecen?*



*Nota.* La figura muestra los resultados obtenidos en la tabla 32.

### Interpretación

En la tabla 32 y figura 28, se observa que 48 usuarios, que representan el 40,00% de la muestra, respondieron la mayoría de las

veces sí, mientras que 33 usuarios que representan el 27,50 % indicaron siempre, y 23 usuarios que representan el 19,17%, consideran que algunas veces si y algunas veces no, darían sugerencias a los trabajadores de la institución para que mejoren la calidad de los servicios que ofrecen.

## 4.2. RESULTADOS INFERENCIALES

Con los resultados de las preguntas del cuestionario aplicadas a los 120 usuarios de la de la Oficina Desconcentrada del Jurado Nacional de Elecciones Sede Huancayo, se logró contrastar las hipótesis del presente trabajo de investigación. Así mismo, para contrastar las hipótesis general y específicos se utilizó el software SPSS V25, seleccionando el coeficiente de Spearman. Se contrastó la variable independiente con la dependiente, y las dimensiones de la variable independiente con la variable dependiente, los cuales se muestra a continuación:

### 4.2.1. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS GENERAL

Para contrastar la hipótesis se utilizó los siguientes datos:

Muestra = 120 usuarios

Alfa=5%

Confiabilidad=95%

**Tabla 33**

*Contrastación de la hipótesis general*

| Correlaciones   |                            | Calidad de servicio | Satisfacción del usuario |
|-----------------|----------------------------|---------------------|--------------------------|
| Rho de Spearman | Coeficiente de correlación | 1,000               | 0,892**                  |
|                 |                            | .                   | ,000                     |
|                 | Sig. (bilateral)           | 120                 | 120                      |
|                 | N                          |                     |                          |
|                 | Coeficiente de correlación | 0,892**             | 1,000                    |
|                 |                            | 0,000               | .                        |
|                 | Sig. (bilateral)           | 120                 | 120                      |
|                 | N                          |                     |                          |

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

## Interpretación

De acuerdo a la tabla, se aprecia el valor de correlación de Rho de Spearman 0,892 encontrándose en los parámetros de una correlación, sin embargo, p tiene un valor de 0,000 (menor a 0,05); por ello se afirma que existe relación significativa positiva y alta entre la calidad de servicios y la satisfacción del usuario.

Por lo tanto, se rechaza la hipótesis general nula y se acepta la hipótesis general de investigación: “La calidad de servicios se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios de la Oficina Desconcentrada del Jurado Nacional de Elecciones Sede Huancayo, 2021-2022”.

### 4.2.2. CONTRASTACIÓN DE LAS HIPÓTESIS ESPECIFICAS

Contrastación de la dimensión confianza o empatía de la variable independiente con la satisfacción de los usuarios, se muestra en la siguiente tabla:

**Tabla 34**

*Contrastación de la hipótesis específica 1*

| Correlaciones                       |                               | Dimensión<br>confianza o<br>empatía | Satisfacción<br>del usuario |
|-------------------------------------|-------------------------------|-------------------------------------|-----------------------------|
| Dimensión<br>confianza o<br>empatía | Coeficiente de<br>correlación | 1                                   | 0,833**                     |
|                                     | Sig. (bilateral)              |                                     | 0,000                       |
|                                     | N                             | 120                                 | 120                         |
| Satisfacción<br>del usuario         | Coeficiente de<br>correlación | 0,833**                             | 1                           |
|                                     | Sig. (bilateral)              | 0,000                               |                             |
|                                     | N                             | 120                                 | 120                         |

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

## Interpretación

De acuerdo a la tabla, se aprecia el valor de correlación de Rho de Spearman 0,833 encontrándose en los parámetros de una correlación, sin embargo, p tiene un valor de 0,000 (menor a 0,05); por ello se afirma

que existe relación significativa positiva y alta entre la dimensión confianza o empatía de los trabajadores con la satisfacción del usuario.

Por lo tanto, se rechaza la hipótesis general nula y se acepta la hipótesis general de investigación: “La confianza o empatía de los trabajadores se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios.”

Contrastación de la dimensión fiabilidad de la variable independiente con la satisfacción de los usuarios, se muestra en la siguiente tabla:

**Tabla 35**

*Contrastación de la hipótesis específica 2*

| Correlaciones               |                           | Dimensión<br>Fiabilidad | Satisfacción<br>del usuario |
|-----------------------------|---------------------------|-------------------------|-----------------------------|
| Dimensión<br>Fiabilidad     | Correlación de<br>Pearson | 0,748**                 | 0,833**                     |
|                             |                           | 0,000                   | 0,000                       |
|                             | Sig. (bilateral)          | 120                     | 120                         |
|                             | N                         |                         |                             |
| Satisfacción<br>del usuario | Correlación de<br>Pearson | 1,000                   | 1                           |
|                             |                           | .                       |                             |
|                             | Sig. (bilateral)          | 120                     | 120                         |
|                             | N                         |                         |                             |

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

Interpretación:

De acuerdo a la tabla, se aprecia el valor de correlación de Rho de Spearman 0,748 encontrándose en los parámetros de una correlación, sin embargo, p tiene un valor de 0,000 (menor a 0,05); por ello se afirma que existe relación significativa positiva y alta entre la dimensión fiabilidad de los trabajadores con la satisfacción del usuario.

Por lo tanto, se rechaza la hipótesis general nula y se acepta la hipótesis general de investigación: “La fiabilidad de los trabajadores se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios”.

Contrastación de la dimensión responsabilidad de la variable independiente con la satisfacción de los usuarios, se muestra en la siguiente tabla:

**Tabla 36**

*Contrastación de la hipótesis específica 3*

| Correlaciones             |                        | Dimensión Responsabilidad | Satisfacción del usuario |
|---------------------------|------------------------|---------------------------|--------------------------|
| Dimensión Responsabilidad | Correlación de Pearson | 1,000                     | 0,846**                  |
|                           | Sig. (bilateral)       | .                         | 0,000                    |
|                           | N                      | 120                       | 120                      |
| Satisfacción del usuario  | Correlación de Pearson | 0,846**                   | 1,000                    |
|                           | Sig. (bilateral)       | 0,000                     | .                        |
|                           | N                      | 120                       | 120                      |

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

### Interpretación

De acuerdo a la tabla, se aprecia el valor de correlación de Rho de Spearman 0,846 encontrándose en los parámetros de una correlación, sin embargo, p tiene un valor de 0,000 (menor a 0,05); por ello se afirma que existe relación significativa positiva y alta entre la dimensión responsabilidad de los trabajadores con la satisfacción del usuario.

Por lo tanto, se rechaza la hipótesis general nula y se acepta la hipótesis general de investigación: “La responsabilidad de los trabajadores se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios.”

Contrastación de la dimensión capacidad de respuesta de la variable independiente con la satisfacción de los usuarios, se muestra en la siguiente tabla:

**Tabla 37***Contrastación de la hipótesis específica 4*

| Correlaciones                          |                  | Dimensión<br>Capacidad de<br>respuesta | Satisfacción del<br>usuario |
|----------------------------------------|------------------|----------------------------------------|-----------------------------|
| Dimensión<br>Capacidad<br>de respuesta | Correlación de   | 1,000                                  | 0,822**                     |
|                                        | Pearson          | .                                      | 0,000                       |
|                                        | Sig. (bilateral) | 120                                    | 120                         |
|                                        | N                |                                        |                             |
| Satisfacción<br>del usuario            | Correlación de   | 0,822**                                | 1,000                       |
|                                        | Pearson          | 0,000                                  | .                           |
|                                        | Sig. (bilateral) | 120                                    | 120                         |
|                                        | N                |                                        |                             |

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

### Interpretación

De acuerdo a la tabla, se aprecia el valor de correlación de Rho de Spearman 0,822 encontrándose en los parámetros de una correlación, sin embargo, p tiene un valor de 0,000 (menor a 0,05); por ello se afirma que existe relación significativa positiva y alta entre la dimensión capacidad de respuesta de los trabajadores con la satisfacción del usuario.

Por lo tanto, se rechaza la hipótesis general nula y se acepta la hipótesis general de investigación: “La capacidad de respuesta de los trabajadores se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios.”

Contrastación de la dimensión elementos tangibles, de la variable independiente con la satisfacción de los usuarios, se muestra en la siguiente tabla:

**Tabla 38***Contrastación de la hipótesis específica 5*

| Correlaciones                     |                  | Dimensión<br>Elemento<br>tangible | Satisfacción del<br>usuario |
|-----------------------------------|------------------|-----------------------------------|-----------------------------|
| Dimensión<br>Elemento<br>tangible | Correlación de   | 1,000                             | 0,825**                     |
|                                   | Pearson          | .                                 | 0,000                       |
|                                   | Sig. (bilateral) | 120                               | 120                         |
|                                   | N                |                                   |                             |

|           |                  |         |       |
|-----------|------------------|---------|-------|
| Dimensión | Correlación de   | 0,825** | 1,000 |
| Elemento  | Pearson          | 0,000   | .     |
| tangible  | Sig. (bilateral) | 120     | 120   |
|           | N                |         |       |

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

### Interpretación

De acuerdo a la tabla, se aprecia el valor de correlación de Rho de Spearman 0,825 encontrándose en los parámetros de una correlación, sin embargo, p tiene un valor de 0,000 (menor a 0,05); por ello se afirma que existe relación significativa positiva y alta entre la dimensión elemento tangible con la satisfacción del usuario.

## **CAPÍTULO V**

### **DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

#### **5.1. LA CONTRASTACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LA PRUEBA DE HIPÓTESIS, CON LAS CONCLUSIONES DE LOS ANTECEDENTES**

Los resultados de la contrastación de hipótesis general, como se muestra en la tabla 33, señalan que existe una relación significativa entre la calidad de servicios y la satisfacción del usuario, la cual se obtuvo un coeficiente de Rho Spearman 0,892, siendo esto una relación positiva alta entre las variables, con un p valor (sig.= 0,000), la cual es menor a 0,05, por lo que se afirma que existe una relación significativa entre la calidad de servicios y la satisfacción de los usuarios de la Oficina Desconcentrada del Jurado Nacional de Elecciones Sede Huancayo. Estos resultados coinciden, con el trabajo de investigación de (Rivera, 2019), titulada “Calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes Ecuador”, quien concluye que p valor (sig.=0.000) es menor que el nivel de significancia 0.05, por lo que se aprueba la hipótesis planteada en este estudio, es decir que la calidad del servicio influye en la satisfacción de los clientes exportadores de la empresa, e indica que existe una relación positiva moderada entre ambas variables, y que la empresa debe trabajar con orientación enfocada en atención al cliente, calidad y cultura de servicio, ya que ofrecer un servicio de calidad permite tener clientes satisfechos, ya que la satisfacción, durante todo el proceso del servicio antes durante es la clave para mantener una relación a largo plazo desde la perspectiva del cliente.

Como también los resultados de la contrastación de hipótesis de las variables, corroboran con el trabajo de investigación de (Cervantes, 2021), en su tesis titulada “Gestión de la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en el Centro de Salud Aparicio Pomares, 2019”, quien concluye que, se determinó que existe y hay una relación significativa entre la gestión de la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en el Centro de Salud Aparicio Pomares, 2019, en base a la evidencia estadística, donde el índice de correlación de Pearson indica 0.82 con un nivel de significancia del 0.032

menor a 0.05 lo que indica que existe una relación alta entre las variables. Los indicadores de tiempo de atención, puntualidad, tiempo de entrega de resultados, atención al personal de salud, eficiencia de consultas, efectividad de medicinas, cortesía y amabilidad del personal, conocimientos adecuados, seguridad en el establecimiento indican de manera directa en la satisfacción de los usuarios de Centro de Salud Aparicio Pomares.

Con relación a la contrastación de la hipótesis 5, elementos tangibles y su relación significativa con la satisfacción del usuario, se muestra la tabla 38, se observa un coeficiente de Rho de Spearman de 0,825\*\*, siendo esta una correlación alta entre la dimensión elementos tangibles de la institución y la satisfacción de los usuarios, por lo que se afirma que existe una relación significativa entre la dimensión elemento tangible y la satisfacción de los usuarios de la Oficina Desconcentrada del Jurado Nacional de Elecciones Sede Huancayo. Los resultados mencionados en el párrafo anterior coinciden con la tesis de (Rivera, 2019), titulada “Calidad del servicio que brinda la empresa Elevate Business y estrategias para su mejora”, de lo cual el autor llega a la conclusión de que el nivel de calidad del servicio, con respecto a los elementos tangibles, es ligeramente bajo en el área de operaciones, a diferencia de las demás áreas que son un punto favorable para la empresa, ya que los elementos que puedan ser percibidos por los clientes a primera vista, forman parte muy importante de la imagen de la empresa.

Así mismo con relación a la contrastación de la hipótesis 2, de la dimensión fiabilidad, que se muestra en la tabla 35, tiene un coeficiente de correlación de Rho de Spearman 0,748\*\* encontrándose y p tiene un valor de 0,000 (menor a 0,05); por ello se afirma que existe relación significativa entre la dimensión fiabilidad de los trabajadores con la satisfacción del usuario. Este resultado se corrobora también con la tesis de (Rivera, 2019), titulada “Calidad del servicio que brinda la empresa Elevate Business y estrategias para su mejora”, respecto a esta dimensión llega a la conclusión de que la fiabilidad es una de las dimensiones de mayor prioridad en una organización, la razón es que esta dimensión se refiere a la aptitud para brindar un servicio de forma segura y confiable, un servicio que no se brinde de forma segura ni confiable afecta directa y de manera negativa en la percepción de los clientes.

## **5.2. CONTRASTACIÓN DE LOS RESULTADOS DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN CON LA BASE TEÓRICA**

La contrastación de los resultados del cuestionario aplicado a los usuarios de la Oficina Desconcentrada del Jurado Nacional de Elecciones Sede Huancayo, comparados con las bibliografías consideradas de las bases teóricas se presenta a continuación:

Los resultados obtenidos, de la dimensión capacidad de respuesta, de la variable independiente, los cuales se demuestran en la tabla 15 y figura 11, se evidencian que 45 usuarios, que representan el 37,50 % de la muestra, consideran que la mayoría de las veces si, son oportunos y rápidos al momento de ofrecer los servicios, y 31 usuarios, que representan el 25,83%, afirmaron que siempre los trabajadores son oportunos y rápidos al ofrecer los servicios, contrastando este resultado con la definición de (Quijano, 2004), que señala que la calidad de servicios es el cumplimiento de los compromisos ofrecidos por las empresas hacia los clientes, medidos en tiempo esperado por el cliente y calidad (condiciones pactadas), se evidencia que la definición en referencia y los resultados coinciden en cuanto a que los trabajadores deben brindar el servicio de forma rápida y oportuna.

Los resultados obtenidos, de la dimensión expectativas del servicio, de la variable dependiente, los cuales se demuestran, en la tabla 25 y figura 21, y se evidencia que 40 usuarios, que representan el 33,33% de la muestra, manifestaron siempre, como también 33 usuarios que representan el 33,33% indicaron la mayoría de las veces si, y 32 usuarios que representan el 26,67%, consideran algunas veces si y algunas veces no, el personal ofrece una buena atención. Como también los resultados obtenidos de la dimensión confianza o empatía, se evidencian en la tabla 6 y figura 2, que los 42 usuarios, que representan el 35% de la muestra, afirmaron que la mayoría de las veces si los trabajadores de la Oficina Desconcentrada del Jurado Nacional de Elecciones Sede Huancayo, tienen un trato amable con ellos, y 34 usuarios, que representan el 28,33% manifestaron que los trabajadores siempre, tienen un trato amable con ellos. Contrastando ambos resultados con lo que manifiesta el autor (Velandia, et. al, 2006) sobre la calidad de servicio quien

señala que: el otro elemento intangible de las entidades públicas es la calidad de los servicios que buscan lograr a través de una adecuada atención al usuario. Este intangible se mide en la atención prestada, capacidad de respuesta a los trámites, la responsabilidad, la seguridad, credibilidad, amabilidad, empatía del trabajador, esto dependerá de quienes lo producen y lo entregan al usuario es decir se sustenta en la calidad de los trabajadores que disponen las entidades, se evidencia que la definición en referencia y los resultados de este trabajo de investigación coinciden que la calidad de servicios, los usuarios evalúan mediante la atención prestada y amabilidad del trabajador.

Los resultados de la dimensión responsabilidad de la variable independiente, se evidencian en la tabla 13 y figura 9, en la cual se muestra, que 46 usuarios, que representan el 38,33 %, manifestaron que la mayoría de las veces si, los trabajadores, son hábiles o buscan una solución a su problema, y 34 usuarios, que representan el 28,33%, afirmaron que algunas veces si, algunas veces no, son hábiles o buscan solucionar sus problemas de trámite que tienen como usuario. Contrastando el resultado mencionado con uno de los principios de la calidad de servicios que define el autor (Méndez, 2013), que los trabajadores deben buscar soluciones y no estar justificando errores. se evidencia que la definición en referencia y los resultados de este trabajo de investigación coinciden en que la calidad de servicios, se basa en dar solución a los problemas de trámite que tienen los usuarios.

Los resultados de la dimensión expectativas del servicio, de la variable dependiente, se muestra en la tabla 27 y figura 23, que evidencia que 54 usuarios, que representan el 45,00% de la muestra, manifestaron la mayoría de las veces si, como también 36 usuarios que representan el 30,00 % indicaron siempre, y 19 usuarios que representan el 15,83%, consideran que algunas veces si y algunas veces no, los ambientes de la institución se encuentran en buen estado. Contrastando este resultado con la definición del autor (Moreno, 2012), sobre lealtad del usuario, menciona que un buen servicio se ofrece mediante una buena atención, amabilidad, ambiente en buen estado, crear confianza y preferencia. El resultado del trabajo de

investigación con la definición del autor coincide en que se considera brindar un buen servicio en base a un ambiente en buen estado.

## CONCLUSIONES

- La presente investigación tuvo como objetivo determinar como la calidad de servicios se relaciona con la satisfacción de los usuarios de la Oficina Desconcentrada del Jurado Nacional de Elecciones Sede Huancayo, 2021-2022, de acuerdo a los resultados, de la contrastación de la hipótesis general, se aprecia el valor de correlación de Rho de Spearman 0,892, encontrándose en los parámetros de una correlación, por lo cual se concluye que existe relación significativa entre la calidad de servicios y la satisfacción del usuario. De lo expuesto se manifiesta que los trabajadores de la Oficina Desconcentrada del Jurado Nacional de Elecciones Sede Huancayo, brindan al usuario una calidad de servicios mediante la confianza o empatía, la fiabilidad, responsabilidad, capacidad de respuesta y a través de los elementos tangibles, con la finalidad de satisfacer al usuario.
- La investigación concluye que existe relación significativa entre la dimensión confianza o empatía de los trabajadores con la satisfacción del usuario. Esto se demuestra en la tabla 6, 7 y 8, donde se evidencia que los usuarios manifestaron que la mayoría de las veces si, los trabajadores tienen un trato amable, le brindan una atención personalizada y siempre son respetuosos con los usuarios.
- La investigación concluye que existe relación significativa entre la dimensión fiabilidad de los trabajadores con la satisfacción del usuario. Esto se demuestra en la tabla 9, 10 y 11, donde se evidencia que los usuarios manifestaron que la mayoría de las veces si, los trabajadores cuando prometen hacer algo en un momento determinado lo hacen, y algunas veces si y algunas veces no, existe errores en el servicio que les brinda al usuario, y la mayoría de las veces si comprenden cuando el trabajador les explica sobre el servicio que brindan.
- La investigación concluye que existe relación significativa entre la dimensión responsabilidad de los trabajadores con la satisfacción del usuario. Esto se demuestra en la tabla 12, 13 y 14, donde se evidencia que los usuarios manifestaron que la mayoría de las veces si, los trabajadores tienen conocimiento del servicio que brinda para resolver su consulta, así

mismo los trabajadores son hábiles y buscan solución a su problema de trámite y ofrecen un servicio puntual.

- La investigación concluye que existe relación significativa entre la dimensión capacidad de respuesta de los trabajadores con la satisfacción del usuario. Esto se demuestra en la tabla 15, 16 y 17, donde se evidencia que los usuarios manifestaron que la mayoría de las veces si, el servicio que les brindan los trabajadores es oportuno y rápido, así mismo cuando el usuario tiene un problema de trámite, los trabajadores muestran interés en solucionarlo, y la información que brindan sobre los servicios están accesibles a través del periódico mural de la institución, página web y redes sociales y puntualmente siempre están disponibles.
- La investigación concluye que existe relación significativa entre la dimensión elemento tangible con la satisfacción del usuario. Esto se demuestra en la tabla 18, 19 y 20, donde se evidencia que los usuarios manifestaron que la siempre, los ambientes están limpios y cómodos para el transitar de los usuarios, y la mayoría de las veces si los personales están bien uniformados y tienen buena apariencia, y así mismo cuando el usuario tiene un problema de trámite, los trabajadores muestran interés en solucionarlo, y la información que brindan sobre los servicios están accesibles a través del periódico mural de la institución, página web y redes sociales y puntualmente siempre están disponibles, y Los equipos se encuentran disponibles y se cuenta con materiales necesarios para su atención.

## RECOMENDACIONES

- Se recomienda a los directivos de la de la Oficina Desconcentrada del Jurado Nacional de Elecciones Sede Huancayo, en gestionar programas de capacitación o talleres en temas relacionados a la calidad de servicios, sobre confianza o empatía, confiabilidad, responsabilidad, capacidad de respuesta y los elementos tangibles con la finalidad de continuar satisfaciendo los requerimientos y expectativas de los usuarios.
- Sobre la dimensión confianza o empatía, se recomienda a los directivos en fomentar una cultura de empatía en los trabajadores, para entender las emociones del usuario, ponerse en el lugar del usuario, ser amable con ellos, y deben respetar la sensibilidad de los usuarios porque muchas veces es altamente vulnerable al trato que le brindamos.
- Respecto a la dimensión fiabilidad, se recomienda a los directivos de la Oficina Desconcentrada del Jurado Nacional de Elecciones sede Huancayo, en reflexionar y concientizar a los trabajadores que deben esforzarse por entender que es lo que significa el servicio que ofrecen para el usuario, para ello es importante que demuestren una actitud comprensiva, saber llegar a ellos con sencillez y explicarle si no entienden algo.
- Sobre la dimensión responsabilidad se recomienda a los directivos de la Oficina Desconcentrada del Jurado Nacional de Elecciones Sede Huancayo, en capacitar a los trabajadores en temas relacionados a las funciones que desempeñan, para que incrementen sus conocimientos y permitirles que avancen y crezcan en el plano profesional y laboral. Como también deben motivarlos y premiar su puntualidad a través de reconocimientos y felicitaciones.
- Se recomienda a los directivos en reflexionar sobre los resultados respecto a la dimensión capacidad de respuesta, y concientizar a los trabajadores, la importancia de dicha dimensión, para que no exista demora en los tramites de los servicios que ofrecen, y que los servicios se deben brindar de una manera rápida, oportuna y eficiente con el objetivo de satisfacer al usuario.

- Respecto a la dimensión elementos tangibles, se recomienda a los directivos, en realizar reuniones con los personales de mantenimiento y limpieza para coordinar sobre el buen estado del ambiente de trabajo, como también debe concientizar a todos los trabajadores el uso del uniforme de labores con la finalidad de identificarse frente a los usuarios.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Armijos-Mayon, F., Bermúdez-Burgos, A. y Mora-Sanchez, N. (2019). Gestión de administración de los Recursos Humanos. Universidad y Sociedad, 11(4),163-170.[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202019000400163&lng=es&nrm=iso](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202019000400163&lng=es&nrm=iso).
- Castro, M., García C, & Saco Méndez, S. (2003). Satisfacción del usuario de los servicios de Hospitalización del Hospital Antonio Lorena: Mayo - agosto del 2003. SITUA - Revista Semestral de la Facultad de Medicina Humana - UNSAAC Key, 23(7), 47–53. <https://s.isbib.unmsm.edu.pe/BVRevistas/situa/2004n23/enPDF/a09.pdf>
- Cardozo-Vale, S. (2007). La comunicación en el Marketing. Visión Gerencial (2), 196-206. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=465545876009>
- Cervantes, F. (2021). Clima Organizacional y Desempeño Laboral En Los Trabajadores Administrativos de La Red Asistencial Essalud Huancavelica 2019 [Tesis Pregrado e/123 45678 9/2850
- Coca-Carasila, M. (2006). El concepto de marketing: pasado y presente. Perspectivas. 9(18), 41-72.<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=425942516002>
- Chaves, R. (2019). “La Calidad del Servicio y la Satisfacción del cliente en Cinemark Huánuco, 2018.” Universidad Nacional Hermilio Valdizan.
- Cubillos, M., & Roza, D. (2009). El concepto de calidad: Historia, evolución e importancia para la competitividad. Revista Universidad de la Salle, 0(48),8099.<https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1170&context=ruls>
- Crispín Aranda, J. (2019). Calidad de Servicio y su influencia en la satisfacción del cliente de los bancos privados de la ciudad de Huánuco 2019 [Tesis Pregrado] Repositorio de la Universidad de Huánuco. <http://repositorio.udh.edu.pe/123456789/2275>
- Dávila-Bustamante, M., Coronado-Quintana, J. y Cerecer-Castro, B. (2012). Las dimensiones de la calidad del servicio en el proceso de distribución y comercialización de energía eléctrica. Contad. Adm, 57(3), 175-195. [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0186104220120003000008&lng=es&nrm=iso](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186104220120003000008&lng=es&nrm=iso)

- Duque, E. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *Innovar*, 15(25), 64-80. [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S012150512005000100004&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S012150512005000100004&lng=en&nrm=iso).
- Equipo Vértice. (2010). *Gestión de la calidad (ISO 9001/2008)*. Editorial Vértice.
- García, D. (2013). Efectos de la calidad de servicio y de la satisfacción del cliente sobre la fidelidad a los servicios oficiales de postventa de automoción 99 españoles (Tesis de Doctor). Universidad de Alcalá. <https://ebuah.uah.es/dspace/handle/10017/20209>
- Galdeano-Bienzobas, C. y Valiente-Barderas, A. (2010). Competencias profesionales. 21(1), 28-32. [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0187-893X2010000100004&lng=es&nrm=iso](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-893X2010000100004&lng=es&nrm=iso).
- Gonzales, L., & Huanca, E. (2020). La calidad del servicio y su relación con la satisfacción de los consumidores de restaurantes de pollos a la brasa de Mariano Melgar, Arequipa 2018 [Tesis Pregrado] Universidad Tecnológica del Perú. <https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/3031/Lucero>
- Hernández-Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (E. Mc Graw Hill (ed.); Sexta Edic.
- Jurado Nacional de Elecciones [JNE]. (2022, 16 de marzo). Dirección Nacional de Oficinas Desconcentradas. <https://portal.jne.gob.pe/portal/Pagina/Ver/890/page/Antecedentes-Historicos>
- Larrea, P. (2012). *Calidad de servicio: Del marketing a la estrategia*. Sevilla – España.
- Ley del Servicio Civil N° 30057. Diario Oficial el peruano, 53(9), 1–18. [https://storage.servir.gob.pe/servicio-civil/Ley 30057.pdf](https://storage.servir.gob.pe/servicio-civil/Ley%2030057.pdf)
- Menacho, I., Mallqui, V. R., Ibarguen, F., & Córdova, U. (2020). Calidad de servicio e Imagen corporativa en EsSalud, Perú. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(91), 1190–1204. <https://doi.org/10.37960/rvq.v25i91.33198>
- Méndez, J. (17 de mayo, 2013). La importancia de la calidad en las empresas. Estrucplan. <https://estrucplan.com.ar/la-importancia-de-la-calidad-en-las-empresas/>

- Morillo, M. (2009). "La calidad en el servicio y la satisfacción del usuario en instituciones financieras del municipio Libertador del estado Mérida". Revista Economía. Vol. 33, N° 26. Pp. 189-206.
- Mora-Contreras, C. (2011). La calidad del servicio y la satisfacción del consumidor. Revista Brasileira de Marketing. 10(2), 146-162. <https://www.Redalyc.Org/Articulo.Oa?Id=471747525008>
- Parasuraman, A., Berry, L. & Zeithaml, V. (2004). Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale. Journal of Retailing, 67(4), 420-450.
- Quisbert, L. (2016). Calidad en el servicio de atención a la salud en los Centros San Sebastián, San Luis y San Vicente de la Fundación Kolping 2015. [Tesis pregrado]. Repositorio de la Universidad Andina de Simón Bolívar. <http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/bitstream/54000/196/1/TE-208.pdf>
- Rivera, M. (2019). Calidad del servicio que brinda la empresa Elevate Business y estrategias para su mejora [Tesis pregrado]. Repositorio de la Universidad nacional de Piura. <http://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/2084/ADM-RIV-MER-2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rivera, S. (2019). La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes Ecuador [Tesis Pregrado]. Repositorio Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. <http://repositorio.Ucsg.edu.ec/bitstream/3317/12117/1/T-UCSG-POS-MAE-224.pdf>
- Reaño, R. (2019). Calidad de servicio y satisfacción del usuario en la Unidad de Gestión del paciente del Hospital Regional Lambayeque, Chiclayo [Tesis pregrado]. Repositorio institucional de la Universidad Señor de Sipán. <https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/7896>
- Ruiz, A. (2015). Medición de la calidad del servicio al cliente en el Instituto de tránsito de la ciudad de Sogamoso "INTRASOG" Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia Facultad Seccional Sogamoso, 68(9). <https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/001/2255/1/TGT-797.pdf>

- Sánchez, M., & Sánchez, M. (2016). Measuring quality in service, as a strategy for competitiveness in organizations. *Uv. Mx*, 110–117. <https://www.uv.mx/iiesca/files/2017/03/11CA201602.pdf>
- Uranga-Alvidrez, M., Rentería, D., y González, J. (2016). La práctica del valor del respeto en un grupo de quinto grado de educación primaria. 12(6), 187-204. [https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=46148\\_194012](https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=46148_194012)
- Vives, M. (2015). Enrique la calidad del servicio y la satisfacción del consumidor. *Revista Brasileira de Marketing*, 10(2), 146-16. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=471747525008>
- Velandia-Salazar, F., Ardon-Centeno, N. y Jara-Navarro, M. (2007). Satisfacción y calidad: análisis de la equivalencia o no de los términos. *Rev. Gerenc. Polit. Salud*, 6(13), 139-168.

#### **COMO CITAR ESTE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

Carhuamaca Yangali, F. (2023). *Calidad del servicio y satisfacción del usuario de la Oficina Desconcentrada del Jurado Nacional de Elecciones Sede Huancayo, 2021-2022* [Tesis de pregrado, Universidad de Huánuco]. Repositorio Institucional UDH. <http://...>

# **ANEXOS**

## ANEXO 1

### MATRIZ DE CONSISTENCIA

**Título:** Calidad del servicio y satisfacción del usuario de la Oficina Desconcentrada del Jurado Nacional de Elecciones Sede Huancayo, 2021-2022.

| Problema                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Objetivos                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Hipótesis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Metodología                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>General</b></p> <p>PG: ¿Cómo la calidad de servicios se relaciona con la satisfacción de los usuarios de la Oficina Desconcentrada del Jurado Nacional de Elecciones Sede Huancayo, 2021?</p> <p><b>Específicos</b></p> <p>PE<sub>1</sub>: ¿Cómo la confianza o empatía de los trabajadores se relaciona con la satisfacción de los usuarios?</p> <p>PE<sub>2</sub>: ¿Cómo la fiabilidad de los trabajadores se relaciona con la satisfacción de los usuarios?</p> <p>PE<sub>3</sub>: ¿Cómo la responsabilidad de los trabajadores se relaciona con la satisfacción de los usuarios?</p> <p>PE<sub>4</sub>: ¿Cómo la capacidad de respuesta de los trabajadores se relaciona con la satisfacción de los usuarios?</p> <p>PE<sub>5</sub>: ¿Cómo el elemento tangible se relaciona con la satisfacción de los usuarios?</p> | <p><b>General</b></p> <p>PG: Determinar cómo la calidad de servicios se relaciona con la satisfacción de los usuarios de la Oficina Desconcentrada del Jurado Nacional de Elecciones Sede Huancayo, 2021.</p> <p><b>Específicos</b></p> <p>OE<sub>1</sub>: Determinar cómo la confianza o empatía de los trabajadores se relaciona con la satisfacción de los usuarios.</p> <p>OE<sub>2</sub>: Determinar cómo la fiabilidad de los trabajadores se relaciona con la satisfacción de los usuarios.</p> <p>OE<sub>3</sub>: Determinar cómo la responsabilidad de los trabajadores se relaciona con la satisfacción de los usuarios.</p> <p>OE<sub>4</sub>: Determinar cómo la capacidad de respuesta de los trabajadores se relaciona con la satisfacción de los usuarios.</p> <p>OE<sub>5</sub>: Determinar cómo el elemento tangible se relaciona con la satisfacción de los usuarios.</p> | <p><b>General</b></p> <p>HG: La calidad de servicios se relaciona directamente con la satisfacción de los usuarios de la Oficina Desconcentrada del Jurado Nacional de Elecciones Sede Huancayo, 2021.</p> <p><b>Específicos</b></p> <p>HE<sub>1</sub>: La confianza o empatía de los trabajadores se relaciona directamente con la satisfacción de los usuarios.</p> <p>HE<sub>2</sub>: La fiabilidad de los trabajadores se relaciona directamente con la satisfacción de los usuarios.</p> <p>HE<sub>3</sub>: La responsabilidad de los trabajadores se relaciona directamente con la satisfacción de los usuarios.</p> <p>HE<sub>4</sub>: La capacidad de respuesta de los trabajadores se relaciona directamente con la satisfacción de los usuarios.</p> <p>HE<sub>5</sub>: El elemento tangible se relaciona directamente con la satisfacción de los usuarios.</p> | <p><b>Tipo de Investigación</b></p> <p>Aplicado</p> <p><b>Enfoque:</b></p> <p>Cuantitativo</p> <p><b>Alcance o Nivel:</b></p> <p>Descriptiva-Correlacional</p> <p><b>Diseño:</b></p> <p>No experimental, transversal</p> <p><b>Población y muestra:</b></p> <p><b>Población:</b> 434,840 usuarios.</p> <p><b>Muestra:</b> 120 usuarios.</p> <p>Una muestra no probabilística con muestreo de tipo intencional o selectiva.</p> <p><b>Técnicas e instrumentos</b></p> <p><b>Técnica:</b> Encuesta</p> <p><b>Instrumento:</b> Cuestionario</p> |

## ANEXO 2

### INSTRUMENTOS

#### INSTRUMENTO PARA MEDIR LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS

##### Estimado Usuario:

Por favor, marque con [x] la elección que mejor represente su opinión, sobre la calidad de servicios que ofrecen los trabajadores de la Oficina Desconcentrada del Jurado Nacional de Elecciones – Sede Huancayo.

Considera los criterios del 1 al 5 para evaluar.

1. Siempre
2. La mayoría de las veces
3. Algunas veces sí, algunas veces no
4. La mayoría de las veces no
5. Nunca

|                                                    | 1                                                                                        | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|
| <b>Criterios de evaluación</b>                     |                                                                                          |   |   |   |   |
| <b>variable independiente: Calidad de Servicio</b> |                                                                                          |   |   |   |   |
| <b>Dimensión: Confianza o empatía</b>              |                                                                                          |   |   |   |   |
| 1                                                  | ¿Los trabajadores tienen un trato amable con Ud.?                                        |   |   |   |   |
| 2                                                  | ¿Los trabajadores le brindan a Ud. una atención personalizada?                           |   |   |   |   |
| 3                                                  | ¿Los trabajadores son respetuosos con Ud.?                                               |   |   |   |   |
| <b>Dimensión: Fiabilidad</b>                       |                                                                                          |   |   |   |   |
| 4                                                  | ¿Cuándo los trabajadores prometen hacer algo en un momento determinado lo hacen?         |   |   |   |   |
| 5                                                  | ¿Existe falla o errores en el servicio que les brinda?                                   |   |   |   |   |
| 6                                                  | ¿Usted comprende la explicación que el trabajador le brinda sobre el servicio?           |   |   |   |   |
| <b>Dimensión: Responsabilidad</b>                  |                                                                                          |   |   |   |   |
| 7                                                  | ¿Los trabajadores tienen conocimiento del servicio que brinda para resolver su consulta? |   |   |   |   |
| 8                                                  | ¿Los trabajadores son hábiles o buscan una solución a su problema?                       |   |   |   |   |
| 9                                                  | ¿Los trabajadores ofrecen un servicio puntual?                                           |   |   |   |   |

---

**Dimensión: Capacidad de respuesta**

---

- 10** ¿El servicio que brindan los trabajadores es oportuno y rápido?
- 11** ¿Cuándo tienes un problema laboral de trámite u otro, los trabajadores muestran un sincero interés en solucionarlo?
- 12** ¿La información que brindan sobre los servicios están accesibles a través del periódico mural de la institución, página web y redes sociales y puntualmente siempre están disponibles?

**Dimensión: Elemento tangible**

- 13** ¿Los ambientes están limpios y cómodos para el transitar?
  - 14** ¿Los personales están bien uniformados y tienen apariencia pulcra?
  - 15** ¿Los equipos se encuentran disponibles y se cuenta con materiales necesarios para su atención?
- 

**¡Gracias!**

## INSTRUMENTO PARA MEDIR LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO

### Estimado Usuario:

Por favor, marque con [x] contra la elección que mejor represente su opinión, sobre la Satisfacción del usuario de la Oficina Desconcentrada del Jurado Nacional de Elecciones – Sede Huancayo.

Considera los criterios del 1 al 5 para evaluar.

- 6. Siempre
- 7. La mayoría de las veces
- 8. Algunas veces sí, algunas veces no
- 9. La mayoría de las veces no
- 10. Nunca

| Criterios de evaluación                        | 1                                                                                   | 2 | 3 | 4 | 5 |
|------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|
| variable dependiente: Satisfacción del usuario |                                                                                     |   |   |   |   |
| Dimensión: Percepción del servicio             |                                                                                     |   |   |   |   |
| 1                                              | ¿El servicio es realizado correctamente por el personal ?                           |   |   |   |   |
| 2                                              | ¿Considera que el tiempo de tramite o de servicio es adecuado?                      |   |   |   |   |
| 3                                              | ¿El personal que ofrece el servicio es un profesional capacitado?                   |   |   |   |   |
| 4                                              | ¿El personal está bien presentado con su uniforme que identifica a la institución?  |   |   |   |   |
| Dimensión: Expectativa del usuario             |                                                                                     |   |   |   |   |
| 5                                              | ¿El personal ofrece una buena atención?                                             |   |   |   |   |
| 6                                              | ¿La institución cuenta con equipos modernos para ofrecer el servicio?               |   |   |   |   |
| 7                                              | ¿Los ambientes de la institución se encuentran en buen estado?                      |   |   |   |   |
| 8                                              | ¿La institución cuenta con libro de reclamaciones?                                  |   |   |   |   |
| Dimensión: Lealtad del usuario                 |                                                                                     |   |   |   |   |
| 9                                              | ¿Ud. Recomendaría el servicio que ofrecen el personal de la Institución?            |   |   |   |   |
| 10                                             | ¿Ud. Comprendería si es que al momento que le ofrecen el servicio surgen problemas? |   |   |   |   |

- 11** ¿Daria opiniones positivas por el servicio que les ofrece?
  - 12** ¿Daria consejos a los personales de la institución para que mejoren los servicios que ofrecen?
- 

**¡Gracias!**

### ANEXO 3

## AUTORIZACIÓN DE LA INSTITUCIÓN PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS

Huancayo, 25 de marzo de 2022

Carta N°001-2022-OD HUANCAYO

Sr. Fredy Williams Carhuamaca Yangali

Huancayo

**ASUNTO:** AUTORIZACION PARA DESARROLLAR SU TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Es grato dirigirme a Usted para saludarle cordialmente, asimismo agradecerle la confianza depositada en Nuestra Institución, al decidir realizar su trabajo de investigación.

Al respecto debo hacer de su conocimiento que su solicitud fue aceptada para que pueda recaudar información así poder materializar su trabajo de investigación titulado "Calidad de Servicio y Satisfacción del Usuario de la Oficina Desconcentrada del Jurado Nacional de Elecciones sede Huancayo 2021-2022".

Es propicia la oportunidad para testimoniar nuestro agradecimiento el mismo que nos permitirá avanzar con los objetivos que persigue nuestra institución orientado a mejorar los servicios de la comunidad.

Atentamente,



C. C. Zulera Cotrina Dueñas  
Especialista Administrativo  
Oficina Desconcentrada Sede Huancayo  
JURADO NACIONAL DE ELECCIONES

## ANEXO 4

### BASE DE DATOS

### TABULACIÓN DE DATOS EN EXCEL Y SPSS V25, DE LOS DATOS OBTENIDOS A TRAVÉS DE LA ENCUESTA APLICADO A 120 USUARIOS

DATOS.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 27 de 27 variables

|    | DIMENSI<br>ONCONF<br>ANZA1 | DIMENSI<br>ONCONF<br>ANZA2 | DIMENSI<br>ONCONF<br>ANZA3 | DIMENSI<br>ONFIABIL<br>IDADP1 | DIEMNSI<br>ONFIABIL<br>IDADP2 | DIMENSI<br>ONFIABIL<br>IDADP3 | DIMENS<br>ONRESF<br>ONSABIL | DIMENS<br>ONRESF<br>ONSABIL | DIMENS<br>ONRESF<br>ONSABIL | DIMENSI<br>ONCAPA<br>CIDADP1 | DIMENSI<br>ONCAPA<br>CIDADP2 | DIMENSI<br>ONCAPA<br>CIDADP3 | DIMENSI<br>ONTANGI<br>BLEP1 | DIMENSI<br>ONTANGI<br>BLEP2 | DIMENSI<br>ONTANGI<br>BLE3 | \<br>E<br>EI |
|----|----------------------------|----------------------------|----------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|----------------------------|--------------|
| 1  | 2                          | 3                          | 1                          | 3                             | 3                             | 1                             | 1                           | 3                           | 2                           | 3                            | 2                            | 1                            | 1                           | 1                           | 3                          |              |
| 2  | 3                          | 3                          | 2                          | 3                             | 3                             | 2                             | 2                           | 2                           | 3                           | 2                            | 3                            | 2                            | 2                           | 2                           | 2                          |              |
| 3  | 2                          | 3                          | 2                          | 3                             | 2                             | 2                             | 2                           | 2                           | 2                           | 2                            | 2                            | 2                            | 2                           | 2                           | 2                          |              |
| 4  | 2                          | 2                          | 1                          | 3                             | 3                             | 2                             | 3                           | 3                           | 3                           | 2                            | 1                            | 2                            | 1                           | 1                           | 1                          |              |
| 5  | 1                          | 2                          | 1                          | 1                             | 5                             | 1                             | 1                           | 1                           | 1                           | 1                            | 1                            | 1                            | 1                           | 1                           | 1                          |              |
| 6  | 2                          | 2                          | 2                          | 2                             | 2                             | 2                             | 2                           | 2                           | 2                           | 2                            | 2                            | 2                            | 1                           | 1                           | 1                          |              |
| 7  | 1                          | 1                          | 1                          | 2                             | 4                             | 2                             | 2                           | 1                           | 2                           | 1                            | 2                            | 2                            | 1                           | 2                           | 2                          |              |
| 8  | 3                          | 3                          | 2                          | 2                             | 3                             | 2                             | 2                           | 3                           | 2                           | 3                            | 3                            | 3                            | 2                           | 2                           | 2                          |              |
| 9  | 3                          | 3                          | 3                          | 3                             | 3                             | 3                             | 3                           | 3                           | 3                           | 3                            | 3                            | 3                            | 4                           | 4                           | 4                          |              |
| 10 | 2                          | 2                          | 1                          | 2                             | 4                             | 2                             | 2                           | 2                           | 2                           | 1                            | 2                            | 2                            | 1                           | 1                           | 1                          |              |
| 11 | 1                          | 2                          | 2                          | 2                             | 3                             | 2                             | 2                           | 2                           | 2                           | 2                            | 2                            | 2                            | 2                           | 2                           | 2                          |              |
| 12 | 1                          | 1                          | 1                          | 1                             | 5                             | 1                             | 1                           | 1                           | 1                           | 1                            | 1                            | 1                            | 1                           | 1                           | 1                          |              |
| 13 | 3                          | 2                          | 2                          | 3                             | 2                             | 2                             | 2                           | 3                           | 2                           | 2                            | 2                            | 1                            | 2                           | 3                           | 2                          |              |
| 14 | 3                          | 3                          | 2                          | 2                             | 3                             | 2                             | 2                           | 3                           | 3                           | 1                            | 3                            | 2                            | 2                           | 2                           | 1                          |              |
| 15 | 2                          | 2                          | 2                          | 4                             | 4                             | 4                             | 2                           | 2                           | 2                           | 2                            | 2                            | 2                            | 2                           | 2                           | 3                          |              |
| 16 | 2                          | 2                          | 2                          | 2                             | 2                             | 2                             | 3                           | 3                           | 3                           | 2                            | 3                            | 2                            | 2                           | 2                           | 2                          |              |
| 17 | 2                          | 3                          | 1                          | 3                             | 3                             | 2                             | 2                           | 2                           | 2                           | 2                            | 2                            | 2                            | 1                           | 1                           | 2                          |              |
| 18 | 3                          | 2                          | 3                          | 3                             | 2                             | 4                             | 2                           | 3                           | 3                           | 3                            | 2                            | 2                            | 4                           | 4                           | 2                          |              |
| 19 | 1                          | 1                          | 1                          | 2                             | 2                             | 2                             | 1                           | 2                           | 1                           | 1                            | 2                            | 1                            | 1                           | 2                           | 1                          |              |
| 20 | 1                          | 1                          | 1                          | 1                             | 4                             | 1                             | 1                           | 1                           | 1                           | 1                            | 1                            | 1                            | 1                           | 1                           | 1                          |              |
| 21 | 1                          | 1                          | 1                          | 1                             | 1                             | 1                             | 1                           | 1                           | 1                           | 1                            | 1                            | 1                            | 1                           | 1                           | 1                          |              |
| 22 | 1                          | 1                          | 1                          | 1                             | 1                             | 1                             | 1                           | 1                           | 1                           | 1                            | 1                            | 1                            | 1                           | 1                           | 1                          |              |

Vista de datos Vista de variables

HIPOTESIS.sav [ConjuntoDatos2] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

|    | Nombre       | Tipo     | Anchura | Decimales | Etiqueta            | Valores         | Perdidos | Columnas | Alineación | Medida  | Rol     |
|----|--------------|----------|---------|-----------|---------------------|-----------------|----------|----------|------------|---------|---------|
| 1  | DIMENSIO...  | Numérico | 8       | 0         | ¿Los trabajador...  | {1, Siempre}... | Ninguno  | 8        | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 2  | DIMENSIO...  | Numérico | 8       | 0         | ¿Los trabajador...  | {1, Siempre}... | Ninguno  | 8        | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 3  | DIMENSIO...  | Numérico | 8       | 0         | ¿Los trabajador...  | {1, Siempre}... | Ninguno  | 8        | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 4  | DIMENSIO...  | Numérico | 8       | 0         | ¿Cuándo los tr...   | {1, Siempre}... | Ninguno  | 8        | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 5  | DIEMNSIO...  | Numérico | 8       | 0         | ¿Existe falla o ... | {1, Siempre}... | Ninguno  | 8        | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 6  | DIMENSIO...  | Numérico | 8       | 0         | ¿Usted compre...    | {1, Siempre}... | Ninguno  | 8        | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 7  | DIMENSIO...  | Numérico | 8       | 0         | ¿Los trabajador...  | {1, Siempre}... | Ninguno  | 8        | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 8  | DIMENSIO...  | Numérico | 8       | 0         | ¿Los trabajador...  | {1, Siempre}... | Ninguno  | 8        | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 9  | DIMENSIO...  | Numérico | 8       | 0         | ¿Los trabajador...  | {1, Siempre}... | Ninguno  | 8        | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 10 | DIMENSIO...  | Numérico | 8       | 0         | ¿El servicio qu...  | {1, Siempre}... | Ninguno  | 8        | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 11 | DIMENSIO...  | Numérico | 8       | 0         | ¿Cuándo tienes...   | {1, Siempre}... | Ninguno  | 8        | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 12 | DIMENSIO...  | Numérico | 8       | 0         | ¿La informació...   | {1, Siempre}... | Ninguno  | 8        | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 13 | DIMENSIO...  | Numérico | 8       | 0         | ¿Los ambiente...    | {1, Siempre}... | Ninguno  | 8        | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 14 | DIMENSIO...  | Numérico | 8       | 0         | ¿Los personale...   | {1, Siempre}... | Ninguno  | 8        | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 15 | DIMENSIO...  | Numérico | 8       | 0         | ¿Los equipos s...   | {1, Siempre}... | Ninguno  | 8        | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 16 | VDPERCE...   | Numérico | 8       | 0         | ¿El servicio es ... | {1, Siempre}... | Ninguno  | 8        | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 17 | VDPERCE...   | Numérico | 8       | 0         | ¿Considera que...   | {1, Siempre}... | Ninguno  | 8        | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 18 | PERCEPCI...  | Numérico | 8       | 0         | ¿El personal qu...  | {1, Siempre}... | Ninguno  | 8        | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 19 | PERCEPCI...  | Numérico | 8       | 0         | ¿El personal es...  | {1, Siempre}... | Ninguno  | 8        | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 20 | EXPECTATI... | Numérico | 8       | 0         | ¿El personal of...  | {1, Siempre}... | Ninguno  | 8        | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 21 | EXPECTATI... | Numérico | 8       | 0         | ¿La institución ... | {1, Siempre}... | Ninguno  | 8        | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 22 | EXPECTATI... | Numérico | 8       | 0         | ¿Los ambiente...    | {1, Siempre}... | Ninguno  | 8        | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 23 | EXPECTATI... | Numérico | 8       | 0         | ¿La institución ... | {1, Siempre}... | Ninguno  | 8        | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 24 | LEALTADD...  | Numérico | 8       | 0         | ¿Ud. Recomen...     | {1, Siempre}... | Ninguno  | 8        | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 25 | LEALTADD...  | Numérico | 8       | 0         | ¿Ud. Comend...      | {1, Siempre}... | Ninguno  | 8        | Derecha    | Nominal | Entrada |

Vista de datos Vista de variables

## ANEXO 5

### CONSENTIMIENTO INFORMADO

- **Título del proyecto.**

“La calidad de servicios se relaciona con la satisfacción de los usuarios de la Oficina Desconcentrada del Jurado Nacional de Elecciones Sede Huancayo, 2021- 2022”

- **Equipo de Investigadores (nombres, cargo en el proyecto, institución, teléfonos).**

Investigador:

Teléfono:

- **Introducción / Propósito**

El presente estudio de investigación representará un antecedente y aporte metodológico y científico para futuras investigaciones relacionadas a la problemática en estudio o afines.

- **Participación**

Participaran los usuarios de la Oficina Desconcentrada del Jurado Nacional de Elecciones Sede Huancayo.

- **Procedimientos**

Se le aplicará dos instrumentos. Sólo tomaremos un tiempo aproximado de 20 a 30 minutos por instrumento.

- **Riesgos / incomodidades**

No habrá ninguna consecuencia desfavorable para usted, en caso de no aceptar la invitación. No tendrá que hacer gasto alguno durante el estudio.

- **Beneficios**

El beneficio que obtendrá por participar en el estudio, es el de recibir información oportuna y actualizada la calidad de servicio y satisfacción del usuario.

- **Alternativas**

La participación en el estudio es voluntaria. Usted puede escoger no participar o puede abandonar el estudio en cualquier momento. El retirarse del estudio no le representará ninguna penalidad o pérdida de beneficios a los que tiene derecho.

- **Compensación**

No recibirá pago alguno por su participación, ni de parte del investigador ni de las instituciones participantes. En el transcurso del estudio usted podrá solicitar información actualizada sobre el mismo, al investigador responsable.

- **Confidencialidad de la información**

La información recabada se mantendrá confidencialmente en los archivos de la universidad de procedencia. No se publicarán nombres de ningún tipo. Así que podemos garantizar confidencialidad absoluta.

- **Problemas o preguntas**

Escribir al yangali2011@gmail.com o comunicarse al Cel. 964069942.

- **Consentimiento / Participación voluntaria**

Acepto participar en el estudio: He leído la información proporcionada, o me ha sido leída. He tenido la oportunidad de preguntar dudas sobre ello y se me ha respondido satisfactoriamente. Consiento voluntariamente participar en este estudio y entiendo que tengo el derecho de retirarme en cualquier momento de la entrevista sin que me afecte de ninguna manera.

- **Nombres y firmas del participante o responsable legal**



---

Firma del entrevistado

---

Firma del investigador

Huancayo, a los 04 días del mes de abril de 2022.