



**ESCUELA DE POSGRADO**  
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**Calidad percibida y satisfacción del usuario externo en el  
Patronato Parque de las Leyendas, Lima, 2016**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:  
MAESTRO EN GESTIÓN PÚBLICA**

**AUTOR**

**Br. Cesar Baldomero Canales Palacios**

**ASESOR**

**Dr. Jorge Rafael Diaz Dumont**

**SECCIÓN**

**Ciencias empresariales**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

**Dirección**

**PERÚ- 2017**

Página del jurado

Dra. Gladys Sánchez Huapaya  
Presidente

Dra. Lidia Neyra Huamaní  
Secretario

Dr, Abner Chávez Leandro  
Vocal

### Dedicatoria

A mi esposa e hijas, por su respaldo y comprensión para continuar estudiando y culminar este proyecto.

A mi madre, por ser mi inspiración de trabajo y sacrificio.

A la memoria de mi padre, quien con sus vastos conocimientos, inculcó el valor de la educación e instrucción.

### Agradecimiento

A la Directora Ejecutiva del Patronato Parque las Leyendas, por haberme brindado las facilidades para realizar el trabajo de investigación.

Al Dr. Jorge Rafael Díaz Dumont, por su invaluable e incondicional apoyo para la elaboración del presente trabajo.

### Declaración de autenticidad

Yo, Cesar Baldomero Canales Palacios, estudiante del Programa de Maestría en Gestión Pública de la Escuela de Postgrado de la Universidad César Vallejo, identificado con DNI N° 08021496, con la tesis titulada “Calidad percibida y satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas, Lima, 2016”, declaro bajo juramento que:

- 1) La tesis es de mi autoría.
- 2) He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
- 3) La tesis no ha sido autoplagiada; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
- 4) Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), autoplagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.

Lima, .....de.....del 2017

.....

Firma

Cesar Baldomero Canales Palacios

DNI N° 08021496

## **Presentación**

Señores miembros del jurado, presento ante Ustedes la tesis titulada: “Calidad percibida y satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016”, con la finalidad de determinar la relación entre la calidad percibida y satisfacción del usuario externo, en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo para obtener el grado académico de Magister en Gestión Pública. Esperando cumplir con los requisitos de aprobación.

El autor.

## Índice

Página del jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Presentación	vi
Índice	vii
Lista de tablas	ix
Lista de figuras	x
Resumen	xi
Abstract	xii
<b>I. Introducción</b>	
1.1 Antecedentes	15
1.1.1 Antecedentes internacionales	15
1.1.2 Antecedentes nacionales	19
1.2 Fundamentación científica, técnica y humanística	25
1.2.1 Bases teóricas de la variable independiente: Calidad	25
1.2.2 Bases teóricas de la variable dependiente: Satisfacción de usuario externos	33
1.3 Justificación	39
1.4 Problema	40
1.5 Hipótesis	44
1.6 Objetivos	45
<b>II. Marco metodológico</b>	
2.1 Variable	48
2.2 Operacionalización de variables	48
2.3 Metodología	49
2.4 Tipo de estudio	49
2.5 Diseño de estudio	50
2.6 Población, muestra, y muestreo	52
2.7 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	55

2.7.1	Técnica	54
2.7.2	Instrumento	54
2.8	Validez y confiabilidad	55
2.9	Método de análisis de datos	58
2.10	Aspectos éticos	59
<b>III.</b>	<b>Resultados</b>	
3.1	Descripción de resultados	60
3.2	Prueba de hipótesis	69
<b>IV.</b>	<b>Discusión</b>	76
<b>V.</b>	<b>Conclusiones</b>	<b>81</b>
<b>VI.</b>	<b>Recomendaciones</b>	84
<b>VII.</b>	<b>Referencias bibliográficas</b>	84
Apéndices		
Apéndice 1	Matriz de consistencia	92
Apéndice 2	Instrumentos	94
Apéndice 3	Confiabilidad	99
Apéndice 4	Juicio de expertos	101
Apéndice 5	Base de datos	106
Apéndice 6	Artículo científico	120

### Lista de tablas

		Pág.
Tabla 1	Operacionalización de la variable calidad	48
Tabla 2	Operacionalización de la variable satisfacción de usuario externo	49
Tabla 3	Relación de validadores	56
Tabla 4	Confiabilidad del cuestionario de calidad	56
Tabla 5	Confiabilidad del cuestionario de satisfacción de usuario externo	57
Tabla 6	Calidad percibida en el Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016	60
Tabla 7	Satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016.	61
Tabla 8	Dimensión de tangibilidad de la calidad percibida en el Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016	62
Tabla 9	Dimensión de fiabilidad de la calidad percibida en el Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016	63
Tabla 10	Dimensión de capacidad de respuesta de la calidad percibida en el Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016.	64
Tabla 11	Dimensión de seguridad de la calidad percibida en el Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016	65
Tabla 12	Dimensión de empatía de la calidad percibida en el Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016	66
Tabla 13	Comparación de la calidad percibida y la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016	67
Tabla 14	La calidad percibida y la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016	68
Tabla 15	Correlación satisfacción del usuario y calidad	69
Tabla 16	Correlación satisfacción del usuario y tangibilidad	70
Tabla 17	Satisfacción del usuario y fiabilidad	71
Tabla 18	Satisfacción del usuario y capacidad de respuesta	72
Tabla 19	Satisfacción del usuario y seguridad	73
Tabla 20	Satisfacción del usuario y empatía	74

## Lista de figuras

	Pág.
Figura 1 Niveles de calidad percibida	60
Figura 2 Niveles de satisfacción de usuarios externos	61
Figura 3 Niveles de la dimensión tangibilidad	62
Figura 4 Niveles de la dimensión fiabilidad	63
Figura 5 Niveles de la dimensión capacidad de respuesta	64
Figura 6 Niveles de la dimensión seguridad	65
Figura 7 Niveles de la dimensión empatía	66
Figura 8 Comparación entre niveles de calidad y satisfacción de usuarios externos	67
Figura 9 Relación entre calidad percibida y satisfacción del usuario Externo	68

## Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo general de determinar la relación entre Calidad percibida y satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas, Lima, 2016.

La población o universo de interés en esta investigación, está conformada por 4000 usuarios del mes de Marzo 2016 del Patronato Parque de las Leyendas. Lima y la muestra de interés en esta investigación, está conformada por 350 usuarios del mes de Marzo 2016 del Patronato Parque de las Leyendas. Lima., muestra probabilística, en los cuales se han empleado las variables: Calidad percibida y satisfacción del usuario externo. El método empleado en la investigación fue el hipotético-deductivo. Esta investigación utilizó para su propósito el diseño no experimental de nivel correlacional de corte transversal, que recogió la información en un período específico, que se desarrolló al aplicar las encuestas de calidad de Parasuramen y satisfacción del usuario externo del Minsa, que brindaron información acerca de la relación que existe entre ambas variables, en sus distintas dimensiones; cuyos resultados se presentan gráfica y textualmente.

El resultado del coeficiente de correlación  $\rho$  Spearman de 0.846 indica que existe relación positiva entre las variables además se encuentra en el nivel de correlación alta y siendo el nivel de significancia bilateral  $p=0.000<0.01$  (altamente significativo), se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis general; se concluye que: La calidad percibida se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque de las Leyendas. Lima 2016.

Palabras clave: Calidad percibida y satisfacción del usuario.

## Summary

The present investigation had as general objective to determine the relationship between perceived Quality and external user satisfaction in the Parque de las Leyendas Patronage, Lima, 2016.

The population or universe of interest in this research is made up of 4000 users of the month of March 2016 of the Patronage of the Park of the Legends. Lima and the sample of interest in this investigation, is made up of 350 users of the month of March 2016 of the Patronage of the Park of the Legends. Lima, a probabilistic sample, in which the following variables were used: perceived quality and external user satisfaction. The method used in the research was hypothetic-deductive. This research used for its purpose the non-experimental design of correlational level of transectional cut, that collected the information in a specific period, that was developed when applying the surveys of quality of Parasuramen and satisfaction of the external user of the Minsa, that provided information about The relationship between the two variables, in their different dimensions; Whose results are presented graphically and textually.

The result of the rho Spearman correlation coefficient of 0.846 indicates that there is a positive relationship between the variables and is also found in the high correlation level and the bilateral significance level  $p = 0.000 < 0.01$  (highly significant), the null hypothesis is rejected and The general hypothesis is accepted; It is concluded that: The perceived quality is significantly related to the satisfaction of the external user in the Patronato Parque de las Leyendas, Lima, 2016.

Key words: Perceived quality and user satisfaction

## **I. Introducción**

La tesis titulada “Calidad percibida y satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas, Lima, 2016”, consta de siete capítulos elaborados a partir de una amplia investigación y análisis del tema, dando como resultado conclusiones y sugerencias valiosas para el propósito de la investigación.

En el primer capítulo se formuló la introducción, que a su vez contiene los antecedentes nacionales e internacionales, la justificación, el planteamiento del problema, las hipótesis y los objetivos de la presente investigación. Así mismo se justifica las razones de la elaboración de la tesis. En cuanto a los antecedentes se consideró conclusiones de tesis nacionales y extranjeros; se planteó un objetivo general y cinco específicos que tuvieron directa relación con las variables motivo de la tesis.

En el segundo capítulo referente al Marco metodológico se especificó una hipótesis general y cinco específicas siempre considerando las dos variables del tema de la investigación, además se hizo una definición conceptual y operacional de las mencionadas. En cuanto al tipo de estudio fue básico y por el diseño de estudio fue no experimental, correlacional y transversal. La población o universo de interés en esta investigación, está conformada por 4000 usuarios del mes de Marzo 2016 del Patronato del Parque de las Leyendas. Lima y la muestra de interés en esta investigación, está conformada por 350 usuarios del mes de Marzo 2016 del Patronato Parque de las Leyendas. Lima, método de investigación fue el hipotético deductivo; las técnicas la encuesta, los instrumentos aplicados fueron cuestionarios, el método de análisis de datos se realizó a través de procesamiento y análisis estadístico de datos.

En el tercer Capítulo se señalan los resultados donde se realiza la interpretación de los cuadros estadísticos.

En el cuarto capítulo se precisó la discusión de los resultados de la investigación, haciendo un cruce para el análisis, entre los antecedentes, las definiciones de las variables y dimensiones.

En el quinto capítulo se muestran las conclusiones a las cuales se arribó en el presente estudio.

Con referencia al sexto capítulo, podemos indicar que se elaboraron las recomendaciones, como un aporte significativo para mejorar las dificultades del problema que ha investigado en el presente estudio.

Finalmente, en el séptimo capítulo, se indican las referencias bibliográficas y los anexos correspondientes.

### **1.1.1. Antecedentes**

#### **1.1 Antecedentes Internacionales**

Chang (2014) realizó la tesis, titulada: *Atención al cliente en los servicios de la municipalidad de Malacatán San Marcos*. Universidad Rafael Landívar. México. El objetivo General de la investigación es proponer la Planeación Estratégica como una herramienta factible para mejorar el servicio que brindan los restaurantes de dicha cabecera, y para ello se utilizó como sujetos de estudio a los propietarios, colaboradores, y clientes de los restaurantes, se utilizó como instrumento las encuestas para determinar si es realmente necesario mejorar el servicio, descriptiva, no experimental, cuantitativa. El autor concluye que: En la Municipalidad de Malacatán, San Marcos, la atención al cliente carece de lineamientos estratégicos que orienten la conducta, aptitud y actitud de los colaboradores; no se cuenta con la adecuada ambientación de la infraestructura, que fortalezca la calidad de los servicios prestados, para incrementar la satisfacción de los usuarios y se genere una imagen institucional que persiga en su conjunto, crear las condiciones, que influencien en la participación ciudadana de la región, en el ejercicio de sus derechos y obligaciones como ciudadanos Guatemaltecos. En consecuencia, la mayoría de usuarios, califica la atención que actualmente se le brinda entre regular y buena; sin embargo, al analizar los aspectos tangibles e intangibles que la conforman, se concluye que es deficiente.

El usuario de los servicios de la Municipalidad de Malacatán, San Marcos, no se siente del todo satisfecho, ello debido a la variabilidad de los colaboradores al momento de ser atendidos en relación a la orientación, cortesía, amabilidad, el servicio en sí y a la deficiente ambientación de las instalaciones, ya que el usuario, espera que la atención sea la adecuada en aspectos como: información brindada, cortesía, amabilidad y rapidez; además que, las instalaciones sean cómodas, limpias, con la seguridad, y servicios básicos indispensables disponibles. Por tanto, para el cliente demandante de los servicios, la atención al cliente se calificó entre buena y regular; lo que les provocó un sentimiento de indiferencia a la hora de calificarla.

Al hacer un balance entre los aspectos agradables y desagradables, considerando de igual manera los resultados de la observación técnica efectuada de la atención al cliente y las condiciones actuales de la infraestructura municipal; es decir, la evaluación general de los aspectos tangibles e intangibles de la atención al usuario, se considera que la imagen institucional que proyecta la Municipalidad, es regular.

En la Municipalidad de Malacatán, San Marcos, no existe un plan previamente establecido de la atención al cliente; lo que provoca que no existan los lineamientos, procedimientos, guía y orientación adecuada, que permita a los colaboradores la sinergia de esfuerzos, para que, en su conjunto, se procure la satisfacción al usuario, fortalecer los servicios prestados y crear una imagen excelente de la institución.

En la actualidad, en la Municipalidad de Malacatán, San Marcos, no existe ningún programa de capacitación de la atención al usuario de los servicios municipales, lo que implica un desconocimiento total sobre el tema de servicio y atención al cliente por parte de los colaboradores, que en cierto sentido justifica por qué existen debilidades en la atención brindada a los usuarios.

No existe ninguna herramienta que permita verificar continuamente las deficiencias en atención al cliente o evaluación de desempeño de los colaboradores. Tampoco se mide la satisfacción del usuario; lo que provoca la carencia de información que permita establecer la mejora continua en la atención al cliente y la toma de decisiones adecuadas.

Civera (2012) realizó la tesis doctoral, titulada: *Análisis de la relación entre calidad y satisfacción en el ámbito hospitalario en función del modelo de gestión establecido*. Universidad Jaume. España. La importancia de la calidad y la preocupación constante de nuestros centros sanitarios por su mejora continua es cada vez mayor, tanto desde el punto de vista de la planificación de la asistencia sanitaria como de la gestión de los procesos asistenciales tanto extra como intrahospitalarios. El interés de la presente tesis doctoral se centra en el estudio de en qué medida la satisfacción con el personal médico y de enfermería de nuestros pacientes influye en la determinación de las distintas dimensiones de la calidad percibida por los mismos en relación con el proceso asistencial y con el hospital en general. En concreto, se centra en el análisis de aquellos factores que en mayor medida determinan la satisfacción de nuestros usuarios con el personal médico y de enfermería y a su vez la influencia de esta satisfacción sobre la calidad percibida por nuestros pacientes en la prestación de los servicios asistenciales y con el hospital en general. El autor concluye que: Una vez vista de forma sectorial e individualizada la influencia de las variables de calidad en la formación de la satisfacción con el personal médico, de enfermería e instalaciones y la satisfacción global en cada uno de los tres hospitales objeto del estudio, y en qué medida contribuyen las distintas variables en su formación, podemos concluir al realizar un estudio comparativo entre ellos, que en lo referente a la formación de la satisfacción con el personal médico y de enfermería, en ninguno de los tres hospitales excepto en el Hospital de Sagunto y exclusivamente para el personal de enfermería, influye el constructo “profesionalidad del personal”, es decir ni la formación, ni el grado de conocimientos, ni la competencia, ni experiencia del personal médico y de enfermería influyen en la formación de la satisfacción con este personal.

Este hecho paradójico, podría explicarse porque nuestros pacientes ya dan por hecho que sus médicos y enfermeras disponen ya de un alto grado de profesionalidad, y por consiguiente pasan a valorar más otras variables en la formación de la satisfacción con este personal, como son: trato personal, confianza, empatía, información y coordinación. Es decir, dado que las profesionalidades entienden que la tienen asegurada, lo que buscan son obtener otros valores no menos importantes que la profesionalidad, como son: sentirse cómodos explicando sus problemas, preguntando sus dudas, sintiéndose escuchados y siendo tratados

de forma personalizada, solucionando rápido sus problemas y recibiendo información completa, de forma continua y comprensible sobre su proceso, fundamentalmente. Como podemos observar, estos valores no responden a criterios de conocimiento científico sanitario, si no a criterios sociales, éticos y de comportamiento. Ello nos puede poner en alerta a efectos de tener en cuenta la gran importancia y trascendencia que tiene el complementar la formación estrictamente sanitaria de nuestros profesionales con una adecuada formación básica en ciencias sociales y de comportamiento, que sean capaces de aportar a nuestros profesionales los valores demandados por nuestros pacientes. Sería conveniente introducir estas materias en las licenciaturas/diplomaturas o bien realizar formación continua en las materias mencionadas para aquellos profesionales que ya se encuentran prestando servicios en las Instituciones Sanitarias. No obstante, consideramos importante incorporar la formación básica mencionada a la hora de planificar los estudios conducentes a la obtención de la licenciatura en medicina y/o diplomatura en enfermería. Se detecta que, en la formación de la satisfacción global en los tres hospitales, influye de forma constante "satisfacción con el personal médico y de enfermería". Ello resulta comprensible si tenemos en cuenta que el personal médico y de enfermería son los actores y pilares básicos en los que se fundamenta el proceso asistencial.

En relación con la satisfacción con las instalaciones, podemos concluir que a nuestros pacientes les interesa y se sienten satisfechos en función del grado de funcionalidad, amplitud, comodidad y agradabilidad del ambiente de nuestras instalaciones (consultas, salas de espera, accesibilidad a las instalaciones del servicio) y que contribuyen en gran medida a la formación de la satisfacción global con nuestros hospitales. Dado que la satisfacción con las instalaciones es el elemento que más contribuye a la formación de la satisfacción global, podemos concluir en la necesidad de abordar una reforma estructural de nuestros centros y/o en su caso establecer nuevos diseños funcionales de nuestras instituciones asistenciales que satisfagan y se adapten a las necesidades de nuestros pacientes.

Salgado (2012) realizó la tesis, titulada: *Evaluación de la calidad de atención a los clientes externos del departamento de bacteriología del Instituto Nacional de Higiene "Rafael Rangel"*. Caracas 2012. Universidad Católica Andrés Bello. clientes

externos del Departamento de Bacteriología del Instituto Nacional de Higiene “Rafael Rangel”, específicamente los pertenecientes a epidemiología de la región capital. Este trabajo consiste en una investigación aplicada evaluativa, la cual se propone diseñar una encuesta que incluya variables como comunicación, accesibilidad, amabilidad, credibilidad, comprensión, tiempo de respuesta, instalaciones físicas, oportunidad, continuidad, suficiencia e integridad, racionalidad lógico-científica, satisfacción del usuario y del proveedor, efectividad, eficiencia, optimización, aceptabilidad, legitimidad y equidad. Se utilizará una escala de medición del 1 al 5 de la satisfacción del cliente. Se espera con la realización de este trabajo, sea considerada la opinión de los clientes externos para mejorar la calidad de atención del servicio de bacteriología en los aspectos que sean necesarios; de esta manera cubrir y satisfacer las expectativas de los mismos, e ir creando, a futuro, modelos de respuesta inmediata, con la finalidad de gestionar adecuadamente y tomar medidas sobre ello. El autor concluye que: A través de esta investigación se identificó y estimó las necesidades del cliente externo que solicita los servicios de Bacteriología del Instituto Nacional de Higiene “Rafael Rangel”, a través de niveles bajos de indicadores de calidad de atención.

De esta manera se contrastó la atención que se presta en el servicio con estos indicadores, para determinar las necesidades susceptibles de mejora y evaluar la necesidad del servicio. Se vio la necesidad de crear modelos de respuesta inmediata, con la finalidad de gestionar adecuadamente y tomar medidas sobre ello. Así como también mejorar las expectativas del cliente externo del departamento de bacteriología del Instituto Nacional de Higiene “Rafael Rangel”, con la finalidad de mejorar la percepción que estos tienen de la calidad de atención ofrecida por el departamento.

### **1.1.2 Antecedentes nacionales**

Cordova (2010) realizó la tesis, titulada: *Satisfacción del usuario externo en el área de emergencia del Hospital Grau, en relación con la motivación del personal de salud*. UNMSM. Objetivo: determinar el grado de Satisfacción del usuario externo del área de emergencia del Hospital Grau en relación a la motivación del personal de salud. Metodología.- Se realiza un estudio descriptivo, prospectivo y transversal

durante los meses de junio a diciembre del 2006 en el área de Medicina, Traumatología y Cirugía del área de emergencia del Hospital Grau, con encuesta a 66 miembros del personal de salud para estudio de motivación por la teoría de Herzberg, en correlación con 120 usuarios externos que asisten a dichos tópicos divididos en siete grupos a quienes se le aplica la encuesta sobre satisfacción de Servqual modificado por Elías y Álvarez. Se confecciona una base de datos en Excel, la motivación fue evaluada con análisis de correlación de Pearson. El autor concluye que: El personal de Salud que trabaja en las diferentes áreas de la emergencia en Medicina, Cirugía, y Traumatología del Hospital de Emergencias Grau presentan un predominio de los factores motivacionales intrínsecos (desviación estándar 2,5%), especialmente con la oportunidad del logro por el aprendizaje, responsabilidad en el trabajo y obtención de éxito en el trabajo, que con los factores extrínsecos o de Higiene o de insatisfacción. De acuerdo a la teoría de Herzberg, podemos decir que se hallan motivados.

El nivel de satisfacción del usuario externo de acuerdo a las encuestas de Servqual modificado por Elías y Álvarez, fluctúa entre un máximo de 64.2% de aseguramiento o cortesía, y un mínimo de 54.9% en empatía o atención individualizada del usuario, con cifras intermedias en otros ítems como fiabilidad nivel de efectividad (en 63.3%), tangibilidad o aspecto de las personas e instalaciones físicas (56.7%), sensibilidad o tiempo de espera (55%).

El 33% de los usuarios externos se halla satisfecho, poco satisfecho en un 43%, y no satisfechos en un 24 %.

No existe una correlación significativa estadística entre satisfacción del usuario externo y la motivación del personal de salud.

Si existe una correlación estadísticamente significativa entre satisfacción del usuario externo con la motivación del personal de salud si sumamos los resultados de satisfacción (33%) y poca satisfacción (43%) en el servicio de emergencia.

Pino (2012) realizó la tesis doctoral: *La relación entre el sector industrial y el tamaño de empresa con las prácticas de la calidad total y el desempeño organizacional*. PUCP. En la presente investigación cuantitativa, realizada en siete ciudades del Perú, se analizaron las prácticas de compromiso gerencial, enfoque en el cliente, administración de la calidad del proveedor, entrenamiento al

trabajador, otorgamiento de poder al trabajador, involucramiento del trabajador, uso y análisis de la información, y diseño del producto; encontrándose que tienen una relación significativa con el desempeño operacional. Además, se encontró que la relación entre el uso de estas prácticas y el desempeño varía entre las empresas productoras de servicios y las productoras de bienes; así como entre las empresas pequeñas, medianas, y grandes. Se encontró también que las prácticas de otorgamiento de poder al trabajador e involucramiento del trabajador presentaron la menor correlación con el desempeño operacional, a diferencia de lo que se ha encontrado en países culturalmente distintos al Perú. Esto sugiere que la cultura nacional podría ser uno de los factores relacionados con la efectividad del uso de estas prácticas. No se conocen publicaciones académicas que hayan analizado a la vez la relación del sector industrial y el tamaño de la organización con la efectividad del uso de las prácticas de la calidad total, y en ello consiste la originalidad del presente estudio. El autor concluye que:

Las prácticas de la calidad total tienen una relación significativa con el desempeño operacional de las organizaciones privadas.

Las prácticas de la calidad total no guardan la misma relación con el desempeño operacional para todo tipo de empresas. Esto está a favor del argumento que defiende que la gestión de la calidad total debería ser contextual.

Los trabajadores en estas empresas deben ser entrenados en atención al cliente y en mejora de la calidad del servicio.

El liderazgo de la alta dirección, transmitido a través de la dedicación de los gerentes a los temas relacionados con la calidad, es también muy importante en este tipo de empresas.

En la medida en que una empresa crece van adquiriendo importancia las relaciones que se puedan establecer con los proveedores, ya que las empresas suelen especializarse en ciertos procesos e incrementar la relación de interdependencia con aquellos.

La figura del gerente continúa siendo relevante para asegurar el desempeño operacional de la organización, pero básicamente, la administración de los procesos es un aspecto clave en estas empresas.

En las empresas grandes productoras de servicios, las prácticas que más se relacionan con el desempeño operacional son el diseño del producto, el compromiso gerencial, y el enfoque en el cliente.

La importancia del enfoque en el cliente en las empresas grandes productoras de servicios va ligada a las actividades de diseño de nuevos servicios, por lo que estas empresas invierten en conocer el nivel de satisfacción de los clientes.

Por un lado, respecto de la gestión de la calidad total, este resultado muestra que hay más homogeneidad entre las empresas productoras de bienes que entre las productoras de servicios. Por otro lado, que al tener las empresas productoras de bienes procesos más homogéneos y repetitivos que las productoras de servicios, la presencia del líder con respecto a los temas relacionados con la calidad no es tan importante como en el caso de los servicios, y es el entrenamiento al trabajador en estos temas el que adquiere relevancia. El que una de las características de los bienes sea que los productos son tangibles, hace que la calidad en estos sea medida de manera más objetiva que en los servicios, lo que permite que un mayor contacto con los clientes genere una mejora en el desempeño operacional; siempre que se pueda convertir la información de los clientes en buenos productos, para lo cual es importante el diseño del producto.

El otorgamiento de poder al trabajador mostró una correlación más alta con el desempeño operacional en Lima que en provincias. El Perú es un país con alta distancia de poder y alta aversión a la incertidumbre, así como baja masculinidad y bajo individualismo. Si el otorgamiento de poder está relacionado con la cultura, este resultado estaría mostrando que al menos alguna de las dimensiones culturales tendría valores distintos en Lima y en provincias.

Las prácticas gerenciales asociadas a la calidad total se pueden agrupar entre las que se relacionan con los procesos de la empresa, las que involucran la gestión del personal, las herramientas y las técnicas.

Los resultados obtenidos en el presente estudio soportan el argumento que indica que son las características propias de un país las que definen los métodos administrativos que podrían aplicarse con más éxito, y que debe tenerse cuidado al aplicar en un país técnico de gestión que hayan sido desarrolladas en otro contexto cultural. La relación de las prácticas de la calidad total y el desempeño organizacional es indirecta, a través del desempeño operacional.

Veliz (2013) realizó la tesis, titulada: *Calidad percibida por los usuarios externos e internos frente a los servicios que reciben en los centros de referencia para infecciones de transmisión sexual (Cerits) de la Disa II Lima Sur*, en la Pontificia Universidad Católica del Perú. El objetivo de la presente investigación es analizar la calidad percibida por los usuarios externos e internos frente a los servicios que reciben en los Centros de Referencia para Infecciones de Transmisión Sexual de la DISA Lima Sur, es decir en los CERITS de Villa el Salvador y Chorrillos, en el periodo de Agosto a Octubre del 2011. El estudio es de tipo exploratorio de corte transversal, porque examina el tema a investigar en un momento dado y en un lugar determinado. Es descriptivo, porque a través del análisis e interpretación de los datos resultantes se procede a describir la situación en función a las variables de estudio. Asimismo, se aborda con un enfoque cuantitativo puesto que buscamos determinar la magnitud de la calidad percibida de los usuarios externos e internos a efectos de explorar las razones de sus respuestas. El autor concluye que:

Las encuestas revelan que los usuarios externos de ambos cerits presentan expectativas superiores a muy importante (6puntos), y percepciones superiores a bueno (5 puntos), en los atributos evaluados. Mayores expectativas y menores percepciones se presentan en el CERITS de Villa el Salvador.

Los servicios prestados en el CERITS Chorrillos no han alcanzado las expectativas de los usuarios externos en veintinueve (29) de los cincuenta (50) ítems evaluados; a diferencia de Villa el Salvador, donde esta cifra se eleva a cuarentaisiete (47).

Un aspecto resaltante es que de los diez (10) ítems que presentan mayores brechas negativas, ocho (08) corresponden a los mismos aspectos en ambos CERITS, y cinco (05) de ellos pertenecen al atributo SEGURIDAD. Esto último está influenciado por las expectativas no superadas de los usuarios externos de ambos CERITS en lo que respecta a encontrar mecanismos para presentar sugerencias quejas y reclamos, y cuando éstos se encontraron, sus demandas no fueron resueltas.

Los servicios prestados en el CERITS Chorrillos alcanzaron o superaron las expectativas de los usuarios externos en veintiuno (21) de los cincuenta (50) ítems

evaluados; a diferencia de Villa el Salvador, donde esta cifra disminuye a tres (03). Los tres ítems que colmaron o superaron las expectativas en ambos CERITS, están relacionadas con la atención sin discriminación y el respeto a la privacidad, ambos ítem corresponden a los atributos: respeto al usuario y seguridad.

En cuanto al ítem discriminación del atributo respeto al usuario, considerando que la población vulnerable materia del presente está altamente expuesta a este tipo de maltrato psicológico, un aspecto a remarcar, es que la población encuestada, a pesar de presentar expectativas promedios cercanas a muy importante (5.83 puntos) respecto a que lo atiendan sin discriminación en los diferentes servicios, su percepción promedio se ubicó bastante cerca a muy bueno (5.89 puntos), determinando en ambos una brecha positiva equivalente a +0.06 puntos.

En relación al servicio brindado en el consultorio médico del CERITS Chorrillos, se superaron las expectativas de los usuarios externos, en los diferentes ítems evaluados, excepto en el tiempo de atención, el cual no es considerado el adecuado por el usuario externo (-0.08 puntos) y la necesidad de mayor capacitación para el usuario interno (-0.14 puntos). De acuerdo a los resultados obtenidos para los ítems señalados, en el CERITS de Villa el Salvador no se lograron superar las expectativas de sus usuarios externos.

En relación al servicio brindado en el consultorio de consejería de ambos CERITS, no se superaron las expectativas de los usuarios externos, en los diferentes ítems evaluados, excepto en el ítem referido al respeto a privacidad durante la atención.

En relación al servicio brindado en el Laboratorio, no se superaron las expectativas de los usuarios externos, en los diferentes ítems evaluados, excepto en el ítem referido al respeto a privacidad durante la atención.

La disconformidad de los usuarios en cuanto al tiempo que deben esperar para ser atendidos en los diferentes servicios, es uno de los aspectos con mayores discrepancias. Las brechas son más amplias en los servicios que brinda el CERITS de Villa el Salvador y sobresale esta incomodidad en el Servicio de Admisión.

## 1.2. Fundamentación teórica

### 1.2.1 Fundamentación teórica de la variable calidad

#### Definición de calidad

Deming (1989) citado por Yulitza (2010), señaló: "la calidad es un grado predecible de uniformidad y fiabilidad a bajo coste, adecuado a las necesidades del mercado. (p.1).

Para alcanzar este objetivo el camino a seguir es la calidad. La manera de conseguir una mayor calidad es mejorando el producto y la adecuación del servicio a las especificaciones para reducir la variabilidad en el diseño de los procesos productivos.

Juran (1993) citado por Yulitza (2010), señaló: "la calidad se define como adecuación al uso, esta definición implica una adecuación del diseño del producto o servicio (calidad de diseño) y la medición del grado en que el producto es conforme con dicho diseño (calidad de fabricación o conformidad)" (p.1).

La calidad de diseño se refiere a las características que potencialmente debe tener un producto para satisfacer las necesidades de los clientes y la calidad de conformidad apunta a cómo el producto final adopta las especificaciones diseñadas

Crosby (1987) citado por Yulitza (2010), y señaló: "es que la calidad no cuesta, lo que cuesta son las cosas que no tienen calidad" (p. 1). Crosby define calidad como conformidad con las especificaciones o cumplimiento de los requisitos y entiende que la principal motivación de la empresa es el alcanzar la cifra de cero defectos.

García (2001) citado por Yulitza (2010), señaló: "la definición de calidad más aceptada en la actualidad es la que compara las expectativas de los clientes con su percepción del servicio (p.1). El desarrollo de la industria de los servicios ha

supuesto un desarrollo de una nueva óptica del concepto de calidad que se focaliza más hacia la visión del cliente.

Gryna (1993) citado por Yulitza (2010), definió que: “la principal ventaja de esta perspectiva de la definición es la dependencia de los consumidores que son, en última instancia, los que hacen la valoración última del servicio consumido”. (p.1).

Estas definiciones, parten del desarrollo de los servicios y la evaluación de su calidad. Está dirigida a la percepción que tiene el usuario del servicio. Se basa en satisfacer los deseos de los consumidores al adquirir un servicio.

### **Importancia de la calidad en las instituciones públicas.**

Gobierno Salta (2014), señaló que: “si los servicios públicos se entregan sin errores, sin fallas, sin lentitud, sin desperdicios y sin duplicidades, mediante el uso eficiente de los recursos materiales, humanos y económicos, los equipos de trabajo y el tiempo utilizado, generarán credibilidad y confianza en las organizaciones del Estado y seremos cada día mejores servidores públicos. (p.11).

Cada entidad no puede ser estática, los conceptos de calidad que se emplean siempre están en relación a los cambios del entorno, si bien los principios siempre serán los mismos se debe de ir acorde con los tiempos sobre todo si se desea trabajar con calidad, las estrategias permanentemente están cambiando en base a las necesidades del alumno, para ello es necesario las encuestas periódicas para poder tener un diagnostico actualizado y operativo en el sentido que se puedan aplicar estrategias de mejoramiento continuo que permitan acercarse a la calidad que se requiere en esa entidad.

### **La calidad en los servicios públicos**

Gobierno Salta. (2014), señaló que: La calidad en los servicios públicos es una exigencia constitucional y es una obligación irrestricta de la administración pública. Es además “el recurso con que cuenta un Estado para compensar las

desigualdades de la población a la que sirve, porque es la posibilidad real de que el conjunto de ciudadanos reciba los mismos servicios” (p.14).

La efectividad y la eficiencia son complementarios cuando se realiza una gestión excelente, este equilibrio se da en conjunción con la planificación y los recursos, pero centrados en las necesidades del usuario, no en todas las regiones del país serán las mismas necesidades, el ámbito geográfico influye mucho en otras necesidades que tienen prioridad, por tanto, de acuerdo al entorno es la planificación y de acuerdo a la necesidad es la planificación.

### **Gestión de la calidad.**

Malvicino (2014), señaló que:

Gestionar la calidad en una empresa implica realizar todas las tareas inherentes a la consolidación de una organización que se prepara para garantizar calidad en sus productos. Esa calidad en función de un compromiso, de una especificación de producto o servicio, del tiempo de entrega, de un ambiente organizacional predispuesto a la mejora continua, de un conjunto de procedimientos hechos para identificar por dónde las cosas se están haciendo bien en función de un parámetro externo o norma adoptados voluntariamente (p.6).

La satisfacción se puede medir como calidad cuando se expresa en sentido positivo, un acercamiento a las condiciones requeridas y las experiencias del alumno en relación a sus valores y expectativas. Gestionar la calidad de un servicio en una organización es dar de una forma planificada y organizada los servicios requeridos para satisfacción del usuario.

### **Desarrollo de la calidad a través de la calidad.**

Gobierno Salta (2014), señaló:

Toda persona que trabaja en una Unidad de Organización que brinda un servicio público, necesita una visión en la que pueda creer y confiar, una política de logros permanentes donde experimente el desafío de dar diariamente lo mejor de sí a los usuarios, un sentido de

trabajo en equipo que lo enriquezca y le muestre el respaldo, que sienta que la calidad y la integridad son inseparables, que en una “sociedad de calidad” la honestidad, la categoría y el principio de dar un valor total por lo que recibimos pueda convertirse en una regla de conducta.(p.16).

Cuando la institución revisa los errores encontrados en el servicio puede cuantificar la calidad del servicio prestado de acuerdo a lo evaluado por los usuarios, además de demostrar los puntos importantes en donde la institución debe actuar para mejorar su servicio educativo, el instrumento servqual apunta su atención a estas falencias que están dando problemas de calidad menor de acuerdo a la percepción de los alumnos, este centra su evaluación en lo que cree que debió recibir y lo que realmente recibió, estableciendo los parámetros de medida de la calidad del servicio educativo entregado.

### **Teorías recientes de la calidad.**

Rojas (2013), señaló las siguientes teorías modernas:

Shigeo citado por Rojas (2013):

Es tal vez uno de los menos conocidos, pero su impacto en la industria japonesa, incluso en la estadounidense ha sido muy grande. Junto con Taiichi Ohno, desarrolló un conjunto de innovaciones llamadas “el sistema de producción de Toyota”. En cierta compañía, Shingo fue responsable de reducir el tiempo de ensamble de cascos de cuatro meses a dos meses. (p.11).

Fue el que impuso un proceso de control basado en la estadística, como autor por haber impulsado su filosofía de calidad al establecer una cultura de calidad en los productos o servicios que comienzan desde el inicio del proceso hasta su culminación, agregándole como valor agregado al control de calidad del producto final.

### Poka – Yoke

También conocido como a prueba de errores, o como “cero defectos”. Consiste en que, al momento de que se detecta algún defecto en el proceso, este se detiene y se investigan todas las causas y las posibles causas futuras, no se utilizan las estadísticas ya que es 100% inspección, donde pieza por pieza se verifica que no tenga ningún defecto (p.11).

La contribución es considerada más amplia, a pesar de que Deming lo combinaba con la estadística dándole un tinte técnico, introduce en su postulado al usuario y en la gerencia observada desde arriba abajo, centrándose en procesos administrativos que influyen en la calidad antes que en el consumidor del servicio.

### Carlzon citado por Rojas (2013)

Es necesario que todos los empleados sientan que son muy importantes dentro de la empresa, así que se considera a la motivación una pieza fundamental para lograr la calidad a través de la gente. Si damos libertades a otras personas para tomar decisiones, saldrán a flote recursos en las personas que nunca hubiéramos conocido, y siempre estarían ocultos (p.12).

Toda la entidad la data estadística con indicadores específicos para generar motivación, comunica a través de la entidad hechos y datos estadísticos y utiliza la medición como una motivación, involucra a todos los trabajadores en lo relacionado a la calidad del servicio desde su inicio y en todas sus etapas, establece los círculos de calidad para controlar el proceso y establece el liderazgo de la dirección, como el impulsor o motor de los procesos de calidad.

### Conway citado por Rojas (2013):

El habla de la "forma correcta de administrar" y de un "nuevo sistema de administración" en lugar de la mejoría de la calidad. Su experiencia y su perspectiva más amplia desde el punto de vista de la administración se reflejan en todo su trabajo. Está de acuerdo con los

gurús en que el problema mayor es que la alta dirección no está convencida de que la calidad aumenta la productividad y disminuye los costos. Sin embargo, también reconoce que la "administración quiere y necesita una ayuda real, no una crítica destructiva" (p.12).

Dada la evolución de la calidad surgen nuevas teorías acorde con la globalización y con los tiempos. La evaluación de la calidad es el costo que representan las deficiencias en concordancia con los requisitos del servicio. Establece dos aspectos fundamentales de la calidad que son la motivación y la planeación, primigenia la prevención como fundamento para no cometer errores, el costo que representa la baja calidad podría impedir la inversión en los nuevos procesos de calidad.

El instrumento Servqual, que es definido por Castillo (2010), como:

La escala multidimensional SERVQUAL es una herramienta para la medición de la calidad del servicio desarrollada por Zeithaml, Parasuraman y Berry, con el auspicio del Marketing Science Institute en 1988. Ha experimentado mejoras y revisiones y ha sido validada en América Latina por Michelsen Consulting, con el apoyo del nuevo Instituto Latinoamericano de calidad en los servicios. El estudio de Validación concluyó en Junio de 1992. Los autores sugieren que la comparación entre las expectativas generales de los usuarios (Clientes, usuarios, pacientes, alumnos, beneficiarios, etc.) y sus percepciones respecto al servicio que presta una organización, puede constituir una medida de calidad del servicio, y la brecha existente entre ambas e indicador para mejorar. El usuario o cliente tiene ciertas necesidades y deseos, de los cuales a veces incluso no está consciente (p.1).

Estas necesidades y deseos deben ser recogidos por la organización para diseñar y prestar (entregar) servicios que logren su satisfacción. Algunos sistemas son capaces de identificar las necesidades reales del cliente, mientras que otros sólo perciben las necesidades de las cuales el cliente está consciente. Ambas

perspectivas son útiles para mejorar la calidad de servicio y tender a una mayor satisfacción de quien recibe el servicio. La escala multidimensional SERVQUAL mide y relaciona percepción del cliente y expectativas respecto de calidad de servicio.

### **Dimensiones de la calidad.**

Establecidas por Parasuraman en su instrumento SERVQUAL, detalla las siguientes dimensiones:

Munch (2012), define como dimensiones de la calidad las siguientes:

**Tangibilidad:** Evidencia de los beneficios que obtuvo el cliente al comprar el producto o servicio. Apariencia de las instalaciones equipos, empleados y materiales de comunicación.

**Fiabilidad:** Consiste en poseer las habilidades y conocimientos requeridos para desempeñar el servicio, como destrezas del personal que atiende a los clientes, conocimientos y habilidades del personal de soporte y, por supuesto, capacidad de los directivos.

**Sensibilidad:** Desempeñarse con veracidad y honestidad, con objeto de lograr la satisfacción de las necesidades de los clientes.

**Capacidad de respuesta:** Servir al cliente pronto y eficazmente. **Empatía:** La empatía va más allá de la cortesía: consiste en ponerse en el lugar del cliente para satisfacer sus expectativas (p.3).

Cada una de estas dimensiones conllevan a evaluar diferentes aspectos de la calidad en la institución que se evalúa, establecen niveles sobre lo que el servicio promete para satisfacer al que consume, evalúa la imagen de la institución y las características del servicio en relación con las expectativas y percepción final de cuando hace uso del servicio que se le brinda, comprometiéndose en cubrir sus requerimientos.

Zamudio (2011), establece las siguientes dimensiones:

**Elementos tangibles (T):** Apariencia de las instalaciones, equipos, empleados y materiales de comunicación.

**Fiabilidad (RY):** Habilidad de prestar el servicio prometido tal como se ha prometido con error cero.

**Capacidad de respuesta.** El deseo de ayudar y satisfacer las necesidades de los clientes de forma rápida y eficiente. Prestar el servicio de forma ágil.

**Seguridad o garantía (A).** Conocimiento del servicio prestado, cortesía de los empleados y su habilidad para transmitir confianza al cliente.

**Empatía (E).** Atención individualizada al cliente. La empatía es la conexión sólida entre dos personas. (p.10).

La facilidad de responder a un servicio técnico que permite poner rápidamente el servicio en condiciones de entrega en circulación, un factor más que hay que tomar en cuenta es cuanto sabe y cuanto conoce el trabajador sobre el servicio, si esto es bueno en el primer contacto, el alumno reaccionara con confianza, otro factor importante es el marketing boca a boca, cuando el servicio es excelente el cliente lo recomienda inmediatamente a su grupo familiar y amical, etc.

Aiteco (2016), define las siguientes dimensiones:

**Elementos Tangibles:** Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación.

**Fiabilidad:** Habilidad para realizar el servicio de modo cuidadoso y fiable.

**Capacidad de Respuesta:** Disposición y voluntad para ayudar a los usuarios y proporcionar un servicio rápido.

**Seguridad:** Conocimientos y atención mostrados por los empleados y sus habilidades para concitar credibilidad y confianza.

**Empatía:** Atención personalizada que dispensa la organización a sus clientes. (p.4).

El Modelo SERVQUAL de calidad de servicio fue elaborado por Zeithaml, Parasuraman y Berry (2000), cuyo propósito es mejorar la calidad de servicio ofrecida por una organización. Utiliza un cuestionario tipo que evalúa la calidad de

servicio a lo largo de cinco dimensiones: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles. Está constituido por una escala de respuesta múltiple diseñada para comprender las expectativas de los clientes respecto a un servicio. Permite evaluar, pero también es un instrumento de mejora y de comparación con otras organizaciones.

Geo (2016), definió las cinco dimensiones del Servqual de la siguiente forma:

**Tangibilidad:** Apariencia de las instalaciones físicas (infraestructura), equipos, empleados y comunicación.

**Fiabilidad:** Tiene relación con la habilidad de prestar el servicio de forma precisa.

**Capacidad de respuesta:** Deseo genuino de ayudar a los clientes y de servirles de forma rápida.

**Seguridad:** Se refiere al conocimiento del servicio prestado y amabilidad de los empleados, así como su habilidad para transmitir confianza al cliente.

**Empatía:** Atención personalizada y con atención en los detalles. (p.2).

Entregar un servicio de calidad, es un aspecto fundamental si se tiene por objetivo lograr fidelizar a una masa crítica de clientes. De allí radica la importancia de medir dicha calidad, tarea que no sólo permite establecer objetivos claros, identificar problemas y comparar la situación antes y después de los cambios, sino que también medir la satisfacción del consumidor, la que puede cuantificarse como la diferencia entre sus expectativas y sus percepciones.

### 1.2.2. Bases teóricas de la variable 2: Satisfacciones del usuario externo

#### Definición de satisfacciones del usuario externo

Howard y Sheth (1969) citados por Bibing (2014), señaló que: “es el estado cognitivo derivado de la adecuación o inadecuación de la recompensa recibida respecto a la inversión realizada, se produce después del consumo del producto o servicio” (p.4).

El objetivo de los servicios es satisfacer las necesidades de sus usuarios, y el análisis de la satisfacción es un instrumento de medida de la calidad de la atención.

Hunt (1977) citado por Bibing (2014), señaló que es la “evaluación que analiza si una experiencia de consumo es al menos tan buena como se esperaba, es decir, si se alcanzan o superan las expectativas” (p.4).

Para el usuario, la calidad depende principalmente de su interacción con el personal, de atributos tales como el tiempo de espera, el buen trato, la privacidad, la accesibilidad de la atención y, sobre todo, de que obtenga el servicio que procura.

Oliver (1981) citado por Bibing (2014), señaló que es el “estado psicológico final resultante cuando la sensación que rodea a la discrepancia de las expectativas se une con los sentimientos previos acerca de la experiencia de consumo” (p.4).

Cuando los sistemas de la entidad y sus trabajadores ponen al usuario por encima de todo, ellos le ofrecen un servicio que no solo cubren los estándares técnicos de calidad, sino que también cubren sus necesidades relacionadas a otros aspectos de la calidad, tales como respeto, información pertinente y equidad

Carroll (1981) citado por Bibing (2014), señaló que es el “juicio evaluativo o cognitivo que analiza si el producto o servicio produce un resultado bueno o pobre o si el producto es sustituible o insustituible” (p.4).

Se dan desde el inicio de la relación con la institución, con el que lo atiende, con quien le realiza el servicio, con el contacto final de tal manera que empieza con una evaluación por áreas.

Surprenant (1982) citado por Bibing (2014), señaló que es la “respuesta a la compra de productos y/o uso de servicios que se deriva de la comparación por el consumidor, de las recompensas y costes de compra con relación a sus consecuencias esperadas” (p.4).

Las percepciones y expectativas varían de un usuario a otro ya que cada persona analiza los servicios recibidos en forma diferente.

**Importancia de la satisfacción del usuario externo.**

López (2016), señaló:

En la actualidad, lograr la plena “satisfacción del cliente”, es un requisito indispensable para ganarse un lugar en la “mente” de los clientes y por ende, en el mercado meta. Por ello, el objetivo de mantener satisfecho a cada cliente ha traspasado las fronteras del departamento de mercadotecnia para constituirse en uno de los principales objetivos de todas las áreas funcionales (producción, finanzas, recursos humanos, entre otros) de las empresas exitosas. (p.2).

Ética Empresarial (2010), señaló que:

Los clientes externos y clientes internos tienen igual de importancia, por lo tanto, deben ser tratados de igual manera. En primer lugar, es cuestión de justicia y de ética, en segundo lugar, porque conviene. ¿Cómo se puede esperar que los trabajadores traten bien a los clientes si la empresa no es capaz de tratarlos bien a ellos? El trato a los clientes internos empieza por el lugar de trabajo. Si el entorno de trabajo es más profesional, más agradable, más eficiente, seguro, bien alumbrado y está provisto de los mejores equipos y herramientas, entonces se pueden contratar a los mejores trabajadores. (p.2).

Algo a tomar en cuenta con respecto a la satisfacción del cliente, es que ésta no depende exclusivamente del producto o servicio brindado, sino que también depende de dos factores: la percepción del valor o desempeño del producto que el cliente tenga, y sus expectativas.

**Beneficios de lograr la satisfacción del usuario externo.**

López (2016), señaló que, existen tres beneficios:

Primer beneficio: El cliente satisfecho, por lo general, vuelve a comprar.

Segundo beneficio: El cliente satisfecho comunica a otros sus experiencias positivas con un producto o servicio.

Tercer beneficio: El cliente satisfecho deja de lado a la competencia. (p.8).

En síntesis, toda empresa que logre la satisfacción del usuario obtendrá como beneficios la lealtad del usuario (que se traduce en futuras ventas), difusión gratuita (que se traduce en nuevos clientes) y una determinada participación en el mercado.

### **Tipos de usuarios**

Ameca (2014), clasificó a los usuarios como:

**Usuarios leales:** son la base de la empresa ya que generan hasta un 50% de los ingresos.

**Usuarios especializados en descuentos:** son compradores regulares de acuerdo al grado de descuento que la empresa ofrece.

**Usuarios impulsivos:** se guían por sus impulsos, no se van de la tienda sin dejar de comprar algo.

**Usuarios basados en las necesidades:** tienen una necesidad y buscan un producto porque lo necesitan.

**Usuarios errantes:** no tienen alguna necesidad cuando entran al negocio, lo hacen de manera esporádica.

Ante los aspectos que dependen directamente de la entidad pública, ésta se encuentra con el dilema de establecer el nivel correcto de expectativas, ya que las expectativas demasiado bajas no atraen suficientes usuarios; pero las expectativas demasiado altas generan usuarios decepcionados luego de la atención.

### **Teorías de la satisfacción del usuario externo.**

Bibing (2014), señaló las siguientes teorías:

**Teoría de la equidad:** de acuerdo con esta teoría, la satisfacción se produce cuando una determinada parte siente que el nivel de los resultados obtenidos en un proceso está en alguna medida equilibrados con sus entradas a ese proceso tales como el coste, el tiempo y el esfuerzo.

**Teoría de la atribución causal:** explica que el usuario ve resultado de una compra en términos de éxito o fracaso. La causa de la satisfacción se atribuye a factores

internos tales como las percepciones del usuario al realizar una compra y a factores externos como la dificultad de realizar la compra, otros sujetos o la suerte.

**Teoría del desempeño o resultado:** propone que la satisfacción del usuario se encuentra directamente relacionada con el desempeño de las características del producto o servicio percibidas por el cliente.

**Teoría de las expectativas:** sugiere que los usuarios conforman sus expectativas al respecto del desempeño de las características del producto o servicio antes de realizar la compra. Una vez que se produce dicha compra y se usa el producto o servicio, el usuario compara las expectativas de las características de éstos con el desempeño real al respecto, usando una clasificación del tipo “mejor que” o “peor que”. (p.22).

De entre estas teorías, en los últimos tiempos la teoría de las expectativas es la que parece contar con mayor número de partidarios entre los investigadores ya que su ámbito de aplicación aumenta de manera constante y se van sumando defensores a esta teoría de manera continuada.

### **Dimensiones de la satisfacción del usuario externo.**

Establecidas en el instrumento de Encuesta de Satisfacción del usuario externo, del autor Ministerio de Salud (2006), según resolución MINSA. R. M. 519-2006/MINSA:

### **Dimensión de expectativas**

Caribee, (2014), señaló que son las:

Creencias que tienen los ocupantes de un sistema de status de que algo ocurrirá. Dicho de otra manera, la creencia de que el ocupante de un determinado status actuará de una determinada manera. Estas creencias están organizadas de tal manera que delinear unidades de conducta llenas de sentido, y no solamente elementos aislados de conducta. (p.2).

La calidad de servicio percibida tiene relación con la satisfacción y es ampliamente abordada por diferentes autores. Indicaron que la calidad de servicio y la satisfacción del cliente, es una de las principales áreas de estudio del comportamiento del consumidor y que tienen en común la importancia del punto de vista del cliente al valorar el producto.

Ruiz, (2012), estableció:

Ha señalado que la actitud de un cliente hacia un producto es inicialmente función de sus expectativas y, consecuentemente, es función de sus actitudes previas y del nivel presente de satisfacción, por consiguiente, la actitud revisada se convierte en un importante input en la determinación de las intenciones de un consumidor. Este autor especifica que la actitud es una orientación afectiva frente a un objeto y no implica sorpresa como concepto central. (p.20).

Los investigadores en calidad de servicio han distinguido entre calidad de servicio y satisfacción en función del nivel en que son medidos: la satisfacción del cliente es una valoración específica de una transacción (literatura de satisfacción), mientras que la calidad de servicio es una valoración global (literatura de calidad de servicio).

### **Dimensión de percepciones**

Díaz (2012), señaló:

Si las expectativas del cliente son bajas o si el cliente tiene acceso limitado a cualquiera de los servicios, puede ser que esté satisfecho con recibir servicios relativamente deficientes. La satisfacción del cliente es influida por las características específicas del producto o servicio y las percepciones de la calidad, También actúan sobre la satisfacción las respuestas emocionales. (p.5).

Es el juicio acerca de los rasgos del producto o servicio en sí mismo, que proporciona un nivel placentero del consumo actuando también las emociones del cliente. Tengamos en cuenta que la satisfacción no sólo depende de la calidad del

servicio sino también de las expectativas del cliente, el cliente está satisfecho cuando los servicios cubren o exceden sus expectativas.

Parasuraman (1988) citado por Díaz (2012):

Considera las expectativas como los deseos o necesidades de los consumidores, por ejemplo, lo que sienten que debe ser entregado por un proveedor de servicios antes que lo que podría ser ofrecido” definiéndolas como expectativas normativas y relativas a expectativas ideales o deseadas; estos autores conceptualizan las percepciones como las creencias de los consumidores relativas al servicio recibido. Lo que espera el cliente son expectativas mínimas. (p.4).

La percepción es como el cliente evalúa lo que recibió en relación a lo esperado, lo recibido y lo deseado.

### **1.3. Justificación**

#### **Justificación teórica**

Anderson (2012), señaló que es “un trabajo investigativo tiene justificación teórica cuando se cuestiona una teoría administrativa o económica, es decir los principios que soportan su proceso de implantación “(p.6). Cuando en una investigación se busca mostrar la solución de un modelo, está haciéndose una justificación teórica, o cuando en una investigación se propone nuevos paradigmas (ejemplos, modelos, ejemplares).

Se pretende con esta Investigación comprobar la asociación que existe entre las variables de estudio en la entidad seleccionada, en el departamento de Lima, cómo se produce esta relación y en qué medida favorece a una atención de calidad.

#### **Justificación metodológica**

Anderson (2012), señaló que, en una investigación científica, la justificación metodológica del estudio “se da cuando el proyecto por realizar propone un nuevo método o una nueva estrategia para generar conocimiento válido y confiable” (p.

4). Si un estudio se propone buscar nuevos métodos o técnicas para generar conocimientos, busca nueva forma de hacer investigación, entonces podemos decir que la investigación tiene una justificación metodológica.

La investigación propone nuevos métodos, plantea nuevas formas de investigación, presenta nuevos instrumentos de medición para mejora de procesos de gestión, los Instrumentos que se emplearon en esta Investigación se validaron por expertos y de acuerdo a su juicio están aptos para su empleo en la muestra requerida.

### **Justificación práctica.**

Para Anderson (2012): “Se considera que una investigación tiene una justificación práctica, cuando su desarrollo ayuda a resolver un problema o, por lo menos propone estrategias que al aplicarse contribuirían a resolverlo” (p. 4). Los estudios de investigación a nivel de pregrado y de postgrado, en general son de carácter práctico, o bien, describen o analizan un problema o plantean estrategias que podrían solucionar problemas reales”.

El resultado de la investigación, debe tener utilidad para la organización en donde se realizó la investigación, que beneficios le debe generar y que contribución será importante para ella, además si las recomendaciones solucionaron la problemática planteada, la investigación tendrá una utilidad práctica.

### **1.4. Problema**

En el Patronato Parque de las Leyendas se cuenta con plan estratégico, además de su plan operativo anual, pero se descuidan temas gerenciales como calidad, producto de un inadecuado planteamiento estratégico, desconocimiento de los trabajadores, así como las actitudes a tomar sobre la calidad dejando de lado al usuario interno y externo. Si bien se entiende que existe un plan estratégico este no se cumple a cabalidad, descuidando aspectos que se consideran no importantes como son los estándares de calidad que se deben de monitorear constantemente.

De todas las herramientas de gestión que se trabajan simultáneamente en el PPL, una de las que menos se evalúan son la satisfacción del público usuario, sus niveles de calidad y a pesar que se cumplen todas las normas de transparencia se desconoce cómo los usuarios evalúan los servicios que brinda el parque o si reciben en forma oportuna solución a sus quejas o reclamos y si estos se resuelven en forma adecuada y oportuna, si bien es cierto la normatividad protege al usuario y brinda responsabilidades al PPL para cumplirlas, se hace necesario un monitoreo y evaluación para medir la percepción de los usuarios con la finalidad de brindar una atención de calidad y mantener a los usuarios al tanto de la marcha de la gestión de la institución. Es importante para la investigación obtener un diagnóstico eficaz que nos permita mejorar y brindar servicios excelentes, por lo que es necesario hacer un diagnóstico a nivel de las variables de estudio para proponer estrategias de solución y empoderamiento para la correcta marcha institucional.

En el ámbito internacional, sobre la problemática de la calidad en los servicios públicos de entretenimiento, el autor español Rubui (2012), establece:

La serie de servicios auxiliares en que se basa el de Paseos, Parques y Espacios libres es tan compleja como la de las funciones que debe llenar: las obras de jardinería, de arquitectura, de urbanización, de higiene, etc., requieren los trabajos de un número crecido de jefes jardineros, jefes albañiles, fontaneros, etc., que deberían ser adscritos al servicio y toda una organización que coordine para un fin único los esfuerzos de gran cantidad de actividades distintas. (p.6).

Estos parques deben satisfacer una serie de exigencias, llenar todo un orden de funciones, que no pueden menos que reflejarse en el trazado del parque. Además de las condiciones generales impuestas por el arte de los Jardines, para el arreglo agradable de los terrenos y los paisajes, los parques públicos requieren tener en cuenta constantemente, el carácter “público” de sus jardines, construidos para ser gozados por todos los ciudadanos, sin más limitación que los reglamentos de policía.

Sobre la problemática de la satisfacción del usuario externo, Chang (2014), describe:

Indiscutiblemente bajo esa realidad constitutiva y organizativa del estado, es fundamental en su cumplimiento, la orientación de las instituciones públicas a satisfacer las demandas y necesidades de los ciudadanos; situación que de facto, la atención al cliente; en este caso el usuario ciudadano, es fundamental pues está orientado a generar la confianza, imagen y el desarrollo de los habitantes que conforman su jurisdicción, promoviendo y cumpliendo con las funciones para lo cual fue concebida (p.2).

La atención al cliente carece de lineamientos estratégicos que orienten la conducta, aptitud y actitud de los colaboradores; no se cuenta con la adecuada ambientación de la infraestructura, que fortalezca la calidad de los servicios prestados, para incrementar la satisfacción de los usuarios. En consecuencia, la mayoría de usuarios, califica la atención que actualmente se le brinda de manera regular; sin embargo, al analizar los aspectos tangibles e intangibles que la conforman, se concluye que es deficiente.

En el ámbito nacional, la problemática de la calidad en las instituciones públicas en el Perú, los consultores AC Pública SAC (2012), opina que:

Los ciudadanos demandan un Estado que cumpla una serie de atributos: un Estado moderno, un Estado eficiente, un Estado unitario y descentralizado, un Estado inclusivo y un Estado abierto que garantice la transparencia y la participación ciudadana. Para lograr un Estado que posea estas características, el gobierno nacional y los gobiernos sub-nacionales, deben comprender que su razón de ser son los ciudadanos y que es necesario llevar a cabo una gestión orientada a resultados (p.7).

Una gestión que estudie, analice y evalúe el sistema desde la perspectiva del ciudadano y que comprenda y optimice los procesos de la cadena de valor que permitirán brindar más y mejores bienes y servicios al

menor costo (valor por dinero). Los ciudadanos demandan tener acceso a bienes y servicios de calidad, demandan simplificación de trámites, demandan mayor acceso a información y participación ciudadana, demandan mayor seguridad ciudadana, demandan reglas de juego claras, demandan ciudades limpias, y demandan instituciones confiables, entre otros aspectos.

Sobre la problemática de la satisfacción del usuario externo en el Perú, Córdova (2010), refiere que:

La satisfacción de los usuarios como un indicador para evaluar las intervenciones de los servicios sanitarios, pues nos proporciona información, sobre la calidad percibida en los aspectos de estructura, procesos y resultados por lo que definimos la calidad de la atención médica como la medida en que los servicios de salud tanto los enfocados a los individuos como a las poblaciones mejoran la probabilidad de unos resultados de salud favorables y son pertinentes al conocimiento actual profesional y brindan la satisfacción del servicio prestado, considerando los recursos con los que se cuenta para proporcionar la atención y la relación que se establece entre el proveedor del servicio y el receptor del mismo. (p.4).

La satisfacción del usuario es uno de los resultados más importantes de prestar servicios de buena calidad, dado que influye de manera determinante en su comportamiento. La satisfacción del usuario depende no sólo de la calidad de los servicios sino también de sus expectativas. El usuario está satisfecho cuando los servicios cubren o exceden sus expectativas. Si las expectativas del usuario son bajas o si el usuario tiene acceso limitado a cualquiera de los servicios, puede ser que esté satisfecho con recibir servicios relativamente deficientes.

## **Formulación del problema**

### **Problema general**

¿En qué medida la calidad percibida se relaciona con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas, Lima, 2016?

### **Problemas específicos**

¿En qué medida la dimensión de tangibilidad de calidad percibida se relaciona con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas, Lima, 2016?

¿En qué medida la dimensión de fiabilidad de calidad percibida se relaciona con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas, Lima, 2016?

¿En qué medida la dimensión de capacidad de respuesta de calidad percibida se relaciona con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas, Lima, 2016?

¿En qué medida la dimensión de seguridad de calidad percibida se relaciona con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas, Lima, 2016?

¿En qué medida la dimensión de empatía de calidad percibida se relaciona con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas, Lima, 2016?

## **15 Hipótesis**

### **Hipótesis general**

La calidad percibida se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas, Lima, 2016.

### **Hipótesis específicas**

La dimensión de tangibilidad de la calidad percibida se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas, Lima, 2016.

La dimensión de fiabilidad de la calidad percibida se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas, Lima, 2016.

La dimensión de capacidad de respuesta de la calidad percibida se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas, Lima, 2016.

La dimensión de seguridad de la calidad percibida se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas, Lima, 2016.

La dimensión de empatía de la calidad percibida se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas, Lima, 2016.

## **1.6 Objetivos**

### **Objetivo General**

Determinar en qué medida la calidad percibida se relaciona con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas, Lima, 2016.

### **Objetivos específicos**

Determinar en qué medida la dimensión de tangibilidad de la calidad percibida se relaciona con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas, Lima, 2016.

Determinar en qué medida la dimensión de fiabilidad de la calidad percibida se relaciona con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas, Lima, 2016.

Determinar en qué medida la dimensión de capacidad de respuesta de la calidad percibida se relaciona con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas, Lima, 2016.

Determinar en qué medida la dimensión de seguridad de la calidad percibida se relaciona con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque de las Leyendas, Lima, 2016.

Determinar en qué medida la dimensión de empatía de la calidad percibida se relaciona con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas, Lima, 2016.

## **II. Marco metodológico**

## 2.1. Variables

### Definición conceptual

#### Variable 1: Calidad

García (2001) citado por Yulitza (2010), definió de calidad más aceptada en la actualidad que es la que compara las expectativas de los clientes con su percepción del servicio. El desarrollo de la industria de los servicios ha supuesto un desarrollo de una nueva óptica del concepto de calidad que se focaliza más hacia la visión del cliente (p.1).

#### Variable 2: Satisfacción del usuario externo

Surprenant (1982) citado por Bibing (2014), señal: “Respuesta a la compra de productos y/o uso de servicios que se deriva de la comparación por el consumidor, de las recompensas y costes de compra con relación a sus consecuencias esperadas”. (p.4).

## 2.2. Operacionalización de las Variables.

Tabla 1

*Operacionalización de la variable 1 calidad de servicio.*

Variable	Dimensión	Indicadores	Escala de medición	Niveles/ Rangos
<b>Calidad de Atención</b>	Tangibilidad	Recursos materiales Del (01) al (04)	Totalmente de acuerdo	Óptima (82-110)  Regular (52-81)  No Óptima (22-51)
	Fiabilidad	Consistencia Del (05) al (09)	De acuerdo Ni de acuerdo ni en desacuerdo	
	Capacidad de respuesta	Percepción Del (10) al (13)	En desacuerdo	
	Seguridad	Confianza Del (14) al(17)	Totalmente en desacuerdo	
	Empatía	Identificación Del (18) al (22).		

Tabla 2

*Operacionalización de la variable satisfacción del usuario externo.*

<b>Variable</b>	<b>Dimensión</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Escala de medición</b>	<b>Niveles/ Rangos</b>
<b>Satisfacción del usuario externo</b>	Expectativa	Perspectiva Del (01) al (22)	Totalmente de acuerdo	Alta (82-110)
	Percepción	Recepción Del (23) al (44)	De acuerdo	Media (52-81)
			Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Baja (22-51)
			En desacuerdo	
		Totalmente en desacuerdo		

### 2.3 Metodología

Para Hernández, Fernández y Baptista (2014), “la metodología implica el empleo de los recursos pertinentes”. (p.14). Es también seguir una serie de procesos metodológicos previamente establecidos para lograr un resultado.

### 2.4 Tipo de estudio.

Según Hernández, Fernández y Sampieri (2014), “las investigaciones que se están realizando en un campo de conocimiento específico pueden incluirlos tipos de estudio en las distintas etapas de su desarrollo. Una investigación puede iniciarse como exploratoria, después ser descriptiva y correlacional, y terminar como explicativa”. (p.108).

La presente investigación es de tipo básica, con enfoque cuantitativo, con método hipotéticamente deductivo. Según Fannig (2015), “también recibe el nombre de investigación pura, teórica o dogmática. Se caracteriza porque parte de un marco teórico y permanece en él; la finalidad radica en formular nuevas teorías o modificar las existentes, en “incrementar los conocimientos científicos o filosóficos, pero sin contrastarlos con ningún aspecto práctico. Consiste en trabajos experimentales o teóricos orientados a adquirir nuevos conocimientos” (p.1).

Se le conoce también como pura, ya que amplifica el saber de carácter científico, cuando se basa en teorías aceptadas y que corresponden a la investigación específicamente.

### **Enfoque cuantitativo.**

Reyes (2012), señaló que se recolectan datos para probar hipótesis, tomando como base la medición y el análisis estadístico, con el fin de establecer patrones de comportamiento y confirmar teorías: “El politólogo que analiza las probabilidades de que un candidato sea elegido, calculando a partir de una muestra representativa de electores cuántos tienen intención de votar por él, privilegia este enfoque” (p.6).

Buscan la realidad desde lo objetivo, a través de mediciones exactas empleando indicadores, teniendo como resultado la generalización de lo hallado, emplean la numeración y es cuantificable previo recojo de datos para su análisis posterior.

### **Método hipotético deductivo.**

León (2012) señaló que: “el método hipotético-deductivo es según muchos epistemólogos el método propio de la ciencia. Se puede decir que aúna elementos de los métodos inductivos y deductivos, aunque con características y formas propias” (p.4).

## **2.5 Diseño de investigación**

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), “el diseño se refiere al plan o estrategia concebida para obtener la información deseada” (p.189). La presente investigación es de diseño descriptivo, correlacional, no experimental sustentado teóricamente por:

### **Investigación descriptiva.**

Alfaro (2012), señaló que, “los estudios descriptivos buscan desarrollar una imagen o fiel representación (descripción) del fenómeno estudiado a partir de sus características. Describir en este caso es sinónimo de medir. Miden variables o

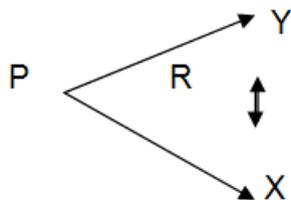
conceptos con el fin de especificar las propiedades importantes de comunidades, personas, grupos o fenómeno bajo análisis” (p.20)

### Investigación correlacional

Alfaro (2012), señaló que, “los estudios correlacionales pretenden medir el grado de relación y la manera cómo interactúan dos o más variables entre sí” (p.20). No explica relación alguna solamente procesa mediciones e información sobre las variables de estudio.

La investigación es de diseño no experimental sustentado teóricamente por: Alfaro (2012), “cuando el investigador se limita a observar los acontecimientos sin intervenir en los mismos entonces se desarrolla una investigación no experimental” (p.22). Se establece con la percepción de los fenómenos en la forma natural en que se dan para poder estudiarlos, no existe ninguna manipulación adrede sobre los sujetos de estudio.

Siendo el nivel correlacional, el esquema del diseño sería el siguiente esquema seguido en la investigación fue:



Dónde:

P: Población

X: Variable Calidad.

Y: Variable Satisfacción del usuario externo.

R: Relación

## 2.6 Población, muestra y muestreo

### Población

La población o universo de interés en esta investigación, está conformada por 4000 usuarios del mes de Marzo 2016 del Patronato Parque de las Leyendas, Lima.

### Muestra

Para determinar el tamaño de la muestra se empleó la siguiente fórmula:

$$n_o = \frac{Z^2 P(1 - P)}{E^2}$$

$$n = \frac{n_o}{1 + \frac{n_o}{N}}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

n<sub>o</sub> = Tamaño de la muestra aproximado

N = Tamaño de la población bajo estudio = ∞

Z = Valores correspondientes al valor de significancia= 1.96

E = Error de tolerancia de la estimación= 5%

P = Proporción estimada o esperada de la variable (P=0.5, Q=0.5)

Dónde:

<p>n = 350 (Tamaño de la muestra)</p>
---

La presente investigación estuvo constituida por 350 usuarios del Patronato Parque las Leyendas, Lima, 2016.

## **Muestreo**

El tipo de muestra es aleatorio probabilístico, al respecto de este tipo de muestreo Quezada (2010), en el muestreo aleatorio todos los elementos tienen la misma probabilidad de ser elegidos. Los individuos que forman parte de la muestra se elegirán al azar mediante números aleatorios. Existen varios métodos para obtenerlos, siendo los más frecuentes la utilización de tablas de números aleatorios o generarlos por el ordenador. "El muestreo aleatorio puede realizarse de distintas maneras, las más frecuentes son el muestreo simple, el sistemático, el estratificado y el muestreo por conglomerados" (p.25).

## **Criterio de Selección**

### **Criterios de inclusión**

Ser usuarios del Patronato Parque las Leyendas, Lima, 2016.

Ser usuarios del Patronato Parque las Leyendas, Lima, 2016, que son voluntarios a la encuesta.

Ser usuarios del Patronato Parque las Leyendas, Lima, 2016, que asistieron el día de la encuesta.

### **Criterios de Exclusión.**

No ser usuarios del Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016.

Usuarios del Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016, que no son voluntarios a la encuesta.

Usuarios del Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016, que no asistieron el día de la encuesta.

## **2.7 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

Arias (2006) citado por Reyes (2015), señaló que "los instrumentos de investigación son los medios materiales que se emplean para recoger y almacenar la información." (p. 25).

En realidad, son diseños no experimentales que la mayoría de las veces resultan transversales, aunque si se repiten sistemáticamente desarrollan un formato longitudinal. Su alcance puede ser descriptivo o correlacional-causal.

### **2.7.1 Técnica**

Tamayo (1999) citado por Reyes (2015), define técnicas de investigación como "la expresión operativa del diseño de investigación y que especifica concretamente como se hizo la investigación" (p. 126).

#### **Encuesta**

Para Tamayo ((2008) citado por Reyes (2015), la encuesta "es aquella que permite dar respuestas a problemas en términos descriptivos como de relación de variables, tras la recogida sistemática de información según un diseño previamente establecido que asegure el rigor de la información obtenida" (p. 24).

Está formada por una relación de preguntas que se les hace a todos sin distinción en personas de un grupo con las mismas características para obtener información.

#### **Técnica del software**

Se utilizó el paquete estadístico IBM SPSS 22.0, para validar, procesar y contrastar hipótesis.

### **2.7.2 Instrumentos**

#### **Ficha técnica: De la variable calidad.**

Nombre del Instrumento: Encuesta Servqual calidad de atención.

Autores: Parasuraman et. al.

Año: 1988. Adaptada por Urbano y Rojas (2013)

Descripción

Tipo de instrumento: Encuesta.

Objetivo: Medir los deseos o necesidades de los usuarios.

Población: Usuarios del Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016.

Número de ítem: 22 (Agrupados)

Aplicación: Directa

Tiempo de administración: 30 minutos

Normas de aplicación: El usuario marcará en cada ítem de acuerdo lo que considere evaluado respecto lo observado.

Escala: Totalmente de acuerdo, De acuerdo, Ni de acuerdo, ni en desacuerdo, En desacuerdo,

Totalmente en desacuerdo

Niveles o rango: Óptima, (82-110); Regular (52-81); No óptima (22-51).

**Ficha técnica: De la variable satisfacción del usuario externo.**

Nombre del Instrumento: Encuesta de Satisfacción del Usuario

Autores: MINSA. Adaptada por Merino UCV, 2014.

Año: 2012

Descripción

Tipo de instrumento: Encuesta.

Objetivo: Contribuir fortalecer los procesos de mejora continua de la calidad en los usuarios del Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016.

Población: Usuarios del Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016.

Número de ítem: 44 (Agrupados)

Aplicación: Directa

Tiempo de administración: 30 minutos

Normas de aplicación: El usuario marcará en cada ítem de acuerdo lo que considere evaluado respecto lo observado.

Niveles o rango: En un extremo de la escala se representa la respuesta negativa, mientras que en el otro se representa la positiva.

Escala: De Likert

Niveles y Rango: Alta (82-110); Media (52-81), Baja (22-51)

**2.8 Validez y confiabilidad.**

Hernández et. al. (2014), señaló que” la validez es el grado en que una prueba o ítem de la prueba mide lo que pretende medir; es la característica más importante de una prueba (p.127).

La validez de los instrumentos se corrobora mediante el juicio de expertos y su validación por parte de ellos de acuerdo al resultado de la evaluación. Los resultados obtenidos en las encuestas están ligadas a otra medición de las mismas características.

Tabla 3  
*Relación de validadores*

Validador	Resultado
Dr. Jorge Rafael Díaz Dumont	Aplicable
Dra. Mildred Jénica Ledesma Cuadros	Aplicable
Dr. Luis Ronar Carranza Haro	Aplicable

*Nota:* La fuente se obtuvo de los certificados de validez del instrumento

Quero (2010), señaló a la confiabilidad como una medición o de un instrumento, con el denominador común de que todos son básicamente expresados como diversos coeficientes de correlación (p.227).

La confiabilidad de los instrumentos se hizo por la aplicación del coeficiente “Alfa de Cronbach” que nos dio el grado en que el instrumento es confiable.

Tabla 4  
*Confiabilidad cuestionario de calidad*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,921	22

*Fuente:* Elaboración Propia (2017)

Interpretación:

Considerando la siguiente escala (De Vellis, 2006, p.8)

Por debajo de .60 es inaceptable

De .60 a .65 es indeseable.

Entre .65 y .70 es mínimamente aceptable.

De .70 a .80 es respetable.

De .80 a .90 es buena

De .90 a 1.00 Muy buena

Siendo el coeficiente de Alfa de Cronbach superior a 0.90 indicaría que el grado de confiabilidad del instrumento es muy bueno.

Tabla 5

*Confiabilidad satisfacción del usuario externo*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,933	22

*Fuente:* Elaboración propia (2017)

Interpretación:

Considerando la siguiente escala (De Vellis, 2006, p.8)

Por debajo de .60 es inaceptable

De .60 a .65 es indeseable.

Entre .65 y .70 es mínimamente aceptable.

De .70 a .80 es respetable.

De .80 a .90 es buena

De .90 a 1.00 Muy buena

Siendo el coeficiente de Alfa de Cronbach superior a 0.90 indicaría que el grado de confiabilidad del instrumento es muy bueno.

## 2.9 Métodos de análisis de datos

Para analizar cada una de las variables se ha utilizado del programa SPSS V. 22, porcentajes en tablas y figuras para presentar la distribución de los datos, la estadística descriptiva, para la ubicación dentro de la escala de medición, para la contratación de las hipótesis se aplicó la estadística descriptiva.

### Método estadístico

Hernández et. al. (2014), definió, “en estadística, el coeficiente de correlación de Spearman, “ $\rho$ ” es una medida de la correlación (la asociación o interdependencia) entre dos variables aleatorias continuas. Para calcular “ $\rho$ ”, los datos son ordenados y reemplazados por su respectivo orden” (p.271).

**2.10 Aspectos éticos.**

Se siguieron los siguientes principios:

Reserva de identidad de los trabajadores

Citas de los textos y documentos consultados

No manipulación de resultado.

### **III. Resultados**

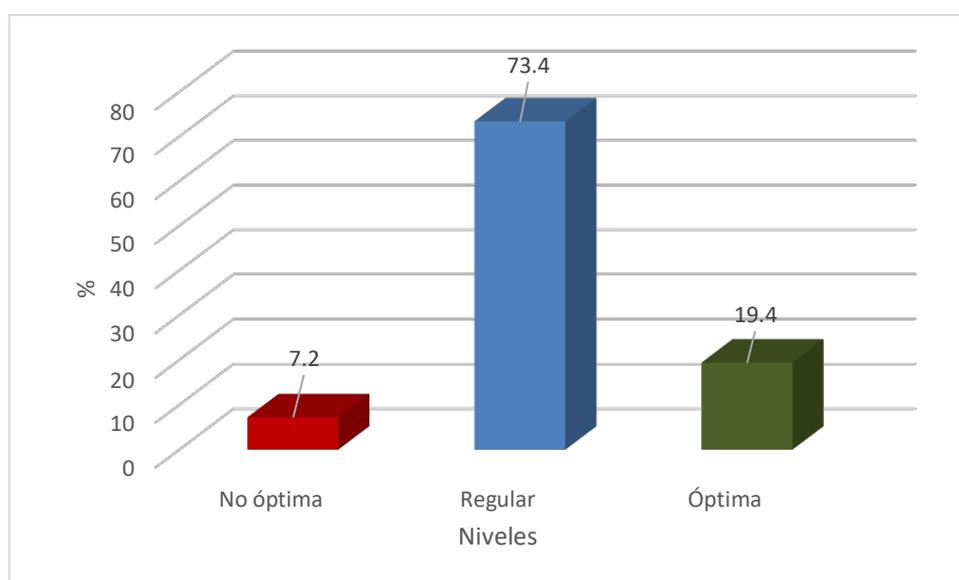
### 3.1 Descripción de resultados

Tabla 6

*Calidad percibida en el Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016.*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
No ptima	25	7,2
Regular	257	73,4
Óptima	68	19,4
Total	350	100,0

*Fuente: Cuestionario de Calidad (Anexo 2)*



*Figura 1. Niveles de calidad percibida*

Interpretación:

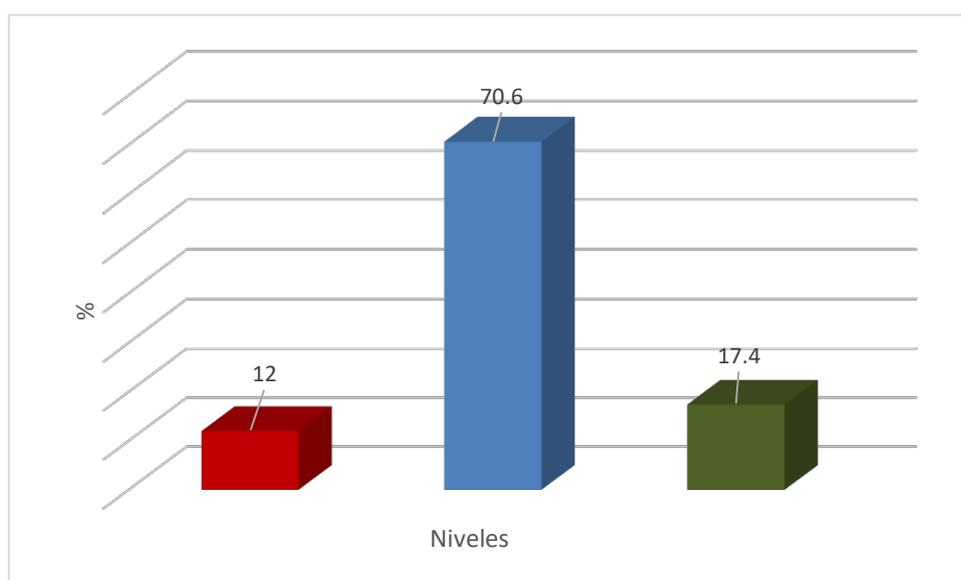
Como se observa en la tabla 6 y figura 1; la calidad no óptima representa un 7.2%, regular un 73.4% y óptima 19.4%.

Tabla 7

*Satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016.*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Baja	42	12,0
Media	247	70,6
Alta	61	17,4
Total	350	100,0

*Fuente:* Cuestionario de satisfacción del usuario externo (Anexo 2)



*Figura 2.* Nivel de satisfacción del usuario externo

Interpretación:

Como se observa en la tabla 7 y figura 2; la satisfacción del usuario externo baja representa un 12%, media un 70.6% y alta un 17.4%.

Tabla 8

*Dimensión de tangibilidad de la calidad percibida en el Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016.*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
No óptima	30	8,6
Regular	213	60,9
Óptima	107	30,5
Total	350	100,0

Fuente: Cuestionario de Calidad (Anexo 2)

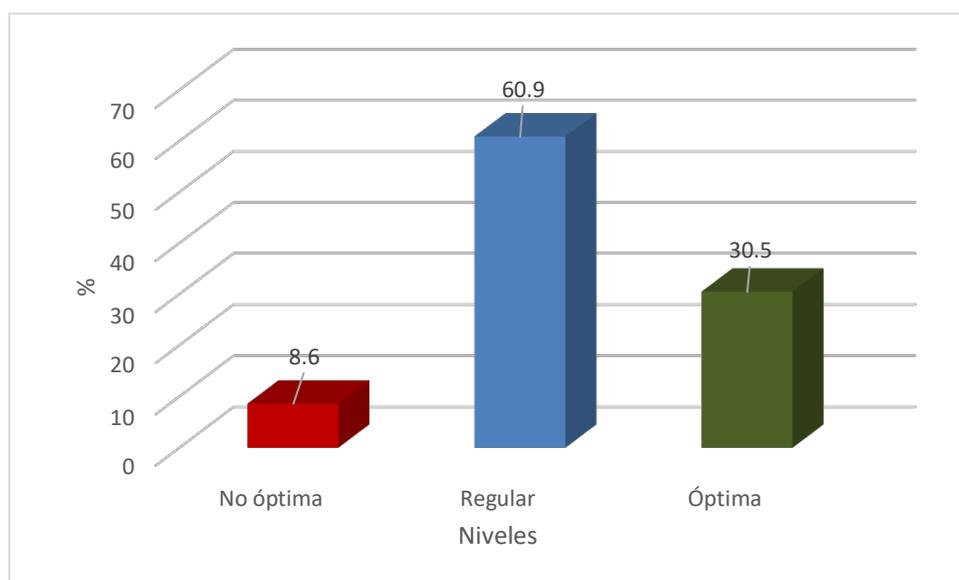


Figura 3. Niveles de la dimensión tangibilidad

Interpretación:

Como se observa en la tabla 8 y figura 3; la dimensión de tangibilidad de la calidad no óptima representa un 8.6%, regular un 60.9% y Óptima 30.5%.

Tabla 9  
*Dimensión de fiabilidad de la calidad percibida en el Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016.*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
No óptima	30	33.4
Regular	213	47.7
Óptima	107	18.9
Total	350	100,0

Fuente: Cuestionario de Calidad (Anexo 2)

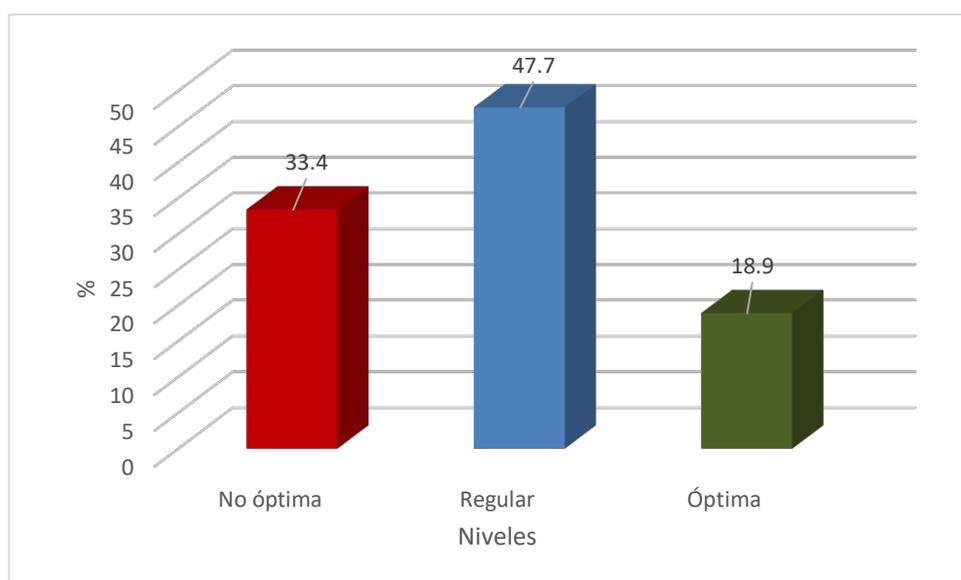


Figura 4. Niveles de la dimensión fiabilidad

Interpretación:

Como se observa en la tabla 9 y figura 4; la dimensión de fiabilidad de la calidad no óptima representa un 33.4%, regular un 47.7% y Óptima 18.9%.

Tabla 10  
*Dimensión de capacidad de respuesta de la calidad percibida en el Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016.*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
No óptima	30	8.9
Regular	213	71.1
Óptima	107	20.0
Total	350	100,0

Fuente: Cuestionario de Calidad (Anexo 2)

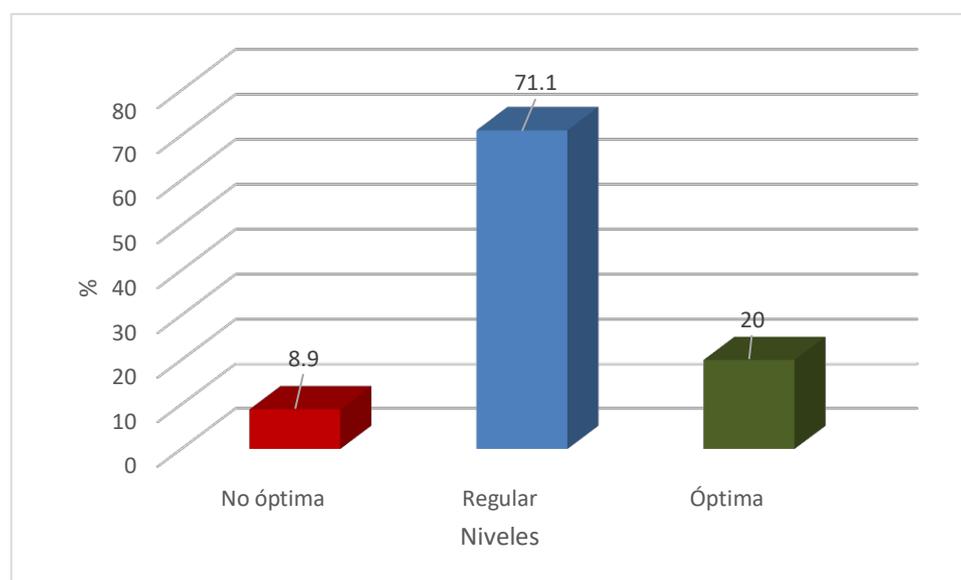


Figura 5. Niveles de la dimensión capacidad de respuesta

Interpretación:

Como se observa en la tabla 10 y figura 5; la dimensión de capacidad de respuesta de la calidad no óptima representa un 8.9%, regular un 71.1% y Óptima 20%.

Tabla 11

*Dimensión de seguridad de la calidad percibida en el Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016.*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
No Óptima	30	6.9
Regular	213	72.6
Óptima	107	20.5
Total	350	100,0

Fuente: Cuestionario de Calidad (Anexo 2)

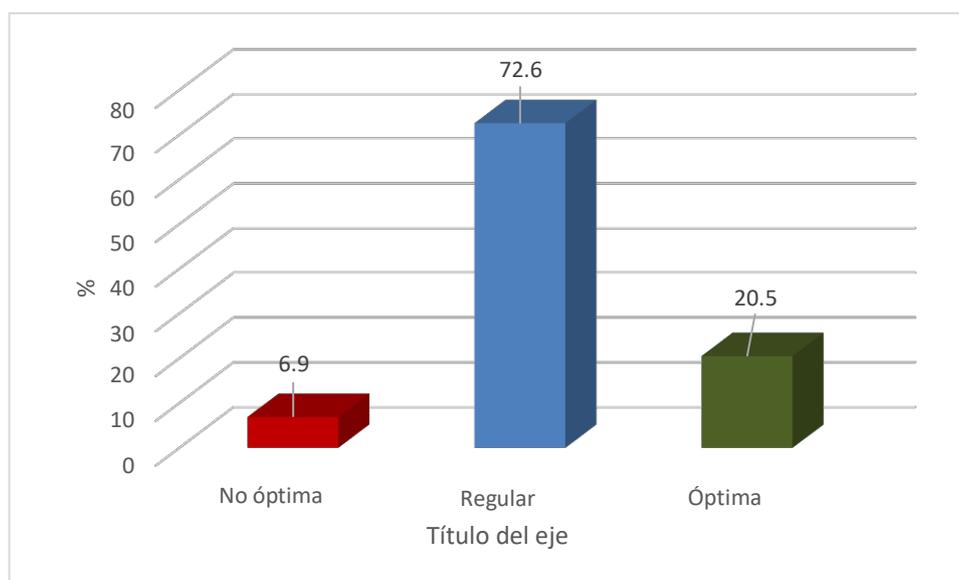


Figura 6. Niveles de la dimensión seguridad

Interpretación:

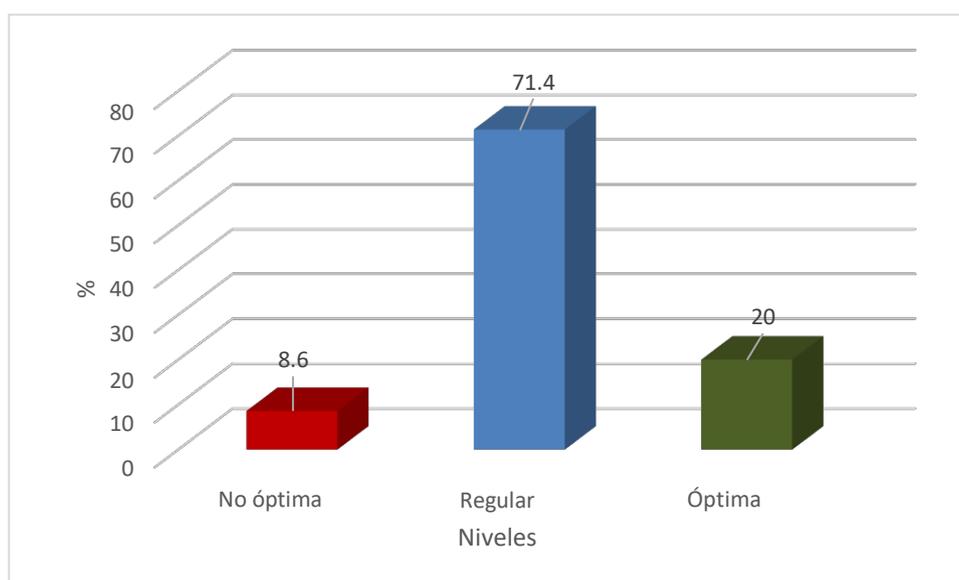
Como se observa en la tabla 11 y figura 6; la dimensión de seguridad de la calidad no óptima representa un 6.9%, regular un 72.6% y Óptima 20.5%.

Tabla 12

*Dimensión de empatía de la calidad percibida en el Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
No Óptima	30	8.6
Regular	213	71.4
Óptima	107	20.0
Total	350	100,0

*Fuente: Cuestionario de Calidad (Anexo 2)*



*Figura 7. Diagrama de frecuencias Calidad*

Interpretación:

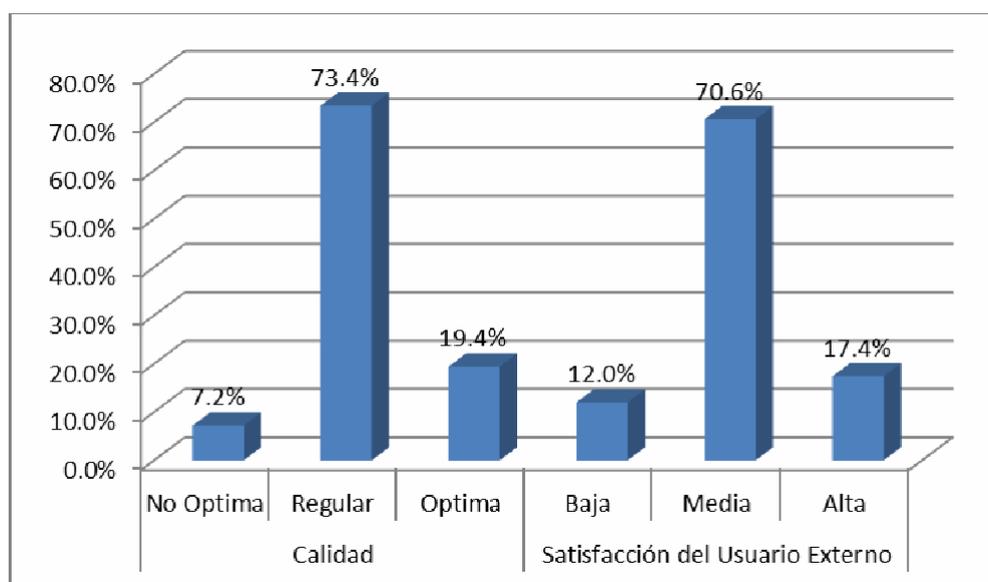
Como se observa en la tabla 12 y figura 7; la dimensión de empatía de la calidad no óptima representa un 8.6%, regular un 71.4% y óptima 20.0%.

Tabla 13

*Comparación de la calidad percibida y la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016.*

Variables	Niveles	% Frecuencia
Calidad	No Óptima	7.2%
	Regular	73.4%
	Óptima	19.4%
Satisfacción del Usuario Externo	Baja	12.0%
	Media	70.6%
	Alta	17.4%

Fuente: Cuestionario de calidad (Anexo 2)



*Figura 8. Comparación entre niveles de la calidad y satisfacción del usuario externo.*

Interpretación:

Como se observa en la tabla 13 y figura 8; tanto en la calidad percibida como en la satisfacción del usuario externo prevalecen niveles regulares y medios.

Tabla 4

*La calidad percibida y la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016.*

		Satisfacción del usuario externo			Total
		Baja	Media	Alta	
Calidad	No Óptima	24 6,9%	1 0,3%	0 0,0%	25 7,1%
	Regular	18 5,1%	236 67,4%	3 0,9%	257 73,4%
	Óptima	0 0,0%	10 2,9%	58 16,6%	68 19,4%
Total		42 12,0%	247 70,6%	61 17,4%	350 100,0%

Fuente: Cuestionario de calidad y satisfacción del usuario externo (Anexo 2)

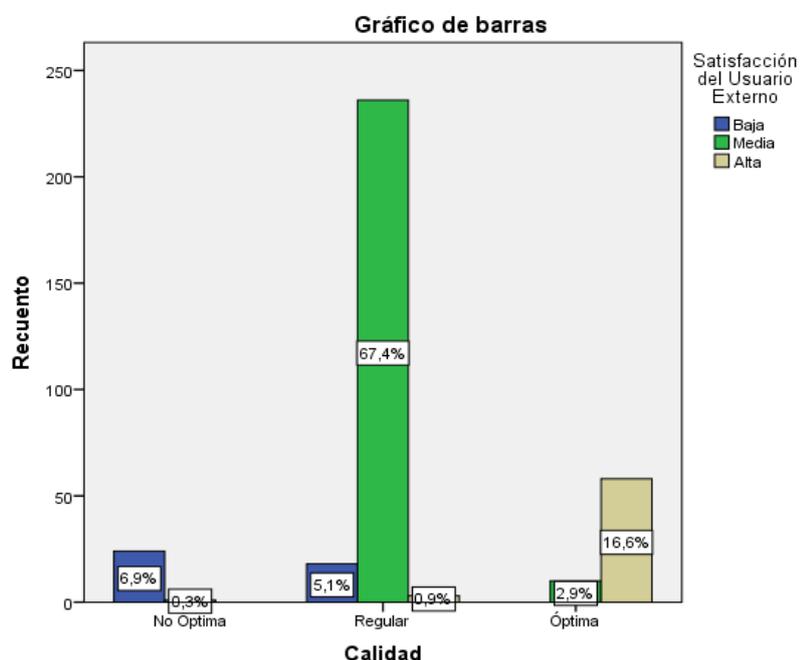


Figura 9. Relación entre calidad percibida y satisfacción del usuario externo

Interpretación:

Como se observa en la tabla 14 y figura 9; la calidad en un nivel no óptima, el 6.9% de los usuarios percibe una satisfacción baja, por otro lado, la calidad en un nivel regular, el 67.4% de los usuarios percibe una satisfacción media. Así mismo, la calidad en un nivel óptima, el 16.69% de los usuarios percibe una satisfacción alta.

### 3.2. Prueba de hipótesis

#### Hipótesis general

Ha: La calidad percibida se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016.

Ho: La calidad percibida no se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016.

Regla de decisión;

Si Valor  $p > 0.01$ , se acepta la Hipótesis Nula (Ho)

Si Valor  $p < 0.01$ , se rechaza la Hipótesis Nula (Ho). Y, se acepta Ha

Tabla 15

#### *Correlación satisfacción del usuario y calidad*

			Satisfacción del usuario externo	Calidad
Rho de Spearman	Satisfacción del usuario externo	Coefficiente de correlación	1,000	,846**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	350	350
	Calidad	Coefficiente de correlación	,846**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	350	350

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

El resultado del coeficiente de correlación *rho* de Spearman de 0.846 indica que existe relación positiva entre las variables además se encuentra en el nivel de correlación alta y siendo el nivel de significancia bilateral  $p=0.000<0.01$  (altamente significativo), se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis general; se concluye que: La calidad percibida se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016.

### Hipótesis específica 1

Ha: La dimensión de tangibilidad de la calidad percibida se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016.

Ho: La dimensión de tangibilidad de la calidad percibida no se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016.

Regla de decisión;

Si Valor  $p > 0.01$ , se acepta la Hipótesis Nula (Ho)

Si Valor  $p < 0.01$ , se rechaza la Hipótesis Nula (Ho). Y, se acepta Ha

Tabla 6

*Correlación satisfacción del usuario y tangibilidad*

			Satisfacción del usuario externo	Tangibilidad
Rho de Spearman	Satisfacción del usuario externo	Coeficiente de correlación	1,000	,718**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	350	350
	Tangibilidad	Coeficiente de correlación	,718**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	350	350

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

El resultado del coeficiente de correlación *rho* Spearman de 0.718 indica que existe relación positiva entre las variables además se encuentra en el nivel de correlación alta y siendo el nivel de significancia bilateral  $p=0.000<0.01$  (altamente significativo), se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis específica 1; se concluye que: La dimensión de tangibilidad de la calidad percibida se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016

## Hipótesis específica 2

Ha: La dimensión de fiabilidad de la calidad percibida se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016.

Ho: La dimensión de fiabilidad de la calidad percibida no se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016.

Regla de decisión;

Si Valor  $p > 0.01$ , se acepta la Hipótesis Nula (Ho)

Si Valor  $p < 0.01$ , se rechaza la Hipótesis Nula (Ho). Y, se acepta Ha

Tabla 7  
*Satisfacción del usuario y fiabilidad*

			Satisfacción del usuario externo	Fiabilidad
Rho de Spearman	Satisfacción del usuario externo	Coeficiente de correlación	1,000	,767**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	350	350
	Fiabilidad	Coeficiente de correlación	,767**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	350	350

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

El resultado del coeficiente de correlación *rho* Spearman de 0.767 indica que existe relación positiva entre las variables además se encuentra en el nivel de correlación alta y siendo el nivel de significancia bilateral  $p=0.000 < 0.01$  (altamente significativo), se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis específica 2; se concluye que: La dimensión de fiabilidad de la calidad percibida se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016.

### Hipótesis específica 3

Ha: La dimensión de capacidad de respuesta de la calidad percibida se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016.

Ho: La dimensión de capacidad de respuesta de la calidad percibida no se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016.

Regla de decisión;

Si Valor  $p > 0.01$ , se acepta la Hipótesis Nula (Ho)

Si Valor  $p < 0.01$ , se rechaza la Hipótesis Nula (Ho). Y, se acepta Ha

Tabla 8

#### *Satisfacción del usuario y capacidad de respuesta*

			Satisfacción del usuario externo	Capacidad de respuesta
Rho de Spearman	Satisfacción del usuario externo	Coeficiente de correlación	1,000	,824**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	350	350
	Capacidad de respuesta	Coeficiente de correlación	,824**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	350	350

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

El resultado del coeficiente de correlación *rho* Spearman de 0.824 indica que existe relación positiva entre las variables además se encuentra en el nivel de correlación alta y siendo el nivel de significancia bilateral  $p=0.000<0.01$  (altamente significativo), se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis específica 3; concluye que: La dimensión de capacidad de respuesta de la calidad percibida se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016.

#### Hipótesis específica 4

Ha: La dimensión de seguridad de la calidad percibida se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016.

Ho: La dimensión de seguridad de la calidad percibida no se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016.

Regla de decisión;

Si Valor  $p > 0.01$ , se acepta la Hipótesis Nula (Ho)

Si Valor  $p < 0.01$ , se rechaza la Hipótesis Nula (Ho). Y, se acepta Ha

Tabla 9  
*Satisfacción del usuario externo y seguridad*

			Satisfacción del usuario externo	Seguridad
Rho de Spearman	Satisfacción del usuario externo	Coefficiente de correlación	1,000	,866**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	350	350
	Seguridad	Coefficiente de correlación	,866**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	350	350

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

El resultado del coeficiente de correlación *rho* Spearman de 0.866 indica que existe relación positiva entre las variables además se encuentra en el nivel de correlación alta y siendo el nivel de significancia bilateral  $p=0.000<0.01$  (altamente significativo), se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis específica 4; concluye que: La dimensión de seguridad de la calidad percibida se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016.

### Hipótesis específica 5

Ha: La dimensión de empatía de la calidad percibida se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016.

Ho: La dimensión de empatía de la calidad percibida no se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016.

Regla de decisión;

Si Valor  $p > 0.01$ , se acepta la Hipótesis Nula (Ho)

Si Valor  $p < 0.01$ , se rechaza la Hipótesis Nula (Ho). Y, se acepta Ha

Tabla 20  
*Satisfacción del usuario externo y empatía*

			Satisfacción del usuario externo	Empatía
Rho de Spearman	Satisfacción del usuario externo	Coeficiente de correlación	1,000	,807**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	350	350
	Empatía	Coeficiente de correlación	,807**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	350	350

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

El resultado del coeficiente de correlación *rho* Spearman de 0.807 indica que existe relación positiva entre las variables además se encuentra en el nivel de correlación alta y siendo el nivel de significancia bilateral  $p=0.000<0.01$  (altamente significativo), se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis específica 5; concluye que: La dimensión de empatía de la calidad percibida se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016.

## **IV. Discusión**

De los hallazgos encontrados y del análisis de los resultados, en cuanto al objetivo específico 1, el resultado del coeficiente de correlación Rho Spearman de 0.718 indica que existe relación positiva entre las variables además se encuentra en el nivel de correlación alta y siendo el nivel de significancia bilateral  $p=0.000<0.01$  (altamente significativo), se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis específica 1; se concluye que: La dimensión de tangibilidad de la calidad percibida se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016.

De los hallazgos encontrados y del análisis de los resultados, en cuanto al objetivo específico 2, el resultado del coeficiente de correlación Rho Spearman de 0.767 indica que existe relación positiva entre las variables además se encuentra en el nivel de correlación alta y siendo el nivel de significancia bilateral  $p=0.000<0.01$  (altamente significativo), se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis específica 2; se concluye que: La dimensión de fiabilidad de la calidad percibida se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016.

De los hallazgos encontrados y del análisis de los resultados, en cuanto al objetivo específico 3, el resultado del coeficiente de correlación Rho Spearman de 0.824 indica que existe relación positiva entre las variables además se encuentra en el nivel de correlación alta y siendo el nivel de significancia bilateral  $p=0.000<0.01$  (altamente significativo), se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis específica 3; concluye que: La dimensión de capacidad de respuesta de la calidad percibida se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016.

De los hallazgos encontrados y del análisis de los resultados, en cuanto al objetivo específico 4, el resultado del coeficiente de correlación Rho Spearman de 0.866 indica que existe relación positiva entre las variables además se encuentra en el nivel de correlación alta y siendo el nivel de significancia bilateral  $p=0.000<0.01$  (altamente significativo), se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis específica 4; concluye que: La dimensión de seguridad de la calidad

percibida se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque de las Leyendas. Lima 2016.

De los hallazgos encontrados y del análisis de los resultados, en cuanto al objetivo específico 5, el resultado del coeficiente de correlación Rho Spearman de 0.807 indica que existe relación positiva entre las variables además se encuentra en el nivel de correlación alta y siendo el nivel de significancia bilateral  $p=0.000<0.01$  (altamente significativo), se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis específica 5; concluye que: La dimensión de empatía de la calidad percibida se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016.

De los hallazgos encontrados y del análisis de los resultados, en cuanto al objetivo general, el resultado del coeficiente de correlación Rho Spearman de 0.846 indica que existe relación positiva entre las variables además se encuentra en el nivel de correlación alta y siendo el nivel de significancia bilateral  $p=0.000<0.01$  (altamente significativo), se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis general; se concluye que: La calidad percibida se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016; esto es, la calidad en un nivel no óptima, el 6.9% de los usuarios percibe una satisfacción baja, por otro lado, la calidad en un nivel regular, el 67.4% de los usuarios percibe una satisfacción media. Así mismo, la calidad en un nivel óptima, el 16.69% de los usuarios percibe una satisfacción alta; lo que implica que tanto en la calidad percibida como en la satisfacción del usuario externo prevalecen niveles regulares y medios.

Asimismo, del análisis descriptivo, se tiene que la satisfacción del usuario externo baja representa un 12%, media un 70.6% y alta un 17.4% y la calidad no óptima representa un 7.2%, regular un 73.4% y óptima 19.4%.

En cuanto al análisis descriptivo de las dimensiones de la calidad se tiene que la dimensión de tangibilidad de la calidad no óptima representa un 8.6%, regular un 60.9% y óptima 30.5%; la dimensión de fiabilidad de la calidad no óptima

representa un 33.4%, regular un 47.7% y óptima 18.9%; la dimensión de capacidad de respuesta de la calidad no óptima representa un 8.9%, regular un 71.1% y óptima 20%; la dimensión de seguridad de la calidad no óptima representa un 6.9%, regular un 72.6% y óptima 20.5%; la dimensión de empatía de la calidad no óptima representa un 8.6%, regular un 71.4% y óptima 20.0%.

Igualmente de los hallazgos encontrados y del análisis de los resultados se corrobora lo establecido por Chang (2014); puesto que coincide en afirmar que la satisfacción al usuario es una variable administrativa compleja, puesto que su evaluación y resultados, en un contexto de servicio, implica una serie de acciones inmediatas; en este sentido siendo coincidentes los resultados puesto que la situación de prevalencia media representa un 70.6% y alta un 17.4%; implica en cierta manera, la evaluación de las gestiones realizadas; siendo necesario acciones inmediatas de mejora.

Igualmente de los hallazgos encontrados la presente investigación corrobora lo planteado por Civera (2008), puesto que se coincide en afirmar que la calidad y la satisfacción son dos variables administrativas que tienen una asociación siendo que el resultado del coeficiente de correlación Rho Spearman de 0.846 indica que existe relación positiva entre las variables además se encuentra en el nivel de correlación alta y siendo el nivel de significancia bilateral  $p=0.000<0.01$  (altamente significativo), se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis general; se concluye que: La Calidad percibida se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque de las Leyendas. Lima 2016; igualmente coincidiendo con lo planteado por Salgado (2006), siendo que, si bien es cierto mejorar los mecanismos de calidad, estos deben reflejarse en la satisfacción del usuario.

Igualmente de los hallazgos encontrados la presente investigación corrobora lo planteado por Córdova (2010), puesto que la satisfacción del usuario en cuanto a su percepción de mejora; se tiene que la satisfacción en los servicios reales tienen que gestionarse adecuadamente; en el caso del Patronato Parque de las Leyendas, este servicio tiene que mejorarse puesto que las estadísticas comparativas

muestran que la situación regular y media prevalecen; coincidiendo a su vez con lo planteado por Pino (2008); en que efectivamente la calidad y la satisfacción de los usuarios tienen correlaciones altas siendo que el resultado del coeficiente de correlación Rho Spearman de 0.846 indica que existe relación positiva entre las variables además se encuentra en el nivel de correlación alta y siendo el nivel de significancia bilateral  $p=0.000<0.01$  (altamente significativo), se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis general; se concluye que: La Calidad percibida se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016; lo que a su vez coincide lo establecido por Veliz. (2013), siendo que la situaciones regulares o medias, indican acciones inmediatas que se deben ejecutar en ambas variables al estar altamente correlacionadas.

## **V. Conclusiones**

## Conclusiones

- Primera:** La presente investigación demuestra en cuanto al objetivo 1, que la dimensión de tangibilidad de la calidad percibida se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016; siendo que el coeficiente de correlación  $\rho$  Spearman de 0.718, demostró una alta asociación entre las variables.
- Segunda:** La presente investigación demuestra en cuanto al objetivo 2, que la dimensión de fiabilidad de la calidad percibida se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016; siendo que el coeficiente de correlación  $\rho$  Spearman de 0.767, demostró una alta asociación entre las variables.
- Tercera:** La presente investigación demuestra en cuanto al objetivo 3, que la dimensión de capacidad de respuesta de la calidad percibida se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016; siendo que el coeficiente de correlación  $\rho$  Spearman de 0.824 demostró una alta asociación entre las variables.
- Cuarta:** La presente investigación demuestra en cuanto al objetivo 4, que la dimensión de seguridad de la calidad percibida se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016.; siendo que el coeficiente de correlación  $\rho$  Spearman de 0.866, demostró una alta asociación entre las variables.
- Quinta:** La presente investigación demuestra en cuanto al objetivo general, que la dimensión de empatía de la calidad percibida se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario externo en el

Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016.; siendo que el coeficiente de correlación *rho* Spearman de 0.807, demostró una alta asociación entre las variables.

**Sexta:** La presente investigación demuestra en cuanto al objetivo general, que la calidad percibida se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016.; siendo que el coeficiente de correlación *rho* Spearman de 0.846, demostró una alta asociación entre las variables.

## **VI. Recomendaciones**

### **Recomendaciones.**

- Primera:** Mejorar la infraestructura del patronato parque las leyendas, así como modernizar e innovar la zona de juegos infantiles.
- Segunda:** Evaluación y monitoreo constante de los trabajadores, a fin de brindar una atención de calidad a los usuarios externos.
- Tercera:** Incrementar la dotación de equipos de comunicación (radios y/o celulares) al personal de trabajadores a fin de atender una emergencia o requerimiento (extravío de menores, accidentes, fugas de animales, etc.) en forma inmediata y eficaz.
- Cuarta:** Selección y capacitación permanente del personal para desempeñar el cargo de Guardaparques (vigilantes) a fin de brindar un óptimo servicio de seguridad de los usuario internos y externos, así como preservar el patrimonio del patronato parque las leyendas
- .
- Quinta:** Capacitar constantemente a los trabajadores del patronato parque las leyendas con cursos en “Atención y Trato al Cliente”, a fin de mejorar los servicios personalizados con el usuario externo.
- Sexta:** Incluir en el Plan de Capacitación Anual del patronato parque las leyendas cursos de “Calidad de Servicio y Atención al Cliente” a fin de mejorar la percepción de satisfacción del usuario externo.

## **VII. Referencias bibliográficas**

## Referencias bibliográficas

- AC Pública SAC. (2012). *Informe de Misión: Documento de identificación de la problemática y mapeo de actores*. Recuperado de:  
[http://www.cunamas.gob.pe/wp-content/uploads/2015/02/Diagnostico\\_30-07-2012.pdf](http://www.cunamas.gob.pe/wp-content/uploads/2015/02/Diagnostico_30-07-2012.pdf)
- Aiteco, C. (2016). *El modelo SERVQUAL de calidad de servicio*. Recuperado de:  
<https://www.aiteco.com/modelo-servqual-de-calidad-de-servicio/>
- Ameca, C (2014). *Cliente interno y externo en una organización*. Recuperado de  
<http://www.gestiopolis.com/cliente-interno-y-externo-en-una-organizacion/>
- Anderson, C. (2112). *Justificación*. Recuperado de:  
<http://andersoncriollo.blogspot.pe/2012/08/justificacion.html#!/2012/08/justificacion.html>
- Bibing (2014). *La satisfacción del cliente*. Recuperado de:  
<http://bibing.us.es/proyectos/abreproy/3966/fichero/1%252F2.pdf>
- Cordova, B. (2010). *Satisfacción del usuario externo en el área de emergencia del Hospital Grau, en relación con la motivación del personal de salud*. UNMSM. Recuperado de:  
[http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/cybertesis/1064/1/Cordova\\_bv.pdf](http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/cybertesis/1064/1/Cordova_bv.pdf)
- Castillo. M. (2010). *Escala SERVQUAL para medir la calidad en el servicio*. Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/escala-servqual-para-medir-la-calidad-en-el-servicio/>
- Civera, S. (2008). *Análisis de la relación entre calidad y satisfacción en el ámbito hospitalario en función del modelo de gestión establecido*. Universidad Jaume. España. Recuperado de:  
<http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/10357/civera.pdf?sequence=1>

- Caribee, I (2014). *Los conceptos de expectativas y exigencias*. Recuperado De: <http://www.caribeinsider.com/es/no-4-conceptos-expectativas-exigencias>
- Castillo. M. (2010). *Escala SERVQUAL para medir la calidad en el servicio*. Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/escala-servqual-para-medir-la-calidad-en-el-servicio/>
- Chang, F. (2014). *Atención al cliente en los servicios de la municipalidad de Malacatán San Marcos*. Universidad Rafael Landívar. México. Recuperado de: <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/01/01/Chang-Juan.pdf>
- Díaz Y. (2009). *Conceptualización y modelización de la calidad de servicio percibida: análisis crítico*. Recuperado de: <http://www.eumed.net/ce/2009b/dgpg3.htm>
- Ética Empresarial (2010). *¿Quién es más importante, los clientes externos o los clientes internos?*. Recuperado de: <http://manejodelclienteinternoyexterno.blogspot.pe/>
- Ecured. (2015). *Métodos científicos de investigación*. Recuperado de: [http://www.ecured.cu/M%C3%A9todos\\_Cient%C3%ADficos\\_de\\_Investigaci%C3%B3n](http://www.ecured.cu/M%C3%A9todos_Cient%C3%ADficos_de_Investigaci%C3%B3n)
- Fannig, M. (2015). *Investigación básica*. Recuperado de: <http://es.scribd.com/doc/36654566/Investigacion-basica#scribd>
- Ferre, J. (2010). *Tipos de investigación y diseño de investigación*. Recuperado de: <http://metodologia02.blogspot.pe/p/operacionalizacion-de-variables.html>
- Geo, T. (2016). *El Modelo SERVQUAL de calidad de servicio*. Recuperado de: <http://www.gestiondeoperaciones.net/gestion-de-calidad/el-modelo-servqual-de-calidad-de-servicio/>
- Hernández, Fernández y Baptista. (2014). *Metodología de la investigación*. (6a ed.) México: Mc Gram - Hill.

Lopez, R. (2016). *¿Qué importancia tiene la satisfacción del cliente externo?*.

Recuperado de: <https://soyroiver.wordpress.com/2011/09/15/%C2%BFque-importancia-tiene-la-satisfaccion-del-cliente-externo/>

Gobierno Salta. (2014). *La calidad en los servicios públicos*. Recuperado de:

[http://www.salta.gov.ar/descargas/archivos/ocspdfs/ocs\\_la\\_calidad\\_en\\_los\\_servicios\\_publicos.pdf](http://www.salta.gov.ar/descargas/archivos/ocspdfs/ocs_la_calidad_en_los_servicios_publicos.pdf)

León, V. (2012). *El método hipotético-deductivo*. Recuperado de:

<http://www.lasangredelleonverde.com/el-metodo-hipotetico-deductivo/>

Malvicino, G. (2014). *La gestión de la calidad en el ámbito De la administración pública*. Recuperado de:

<http://www.top.org.ar/ecgp/fulltext/000000/malvicino,%20guillermo%20-%20la%20gestion%20de%20la%20calidad.pdf>

Munch, L. (2016). *Dimensiones de la calidad en el servicio*. Nuevos Fundamentos de Mercadotecnia. Recuperado de:

<http://miguelfernandezp.blogspot.com/2011/11/las-10-dimensiones-de-la-calidad-en-el.html>

Pino, J. (2008). *La relación entre el sector industrial y el tamaño de empresa con las prácticas de la calidad total y el desempeño organizacional*. PUCP.

Recuperado de: <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/782/Tesis%20RPino.pdf?sequence=6>

Quero B. (2010). *Confiabilidad y coeficiente Alfa de Cronbach*. Recuperado de: <http://www.urbe.edu/publicaciones/telos/ediciones/pdf/vol-12-2/nota-2.PDF>.

Quezada, L. (2010). *Metodología de la investigación-Estadística aplicada a la Investigación*. Lima, Perú: Editora Macro.

Ruiz, J. (2012). *Calidad en la gestión pública: del azar a la necesidad*.

Recuperado de:

[http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4\\_uibd.nsf/21d192726629e44105257c320071ba56/\\$file/calidad\\_en\\_la\\_gestion\\_publica.del\\_azar\\_a\\_la\\_necesidad.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/21d192726629e44105257c320071ba56/$file/calidad_en_la_gestion_publica.del_azar_a_la_necesidad.pdf)

Rubui, T. (2012). *Estudio de los problemas municipales de paseos, jardines y parques públicos*. Recuperado de: [http://www.ub.edu/geocrit/rubio\\_texto.htm](http://www.ub.edu/geocrit/rubio_texto.htm).

Reyes, D. (2015). *Técnicas e instrumentos para recolección de datos*.

Recuperado de:

Rojas, R. (2013). *Teorías de la calidad. Orígenes y tendencias de la calidad total*.

Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/teorias-de-la-calidad-origenes-y-tendencias-de-la-calidad-total/>

Torres, B. (2102). *La función de la hipótesis en la investigación*. Recuperado de:

[http://www.unac.edu.pe/documentos/organizacion/vri/cdcitra/Informes\\_Finales\\_investigacion/if\\_marzo\\_2012/if\\_torres%20bardales\\_fce.pdf](http://www.unac.edu.pe/documentos/organizacion/vri/cdcitra/Informes_Finales_investigacion/if_marzo_2012/if_torres%20bardales_fce.pdf)

Yulitza, T. (2010). *Conceptos de calidad según diversos autores*. Recuperado de:

<http://xxxturismoxxx.blogspot.pe/2010/03/conceptos-de-calidad-segun-diversos.html>

Zamudio I. (2009). *El uso del SERVQUAL en la verificación de la calidad*.

Recuperado de: <http://abc-calidad.blogspot.com/2011/05/servqual.html>.

## **VIII. Apéndices.**

### Apéndice 1: Matriz de consistência

**TÍTULO: CALIDAD PERCIBIDA Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO EXTERNO EN EL PATRONATO PARQUE LAS LEYENDAS. LIMA 2016.**

**AUTORES: BR. CESAR BALDOMERO CANALES PALACIOS.**

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES E INDICADORES			
<p><b>PROBLEMA PRINCIPAL</b> ¿En qué medida la calidad percibida se relaciona con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas, Lima 2016?</p> <p><b>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</b> ¿En qué medida la dimensión de tangibilidad de calidad percibida se relaciona con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas Lima, 2016?</p> <p>¿En qué medida la dimensión de fiabilidad de calidad percibida se relaciona con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas, Lima 2016?</p> <p>¿En qué medida la dimensión de capacidad de respuesta de calidad percibida se relaciona con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas, Lima, 2016?</p> <p>¿En qué medida la dimensión de seguridad de calidad percibida se relaciona con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas, Lima 2016?</p> <p>¿En qué medida la dimensión de empatía de calidad percibida se relaciona con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas, Lima 2016?</p>	<p><b>OBJETIVO GENERAL</b> Determinar en qué medida la calidad percibida se relaciona con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016.</p> <p><b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS.</b> Determinar en qué medida la dimensión de tangibilidad de la calidad percibida se relaciona con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016.</p> <p>Determinar en qué medida la dimensión de fiabilidad de la calidad percibida se relaciona con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016.</p> <p>Determinar en qué medida la dimensión de capacidad de la respuesta de calidad percibida se relaciona con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016.</p> <p>Determinar en qué medida la dimensión de seguridad de la calidad percibida se relaciona con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016.</p> <p>Determinar en qué medida la dimensión de empatía de la calidad percibida se relaciona con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016.</p>	<p><b>HIPÓTESIS GENERAL</b> La calidad percibida se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016.</p> <p><b>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS</b> La dimensión de tangibilidad de la calidad percibida se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016</p> <p>La dimensión de fiabilidad de la calidad percibida se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016</p> <p>La dimensión de capacidad de respuesta de la calidad percibida se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016</p> <p>La dimensión de seguridad de la calidad percibida se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016</p> <p>La dimensión de empatía de la calidad percibida se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016</p>	Variable 1: CALIDAD			
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	Niveles o rangos
			Tangibilidad	Recursos Materiales	1-4	Óptima (82-110) Regular (52-81) No Óptima (22-51)
			Fiabilidad	Consistencia	5-9	
			Capacidad de Respuesta	Percepción	10-13	
			Seguridad	Confianza	14-17	
			Empatía	Identificación	18-22	
			Variable 2: SATISFACCION DEL USUARIO EXTERNO.			
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	Niveles o rangos
			Expectativas	Perspectiva	1-22	Alta (82-110) Media (52-81) Baja (22-51) )
Percepción	Recepción	23-44				

TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN Y MUESTRA	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA E INFERENCIAL
<p><b>TIPO: BÁSICO</b> Esta investigación es básica, según Zorrilla (1993, p. 43) este tipo de investigaciones se denomina también pura o fundamental, busca el progreso científico, acrecentar los conocimientos teóricos, sin interesarse directamente en sus posibles aplicaciones o consecuencias prácticas; es más formal y persigue las generalizaciones con vistas al desarrollo de una teoría basada en principios y leyes.</p> <p><b>NIVEL:</b> Causal</p> <p><b>DISEÑO:</b> No experimental</p> <p>Según Hernández (2010), el diseño se refiere al plan o estrategia concebida para obtener la información deseada. La investigación se realizó bajo el diseño no experimental, descriptivo correlacional, Mertens (2005) citado en Hernández (2010) señala que la investigación no experimental es apropiada para variables que no pueden o deben ser manipuladas o resulta complicado hacerlo, por lo tanto, una vez recopilada la data se determinó la relación que existió entre ambas.</p>	<p><b>POBLACIÓN:</b> La población o universo de interés en esta investigación, está conformada por 4000 usuarios del mes de Marzo 2016 del Patronato del Parque de las Leyendas. Lima.</p> <p><b>TAMAÑO DE MUESTRA</b> La muestra de interés en esta investigación, está conformada por 350 usuarios del mes de Marzo 2016 del Patronato del Parque de las Leyendas. Lima.</p> <p><b>TIPO DE MUESTRA</b> PROBABILISTICA</p> <p>Enfoque: Cuantitativo</p>	<p><b>VARIABLE:</b> CALIDAD DE ATENCION <b>INSTRUMENTO:</b> SERVQUAL <b>TÉCNICAS:</b> ENCUESTA. <b>AUTOR:</b> PARASURAMAN <b>AÑO:</b> 1988. ADAPTADA POR URBANO Y ROJAS (2013) <b>MONITOREO:</b> AGOSTO 2016. <b>ÁMBITO DE APLICACIÓN:</b> PPL. <b>FORMA DE ADMINISTRACIÓN:</b> DIRECTA</p> <p><b>VARIABLE:</b> SATISFACCION DEL USUARIO EXTERNO <b>INSTRUMENTO:</b> ENCUESTA DE SATISFACCION DEL USUARIO EXTERNO <b>TÉCNICAS:</b> ENCUESTA. <b>AUTOR:</b> MINSA <b>AÑO:</b> 2012. <b>MONITOREO:</b> AGOSTO 2016. <b>ÁMBITO DE APLICACIÓN:</b> PPL. <b>FORMA DE ADMINISTRACIÓN:</b> DIRECTA</p>	<p>Estadística: Descriptiva. Coeficiente de Correlación de Spearman: En estadística, el coeficiente de correlación de Spearman, <math>\rho</math> es una medida de la correlación (la asociación o interdependencia) entre dos variables aleatorias continuas. Para calcular "p", los datos son ordenados y reemplazados por su respectivo orden.</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 10px; width: fit-content; margin: 10px auto;"> <math display="block">\rho = 1 - \frac{6 \sum d^2}{n(n^2 - 1)}</math> </div> <p><math>\rho = r_s</math> <b>Dónde:</b> <math>\rho</math> = Coeficiente de correlación por rangos de Spearman <math>\Sigma</math> = Diferencia entre los rangos <math>d</math> = Diferencia entre los correspondientes estadísticos. <math>n</math> = Número de parejas</p> <p><b>Nivel de Significación:</b> Si <math>p &lt; 0.05 \Rightarrow</math> Existe relación entre las variables Si <math>p &gt; 0.05 \Rightarrow</math> No existe relación entre las variables</p>

## Apéndice 2. Instrumentos.

### Encuesta de calidad.

**INSTRUCCIONES:** Estimado servidor, el presente cuestionario tiene el propósito de recopilar información sobre *la forma como se percibe la calidad en la Institución*. Se agradece leer atentamente y marcar con un **(X)** la opción correspondiente a la información solicitada, Es **totalmente anónimo** y su procesamiento es reservado, por lo que le pedimos sinceridad en su respuesta, En beneficio de la mejora de la productividad en la organización.

ASPECTOS TANGIBLES	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
1. El PPL tiene equipos de apariencia moderna.					
2. Las instalaciones físicas del PPL son visualmente atractivas.					
3. Los empleados del PPL tienen apariencia pulcra.					
4. En el PPL, los elementos materiales relacionados con el servicio son visualmente atractivos.					
FIABILIDAD	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
5. Cuando en el PPL prometen hacer algo en cierto tiempo, lo hacen.					
6. Cuando un usuario tiene un problema, en el PPL muestran un sincero interés en solucionarlo.					
7. En el PPL realizan bien el servicio a la primera atención.					
8. En el PPL concluyen el servicio en el tiempo prometido.					
9. En el PPL insisten en mantener registros exentos de errores.					
CAPACIDAD DE RESPUESTA	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
10. En el PPL mayormente comunican a los usuarios cuándo concluirá la realización de un servicio.					

11. En el PPL los trabajadores ofrecen un servicio rápido a sus usuarios.					
12. En el PPL los trabajadores siempre están dispuestos a ayudar a los usuarios.					
13. En el PPL, los trabajadores nunca están demasiado ocupados para responder a las preguntas de los pacientes.					

SEGURIDAD	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
14. El comportamiento del personal del PPL transmite confianza a sus usuarios.					
15. Los usuarios del PPL se sienten seguros de los trámites que les van a realizar.					
16. En el PPL los trabajadores son siempre amables con los usuarios.					
17. En el PPL, los trabajadores tienen conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los usuarios.					

EMPATIA	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
18. En el PPL dan a sus usuarios una atención individualizada.					
19. En el PPL tienen horarios de atención convenientes para todos sus usuarios.					
20. En el PPL tiene trabajadores que ofrecen una atención personal a sus usuarios.					
21. En el PPL, se preocupan por la salud de sus usuarios.					
22. En el PPL, los trabajadores, comprenden las necesidades específicas de sus usuarios.					

### Encuesta de satisfacción del usuario externo.

**INSTRUCCIONES:** Estimado servidor, el presente cuestionario tiene el propósito de recopilar información sobre *la forma como se percibe la Satisfacción del usuario Externo en la Institución*. Se agradece leer atentamente y marcar con un **(X)** la opción correspondiente a la información solicitada, Es **totalmente anónimo** y su procesamiento es reservado, por lo que le pedimos sinceridad en su respuesta, En beneficio de la mejora de la productividad en la organización.

DIMENSION EXPECTATIVAS						
N°	Preguntas	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
1	<b>E</b> Qué los usuarios que acuden al PPL, sean atendidos sin diferencia alguna, mejor dicho, sin importar su color de piel, edad, nivel de estudio, sexo e idioma.					
2	<b>E</b> Qué la atención se realice en orden y respetando el orden de llegada.					
3	<b>E</b> Qué la atención por el personal se realice según el horario publicado en el PPL					
4	<b>E</b> Qué el Establecimiento cuente con mecanismos para atender las quejas o reclamos de los usuarios.					
5	<b>E</b> Qué la información sea veraz.					
6	<b>E</b> Qué la atención en el área de caja sea rápida.					
7	<b>E</b> Qué la atención en el área de admisión sea oportuna.					
8	<b>E</b> Qué el tiempo de espera para ser atendido sea corto.					
9	<b>E</b> Qué el establecimiento cuente con mecanismos para resolver cualquier problema que dificulte la atención de los usuarios.					
10	<b>E</b> Qué durante su atención se respete su privacidad.					
11	<b>E</b> Qué el personal que le atenderá le realice un trabajo completo y minucioso.					
12	<b>E</b> Qué el personal que le atenderá le brinde el tiempo suficiente para contestar sus dudas o preguntas sobre su caso.					
13	<b>E</b> Qué el personal que le atenderá le inspire confianza.					

14	E	Qué el personal que le atenderá le trate con amabilidad, respeto y paciencia.					
15	E	Qué el personal de PPL le trate con prontitud y esmero.					
16	E	Qué el personal de seguridad del PPL le trate con amabilidad, respeto y paciencia.					
17	E	¿Qué usted comprenda la explicación que le brindará el personal sobre su seguridad en el parque?					
18	E	¿Qué usted comprenda la explicación que el personal le brindarán sobre sus problemas en el parque?					
19	E	Qué los carteles, letreros o flechas del establecimiento sean adecuados para orientar a los usuarios.					
20	E	Qué los ambientes de atención se encuentren limpios y cuenten con mobiliario (bancas y sillas) para comodidad de los usuarios.					
21	E	Qué el establecimiento cuente con baños limpios para los usuarios.					
22	E	Qué los ambientes de atención cuenten con equipos disponibles y materiales necesarios para su funcionamiento					

**DIMENSION PERCEPCIONES**

Ni	Preguntas	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
23	P	¿Usted fue atendido sin diferencia alguna, mejor dicho, sin importar su color de piel, edad, nivel de estudio, sexo e idioma?				
24	P	¿Su atención se realizó en orden y respetando el orden de llegada?				
25	P	¿Su atención se realizó según el horario publicado en el establecimiento?				
26	P	¿Cuándo usted quiso presentar alguna queja o reclamo el parque contó con mecanismos para atenderlo?				
27	P	¿La información que recibió fue veraz?				
28	P	¿La atención en el área de caja fue rápida?				
29	P	¿La atención en el área de admisión fue rápida?				
30	P	¿El tiempo que usted esperó para ingresar al parque fue corto?				

31	P	¿Cuándo usted presentó algún problema o dificultad se resolvió inmediatamente?					
32	P	¿Durante su atención se respetó su privacidad?					
33	P	¿El personal que le atendió le realizó una explicación completa y minuciosa?					
34	P	¿El personal u otro profesional que le atendió, le brindó el tiempo suficiente para contestar sus dudas o preguntas?					
35	P	¿El personal que le atendió le inspiró confianza?					
36	P	¿El personal u otro profesional que le atendió le trató con amabilidad, respeto y paciencia?					
37	P	¿El personal de caja, le trató con amabilidad, respeto y paciencia?					
38	P	¿El personal de admisión le trató con amabilidad, respeto y paciencia?					
39	P	¿Usted comprendió la explicación que le brindaron sobre la seguridad en el parque?					
40	P	¿Usted comprendió la explicación que el personal u otro profesional le brindó sobre el Parque?					
41	P	¿Los carteles, letreros o flechas del Parque fueron adecuados para orientar a los usuarios?					
42	P	¿El Parque se encontró limpio y contaron con bancas o sillas para su comodidad?					
43	P	¿El Parque contó con baños limpios para los usuarios?					
44	P	¿El Parque contó con equipos disponibles y los materiales necesarios para su funcionamiento?					

### Apéndice 3: Confiabilidad

#### CALIDAD

Nº	Tangibilidad				Fiabilidad					Capacidad de Respuesta				Seguridad				Empatía				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
1	3	3	3	2	2	2	2	1	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3
2	3	3	3	3	2	2	1	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3
3	4	4	4	5	2	2	2	5	3	1	1	1	1	2	5	5	5	2	5	5	5	3
4	4	3	2	2	2	2	2	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
5	4	3	4	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5
6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	4
7	4	3	2	2	2	2	2	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
8	4	3	4	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5
9	4	3	3	2	2	2	1	1	1	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	2
10	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	1	1	1	1	3
11	4	3	2	2	2	2	2	4	2	1	1	1	1	3	4	4	3	3	4	4	3	3
12	4	3	4	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5
13	1	1	3	2	2	2	3	2	2	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	2
14	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
15	4	3	2	2	2	2	2	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
16	4	3	4	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5
17	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	4
18	4	3	3	3	2	3	2	1	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3
19	4	3	2	2	2	2	2	4	2	1	1	1	1	3	4	4	3	3	4	4	3	3
20	4	3	4	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5
21	4	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	4	3	3	3	4	1	1	1	1	2
22	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	1	1	1	1	3
23	4	3	2	2	2	2	2	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
24	4	3	4	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	1	1	1	1	5
25	4	4	3	3	2	2	1	1	1	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	4
26	4	3	2	2	2	2	2	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
27	4	3	4	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	1	1	1	1	5
28	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1
29	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	1	3
30	4	3	2	2	2	2	2	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3

## SATISFACCIÓN DE USUARIOS EXTERNOS

N°	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
1	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4
2	4	4	4	3	3	1	4	4	3	3	1	2	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3
3	4	3	1	1	1	1	1	3	3	3	3	2	3	3	1	1	5	3	5	5	5	3
4	4	3	1	1	1	1	1	3	3	3	3	2	3	3	1	1	4	4	4	3	3	3
5	4	3	1	1	1	1	1	3	3	3	3	2	3	3	1	1	5	5	5	5	5	4
6	4	3	4	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	4	4	4	4	3	3	3
7	4	3	4	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3
8	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
9	3	4	3	3	3	2	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
10	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3
11	4	3	4	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3
12	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
13	3	4	3	3	3	2	1	1	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	1	1	1	1
14	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3
15	4	3	4	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3
16	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
17	3	3	1	1	1	1	1	3	3	3	3	2	3	3	1	1	5	4	4	3	3	3
18	2	1	1	1	1	1	1	3	3	3	3	2	3	3	1	1	4	3	3	3	3	3
19	4	3	1	1	1	1	1	3	3	3	3	2	3	3	1	1	5	4	4	3	3	3
20	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
21	3	4	3	3	3	2	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
22	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3
23	4	3	4	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3
24	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
25	4	3	4	3	3	2	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	4	4	4	3	2	3
26	4	3	4	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3
27	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
28	4	3	4	3	3	4	4	3	1	2	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	3	3
29	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3
30	4	3	4	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3

## Apéndice 4: Validaciones

### CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO EXTERNO

N°	DIMENSIONES / Ítems DIMENSION EXPECTATIVAS	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
1	Qué los usuarios que acuden al PPL, sean atendidos sin diferencia alguna, mejor dicho sin importar su color de piel, edad, nivel de estudio, sexo e idioma.	✓		✓		✓		
2	Qué la atención se realice en orden y respetando el orden de llegada.	✓		✓		✓		
3	Qué la atención por el personal se realice según el horario publicado en el PPL	✓		✓		✓		
4	Qué el Establecimiento cuente con mecanismos para atender las quejas o reclamos de los usuarios.	✓		✓		✓		
5	Qué la información sea veraz.	✓		✓		✓		
6	Qué la atención en el área de caja sea rápida.	✓		✓		✓		
7	Qué la atención en el área de admisión sea oportuna.	✓		✓		✓		
8	Qué el tiempo de espera para ser atendido sea corto.	✓		✓		✓		
9	Qué el establecimiento cuente con mecanismos para resolver cualquier problema que dificulte la atención de los usuarios.	✓		✓		✓		
10	Qué durante su atención se respete su privacidad.	✓		✓		✓		
11	Qué el personal que le atenderá le realice un trabajo completo y minucioso.	✓		✓		✓		
12	Qué el personal que le atenderá le brinde el tiempo suficiente para contestar sus dudas o preguntas sobre su caso.	✓		✓		✓		
13	Qué el personal que le atenderá le inspire confianza.	✓		✓		✓		
14	Qué el personal que le atenderá le trate con amabilidad, respeto y paciencia.	✓		✓		✓		
15	Qué el personal de PPL le trate con prontitud y esmero.	✓		✓		✓		
16	Qué el personal de seguridad del PPL le trate con amabilidad, respeto y paciencia.	✓		✓		✓		
17	Qué usted comprenda la explicación que le brindará el personal sobre su seguridad en el parque?	✓		✓		✓		
18	Qué usted comprenda la explicación que el personal le brindará sobre sus problemas en el parque?	✓		✓		✓		
19	Qué los carteles, letreros o flechas del establecimiento sean adecuados para orientar a los usuarios.	✓		✓		✓		
20	Qué el ambiente de atención se encuentren limpios y cuenten con mobiliario (banca y sillas) para comodidad de los usuarios.	✓		✓		✓		
21	Qué el establecimiento cuente con baños limpios para los usuarios.	✓		✓		✓		
22	Qué los ambientes de atención cuenten con equipos disponibles y materiales necesarios para su funcionamiento	✓		✓		✓		

		DIMENSION PERCEPCIONES			
		Si	No	Si	No
23	¿Usted fue atendido sin diferencia alguna, mejor dicho sin importar su color de piel, edad, nivel de estudio, sexo e idioma?	✓		✓	
24	¿Su atención se realizó en orden y respetando el orden de llegada?	✓		✓	
25	¿Su atención se realizó según el horario publicado en el establecimiento?	✓		✓	
26	¿Cuándo usted quiso presentar alguna queja o reclamo el parque contó con mecanismos para atenderlo?	✓		✓	
27	¿La información que recibió fue veraz?	✓		✓	
28	¿La atención en el área de caja fue rápida?	✓		✓	
29	¿La atención en el área de admisión fue rápida?	✓		✓	
30	¿El tiempo que usted esperó para ingresar al parque fue corto?	✓		✓	
31	¿Cuándo usted presentó algún problema o dificultad se resolvió inmediatamente?	✓		✓	
32	¿Durante su atención se respetó su privacidad?	✓		✓	
33	¿El personal que le atendió le realizó una explicación completa y minuciosa?	✓		✓	
34	¿El personal u otro profesional que le atendió, le brindó el tiempo suficiente para contestar sus dudas o preguntas?	✓		✓	
35	¿El personal que le atendió le inspiró confianza?	✓		✓	
36	¿El personal u otro profesional que le atendió le trató con amabilidad, respeto y paciencia?	✓		✓	
37	¿El personal de caja, le trató con amabilidad, respeto y paciencia?	✓		✓	
38	¿El personal de admisión le trató con amabilidad, respeto y paciencia?	✓		✓	
39	¿Usted comprendió la explicación que le brindaron sobre la seguridad en el parque?	✓		✓	
40	¿Usted comprendió la explicación que el personal u otro profesional le brindó sobre el Parque?	✓		✓	
41	¿Los carteles, letreros o flechas del Parque fueron adecuados para orientar a los usuarios?	✓		✓	
42	¿El Parque se encontró limpio y contaron con bancas o sillas para su comodidad?	✓		✓	
43	¿El Parque contó con baños limpios para los usuarios?	✓		✓	
44	¿El Parque contó con equipos disponibles y los materiales necesarios para su funcionamiento?	✓		✓	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): SUFICIENTE

Opinión de aplicabilidad:   Aplicable [  ]   Aplicable después de corregir [  ]   No aplicable [  ]

Los Olivos, Marzo del 2017.

Apellidos y nombres del juez evaluador: Dr. Jorge Rafael Díaz Dumont DNI: 8.568.881.F

Especialidad del evaluador: U.E. INGENIERIA

<sup>1</sup> Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup> Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo  
<sup>3</sup> Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

**Anexo 4**  
**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA CALIDAD**

N°	DIMENSIONES / Ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	<b>ASPECTOS TANGIBLES</b>							
1	El PPL tiene equipos de apariencia moderna.	✓		✓		✓		
2	Las instalaciones físicas del PPL son visualmente atractivas.	✓		✓		✓		
3	Los empleados del PPL tienen apariencia pulcra.	✓		✓		✓		
4	En el PPL, los elementos materiales relacionados con el servicio son visualmente atractivos.	✓		✓		✓		
	<b>FIABILIDAD</b>							
5	Cuando en el PPL prometen hacer algo en cierto tiempo, lo hacen.	✓		✓		✓		
6	Cuando un usuario tiene un problema, en el PPL muestran un sincero interés en solucionarlo.	✓		✓		✓		
7	En el PPL realizan bien el servicio a la primera atención.	✓		✓		✓		
8	En el PPL concluyen el servicio en el tiempo prometido.	✓		✓		✓		
9	En el PPL insisten en mantener registros exentos de errores.	✓		✓		✓		
	<b>CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>							
10	En el PPL mayormente comunican a los usuarios cuándo concluirá la realización de un servicio.	✓		✓		✓		
11	En el PPL los trabajadores ofrecen un servicio rápido a sus usuarios.	✓		✓		✓		
12	En el PPL los trabajadores siempre están dispuestos a ayudar a los usuarios.	✓		✓		✓		
13	En el PPL los trabajadores nunca están demasiado ocupados para responder a las preguntas de los pacientes.	✓		✓		✓		
	<b>SEGURIDAD</b>							
14	El comportamiento del personal del PPL transmite confianza a sus usuarios.	✓		✓		✓		
15	Los usuarios del PPL se sienten seguros de los trámites que les van a realizar.	✓		✓		✓		
16	En el PPL los trabajadores son siempre amables con los usuarios.	✓		✓		✓		
17	En el PPL, los trabajadores tienen conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los usuarios.	✓		✓		✓		
	<b>EMPATIA</b>							
18	En el PPL dan a sus usuarios una atención individualizada.	✓		✓		✓		
19	En el PPL tienen horarios de atención convenientes para todos sus usuarios.	✓		✓		✓		
20	En el PPL tiene trabajadores que ofrecen una atención personal a sus usuarios.	✓		✓		✓		
21	En el PPL se preocupan por la salud de sus usuarios.	✓		✓		✓		
22	En el PPL, los trabajadores, comprenden las necesidades específicas de sus usuarios.	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Suficiente

Opinión de aplicabilidad:  Aplicable [ ✓ ]     Aplicable después de corregir [ ]     No aplicable [ ]

Los Olivos, Marzo del 2017.

Apellidos y nombres del juez evaluador: Dr. Jorge Armando Alvarado.....DNI: 8.868.888.1.....

Especialidad del evaluador: MAE.....MAE.....

<sup>1</sup> Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup> Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo  
<sup>3</sup> Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

## Apéndice 5: Base de datos

### CALIDAD

N°	Tangibilidad				Fiabilidad					Capacidad de Respuesta				Seguridad				Empatía				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
1	3	3	3	2	2	2	2	1	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3
2	3	3	3	3	2	2	1	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3
3	4	4	4	5	2	2	2	5	3	1	1	1	1	2	5	5	5	2	5	5	5	3
4	4	3	2	2	2	2	2	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
5	4	3	4	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5
6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	4
7	4	3	2	2	2	2	2	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
8	4	3	4	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5
9	4	3	3	2	2	2	1	1	1	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	2
10	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	1	1	1	1	3
11	4	3	2	2	2	2	2	4	2	1	1	1	1	3	4	4	3	3	4	4	3	3
12	4	3	4	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5
13	1	1	3	2	2	2	3	2	2	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	2
14	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
15	4	3	2	2	2	2	2	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
16	4	3	4	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5
17	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	4
18	4	3	3	3	2	3	2	1	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3
19	4	3	2	2	2	2	2	4	2	1	1	1	1	3	4	4	3	3	4	4	3	3
20	4	3	4	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5
21	4	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	4	3	3	3	4	1	1	1	1	2
22	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	1	1	1	1	3
23	4	3	2	2	2	2	2	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
24	4	3	4	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	1	1	1	1	5
25	4	4	3	3	2	2	1	1	1	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	4
26	4	3	2	2	2	2	2	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
27	4	3	4	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	1	1	1	1	5
28	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1
29	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	1	3
30	4	3	2	2	2	2	2	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
31	4	3	4	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5
32	4	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
33	1	1	3	2	2	2	3	2	2	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	2
34	4	3	2	2	2	2	2	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
35	4	3	4	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5
36	4	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
37	4	3	2	2	2	2	2	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
38	4	3	4	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5
39	3	3	3	2	3	3	2	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
40	1	1	3	2	2	2	3	2	2	1	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	2
41	4	3	2	2	2	2	2	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
42	4	3	4	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5
43	4	3	3	3	3	3	3	2	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
44	4	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
45	4	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	2
46	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3



103	4	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		
104	4	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	2	
105	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
106	4	4	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
107	4	4	3	3	3	2	3	1	4	3	4	4	2	3	4	4	2	3	4	4	2	2
108	1	1	3	2	2	2	3	2	2	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	2
109	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
110	3	3	2	1	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
111	4	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
112	4	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	2
113	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
114	4	3	3	3	3	3	2	3	1	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2
115	4	2	3	2	2	2	3	2	2	1	1	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3
116	4	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	2
117	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
118	3	3	3	2	3	3	2	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
119	4	3	3	2	2	2	2	1	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	4
120	3	3	3	3	2	2	1	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3
121	4	4	4	5	2	2	2	5	3	2	5	5	5	2	5	5	5	2	5	5	5	3
122	4	3	2	2	2	2	2	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
123	4	3	4	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5
124	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	4
125	4	3	2	2	2	2	2	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
126	4	3	4	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5
127	4	3	3	2	2	2	1	1	1	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	2
128	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
129	4	3	2	2	2	2	2	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
130	4	3	4	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5
131	1	1	3	2	2	2	3	2	2	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	2
132	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
133	4	3	2	2	2	2	2	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
134	4	3	4	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5
135	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	4
136	4	3	3	3	2	3	2	1	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3
137	4	3	2	2	2	2	2	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
138	4	3	4	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5
139	4	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	2
140	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
141	4	3	2	2	2	2	2	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
142	4	3	4	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5
143	4	4	3	3	2	2	1	1	1	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	4
144	4	3	2	2	2	2	2	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
145	4	3	4	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5
146	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1
147	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
148	4	3	2	2	2	2	2	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
149	4	3	4	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5
150	4	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
151	1	1	3	2	2	2	3	2	2	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	2
152	4	3	2	2	2	2	2	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
153	4	3	4	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5
154	4	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
155	4	3	2	2	2	2	2	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
156	4	3	4	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5
157	3	3	3	2	3	3	2	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
158	1	1	3	2	2	2	3	2	2	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	2

159	4	3	2	2	2	2	2	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
160	4	3	4	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5
161	4	3	3	3	3	3	3	2	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
162	4	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
163	4	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	2
164	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
165	4	4	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
166	4	4	3	3	3	2	3	1	4	3	4	4	2	3	4	4	2	3	4	4	2	2
167	1	1	3	2	2	2	3	2	2	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	2
168	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
169	3	3	2	1	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
170	4	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
171	4	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	2
172	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
173	4	3	3	3	3	3	2	3	1	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2
174	4	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
175	4	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	2
176	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
177	3	3	3	2	3	3	2	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
178	4	3	3	2	2	2	2	1	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	4
179	3	3	3	3	2	2	1	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3
180	4	4	4	5	2	2	2	5	3	2	5	5	5	2	5	5	5	2	5	5	5	3
181	4	3	2	2	2	2	2	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
182	4	3	4	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5
183	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	4
184	4	3	2	2	2	2	2	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
185	4	3	4	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5
186	4	3	3	2	2	2	1	1	1	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	2
187	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
188	4	3	2	2	2	2	2	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
189	4	3	4	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5
190	1	1	3	2	2	2	3	2	2	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	2
191	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
192	4	3	2	2	2	2	2	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
193	4	3	4	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5
194	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	4
195	4	3	3	3	2	3	2	1	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3
196	4	3	2	2	2	2	2	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
197	4	3	4	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5
198	4	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	2
199	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
200	4	3	2	2	2	2	2	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
201	4	3	4	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5
202	4	4	3	3	2	2	1	1	1	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	4
203	4	3	2	2	2	2	2	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
204	4	3	4	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5
205	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1
206	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
207	4	3	2	2	2	2	2	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
208	4	3	4	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5
209	4	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
210	1	1	3	2	2	2	3	2	2	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	2
211	4	3	2	2	2	2	2	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
212	4	3	4	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5
213	4	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
214	4	3	2	2	2	2	2	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3

215	4	3	4	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5	
216	3	3	3	2	3	3	2	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
217	1	1	3	2	2	2	3	2	2	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	2	
218	4	3	2	2	2	2	2	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	
219	4	3	4	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5	
220	4	3	3	3	3	3	3	2	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	
221	4	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
222	4	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	2
223	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	
224	4	4	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
225	4	4	3	3	3	2	3	1	4	3	4	4	2	3	4	4	2	3	4	4	2	2	
226	1	1	3	2	2	2	3	2	2	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	2	
227	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	
228	3	3	2	1	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
229	4	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
230	4	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	2
231	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	
232	4	3	3	3	3	3	2	3	1	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	
233	4	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
234	4	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	2
235	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	
236	3	3	3	2	3	3	2	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	
237	4	3	3	2	2	2	2	1	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	4	
238	3	3	3	3	2	2	1	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	
239	4	4	4	5	2	2	2	5	3	2	5	5	5	2	5	5	5	2	5	5	5	3	
240	4	3	2	2	2	2	2	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	
241	4	3	4	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5	
242	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	4	
243	4	3	2	2	2	2	2	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	
244	4	3	4	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5	
245	4	3	3	2	2	2	1	1	1	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	2
246	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	
247	4	3	2	2	2	2	2	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	
248	4	3	4	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5	
249	1	1	3	2	2	2	3	2	2	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	2	
250	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	
251	4	3	2	2	2	2	2	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	
252	4	3	4	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5	
253	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	4	
254	4	3	3	3	2	3	2	1	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	
255	4	3	2	2	2	2	2	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	
256	4	3	4	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5	
257	4	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	2
258	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	
259	4	3	2	2	2	2	2	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	
260	4	3	4	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5	
261	4	4	3	3	2	2	1	1	1	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	4	
262	4	3	2	2	2	2	2	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	
263	4	3	4	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5	
264	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	
265	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
266	4	3	2	2	2	2	2	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	
267	4	3	4	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5	
268	4	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
269	1	1	3	2	2	2	3	2	2	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	2	
270	4	3	2	2	2	2	2	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	

271	4	3	4	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5
272	4	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
273	4	3	2	2	2	2	2	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
274	4	3	4	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5
275	3	3	3	2	3	3	2	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
276	1	1	3	2	2	2	3	2	2	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	2
277	4	3	2	2	2	2	2	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
278	4	3	4	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5
279	4	3	3	3	3	3	3	2	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
280	4	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
281	4	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	2
282	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
283	4	4	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
284	4	4	3	3	3	2	3	1	4	3	4	4	2	3	4	4	2	3	4	4	2	2
285	1	1	3	2	2	2	3	2	2	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	2
286	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
287	3	3	2	1	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
288	4	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
289	4	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	2
290	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
291	4	3	3	3	3	3	2	3	1	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2
292	4	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
293	4	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	2
294	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
295	3	3	3	2	3	3	2	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
296	4	3	3	2	2	2	2	1	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	4
297	3	3	3	3	2	2	1	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3
298	4	4	4	5	2	2	2	5	3	2	5	5	5	2	5	5	5	2	5	5	5	3
299	4	3	2	2	2	2	2	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
300	4	3	4	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5
301	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	4
302	4	3	2	2	2	2	2	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
303	4	3	4	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5
304	4	3	3	2	2	2	1	1	1	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	2
305	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
306	4	3	2	2	2	2	2	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
307	4	3	4	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5
308	1	1	3	2	2	2	3	2	2	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	2
309	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
310	4	3	2	2	2	2	2	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
311	4	3	4	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5
312	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	4
313	4	3	3	3	2	3	2	1	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3
314	4	3	2	2	2	2	2	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
315	4	3	4	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5
316	4	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	2
317	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
318	4	3	2	2	2	2	2	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
319	4	3	4	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5
320	4	4	3	3	2	2	1	1	1	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	4
321	4	3	2	2	2	2	2	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
322	4	3	4	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5
323	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1
324	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
325	4	3	2	2	2	2	2	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
326	4	3	4	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5

327	4	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
328	1	1	3	2	2	2	3	2	2	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	2
329	4	3	2	2	2	2	2	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
330	4	3	4	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5
331	4	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
332	4	3	2	2	2	2	2	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
333	4	3	4	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5
334	3	3	3	2	3	3	2	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
335	1	1	3	2	2	2	3	2	2	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	2
336	4	3	2	2	2	2	2	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
337	4	3	4	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5
338	4	3	3	3	3	3	3	2	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
339	4	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
340	4	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	2
341	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
342	4	4	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
343	4	4	3	3	3	2	3	1	4	3	4	4	2	3	4	4	2	3	4	4	2	2
344	1	1	3	2	2	2	3	2	2	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	2
345	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
346	3	3	2	1	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
347	4	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
348	4	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	2
349	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
350	4	3	3	3	3	3	2	3	1	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2

## SATISFACCIÓN DE USUARIO EXTERNO

Nº	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
1	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4
2	4	4	4	3	3	1	4	4	3	3	1	2	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3
3	4	3	1	1	1	1	1	3	3	3	3	3	2	3	3	1	1	5	3	5	5	3
4	4	3	1	1	1	1	1	3	3	3	3	3	2	3	3	1	1	4	4	4	3	3
5	4	3	1	1	1	1	1	3	3	3	3	3	2	3	3	1	1	5	5	5	5	4
6	4	3	4	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	4	4	4	3	3
7	4	3	4	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3
8	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
9	3	4	3	3	3	2	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
10	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3
11	4	3	4	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3
12	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
13	3	4	3	3	3	2	1	1	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	1	1	1	1
14	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3
15	4	3	4	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3
16	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
17	3	3	1	1	1	1	1	3	3	3	3	3	2	3	3	1	1	5	4	4	3	3
18	2	1	1	1	1	1	1	3	3	3	3	3	2	3	3	1	1	4	3	3	3	3
19	4	3	1	1	1	1	1	3	3	3	3	3	2	3	3	1	1	5	4	4	3	3
20	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
21	3	4	3	3	3	2	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
22	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3
23	4	3	4	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3
24	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
25	4	3	4	3	3	2	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	4	4	4	3	2	3
26	4	3	4	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3
27	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
28	4	3	4	3	3	4	4	3	1	2	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	3	3
29	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3
30	4	3	4	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3
31	4	3	4	1	1	1	1	1	3	3	3	3	3	2	3	3	1	1	5	5	5	4
32	3	4	3	1	1	1	1	1	3	3	3	3	3	2	3	3	1	1	4	3	3	3
33	3	4	3	1	1	1	1	1	3	3	3	3	3	2	3	3	1	1	5	1	1	1
34	4	3	4	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3
35	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
36	3	4	3	3	2	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
37	4	3	4	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3
38	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
39	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	1	2	1	2	2	2	2	3	3	3	1	2
40	3	4	3	3	3	2	3	3	3	1	1	1	1	3	3	2	3	3	1	1	1	1
41	4	3	4	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3
42	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
43	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3
44	3	4	3	3	2	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
45	3	4	3	3	3	2	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
46	3	1	1	1	1	1	3	3	3	3	3	2	3	3	1	1	5	3	2	3	3	3
47	4	1	1	1	1	1	3	3	3	3	3	2	3	3	1	1	4	3	3	4	3	3
48	4	1	1	1	1	1	3	3	3	3	3	2	3	3	1	1	5	3	3	3	4	3
49	3	4	3	3	3	2	3	3	3	1	3	3	1	1	1	2	3	3	1	1	1	1
50	3	3	3	3	4	2	4	4	1	3	3	3	3	3	1	3	3	4	4	4	4	3
51	3	2	4	4	4	3	1	4	4	4	3	3	4	4	4	1	1	2	1	3	1	1
52	3	4	3	3	2	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
53	3	4	3	3	3	2	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
54	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3

55	4	3	4	3	3	3	3	2	3	3	1	3	3	3	1	3	2	3	2	3	3	2
56	3	4	3	3	2	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
57	3	4	3	3	3	2	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
58	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3
59	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	1	2	1	2	2	2	2	3	3	3	1	2
60	1	1	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2	1	2	2	2	3	3	3	2
61	4	4	4	3	3	1	4	4	3	3	1	2	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3
62	4	3	4	3	1	1	1	1	1	3	3	3	3	3	2	3	3	1	1	5	5	3
63	4	3	4	3	1	1	1	1	1	3	3	3	3	3	2	3	3	1	1	4	3	3
64	4	3	4	4	1	1	1	1	1	3	3	3	3	3	2	3	3	1	1	5	5	4
65	4	3	4	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	4	4	4	3	3
66	4	3	4	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3
67	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
68	3	4	3	3	3	2	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
69	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3
70	4	3	4	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3
71	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
72	3	4	3	3	3	2	1	1	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	1	1	1	1
73	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3
74	4	3	4	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3
75	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
76	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3
77	2	1	3	2	3	1	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
78	4	3	4	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3
79	1	1	1	1	1	3	3	3	3	3	2	3	3	1	1	5	5	5	5	5	5	4
80	1	1	1	1	1	3	3	3	3	3	2	3	3	1	1	4	3	3	3	3	3	3
81	1	1	1	1	1	3	3	3	3	3	2	3	3	1	1	5	2	3	2	3	3	3
82	4	3	4	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3
83	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
84	4	3	4	3	3	2	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	4	4	4	3	2	3
85	4	3	4	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3
86	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
87	4	3	4	3	3	4	4	3	1	2	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	3	3
88	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3
89	4	3	4	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3
90	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
91	3	4	3	3	2	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
92	3	4	3	3	3	1	1	1	1	1	3	3	3	3	3	2	3	3	1	1	1	1
93	4	3	4	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3
94	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
95	3	4	3	3	2	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
96	4	3	4	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3
97	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
98	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	1	2	1	2	2	2	2	3	3	3	1	2
99	3	4	3	3	3	2	3	3	3	1	1	1	1	3	3	2	3	3	1	1	1	1
100	4	3	4	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3
101	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
102	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3
103	3	4	3	3	2	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
104	3	4	3	3	3	2	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
105	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3
106	4	3	4	4	4	2	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3
107	4	3	4	3	3	2	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
108	3	4	3	3	3	2	3	3	3	1	3	3	1	1	1	2	3	3	1	1	1	1
109	3	3	3	3	4	2	4	4	1	3	3	3	3	3	1	3	3	4	4	4	4	3
110	3	2	4	4	4	3	1	4	4	4	3	3	4	4	4	1	1	2	1	3	1	1



167	3	4	3	3	3	2	3	3	3	1	3	3	1	1	1	2	3	3	1	1	1	1
168	3	3	3	3	4	2	4	4	1	3	3	3	3	1	3	3	4	4	4	4	4	3
169	3	2	4	4	4	3	1	4	4	4	3	3	4	4	4	1	1	2	1	3	1	1
170	3	4	3	3	2	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
171	3	4	3	3	3	2	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
172	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3
173	4	3	4	3	3	3	3	2	3	3	1	3	3	3	1	3	2	3	2	3	3	2
174	3	4	3	3	2	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
175	3	4	3	3	3	2	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
176	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3
177	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	1	2	1	2	2	2	2	3	3	3	1	2
178	1	1	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2	1	2	2	2	3	3	3	2
179	4	4	4	3	3	1	4	4	3	3	1	2	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3
180	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	2	3	5	3	5	2	5	5	3	5	5	3
181	4	3	4	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3
182	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
183	4	3	4	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	4	4	4	3	3
184	4	3	4	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3
185	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
186	3	4	3	3	3	2	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
187	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3
188	4	3	4	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3
189	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
190	3	4	3	3	3	2	1	1	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	1	1	1	1
191	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3
192	4	3	4	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3
193	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
194	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3
195	2	1	3	2	3	1	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
196	4	3	4	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3
197	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
198	3	4	3	3	3	2	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
199	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3
200	1	1	1	1	1	3	3	3	3	3	2	3	3	1	1	5	4	4	4	4	3	3
201	1	1	1	1	1	3	3	3	3	3	2	3	3	1	1	4	5	5	5	5	5	4
202	1	1	1	1	1	3	3	3	3	3	2	3	3	1	1	5	4	4	4	3	2	3
203	4	3	4	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3
204	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
205	4	3	4	3	3	4	4	3	1	2	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	3	3
206	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3
207	4	3	4	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3
208	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
209	3	4	3	3	2	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
210	3	4	3	3	3	1	1	1	1	1	3	3	3	3	3	2	3	3	1	1	1	1
211	4	3	4	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3
212	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
213	3	4	3	3	2	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
214	4	3	4	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3
215	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
216	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	1	2	1	2	2	2	2	3	3	3	1	2
217	3	4	3	3	3	2	3	3	3	1	1	1	1	3	3	2	3	3	1	1	1	1
218	4	3	4	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3
219	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
220	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3
221	3	4	3	3	2	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
222	3	4	3	3	3	2	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3



279	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3
280	3	4	3	3	2	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
281	3	4	3	3	3	2	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
282	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3
283	4	3	4	4	4	2	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3
284	4	3	4	3	3	2	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
285	3	4	3	3	3	2	3	3	3	1	3	3	1	1	1	2	3	3	1	1	1	1
286	3	3	3	3	4	2	4	4	1	3	3	3	3	3	1	3	3	4	4	4	4	3
287	3	2	4	4	4	3	1	4	4	4	3	3	4	4	4	1	1	2	1	3	1	1
288	3	4	3	3	2	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
289	3	4	3	3	3	2	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
290	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3
291	4	3	4	3	3	3	3	2	3	3	1	3	3	3	1	3	2	3	2	3	3	2
292	3	4	3	3	2	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
293	3	4	3	3	3	2	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
294	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3
295	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	1	2	1	2	2	2	2	3	3	3	1	2
296	1	1	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2	1	2	2	2	3	3	3	2
297	4	4	4	3	3	1	4	4	3	3	1	2	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3
298	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	2	3	5	3	5	2	5	5	3	5	5	3
299	4	3	4	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3
300	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
301	4	3	4	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	4	4	4	3	3
302	4	3	4	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3
303	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
304	3	4	3	3	3	2	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
305	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3
306	4	3	4	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3
307	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
308	3	4	3	3	3	2	1	1	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	1	1	1	1
309	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3
310	4	3	4	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3
311	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
312	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3
313	2	1	3	2	3	1	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
314	4	3	4	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3
315	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
316	3	4	3	3	3	2	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
317	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3
318	4	3	4	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3
319	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
320	4	3	4	3	3	2	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	4	4	4	3	2	3
321	4	3	4	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3
322	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
323	4	3	4	3	3	4	4	3	1	2	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	3	3
324	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3
325	4	3	4	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3
326	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
327	3	4	3	3	2	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
328	3	4	3	3	3	1	1	1	1	1	3	3	3	3	3	2	3	3	1	1	1	1
329	4	3	4	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3
330	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
331	3	4	3	3	2	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
332	4	3	4	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3
333	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
334	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	1	2	1	2	2	2	2	3	3	3	1	2

335	3	4	3	3	3	2	3	3	3	1	1	1	1	3	3	2	3	3	1	1	1	1
336	4	3	4	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3
337	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
338	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3
339	3	4	3	3	2	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
340	3	4	3	3	3	2	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
341	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3
342	4	3	4	4	4	2	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3
343	4	3	4	3	3	2	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
344	3	4	3	3	3	2	3	3	3	1	3	3	1	1	1	2	3	3	1	1	1	1
345	3	3	3	3	4	2	4	4	1	3	3	3	3	3	1	3	3	4	4	4	4	3
346	3	2	4	4	4	3	1	4	4	4	3	3	4	4	4	1	1	2	1	3	1	1
347	3	4	3	3	2	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
348	3	4	3	3	3	2	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
349	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3
350	4	3	4	3	3	3	3	2	3	3	1	3	3	3	1	3	2	3	2	3	3	2

## Apéndice 6: Artículo científico

### TÍTULO

Calidad percibida y satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016.

**AUTOR:** Cesar Baldomero Canales Palacios

#### 1. RESUMEN.

La presente investigación tuvo como objetivo general de determinar la relación entre Calidad percibida y satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016.

La población o universo de interés en esta investigación, está conformada por 4000 usuarios del mes de Marzo 2016 del Patronato Parque de las Leyendas. Lima y la muestra de interés en esta investigación, está conformada por 350 usuarios del mes de Marzo 2016 del Patronato Parque de las Leyendas. Lima., muestra probabilística, en los cuales se han empleado las variables: Calidad percibida y satisfacción del usuario externo. El método empleado en la investigación fue el hipotético-deductivo. Esta investigación utilizó para su propósito el diseño no experimental de nivel correlacional de corte transversal, que recogió la información en un período específico, que se desarrolló al aplicar las encuestas de calidad de Parasuramen y satisfacción del usuario externo del Minsa, que brindaron información acerca de la relación que existe entre ambas variables, en sus distintas dimensiones; cuyos resultados se presentan gráfica y textualmente.

El resultado del coeficiente de correlación Rho Spearman de 0.846 indica que existe relación positiva entre las variables además se encuentra en el nivel de correlación alta y siendo el nivel de significancia bilateral  $p=0.000 < 0.01$  (altamente significativo), se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis general; se concluye que: La Calidad percibida se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016.

## 2. PALABRAS CLAVE

*Palabras clave: Calidad percibida y satisfacción del usuario.*

## 3. ABSTRACT.

The present investigation had as general objective to determine the relationship between perceived Quality and external user satisfaction in the Parque las Leyendas Patronage. Lima 2016.

The population or universe of interest in this research is made up of 4000 users of the month of March 2016 of the Patronage of the Park of the Legends. Lima and the sample of interest in this investigation, is made up of 350 users of the month of March 2016 of the Patronage of the Park of the Legends. Lima, a probabilistic sample, in which the following variables were used: perceived quality and external user satisfaction. The method used in the research was hypothetic-deductive. This research used for its purpose the non-experimental design of correlational level of transectional cut, that collected the information in a specific period, that was developed when applying the surveys of quality of Parasuramen and satisfaction of the external user of the Minsa, that provided information about The relationship between the two variables, in their different dimensions; Whose results are presented graphically and textually.

The result of the Rho Spearman correlation coefficient of 0.846 indicates that there is a positive relationship between the variables and is also found in the high correlation level and the bilateral significance level  $p = 0.000 < 0.01$  (highly significant), the null hypothesis is rejected and The general hypothesis is accepted; It is concluded that: The perceived quality is significantly related to the satisfaction of the external user in the PatronatoParquelasLeyendas. Lima 2016.

## 4. KEYWORDS.

Key words: Perceived quality and user satisfaction.

## 5. INTRODUCCIÓN.

### **Variable 1. Calidad.**

Definición Conceptual.

Yulitza (2010, cita a García, 2001): La definición de calidad más aceptada en la actualidad es la que compara las expectativas de los clientes con su percepción del servicio. El desarrollo de la industria de los servicios ha supuesto un desarrollo de una nueva óptica del concepto de calidad que se focaliza más hacia la visión del cliente (p.1).

### **Variable 2: Satisfacción del usuario externo.**

Definición Conceptual.

Bibing (2014, cita a Surprenant, 1982): “Respuesta a la compra de productos y/o uso de servicios que se deriva de la comparación por el consumidor, de las recompensas y costes de compra con relación a sus consecuencias esperadas”. (p.4).

La tesis titulada “Calidad percibida y satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016”, consta de siete capítulos elaborados a partir de una amplia investigación y análisis del tema, dando como resultado conclusiones y sugerencias valiosas para el propósito de la investigación.

En el primer capítulo se formuló la introducción, que a su vez contiene los antecedentes nacionales e internacionales, la justificación, el planteamiento del problema, las hipótesis y los objetivos de la presente investigación. Asimismo se justifica las razones de la elaboración de la tesis. En cuanto a los antecedentes se consideró conclusiones de tesis nacionales y extranjeros y se planteó un objetivo general y cinco específicos que tuvieron directa relación con las variables motivo de la tesis.

En el segundo capítulo referente al Marco metodológico se especificó una hipótesis general y cinco específicas siempre considerando las dos variables del tema de la investigación, además se hizo una definición conceptual y operacional de las mencionadas. En cuanto al tipo de estudio fue básico y por el diseño de

estudio fue no experimental, correlacional y transversal. La población o universo de interés en esta investigación, está conformada por 4000 usuarios del mes de Marzo 2016 del Patronato del Parque de las Leyendas. Lima y la muestra de interés en esta investigación, está conformada por 350 usuarios del mes de Marzo 2016 del Patronato del Parque de las Leyendas. Lima, método de investigación fue el hipotético deductivo; las técnicas, la encuesta, los instrumentos aplicados fueron cuestionarios, el método de análisis de datos se realizó a través de procesamiento y análisis estadístico de datos.

En el tercer Capítulo se señalan los resultados donde se realiza la interpretación de los cuadros estadísticos.

En el cuarto capítulo se precisó la discusión de los resultados de la investigación, haciendo un cruce para el análisis, entre los antecedentes, las definiciones de las variables y dimensiones.

En el quinto capítulo se muestran las conclusiones a las cuales se arribó en el presente estudio.

Con referencia al sexto capítulo, podemos indicar que se elaboraron las recomendaciones, como un aporte significativo para mejorar las dificultades del problema que ha investigado en el presente estudio.

Finalmente en el séptimo capítulo, se indican las referencias bibliográficas y los anexos correspondientes.

## **6. METODOLOGÍA.**

Investigación Básica, Enfoque Cuantitativo, Método hipotético deductivo, La investigación destaca un diseño descriptivo, correlacional, no experimental

### **Población.**

La población o universo de interés en esta investigación, está conformada por 4000 usuarios del mes de Marzo 2016 del Patronato del Parque de las Leyendas. Lima

### **Muestra.**

La muestra de interés en esta investigación, está conformada por 350 usuarios del mes de Marzo 2016 del Patronato del Parque de las Leyendas. Lima.

### **Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

Encuesta, Se utilizó el paquete estadístico IBM SPSS 22.0, para validar, procesar y contrastar hipótesis.

### **Instrumentos**

Ficha Técnica: De la Variable 1 Calidad.

Ficha Técnica: De la Variable 2 Satisfacción del usuario externo.

## **7. RESULTADOS.**

El resultado del coeficiente de correlación Rho Spearman de 0.846 indica que existe relación positiva entre las variables además se encuentra en el nivel de correlación alta y siendo el nivel de significancia bilateral  $p=0.000<0.01$  (altamente significativo), se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis general; se concluye que: La Calidad percibida se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016.

## **8. DISCUSIÓN.**

De los hallazgos encontrados y del análisis de los resultados, en cuanto al objetivo específico 1, el resultado del coeficiente de correlación Rho Spearman

de 0.718 indica que existe relación positiva entre las variables además se encuentra en el nivel de correlación alta y siendo el nivel de significancia bilateral  $p=0.000<0.01$  (altamente significativo), se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis específica 1; se concluye que: La dimensión de tangibilidad de la calidad percibida se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016

## **9. CONCLUSIONES.**

La presente investigación demuestra en cuanto al objetivo general, que La dimensión de empatía de la calidad percibida se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque las Leyendas. Lima 2016.; siendo que el coeficiente de correlación Rho Spearman de 0.807, demostró una alta asociación entre las variables.

## 10. REFERENCIAS

- AC Pública SAC. (2012). *Informe de Misión: Documento de identificación de la problemática y mapeo de actores*. Recuperado de:  
[http://www.cunamas.gob.pe/wp-content/uploads/2015/02/Diagnostico\\_30-07-2012.pdf](http://www.cunamas.gob.pe/wp-content/uploads/2015/02/Diagnostico_30-07-2012.pdf)
- Ameca, C (2014). *Cliente interno y externo en una organización*. Recuperado de  
<http://www.gestiopolis.com/cliente-interno-y-externo-en-una-organizacion/>
- Anderson, C. (2112). *Justificación*. Recuperado de:  
<http://andersoncriollo.blogspot.pe/2012/08/justificacion.html#!/2012/08/justificacion.html>
- Bibing (2014). *La satisfacción del cliente*. Recuperado de:  
<http://bibing.us.es/proyectos/abreproy/3966/fichero/1%252F2.pdf>
- Cordova, B. (2010). *Satisfacción del usuario externo en el área de emergencia del Hospital Grau, en relación con la motivación del personal de salud*. UNMSM. Recuperado de:  
[http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/cybertesis/1064/1/Cordova\\_bv.pdf](http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/cybertesis/1064/1/Cordova_bv.pdf)
- Castillo. M. (2010). *Escala SERVQUAL para medir la calidad en el servicio*. Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/escala-servqual-para-medir-la-calidad-en-el-servicio/>

## DECLARACIÓN JURADA

### DECLARACIÓN JURADA DE AUTORÍA Y AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DEL ARTÍCULO CIENTÍFICO

Yo, Cesar Baldomero Canales Palacios, estudiante ( ), egresado (X), docente ( ), del Programa Maestría en Gestión Pública de la Escuela de Postgrado de la Universidad César Vallejo, identificado(a) con DNI 08021496, con el artículo titulado

“Calidad percibida y satisfacción del usuario externo en el Patronato Parque de las Leyendas. Lima 2016”.

Declaro bajo juramento que:

- 1) El artículo pertenece a mi autoría compartida con los coautores.....  
.....  
.....
- 2) El artículo no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
- 3) El artículo no ha sido autoplagiada; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para alguna revista.
- 4) De identificarse la falta de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), autoplagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.
- 5) Si, el artículo fuese aprobado para su publicación en la Revista u otro documento de difusión, cedo mis derechos patrimoniales y autorizo a la Escuela de Postgrado, de la Universidad César Vallejo, la publicación y divulgación del documento en las condiciones, procedimientos y medios que disponga la Universidad.

Lugar y fecha  
Nombres y apellidos