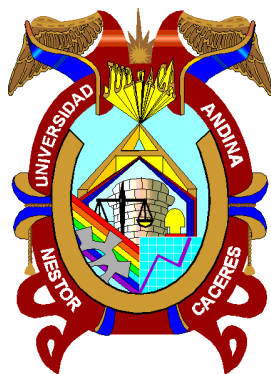


UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y MARKETING



SATISFACCIÓN EN LA ATENCIÓN A LOS USUARIOS DE LA
UNIDAD DE GESTIÓN EDUCATIVA LOCAL AZÁNGARO,
2022

TESIS PRESENTADA POR:

Bach. ALDO RICARDO JIMENEZ MACHACA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN Y MARKETING

JULIACA – PERÚ

2025

UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁZQUEZ
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y MARKETING

SATISFACCIÓN EN LA ATENCIÓN A LOS USUARIOS DE
LA UNIDAD DE GESTIÓN EDUCATIVA LOCAL
AZÁNGARO, 2022

TESIS PRESENTADA POR:

Bach. ALDO RICARDO JIMENEZ MACHACA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN Y MARKETING

APROBADA POR EL JURADO REVISOR:

PRESIDENTE

: 

Dr. BENIGNO CALLATAQUISPE

PRIMER MIEMBRO

: 

Mg. PERCY GONZALO PUMA PUMA

SEGUNDO MIEMBRO

: 

Dr. ROBERTO PAYÉ COLQUEHUANCA

ASESOR DE TESIS

: 

Dr. ROBBINS FLORES AGUILAR

LÍNEA DE LA INVESTIGACIÓN : ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS (5311 - UNESCO)



UNIVERSIDAD ANDINA "NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"

RESOLUCIÓN N.º 265-2025-D-FCA/UANCV-J

Juliaca, 21 de octubre de 2025

Vistos: El expediente N° 2025-CU-8781 para optar el Título Profesional de Licenciado(a) en **Administración y Marketing**, por la modalidad de Sustentación de Tesis, el Dictamen de aprobación, emitido por el Jurado Evaluador del borrador de tesis y el jefe de la Oficina de Investigación, tesis intitulado **SATISFACCIÓN EN LA ATENCIÓN A LOS USUARIOS DE LA UNIDAD DE GESTIÓN EDUCATIVA LOCAL AZÁNGARO, 2022**; presentado por el(la) Bachiller: **ALDO RICARDO JIMENEZ MACHACA**.

Que es necesario dar cumplimiento a la Ley 30220, al Estatuto Universitario y al Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad y de la Facultad de Ciencias Administrativas, para la fijación de fecha y hora para la sustentación de tesis de manera presencial.

En uso de las atribuciones conferidas al Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas y, estando al informe de la Comisión de Grados y Títulos de la Facultad.

SE RESUELVE:

PRIMERO.- Ratificar a los **JURADOS** para la Sustentación de Tesis para optar el Título Profesional de: **Licenciado(a) en Administración y Marketing**, del(la) bachiller: **ALDO RICARDO JIMENEZ MACHACA**; **habiéndose designado por sorteo a los siguientes docentes:**

- * PRESIDENTE : Dr. BENIGNO CALLATA QUISPE
- * 1^{er} MIEMBRO : Mg. PERCY GONZALO PUMA PUMA
- * 2^{do} MIEMBRO : Dr. ROBERTO PAYÉ COLQUEHUANCA
- * ASESOR DE TESIS : Dr. ROBBINS FLORES AGUILAR

SEGUNDO.- Fijar fecha de la Sustentación de Tesis para el día **miércoles, 22 de octubre del 2025**, a horas **12:00.m. (presencial)** en el **Salón de Grados y Títulos** de la Facultad de Ciencias Administrativas Ciudad Universitaria - Juliaca.

TERCERO.- Realizado la sustentación, el jurado levantará el acta en el libro respectivo, donde indicará el resultado obtenido por el Bachiller sustentante.

El decano, el secretario académico y la Comisión de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Administrativas, y los jurados, quedan encargados de dar cumplimiento a la presente Resolución.

Regístrese, Comuníquese y Cúmplase.



UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"
Dr. Leonardo W. Condori Cari
DECANO (e)
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

DISTRIBUCIÓN:

- Unid. Inv. (1)
- Jurados (3)
- Interesado (1)
- Asesor de Tesis (1)
- Archivo FCA (1)



UNIVERSIDAD ANDINA "NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"

RESOLUCIÓN N° 226-2025-D-FCA/UANCV-J

Juliaca, 19 de setiembre del 2025.

VISTOS: El proveído de fecha 17 de setiembre, del Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, en atención al expediente N° 2025-CU-8125, presentado por el(la) bachiller: **ALDO RICARDO JIMENEZ MACHACA**, en el cual solicita cambio del segundo miembro del jurado y asesor del borrador de tesis, titulado: **SATISFACCIÓN EN LA ATENCIÓN A LOS USUARIOS DE LA UNIDAD DE GESTIÓN EDUCATIVA LOCAL AZANGARO, 2022.**

CONSIDERANDO:

Que, el(la) recurrente **ALDO RICARDO JIMENEZ MACHACA**, ha solicitado cambio del segundo Miembro Jurado al Dr. **APOLINAR FLOREZ LUCANA** y como asesor al Dr.Sc. S. **LICÍMACO AGUILAR PINTO**, puesto que los mencionados docentes, mediante resolución de Consejo Universitario esta con medida preventiva de suspensión temporal.

Que, en sesión ordinaria de Consejo Universitario de la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" de Juliaca, de fecha 01 de julio de 2025, mediante RESOLUCION N° 0219-2025-UANCV-CU-R, acordó Aplicar como medida preventiva de suspensión temporal a los docentes: dentro de ellos esta: Dr. **APOLINAR FLOREZ LUCANA** y Dr.Sc. S. **LICÍMACO AGUILAR PINTO** a partir 01 de julio de 2025.

Que el Director de la Unidad de Investigación, ha visto por conveniente realizar el cambio del segundo miembro del jurado y asesor, para que continúe con la revisión del borrador de tesis y posterior sustentación de tesis.

Que es necesario dar cumplimiento a la Ley 30220, al Estatuto Universitario, al Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad y de la Facultad de Ciencias Administrativas, para la revisión del borrador de tesis.

En uso de las atribuciones conferidas al Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas, y estando al informe del Director de la Unidad de Investigación la Facultad de Ciencias Administrativas.

SE RESUELVE:

PRIMERO. - **ACEPTAR EL CAMBIO DEL SEGUNDO MIEMBRO DEL JURADO Y ASESOR**, por los considerandos expuestos.

SEGUNDO. - **DESIGNAR** al docente permanente **Dr. ROBERTO PAYÉ COLQUEHUANCA** como Segundo miembro del Jurado, y al **Dr. ROBBINS FLORES AGUILAR** como asesor para el Borrador de Tesjs, titulado: **SATISFACCIÓN EN LA ATENCIÓN A LOS USUARIOS DE LA UNIDAD DE GESTIÓN EDUCATIVA LOCAL AZANGARO, 2022**; estando conformado el Jurado y asesor a partir de la fecha por los siguientes docentes ordinarios:

- * PRESIDENTE : Dr. BENIGNO CALLATA QUISPE
- * 1^{er} MIEMBRO : Mg. PERCY GONZALO PUMA PUMA
- * 2^{do} MIEMBRO : Dr. ROBERTO PAYÉ COLQUEHUANCA
- * ASESOR DE TESIS : Dr. ROBBINS FLORES AGUILAR

TERCERO. - Dejar sin efecto la RESOLUCIÓN N.º 280-2023-D-FCA/UANCV-J de fecha 08 de mayo de 2023, en lo referente a la nominación del segundo miembro del jurado y asesor.

CUARTO. - La Comisión de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Administrativas, Dirección de la Escuela Profesional de Administración y Marketing, Dirección de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas y los Jurado, quedan encargados de dar cumplimiento a la presente Resolución

Regístrese, Comuníquese y Cúmplase.



UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"
Dr. Leopoldo W. Condori Cari
DECANO (e)
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

DISTRIBUCIÓN:

- Jurados (3)
- Asesor (1)
- Interesado (1)
- Unid. Inv. (1)
- Archivo FCA 2025(1)



UNIVERSIDAD ANDINA "NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"

RESOLUCIÓN N.º 280-2023-D-FCA/UANCV-J

Juliaca, 08 de mayo de 2023

VISTOS: El Expediente N° CU-03042, presentado por el(la) bachiller: **ALDO RICARDO JIMENEZ MACHACA**, derivado por la Dirección de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, en el cual solicita emisión de Resolución de revisión del Borrador de Tesis, habiéndose emitido la **resolución de aprobación y autorización para la ejecución del proyecto de investigación**, intitulado: **SATISFACCIÓN EN LA ATENCIÓN A LOS USUARIOS DE LA UNIDAD DE GESTIÓN EDUCATIVA LOCAL AZÁNGARO, 2022**.

CONSIDERANDO:

Que el(la) egresado(a) ha solicitado la revisión del Borrador de Tesis: **SATISFACCIÓN EN LA ATENCIÓN A LOS USUARIOS DE LA UNIDAD DE GESTIÓN EDUCATIVA LOCAL AZÁNGARO, 2022**, con el propósito de optar el Título Profesional de Licenciado en Administración y Marketing.

Que es necesario dar cumplimiento a la Ley 30220, al Estatuto Universitario, al Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad y de la Facultad de Ciencias Administrativas, para la revisión del borrador de tesis.

En uso de las atribuciones conferidas al Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas y, estando al informe de la Comisión de Grados y Títulos de la Facultad.

SE RESUELVE:

PRIMERO.- Disponer la Revisión del Borrador de Tesis, presentado por: **ALDO RICARDO JIMENEZ MACHACA**, por el jurado que por sorteo está conformado por los siguientes docentes ordinarios:

- | | | |
|-------------------|---|----------------------------------|
| * PRESIDENTE | : | Dr. BENIGNO CALLATA QUISPE |
| * 1er. MIEMBRO | : | Mg. PERCY GONZALO PUMA PUMA |
| * 2do. MIEMBRO | : | Dr. APOLINAR FLOREZ LUCANA |
| * ASESOR DE TESIS | : | Dr.Sc. S. LICÍMACO AGUILAR PINTO |

SEGUNDO.- El Jurado dentro del plazo de quince (15) días calendarios elevará su dictamen correspondiente a la Dirección de la Unidad de Investigación, indicando las observaciones efectuadas si hubiere, caso contrario se dará por aprobado de conformidad a la Ley N° 27444 y modificatoria Ley N° 29060 y se procederá a fijar la fecha y hora para la sustentación.

TERCERO.- La Comisión de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Administrativas, la Dirección de Escuela Profesional de Administración y Marketing, Dirección de la Unidad de Investigación y el Jurado, quedan encargados de dar cumplimiento a la presente Resolución.

Regístrese, Comuníquese y Cúmplase.

DISTRIBUCIÓN:

- Unid. Investigación FCA.
- Jurados (3)
- Asesor (1)
- Interesado (1)
- Archivo (1)



UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"
Benigno Callata Quispe
Dr. Benigno Callata Quispe
DECANO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

RESOLUCIÓN N.º 2385-2022-D-FCA/UANCV-J

Juliaca, 21 de diciembre de 2022

VISTOS: El oficio N° 056-2022-UI-FCA-UANCV-J del Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, y copia del acta de Registro de Proyectos de Investigación de fecha 06 de diciembre de 2022, presentado por: **ALDO RICARDO JIMENEZ MACHACA**, para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración y Marketing.

CONSIDERANDO:

Que, el(la) Bachiller(a): **ALDO RICARDO JIMENEZ MACHACA**, ha presentado el Proyecto de Investigación Titulado: **SATISFACCIÓN EN LA ATENCIÓN A LOS USUARIOS DE LA UNIDAD DE GESTIÓN EDUCATIVA LOCAL AZÁNGARO, 2022**, para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración y Marketing.

Que, al haberse cumplido con los requisitos exigidos por la Directiva N° 004-2019-UANCV-VRAD-OI – Lineamientos para Asegurar la Calidad de Trabajos de Investigación con Fines de Obtener Grados Académicos y Títulos Profesionales.

Que, la Dirección de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas en coordinación con el Comité de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, ha visto por conveniente **aprobar sin observaciones**, el Proyecto de Investigación presentado por el (la) Bachiller(a): **ALDO RICARDO JIMENEZ MACHACA** Titulado: **SATISFACCIÓN EN LA ATENCIÓN A LOS USUARIOS DE LA UNIDAD DE GESTIÓN EDUCATIVA LOCAL AZÁNGARO, 2022**, para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración y Marketing, correspondiente a la línea de investigación: **ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS (5311-UNESCO)**.

Estando en la opinión favorable del Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, de acuerdo a la Directiva N° 004-2019-UANCV-VRAD-OI, y en uso de las atribuciones que le concede la Ley Universitaria N° 30220, ley de Creación de la UANCV N° 23738, y modificatoria N° 24661, y el Estatuto Universitario promulgado por Resolución N° 0018-2020-UANCV-AU-R, al Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas;

SE RESUELVE:

PRIMERO: APROBAR Y AUTORIZAR LA EJECUCIÓN PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, presentado por el(la) Bachiller(a): **ALDO RICARDO JIMENEZ MACHACA**, Titulado: **SATISFACCIÓN EN LA ATENCIÓN A LOS USUARIOS DE LA UNIDAD DE GESTIÓN EDUCATIVA LOCAL AZÁNGARO, 2022**, para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración y Marketing, conteniendo los siguientes datos:



RESOLUCIÓN N.º 2385-2022-D-FCA/UANCV-J

Juliaca, 21 de diciembre de 2022

OBJETIVO GENERAL:	
Determinar el nivel de satisfacción en la atención a los usuarios de la Unidad de Gestión Educativa Local Azángaro, 2022.	
OBJETIVO ESPECÍFICO:	
1.- Determinar el nivel de satisfacción en la atención confiable percibida por los usuarios en la unidad de Gestión Educativa Local Azángaro, 2022. 2.- Determinar el nivel de Satisfacción en la atención rápida percibida por los usuarios en la Unidad de Gestión Educativa Local Azángaro, 2022. 3.- Determinar el nivel de Satisfacción en la atención transparente percibida por los usuarios en la Unidad de Gestión Educativa Local Azángaro, 2022.	
SEDE DE EJECUCIÓN:	AZÁNGARO
CRONOGRAMA:	FECHA INICIO: AGOSTO 2022 FECHA FIN: ENERO 2023
PRESUPUESTO:	S/1940.00
LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS (5311-UNESCO)

SEGUNDO: El Proyecto de Investigación deberá ejecutarse de acuerdo a lo establecido en el Reglamento de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, con fines de obtención de Grados Académicos y Títulos Profesionales, y el Reglamento de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Administrativas.

TERCERO: RECONOCER como ASESOR del Proyecto de Investigación al docente Ordinario de la Facultad de Ciencias Administrativas: **Dr.Sc. S. LICÍMACO AGUILAR PINTO.**

CUARTO: DISPONER que, el Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, el Director de la Escuela Profesional de Administración y Marketing, quedan encargados de dar cumplimiento a la presente resolución.

Regístrese, Comuníquese y Cúmplase.

DISTRIBUCIÓN:

- Unidad de Investigación (1)
- Dirección EP.
- Asesor
- Interesado (1)
- Archivo FCA (1)
- BCQ/vnop.



UNIVERSIDAD ANDINA
"NESTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"
Benigno
Dr. Benigno Callata Quispe
DECANO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



30% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- ▶ Bibliografía
- ▶ Coincidencias menores (menos de 10 palabras)

Exclusiones

- ▶ N.º de fuentes excluidas

Fuentes principales

- 23% Fuentes de Internet
- 13% Publicaciones
- 25% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.


Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

Metadatos complementarios – UANCV



SATISFACCIÓN EN LA ATENCIÓN A LOS USUARIOS DE LA
UNIDAD DE GESTIÓN EDUCATIVA AZÁNGARO, 2022

Datos de autor	
Nombres y apellidos	Aldo Ricardo Jimenez Machaca
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	61822518
URL de ORCID	https://orcid.org/0009-0008-0300-0862
Datos de asesor	
Nombres y apellidos	Robbins Flores Aguilar
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	02426851
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0002-6313-4052
Datos del jurado	
Presidente del jurado	
Nombres y apellidos	Benigno Callata Quispe
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	01693080
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0002-6809-0650
Miembro del jurado 1	
Nombres y apellidos	Percy Gonzalo Puma Puma
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02374215
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0003-0631-795X
Miembro del jurado 2	
Nombres y apellidos	Roberto Payé Colquehuanca
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	76681009
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0001-8237-5735

Datos de investigación	
Línea de investigación	Organización y dirección de empresas (5311-UNESCO)
Grupo de investigación	No aplica
Agencia de financiamiento	Sin financiamiento
Ubicación geográfica de la investigación	<p>PAÍS: PERU DEPARTAMENTO: PUNO PROVINCIA: AZÁNGARO DISTRITO: AZÁNGARO Coordenadas: LONGITUD: -14.9126336 LATITUD: -70.192574</p>  <p>https://www.google.com/maps/place/UGEL+AZANGARO/@-14.9126336,-70.192574,275m/data=!3m1!1e3!4m6!3m5!1s0x9167ccdf4d4f06d:0x44f69d8c05b98986!8m2!3d-14.912801!4d-70.1924551!16s%2Fg%2F11bw82ckbn?entry=ttu&g_e p=EgoyMDI1MTEExMS4wIKXMDSOASAFQAw%3D%3D</p>
Año o rango de años en que se realizó la investigación	2023
URL de disciplinas OCDE https://concytec-pe.github.io/Peru-CRIS/vocabularios/ocde_ford.html - Librería	<p>Negocios, Administración https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.04</p> <p>Administración pública https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.06.02</p>



UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CERÓN VELÁSQUEZ
Dr. Roberto Paye Colquehuanca
DIRECTOR
UNIDAD DE INVESTIGACIÓN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo, Aldo Ricardo Jimenez Machuca identificado con DNI Nro. 61822518 en mi condición de egresado de:

- Escuela Profesional
- Programa de Segunda Especialidad,
- Programa de Maestría o Doctorado

Administración y Marketing

informo que he elaborado el/la Tesis o Trabajo de Investigación, Trabajo Académico denominada:

Satisfacción en la Atención a los usuarios de la Unidad de Gestión Educativa Local Azángaro, 2022

Asesorado por: Dr. Robbins flores Aguilar

Es un tema original.

Declaro que el presente trabajo de tesis es elaborado por mi persona y **no existe plagio/copia** de ninguna naturaleza, en especial de otro documento de investigación (tesis, revista, texto, congreso, o similar) presentado por persona natural o jurídica alguna ante instituciones académicas, profesionales, de investigación o similares, en el país o en el extranjero.

Dejo constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo de investigación, por lo que no asumiré como tuyas las opiniones vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos, digitales o Internet.

Asimismo, ratifico que soy plenamente consciente de todo el contenido de la tesis y asumo la responsabilidad de cualquier error u omisión en el documento, así como de las connotaciones éticas y legales involucradas.

El incumplimiento de lo declarado da lugar a responsabilidad del declarante, en consecuencia; a través del presente documento asumo frente a terceros, la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez y/o la Administración Pública toda responsabilidad que pueda derivarse por el trabajo final presentado. Lo señalado incluye responsabilidad pecuniaria incluido el pago de multas u otros por los daños y perjuicios que se ocasionen.

Juliaca, 19 de Noviembre del 2025

FIRMA ASESOR

FIRMA TESISTA



Huella digital

DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional. A mi madre Basilia Machaca Pumaleque, por ser el pilar más importante y por demostrarme siempre su cariño, apoyo incondicional y ser mi Ángel que me cuida desde el cielo. A mi hermana Alicia, a quien quiero como a una madre, por compartir momentos significativos conmigo y por siempre estar dispuesta a escucharme y ayudarme en cualquier momento. no hubiera logrado esta meta, si no fuera por ella.

AGRADECIMIENTO

Agradesco a Dios por protegerme durante todo mi camino y darme fuerzas para superar obstáculos y dificultades a lo largo de toda mi vida.

A mi madre Basilia, que es un Ángel guardián y me ha demostrado que nunca se olvida de mí, que siempre está a mi lado cuidándome y demostrándome desde el cielo que es una madre ejemplar me ha enseñado a no desfallecer ni rendirme ante nada y siempre perseverar a través de sus sabios consejos.

A mi hermana Alicia, por su apoyo incondicional y por demostrarme la gran fe que tienen en mí.

A mi padre Rosendo, por acompañarme durante todo este arduo camino y compartir conmigo alegrías y fracasos.

Al Dr. Santo tomas Lisímaco Aguilar Pinto, asesor de tesis, por su valiosa guía y asesoramiento a la realización de la misma.

Gracias a todas las personas que ayudaron directa e indirectamente en la realización de este proyecto.

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	xi
AGRADECIMIENTO.....	xii
ÍNDICE GENERAL.....	xiii
ÍNDICE DE TABLAS.....	xvi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xvii
RESUMEN.....	xviii
ABSTRACT.....	xix
INTRODUCCIÓN.....	xx

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del problema.....	1
1.2. Formulación del problema.....	2
1.2.1. Problema general.....	2
1.2.2. Problemas específicos.....	3
1.3. Justificación del estudio.....	3
1.3.1 Justificación teórica.....	3
1.3.2 Justificación práctica.....	3
1.3.3 Justificación metodológica.....	4
1.4. Objetivos de la investigación.....	4
1.4.1 Objetivo general.....	4
1.4.2 Objetivos específicos.....	5
1.5. Hipótesis.....	5
1.5.1 Hipótesis general.....	5
1.5.2 Hipótesis específicas.....	5
1.6. Variables.....	6
1.7. Operacionalización de variables.....	6

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

2.1 Antecedentes de la investigación.....	7
---	---

2.1.1	A nivel internacional	7
2.1.2	A nivel nacional	9
2.1.3	A nivel local	12
2.2	Marco teórico	13
2.2.1	Satisfacción en la atención a los usuarios	13
2.2.2	Atención confiable.....	14
2.2.3	Atención rápida	14
2.2.4	Atención transparente	14
2.2.5	Marketing informativo	15
2.2.5.1	Importancia del marketing informativo	15
2.2.5.2	Información útil	15
2.2.5.3	Información veraz	16
2.2.5.4	Información relevante	16
2.3	Marco conceptual.....	17

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1	Métodos de la investigación	19
3.1.1	Métodos aplicados en la investigación	19
3.2	Diseño de la investigación.....	19
3.2.1	Enfoque de la investigación	20
3.2.2	Tipo de investigación	20
3.2.3	Nivel de investigación	20
3.3	Población y muestra.....	20
3.3.1	Población	20
3.3.2	Muestra	21
3.4	Técnicas e instrumentos	21
3.4.1	Técnica	21
3.4.2	Instrumento	22
3.5	Confiabilidad y Validez del instrumento.....	22
3.5.1	Confiabilidad	22
3.5.2	Validez	24
3.6	Procedimiento de tratamiento de datos.....	24
3.7	Contrastación de hipótesis	25

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1	Contrastación de hipótesis mediando chi-cuadrado de Pearson	26
4.1.1	Contrastación de la Hipótesis General.....	26
4.1.2	Contrastación de la Hipótesis Especifica 1	27
4.1.3	Contrastación de la Hipótesis Especifica 2	28
4.1.4	Contrastación de la Hipótesis Especifica 3	29
4.2	Prueba de normalidad	30
4.3	Presentación de resultados por variables	31
4.4	Discusión de resultados	38
CONCLUSIONES.....		41
RECOMENDACIONES		42
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS		43
ANEXOS		50
Anexo 1. Matriz de consistencia.....		51
ANEXO 3. Validación de instrumentos.....		53
ANEXO 4. Instrumentos		56
Cuestionario para la variable única: Satisfacción en la atención de los usuarios.		56
ANEXO 5. Evidencia de recojo de datos		57
ANEXO 6. Base de datos Spss		58

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Operacionalización de variables de la investigación	6
Tabla 2	Estadística de fiabilidad de la variable el nivel de Satisfacción en la atención a los usuarios.....	23
Tabla 3	Validadores del instrumento	24
Tabla 4	Contrastación de la Hipótesis General	26
Tabla 5	Contrastación de la Hipótesis Especifica 1	27
Tabla 6	Contrastación de la Hipótesis Especifica 2	28
Tabla 7	Contrastación de la Hipótesis Especifica 3	29
Tabla 8	Variable 1. Satisfacción en la atención a los usuarios.....	31
Tabla 9	Dimensión 1. Atención confiable	33
Tabla 10	Dimensión 2. Atención rápida	35
Tabla 11	Dimensión 3. Atención transparente	37
Tabla 12	Pruebas de normalidad para la distribución de datos.....	30

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.	Satisfacción en la atención a los usuarios.....	31
Figura 2.	Atención confiable	33
Figura 3.	Atención rápida	35
Figura 4.	Atención transparente	37

RESUMEN

El presente estudio tuvo como objetivo determinar el nivel de satisfacción en la atención a los usuarios de la Unidad de Gestión Educativa Local Azángaro, 2022, metodológicamente fue de tipo básica, de enfoque cuantitativo, de nivel descriptivo, de diseño no experimental, la población estuvo conformada por 50 trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local de Azángaro, y la muestra estuvo conformada por 44 trabajadores, para recolectar datos se empleó como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario, asimismo se tuvo como variable única a satisfacción en la atención a los usuarios, teniendo como resultado que del 100% de los encuestados un 15% lo que es igual a 6 personas, manifestaron que las personas consideran que la atención a los usuarios es regular, mientras que un 85%, lo que es igual a 34 encuestados consideraron que los usuarios consideran que la atención es buena, teniendo como conclusión que los usuarios se sienten satisfechos con la atención recibida por la Unidad de Gestión Educativa Local Azángaro, 2022, en vista de que el p-valor es menor a 0.001, con un grado de significancia de $0.000 = 0.00\%$ lo cual es menor al error o significancia de $0.05 = 5\%$ representando un 95% de nivel de confianza.

Palabras claves: Atención, Cliente, satisfacción, trabajadores, usuarios.

ABSTRACT

The objective of this study was to determine the level of satisfaction in the attention to the users of the Azángaro Local Educational Management Unit, 2022, methodologically it was of a basic type, of a quantitative approach, of a descriptive level, of a non-experimental design, the population was made up of 50 workers from the Azángaro Local Educational Management Unit, and the sample consisted of 44 workers, to collect data the survey was used as a technique and the questionnaire as an instrument, also satisfaction in customer service was used as a single variable. users, resulting in 100% of those surveyed, 15%, which is equal to 6 people, stated that people consider that the attention to users is regular, while 85%, which is equal to 34 Respondents considered that users consider that the attention is good, concluding that users feel satisfied with the attention received by the Azángaro Local Educational Management Unit, 2022, given that the p-value is less than 0.001, with a degree of significance of $0.000 = 0.00\%$ which is less than the error or significance of $0.05 = 5\%$ representing a 95% confidence level.

Keywords: Attention, Customer, satisfaction, workers, users.

INTRODUCCIÓN

El presente estudio el cual fue denominado Satisfacción en la atención a los usuarios de la Unidad de Gestión Educativa Local Azángaro, 2022, se desarrolló en vista de que en muchas ocasiones se perciben que los usuarios realizan reclamos con respecto a la atención que reciben.

Hoy en día, muchas entidades, contratan personal a los que no se les da la capacitación correspondiente para dar una atención satisfactoria a los usuarios, por tal motivo los usuarios tienden a realizar reclamos, y como objetivo de la entidad es necesario dar una atención de calidad que merecen ellos, de tal manera se podrá atender la mayor cantidad de clientes, los mismos que deben de estar satisfechos con la atención percibida.

La satisfacción de los usuarios en la atención es muy importante, ya que depende mucho cumplir con sus necesidades para que de ese modo estos vuelvan a regresar para adquirir el producto o servicio que se brinden, asimismo este puede recomendar a otros, por lo que los ingresos acrecentarían en gran magnitud (Febres, 2020).

De todo lo dicho en párrafos anteriores, el presente estudio se desarrolló y fue estructurado de la siguiente manera:

- En el capítulo I, el cual fue denominado planteamiento del problema, se desarrolló la descripción de los problemas, se plantearon los problemas tanto generales como específicos, seguido de ello se hizo la justificación correspondiente.
- En el capítulo II, se denominó objetivos en donde se desarrollaron los fines del estudio

- En el capítulo III, marco teórico referencial, en donde se tuvo los antecedentes correspondientes, se desarrolló el marco teórico de la única variable y teorías más importantes para entender mejor el estudio, asimismo el marco conceptual de los términos más usados en el estudio, por consiguiente, se realizó el desarrollo de las hipótesis y variable.
- En el capítulo IV, Hipótesis, en donde se desarrolló las hipótesis y operacionalización de variables.
- En el capítulo V, el cual fue denominado como metodología de la investigación, se desarrollaron los métodos y técnicas que se emplearon en el estudio, del mismo modo la población y muestra correspondiente.
- En el capítulo VI, el cual fue denominado resultados y discusión se desarrollaron los mismos.
- Finalmente se tuvo las conclusiones, recomendaciones, referencia y anexos correspondientes.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del problema

El presente estudio denominado Satisfacción en la atención a los usuarios de la Unidad de Gestión Educativa Local Azángaro, 2022, se abordó el desarrollo del estudio, justificando como argumento que es muy importante la atención que se brinda en la entidades, específicamente dar información eficiente, de este modo los clientes estarán satisfechos con respecto a la atención, ya que es fundamental para el desarrollo de las empresas, lo que generaría mayores ingresos para dicha entidad, confianza, y garantía.

La información emitida por la entidades a nivel internacional se da empleando mecanismos en donde las estrategias que emplee la entidad deben de darse conociendo las realidades de diferentes países ya que de este modo se podría generar el consumo, uso y/o venta de los servicios o productos que se brindan, ello conduciría a una mayor posición frente a otras entidades, los datos que se vayan a establecer en el marketing que se emplee conducirá a la satisfacción o insatisfacción de los usuarios en la manera de atención (Cordova, 2019)

A nivel nacional la información que dan la entidades, se da de diversas formas, pues hoy en día personas con ganas de emprender, recurre a obtener mayores ganancias por medio del marketing, la manera más novedosa hoy en día es el uso de tecnología, pues por este medio las empresas, o emprendedores tratan de captar clientes, detallando la información más resaltante posible, pues de la manera en que realicen ello, es que capturen clientes, debe de tener una forma de convencimiento en donde el usuario se sienta satisfecho en la atención y adquiera los servicios o productos que se brinden (Casilda & Fucci, 2010).

Entonces de todo lo dicho en párrafos anteriores, se puede decir que el presente estudio se centrará en determinar el nivel de Satisfacción en la atención a los usuarios de la Unidad de Gestión Educativa Local Azángaro, lo que traerá consigo el conocimiento de las fortalezas y deficiencias de dicha empresa, entonces ello conducirá a que se mejoren las deficiencias encontradas, pues es muy esencial para una empresa, que obtenga mayores ganancias día a día, es así que a un marketing informativo eficiente que se tenga, se obtendrá también la satisfacción de los usuarios en los clientes, por ello es necesario tomar gran importancia a estos temas muy resaltantes para la mejora, crecimiento y desarrollo de una empresa, pero, ello se obtendrá con una manera de marketing en donde se transmita información confiable, rápida y transparente.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Cuál es el nivel de satisfacción en la atención a los usuarios de la Unidad de Gestión Educativa Local Azángaro, 2022?

1.2.2. Problemas específicos

- a) ¿Cuál es el nivel de satisfacción en la atención confiable percibida por los usuarios en la Unidad de Gestión Educativa Local Azángaro, 2022?
- b) ¿Cuál es el nivel de satisfacción en la atención rápida percibida por los usuarios en la Unidad de Gestión Educativa Local Azángaro, 2022?
- c) ¿Cuál es el nivel de satisfacción en la atención transparente percibida por los usuarios en la Unidad de Gestión Educativa Local Azángaro, 2022?

1.3. Justificación del estudio

1.3.1 Justificación teórica

Se justifica desde lo teórico porque se aplicarán respectivas encuestas a los trabajadores de la empresa y saber cuál es el nivel de Satisfacción en la atención a los usuarios de la Unidad de Gestión Educativa Local Azángaro, 2022, el mismo que ayudará a evaluar la satisfacción de todos los usuarios, a través de sus expectativas y perspectivas, se obtendrán definiciones teóricas de las variables y dimensiones respectivas, los mismos que ayudaran a incrementar conocimientos en los investigadores, de la misma manera una vez obtenido los resultados servirá como antecedente a futuras investigaciones.

1.3.2 Justificación práctica

En cuanto a la justificación práctica, el presente proyecto de investigación una vez determinada el grado de significancia de Satisfacción

en la atención a los usuarios, podrá contribuir con la empresa para poder recomendar acerca de las deficiencias que se puedan encontrar, para que estos puedan implementar mecanismos nuevos para la mejora de ello, de la misma manera se podrá establecer la gran importancia que se tiene dar una buena información, que en este se emita información certera de las características del producto que se brinda, de tal manera se podrá satisfacer a los usuarios en el modo de atención, ello traería consigo mayores ganancias para la empresa y prestigio frente a otras.

1.3.3 Justificación metodológica

Metodológicamente, esta investigación será de un enfoque cuantitativo, de nivel descriptivo- y de diseño no experimental, de tipo básica, para la obtención de datos se empleara como técnica la encuesta, y para la recolección de datos se empleará como instrumento el cuestionario a la escala Likert, el mismo que será determinado por el coeficiente de alfa de Cronbach, para demostrar su confiabilidad, la población estará conformada por 50 trabajadores, la muestra será un muestreo probabilístico conformado por 44 trabajadores, una vez puesto en práctica el cuestionario y obtenido los resultados, podrán ser procesados mediante el programa SPSS V22, para luego realizar las conclusiones y recomendaciones.

1.4. Objetivos de la investigación

1.4.1 Objetivo general

Analizar el nivel de satisfacción en la atención a los usuarios de la Unidad de Gestión Educativa Local Azángaro, 2022.

1.4.2 Objetivos específicos

- a) Analizar el nivel de satisfacción en la atención confiable percibida por los usuarios en la Unidad de Gestión Educativa Local Azángaro, 2022
- b) Analizar el nivel de satisfacción en la atención rápida percibida por los usuarios en la Unidad de Gestión Educativa Local Azángaro, 2022
- c) Analizar el nivel de satisfacción en la atención transparente percibida por los usuarios en la Unidad de Gestión Educativa Local Azángaro, 2022

1.5. Hipótesis

1.5.1 Hipótesis general

El nivel de satisfacción en la atención a los usuarios de la Unidad de Gestión Educativa Local Azángaro, 2022 es totalmente satisfactorio.

1.5.2 Hipótesis específicas

- a) El nivel de satisfacción en la atención confiable percibida por los usuarios en la Unidad de Gestión Educativa Local Azángaro, 2022 es totalmente satisfactorio.
- b) El nivel de satisfacción en la atención rápida percibida por los usuarios en la Unidad de Gestión Educativa Local Azángaro, 2022, es totalmente satisfactorio.
- c) El nivel de satisfacción en la atención transparente percibida por los usuarios en la Unidad de Gestión Educativa Local Azángaro, 2022, es totalmente satisfactorio.

1.6. Variables

Variable Única: Satisfacción en la atención a los usuarios

Es importante satisfacer a los usuarios, ya que ello traería consigo mayores ingresos para la empresa, la atención que se debe de brindar debe de ser la correcta, de esa manera se obtendrá un buen posicionamiento frente a otras entidades (Hernández P. , 2011).

1.7. Operacionalización de variables

Tabla 1

Operacionalización de variables de la investigación

TITULO	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
Satisfacción en la atención a los usuarios de la Unidad de Gestión Educativa Local Azángaro, 2022	Variable Única Satisfacción en la atención a los usuarios	Atención Confiable	Eficiente
			Cumplimiento de expectativas Publicidad del producto Deficiencias y peligros
		Atención rápida	Solución rápida Eficiente Satisfacción
		Atención transparente	Capacitaciones Confianza Información exacta
			Seguridad del producto Confianza en los productos

Nota: Elaboración propia

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

2.1 Antecedentes de la investigación

2.1.1 A nivel internacional

Zapata et. Al (2020), en su estudio denominado satisfacción de los clientes en el modo de atender el servicio de consultas externas especializadas en la IPS Sociedad médica clínica Maicao S.A. en la municipalidad de Maicao, su fin es establecer el nivel de vinculo que tiene la satisfacción de los clientes en el modo de atender el servicio de consultas externas especializadas en la IPS Sociedad médica clínica Maicao S.A. en la municipalidad de Maicao, metodológicamente fue de enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo, se concluye que ambas variables poseen una correlación significativa de $p=0.05$, entonces se puede decir que la satisfacción de los usuarios y el modo de atender el servicio de consultas externas especializadas en la IPS Sociedad médica clínica Maicao S.A. en la municipalidad de Maicao tienen una correlación positiva.

López (2018), en su estudio denominado la calidad de los servicios y el modo de satisfacer a los usuarios del restaurant Rachys- Guayaquil, su

fin fue determinar el vínculo que la calidad de los servicios y el modo de satisfacer a los usuarios del restaurant Rachys- Guayaquil, metodológicamente fue de enfoque mixto, se concluye que la calidad de los servicios posee una correlación positiva con el modo de satisfacer a los usuarios del restaurant Rachys- Guayaquil.

Ortigoza (2017), en su tesis nominado diagnosticar el grado para la satisfacción a los usuarios con el servicio de tecnología informática proporcionada por petróleo Mexicano, su fin fue conocer la correlación que tiene la satisfacción al usuario y el servicio de tecnología proporcionada por petróleo Mexicano, metodológicamente fue de enfoque cuantitativo, nivel descriptivo correlacional y de corte transversal, concluyendo que entre ambas variables se tiene una correlación significativa, por lo que ambas siempre deben de progresar juntas para el cumplimiento de los fines planteados de la entidad petrolera.

Aimacaña (2017), en su tesis nominada proceso de calidad y el modo de satisfacer a los socios de la cooperativa de crédito y ahorro SUMAK KAWSAY-Latacunga, su finalidad fue establecer el grado de influencia del proceso de calidad y el modo de satisfacer a los socios del lugar ya mencionado, metodológicamente fue de modelo socio constructivista, con un alcance no experimental, su conclusión es que se puede decir que el proceso de calidad influye significativamente en el modo de satisfacer a los socios de la cooperativa de crédito y ahorro SUMAK KAWSAY-Latacunga, por ello es importante que la primera variable se realice de manera eficiente.

2.1.2 A nivel nacional

Escobar (2022), en su tesis nominado gestión de calidad y el modo de atender a los clientes en la MYPES de pollerías de Chullucanas-Piura, 2020, su fin fue saber la correlación que tiene la gestión de calidad y el modo de atender a los clientes en la MYPES de pollerías de Chullucanas-Piura, 2020, metodológicamente fue de tipo descriptiva, cuantitativo-no experimental de corte transversal, se concluye que la variable gestión de calidad se correlaciona de modo significativo con el modo de atender a los clientes en la MYPES de pollerías de Chullucanas-Piura, 2020.

Núñez y Sandoval (2021), en su estudio denominado mecanismos para atender al usuario por mejorar la manera de satisfacer a los clientes de la distribuidora Salgar, Chiclayo 2021, su finalidad fue establecer el vínculo existente entre los mecanismos para atender al usuario por mejorar la manera de satisfacer a los clientes de la distribuidora ya mencionada, metodológicamente fue de enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo correlacional, se concluye que las dos variables poseen un vínculo significativo, por ende se correlacionan significativamente, con un grado de significancia de $p=0.05$.

Gonzales y Huanca (2020), en su estudio nominado calidad de servicio y su correlación con la manera de satisfacer a los usuarios del restaurant de pollo a la brasa de Mariano Melgar, Arequipa 2018, su objetivo fue conocer la correlación que tiene la manera de satisfacer a los usuarios del restaurant de pollo del lugar ya indicado, metodológicamente fue de enfoque cuantitativo, de diseño no experimental, descriptivo – correlativo, se concluye que las variables estudiadas poseen un vínculo de Rho de

Speaman de 0.504, $p=0,000$, entonces se puede decir que ambas variables se vinculan positiva y moderadamente.

Díaz y Soto (2018), en su tesis nominada el modo de atender y el modo de satisfacer a los usuarios en la discoteca Magno-Chiclayo, 2016; su fin fue conocer el nivel de vinculación existente entre el modo de atender y la el modo de satisfacer a los usuarios en la discoteca Magno-Chiclayo, 2016, metodológicamente fue de enfoque fue cuantitativo, de tipo descriptivo, se concluye que se comprueba que la variable modo de atender se correlación de modo significativo con la satisfacción de los clientes en la discoteca Magno-Chiclayo, 2016, por ello es importante que ambas variables dependen uno del otro, con un $p=0,000$.

Reyes (2018), en su investigación denominado marketing y la manera de satisfacer a los usuarios externo en la Clínica Bernal Aduviri Odontólogos 2018, tuvo como fin establecer la correlación de marketing y la manera de satisfacer a los usuarios externo en la Clínica ya mencionada, metodológicamente fue de enfoque cuantitativo, nivel descriptivo correlacional-transversal, concluyendo que entre ambas variables si se tiene una correlación, la cual fue procesada por el grado de relación de Spearman calculada por medio del programa SPSS, que fue de 0,510, por lo que se considera que se tiene una relación moderada positiva, el valor de significancia fue 0.

Paredes y Sanchez (2018), en su investigación denominado grado para satisfacer al cliente y la cualidad del modo de atender en la emergencia del hospital II EsSalud de Cajamarca en el año 2018, su fin fue establecer la correlación existente entre el nivel de satisfacción de los usuarios y la

cualidad del modo de atender en el hospital ya indicado, metodológicamente fue de enfoque cuantitativo, con un nivel descriptivo, correlacional-transversal, se concluye que se tiene una relación de Pearson, con un $p=0,000$, lo cual es menos de 0,05, entonces se indica que se tiene una relación positiva entre ambas variables.

Rosales (2018), en su tesis nominado cualidad de servicio y la manera de satisfacer de los clientes de la autorización y subgerencia de licencia del municipio distrital de Chaclacayo, 2016, se tuvo como fin establecer la correlación existente entre la percepción que se tiene de la cualidad de servicios y la manera de satisfacer de los clientes de la autorización y subgerencia de licencia del municipio distrital de Chaclacayo, 2016, metodológicamente fue de enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo correlacional con corte transversal, se concluye después de haber procesado los datos, por medio del coeficiente de relación de Rho de Spearman que se tiene 0,723, afirmando que se tiene entre ambas variables una correlación positiva, con un nivel moderado, con significancia bilateral de $p=0.000$, por ende se puede indicar que las variables se correlacionan de modo significativo.

Asenjo y Valderrama (2018), en su estudio nominado el modo de satisfacer a los usuarios en una entidad de servicios-Chiclayo 2018, se tuvo como fin establecer el grado de correlación de la cualidad de los servicios y la manera de satisfacer a los clientes de Meek Colección S.R.L.-Chiclayo, 2018; metodológicamente fue de enfoque cuantitativo, de diseño descriptivo correlacional, concluyendo que existe una relación positiva significativa considerablemente, con un Rho de 0,790, entonces se puede decir que las

variables tienen una correlación positiva, por lo tanto ambos deben de ir de la mano.

Miranda (2017), en su estudio nominado calidad de los servicios y la manera de satisfacer a los usuarios en el banco Internacional del Perú, stand 500 Huancayo, 2016-2017, su fin fue conocer la correlación que tiene la calidad de los servicios y la manera de satisfacer a los usuarios del banco mencionado, metodológicamente fue de tipo pura, diseño no experimental, transversal, cuantitativo, de nivel descriptivo correlacional, se concluye que ambas variables se correlacionan significativamente, con una correlación directa de 5%.

Bellido (2018), en investigación nominada calidad de los servicios y la manera de satisfacer a los usuarios en la entidad Etcobell S.A.C. Villa el Salvador-2017, su fin fue establecer la correlación existente entre la calidad de los servicios y la manera de satisfacer a los usuarios en la entidad ya mencionada, metodológicamente fue de enfoque cuantitativo, de tipo no experimental – transversal, se concluye que entre ambas variables existe una correlación significativa de Rho de Spearman de 0,870, lo cual significa que la calidad de los servicios son relacionados de modo significativo con la manera de satisfacer a los usuarios en la entidad Etcobell S.A.C. Villa el Salvador-2017.

2.1.3 A nivel local

Collanqui (2019), en su estudio nominada la percepción de la calidad del modo de servir de los usuarios en el consumo de comidas de una cevichería delicias del mar-Juliaca, 2019, su fin fue establecer la correlación que tiene la percepción de la calidad del modo de servir de los usuarios en

el consumo de comidas de una cevichería delicias del mar-Juliaca, 2019, metodológicamente fue de enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo correlacional, concluyendo que la variable percepción de la calidad del modo de servir de los usuarios se vincula de modo significativo con la variable consumo de comidas de una cevichería delicias del mar-Juliaca, 2019, con $p=0.005$.

Gonzales (2017), en su estudio nominado calidad de los servicios y el modo de satisfacer a los alumnos usuarios con atenciones administrativas en la facultad de ciencias contables y administrativas, UNA Puno, 2017, su fin fue establecer la correlación que existe entre la calidad de los servicios y el modo de satisfacer a los alumnos usuarios con atenciones administrativas en la facultad ya mencionada, metodológicamente fue de enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo correlacional-transversal, se concluye que la calidad de los servicios se relaciona con un grado satisfactorio con el modo de satisfacer a los alumnos usuarios con atenciones administrativas en la facultad ya indicada, ya que se obtuvo un $p=0,493$.

2.2 Marco teórico

2.2.1 Satisfacción en la atención a los usuarios

La satisfacción de los usuarios en la atención es muy importante, ya que depende mucho cumplir con sus necesidades para que de ese modo estos vuelvan a regresar para adquirir el producto o servicio que se brinden, asimismo este puede recomendar a otros, por lo que los ingresos acrecentarían en gran magnitud (Febres, 2020).

Es importante satisfacer a los usuarios, ya que ello traería consigo mayores ingresos para la empresa, la atención que se debe de brindar debe de ser la correcta, de esa manera se obtendrá un buen posicionamiento frente a otras entidades (Hernández P. , 2011).

2.2.2 Atención confiable

La atención que brinden los trabajadores de las entidades o empresas deben de ser bajo mecanismos establecidos, los gerentes deben de fomentar talleres donde se les inculque la clase de atención que se les debe de brindar a los usuarios, es decir, la atención dada debe de generar confianza en los usuarios, de tal modo estos podrán recurrir a sus servicios con mayor confianza (González, 2012).

2.2.3 Atención rápida

Lo que todo usuario busca al ser atendido, es que esta sea la más rápida posible, que no genere dilaciones de tiempo, por consiguiente, mientras más rápida sea la atención, este se sentirá más satisfecho, de tal manera se cumplirá con su expectativa de rapidez, ello traerá consigo también de que por brindar una atención más rápida, puedan atenderse a mayores usuarios, de tal manera se tienen mayores ventas (López N. , 2020).

2.2.4 Atención transparente

La atención transparente debe de ser aquella que genere confianza, la información que se debe de brindar debe de ser exacta, tal cual las características y datos estipulados, para que de ese modo los clientes tengan seguridad del producto o servicio que desean comprar o adquirirlos,

por ende, la información debe de ser lo más cierta posible, es así que los usuarios generen confianza en los productos (Duque, 2005).

2.2.5 Marketing informativo

El marketing informativo viene a ser una manera de manifestarse mediante diferentes medios, en donde se transmita información de las características o cualidades que tienen los servicios o productos que se quiere brindar, en razón de ello se aplican diferentes medios y mecanismos para que el usuario adquiera lo que se desea vender, solo de ese modo, se podría generar mayores ingresos para la empresa (Cueva et. al, 2021).

2.2.5.1 Importancia del marketing informativo

La importancia del marketing informativo es que este es un arma fundamental que sirve para empoderar de alguna manera al usuario, con informaciones útiles y relevantes que guíen sus decisiones hacia caminos más acertados, pues ahora bien, al ser una entidad más enfocada en dar asesoría financiera que se basa en la honestidad y transparencia, es el deber de toda entidad entablar relaciones informativas eficaces con los clientes, aún más allá de algún aspecto comercial para ayudar a formar sus patrimonios (Vidal, 2017).

2.2.5.2 Información útil

La información útil viene a ser aquella en la que se transmiten datos suficientes con respecto a un determinado producto, servicio, objeto, etc, información que servirá de mucha utilidad para los usuarios o clientes, es decir aquellos datos más relevantes que se encuentran constituidos de manera más visible para que se entienda

de mejor manera la utilidad que se le puede dar a algo (Carmona & Gutiérrez, 2004).

Asimismo, se indica que la información útil, es aquella idea, concepto o apartado sobre actividades en concreto sobre algo, se encuentra asociado a lo más resaltante (Fidalgo, 2011).

2.2.5.3 Información veraz

La información veraz viene a ser aquellas características que se indican de algo en específico, datos que deben de ser certeros, cualidades que se deben de indicar de manera certera, es decir la información que se vaya a transmitir de manera verídica, pues de ello depende en gran magnitud la relevancia de un determinado acto, es decir, si se emite información veraz, será más creíble para los usuarios o clientes, lo que traerá como consecuencia que esta entidad o empresa sea confiable, generaría mayor confianza en los usuarios, por consiguiente tendría mayor oferta frente a otras empresas (Aguinaga, 2022).

2.2.5.4 Información relevante

La información relevante, viene a ser aquella que información la cual es importante, aquellas características o datos más sobresalientes de un producto o servicio, en donde se establece en primer lugar la importancia del producto o servicio, ello para convencer a los usuarios de adquirirlos, por ende, mientras más resaltante sea la información atraerá mayor clientela, mayor preferencia del cliente frente a otras empresas o entidades

2.3 Marco conceptual

a) **Beneficios:**

Son uno de los accesos al servicio de la calidad en salud y educación a las familias más pobres otorgado por el programa social Juntos. Ibararán et al. (2017)

b) **Emprendimiento:**

Es el inicio de los cambios y que genera oportunidad de negocio característico de los emprendedores convirtiéndose en elementos fundamentales del proceso socioeconómico (Avila, 2021).

c) **Satisfacción:**

Es un factor positivo que queda impregnada en la mente del individuo, cuya expresión que se va generando durante y después de la atención, como un resultado de haber superado las expectativas. Abramo et al. (2019)

d) **Relación interpersonal:**

Son uno de los tipos de interacción que requiere el individuo, teniendo la capacidad de comunicarse a fin de aumentar sus conocimientos y asegurar su supervivencia. Hanco et al. (2021)

e) **Situación económica:**

Es una de las expresiones más aproximadas de las situaciones en las que se encuentra el individuo ya sea a del buen funcionamiento de sus gestiones comerciales con la que se sustentan (Prieto & Tejedor, 2017).

f) **Trabajador:**

El trabajador es el resultado de una labor física y / o mental libre y voluntaria y también una actividad impulsadora para el progreso

económico de los pueblos, así mismo es la característica que lo distingue del resto de criaturas (Palomino, 2015).

g) Usuario:

El usuario, es el que se destinaria de un uso, ya sea público o privado en cualquier ámbito “que usa ordinariamente algo”, también tiene el poder adquisitivo que finalmente decide en algo que normalmente quiso comprar (Alarcon, 2015).

h) Cliente:

El cliente es aquella actividad que relaciona a la persona, con la finalidad de que este se encuentre satisfecho con dichas actividades, también es una gama de actividades dirigidas a una relación persona-empresa (Betancur, 2006).

i) Proceso:

El proceso se constituye de la interacción de los previos ordenados al fin de establecer como objetivo y el resultado se logra una interrelación sinérgica de recursos, personas, trabajo, tiempos, etc. (Catón, 2010).

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Métodos de la investigación

3.1.1 Métodos aplicados en la investigación

Los métodos aplicados en el estudio fueron el método deductivo, pues se dieron conclusiones partiendo de los resultados obtenidos, no generando conocimientos, se partió de los conocimientos ya establecidos.

3.2 Diseño de la investigación

El diseño de la investigación fue no experimental, donde no se realizará alguna manipulación o alteración del objeto que se está estudiando, solo se aprecian los acontecimientos o fenómenos tal y como son mostrados en su contexto natural, para luego ser analizadas. (Hernández & Mendoza, 2019).

Por otro lado, Silvestre y Huaman (2019), indican que esta investigación no experimental permite determinar mediante estudios conclusiones sobre diferentes elementos, que no pueden ser comprobados con experimentos.

3.2.1 Enfoque de la investigación

El enfoque de la investigación fue cuantitativo, según Ñaupas et al. (2018), indica que viene a ser la manera de recolectar y analizar la información de modo numérico. se tiende a prestar mayor atención en las agrupaciones de información representativos de modo relativo y a grandes escalas, es decir es la presentación o se perciben como simples reuniones de los actos.

3.2.2 Tipo de investigación

La investigación fue de tipo básico, al respecto Hernández y Mendoza (2019), indican que estas indagaciones se basan en la descripción de conocimientos, centrándose en un estado natural.

3.2.3 Nivel de investigación

El estudio fue de nivel descriptivo, porque describirán las características y los datos de la población o el fenómeno en estudio, teniendo como finalidad determinar el grado de significancia existente en la variable (Pino R. , 2018).

3.3 Población y muestra

3.3.1 Población

Según Pino (2018), indica que la población es un grupo de objetos, sujetos o medios los cuales tienen ciertas cualidades en común que pueden ser observadas en lugares y momentos específicos, donde será desarrollado el estudio. La población para este estudio se conformó por 50 trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local de Azángaro

3.3.2 Muestra

Se empleó un muestreo probabilístico, al respecto Carrasco (2018), indica que las muestras probabilísticas son aquellos hechos, acontecimientos, o unidades de la población, porque tienen cualidades semejantes para poder elegirlos y formar parte de la muestra por medio de elecciones aleatorias de la unidad de muestreo. De tal modo se usó la fórmula de muestreo siguiente:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2 \cdot (N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

$$p = 0.5$$

$$q = 0.5$$

Reemplazamos los valores:

$$n = \frac{50 (1.96)^2 \times (0.50) \times (0.50)}{(0.05)^2 \times (50 - 1) + (1.96)^2 \times (0.50) \times (0.50)}$$

$$n = \frac{48.02}{1.0829}$$

$$n = 40.35$$

$$n = 40$$

La muestra fue un total de 40 trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local de Azángaro.

3.4 Técnicas e instrumentos

3.4.1 Técnica

Para la investigación se empleó como técnica una encuesta, según Pino (2018) manifiesta que son la agrupación de procedimientos, instrumentos y herramientas que se usan para la obtención de informaciones

u acontecimientos, aquellos recursos que se encuentran en disponibilidad para el investigador que permitirá la obtención de información que se remiten a los pasos o etapas que se deben de seguir.

3.4.2 Instrumento

Son los recursos que los investigadores pueden emplear para abordar problemáticas y acontecimientos y sacar de ellos informaciones, ya sea a por medio de formularios, dispositivos electrónicos y mecánicos que son usados para la recolección de informaciones o datos específicos, para este estudio se empleó un cuestionario con una escala Likert que están sustentados en los anexos del estudio.

En la investigación se utilizó como instrumento – el cuestionario para la variable única:

Según Hernández (2019), manifiesta que el cuestionario recoge información sobre los hechos o sucesos, debido a las preguntas que se formulan quieren conseguir información por medio de las respuestas dadas por los encuestados a los que se aplicaron los cuestionarios respectivos.

3.5 Confiabilidad y Validez del instrumento

3.5.1 Confiabilidad

Para la presente investigación se empleó una prueba piloto con el objetivo de poder apreciar la confiabilidad de los instrumentos que serán aplicados.

Asimismo, en el estudio presente para poder determinar la fiabilidad que posee el instrumento, se seleccionó el método de alfa de Cronbach para

poder medir la confiabilidad de los ítems, en donde se puede apreciar la recomendación siguiente (Valderrama, 2015):

- Coeficiente alfa >0.9 es excelente
- Coeficiente alfa >0.8 es bueno
- Coeficiente alfa >0.7 es aceptable
- Coeficiente alfa >0.6 es cuestionable
- Coeficiente alfa >0.5 es pobre
- Coeficiente alfa <0.5 es inaceptable

Resultados: Se procesaron los datos, empleando un modo de estudio para la confiabilidad de software estadístico SPSS ver. 26, se tuvieron como resultados los siguientes:

Tabla 2

Estadística de fiabilidad de la variable el nivel de Satisfacción en la atención a los usuarios

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,812	,805	19

Nota: Procesado por el programa Spss

El estadístico de confiabilidad Alfa de Cronbach, indica un valor de 0.812 para una prueba piloto de 19 ítems y contrastando con los criterios de confiabilidad de Valderrama la valoración es de fuerte confiabilidad (bueno), por lo que se consideran que los instrumentos presentan consistencia interna y pueden ser utilizados para los objetivos del estudio.

3.5.2 Validez

En cuanto a este apartado, para mayor validez del instrumento, estos fueron validados por 3 expertos, quienes calificaron y validaron el instrumento, los cuales se pasan a describir a continuación:

Tabla 3

Validadores del instrumento

EXPERTO	ESPECIALIDAD	CARGO	INSTRUMENTO VALIDADO
Roberto Payé	Licenciado en	Doctor en	Cuestionario
Colquehuanca	administración	administración	
David Juan Gutierrez	Economista	Doctor en	Cuestionario
Mayta		administración	
Eduardino Roque	Licenciado en	Magister en	Cuestionario
Roque	administración	administración	

Nota: Propio

3.6 Procedimiento de tratamiento de datos

Para recolectar los datos, en primer lugar se quedará un horario con los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local de Azángaro para que estos puedan ser encuestados, una vez realizada la encuesta y luego de haber recopilado los datos se dará paso al llenado en Excel, para que estos luego puedan ser procesados en el programa estadístico SPS versión 24, en donde podrán ser obtenidos las respectivas tablas y gráficos correspondientes, para que luego sean interpretadas cada una de ellas, tales resultados procesados podrán demostrar cada una de las frecuencias y los respectivos porcentajes del marketing informativo

y la satisfacción de los usuarios en la atención, para finalmente obtener el objetivo de hallar la relación existente entre las variables enmarcadas en el estudio.

3.7 Contrastación de hipótesis

Para validar las hipótesis serán desarrolladas de acuerdo a los resultados obtenidos, pudiendo señalar el rechazo o aceptación de las hipótesis que van a ser planteadas, y que esta evaluará la relación existente entre las dos variables (Palomino et. al, 2017).

En donde se tiene:

Ha. El nivel de satisfacción en la atención a los usuarios de la Unidad de Gestión Educativa Local Azángaro, 2022 es totalmente satisfactorio.

Ho. El nivel de satisfacción en la atención a los usuarios de la Unidad de Gestión Educativa Local Azángaro, 2022 es insatisfactorio.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1 Contrastación de hipótesis mediando chi-cuadrado de Pearson

4.1.1 Contrastación de la Hipótesis General

Ha. El nivel de satisfacción en la atención a los usuarios de la Unidad de Gestión Educativa Local Azángaro, 2022 es totalmente satisfactorio.

Ho. El nivel de satisfacción en la atención a los usuarios de la Unidad de Gestión Educativa Local Azángaro, 2022 no es satisfactorio.

Tabla 4

Contrastación de la Hipótesis General

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	319,791 ^a	188	,000
Razón de verosimilitud	109,482	188	,986
Asociación lineal por lineal	19,190	1	,000
N de casos válidos	40		

Nota: Procesado por el estadístico Spss

Interpretación:

Conforme a los resultados hallados en la prueba de la Chi-cuadrado de Pearson, se tiene que $\chi^2 = 319,791^a \geq \chi^2_{T} = 244,3723$, entonces se aprecia que la chi cuadrado calculado es mayor a la Chi-cuadrado tabulada, asimismo se tiene el valor significativo es 0.000, lo cual quiere decir que la satisfacción en la atención a los usuarios es significativa (satisfactorio), en vista de que el p-valor es menor a 0.001, con un nivel de significancia de $0.000 = 0.00\%$, menor al error significancia de $0.05 = 5\%$ representando un 95% de nivel de confianza, por lo cual se pasa a rechazar la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

4.1.2 Contrastación de la Hipótesis Especifica 1

Ha. El nivel de satisfacción en la atención confiable percibida por los usuarios en la Unidad de Gestión Educativa Local Azángaro, 2022 es totalmente satisfactorio.

Ho. El nivel de satisfacción en la atención confiable percibida por los usuarios en la Unidad de Gestión Educativa Local Azángaro, 2022 no es satisfactorio.

Tabla 5*Contrastación de la Hipótesis Especifica 1*

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	303,238 ^a	198	,000
Razón de verosimilitud	139,573	198	,999
Asociación lineal por lineal	26,690	1	,000
N de casos válidos	40		

Nota: Procesado por el estadístico Spss

Interpretación:

Conforme a los resultados hallados en la prueba de la Chi-cuadrado de Pearson, se tiene que $\chi^2 = 303,238^a \geq \chi^2_{T} = 244,3723$, entonces se aprecia que la chi cuadrado calculado es mayor a la Chi-cuadrado tabulada, asimismo se tiene el valor significativo es 0.000, lo cual quiere decir que la satisfacción en la atención confiable percibida por los usuarios es significativa (satisfactorio), en vista de que el p-valor es menor a 0.001, con un nivel de significancia de 0.000 = 0.00%, menor al error significancia de 0.05 = 5% representando un 95% de nivel de confianza, por lo cual se pasa a rechazar la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

4.1.3 Contrastación de la Hipótesis Especifica 2

Ha. El nivel de satisfacción en la atención rápida percibida por los usuarios en la Unidad de Gestión Educativa Local Azángaro, 2022, es totalmente satisfactorio.

Ho. El nivel de satisfacción en la atención rápida percibida por los usuarios en la Unidad de Gestión Educativa Local Azángaro, 2022, no es satisfactorio.

Tabla 6
Contrastación de la Hipótesis Especifica 2

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	215,508 ^a	144	,000
Razón de verosimilitud	111,852	144	,978
Asociación lineal por lineal	16,314	1	,000
N de casos válidos	40		

Nota: Procesado por el estadístico Spss

Interpretación:

Conforme a los resultados hallados en la prueba de la Chi-cuadrado de Pearson, se tiene que $\chi^2 = 215,508^a \geq \chi^2_{T} = 197,4498$, entonces se aprecia que la chi cuadrado calculado es mayor a la Chi-cuadrado tabulada, asimismo se tiene el valor significativo es 0.000, lo cual quiere decir que la satisfacción en la atención rápida percibida por los usuarios es significativa (satisfactorio), en vista de que el p-valor es menor a 0.001, con un nivel de significancia de 0.000 = 0.00%, menor al error significancia de 0.05 = 5% representando un 95% de nivel de confianza, por lo cual se pasa a rechazar la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

4.1.4 Contrastación de la Hipótesis Especifica 3

Ha. El nivel de satisfacción en la atención transparente percibida por los usuarios en la Unidad de Gestión Educativa Local Azángaro, 2022, es totalmente satisfactorio.

Ho. El nivel de satisfacción en la atención transparente percibida por los usuarios en la Unidad de Gestión Educativa Local Azángaro, 2022, no es satisfactorio.

Tabla 7
Contrastación de la Hipótesis Especifica 3

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	219,791 ^a	144	,000
Razón de verosimilitud	109,482	144	,986
Asociación lineal por lineal	19,190	1	,000
N de casos válidos	40		

Nota: Procesado por el estadístico Spss

Interpretación:

Conforme a los resultados hallados en la prueba de la Chi-cuadrado de Pearson, se tiene que $\chi^2 = 219,791^a \geq \chi^2_{T} = 197,4498$, entonces se aprecia que la chi cuadrado calculado es mayor a la Chi-cuadrado tabulada, asimismo se tiene el valor significativo es 0.000, lo cual quiere decir que la satisfacción en la atención transparente percibida por los usuarios es significativa (satisfactorio), en vista de que el p-valor es menor a 0.001, con un nivel de significancia de $0.000 = 0.00\%$, menor al error significancia de $0.05 = 5\%$ representando un 95% de nivel de confianza, por lo cual se pasa a rechazar la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

4.2 Prueba de normalidad**Tabla 8**

Pruebas de normalidad para la distribución de datos

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Satisfacción de los usuarios en la atención	,157	40	,015	,955	40	,114

Nota: Procesado por el programa SPSS

En la tabla 12 se puede percibir la prueba de normalidad conforme a Kolmogorov-Smirnov^a, en la cual se tuvo como resultado que la puntuación dada a la variable única satisfacción de los usuarios en la atención, tiene un nivel de significancia de 0,015, lo cual es menor a 0.05 tal resultado hallado es < al 5% de sig. estándar ($p < 0.05$).

Por lo cual, se procederá a realizar la contrastación de hipótesis por medio de la chi-cuadrado de Pearson.

4.3 Presentación de resultados por variables

En este punto se procederá a dar los resultados correspondientes por preguntas, en donde se tiene:

Tabla 9

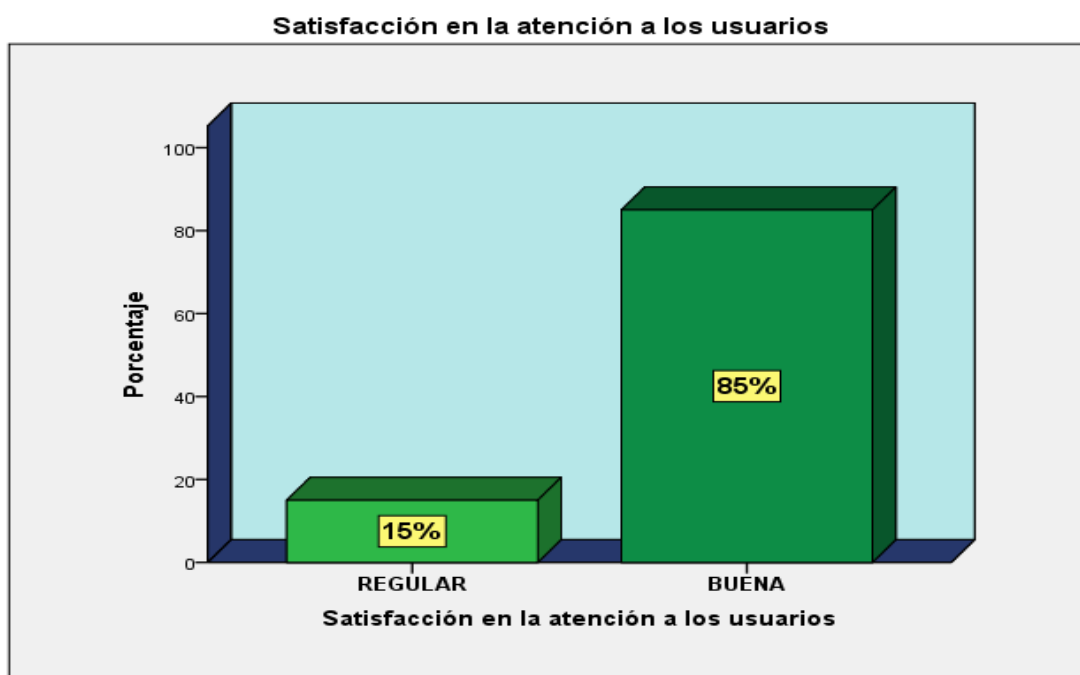
Variable 1. Satisfacción en la atención a los usuarios

	Frecuencia	Porcentaje
REGULAR	6	15%
BUENA	34	85%
Total	40	100%

Nota: Procesado por el programa SPSS

Figura 1

Satisfacción en la atención a los usuarios



Nota: Procesado por el programa SPSS

INTERPRETACIÓN:

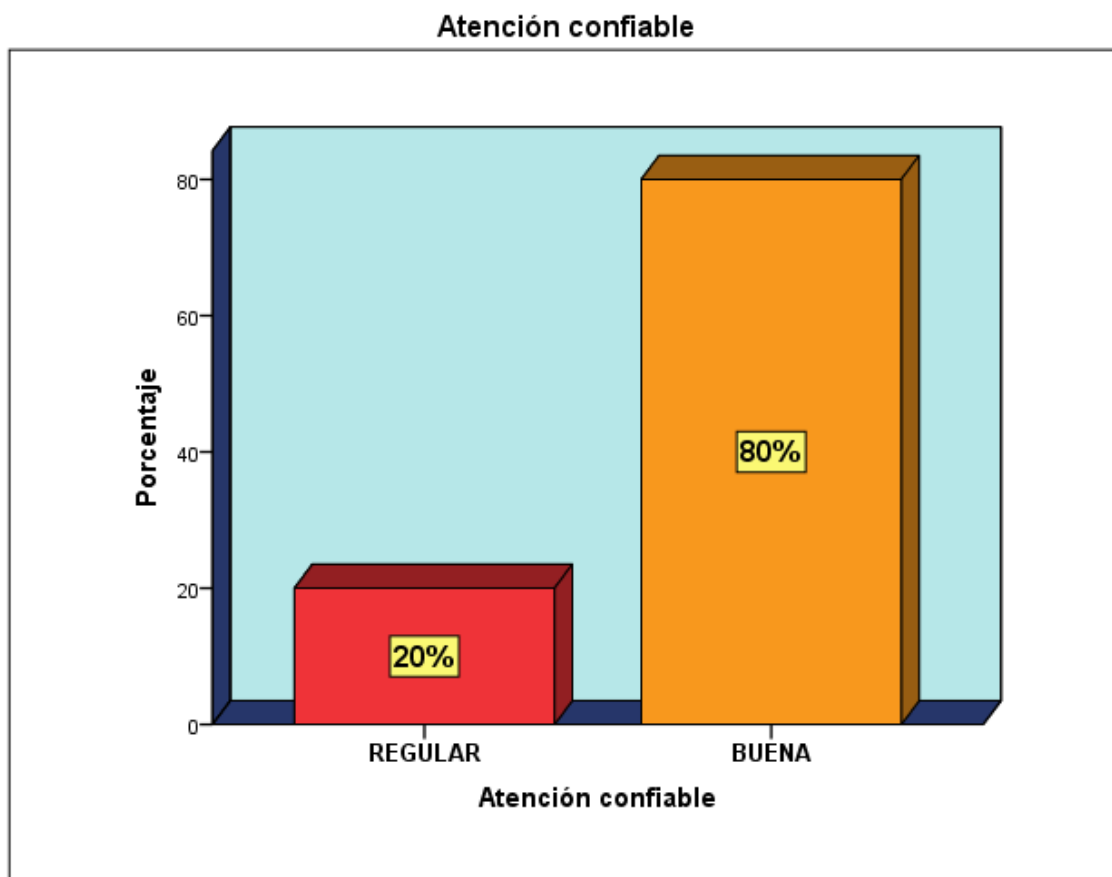
Con respecto a la variable única, satisfacción en la atención a los usuarios, se tuvo como resultado que, del 100% de los encuestados un 15% lo que es igual a 6 personas, manifestaron que las personas consideran que la atención a los usuarios es regular, mientras que un 85%, lo que es igual a 34 encuestados consideraron que los usuarios consideran que la atención es buena, entonces se puede concluir indicando consideran que la atención a los usuarios es buena, por lo que sienten que las personas se sienten satisfechos con la unidad de gestión local de Azángaro.

Tabla 10
Dimensión 1. Atención confiable

	Frecuencia	Porcentaje
REGULAR	8	20%
BUENA	32	80%
Total	40	100%

Nota: Procesado por el programa SPSS

Figura 2.
Atención confiable



Nota: Procesado por el programa SPSS

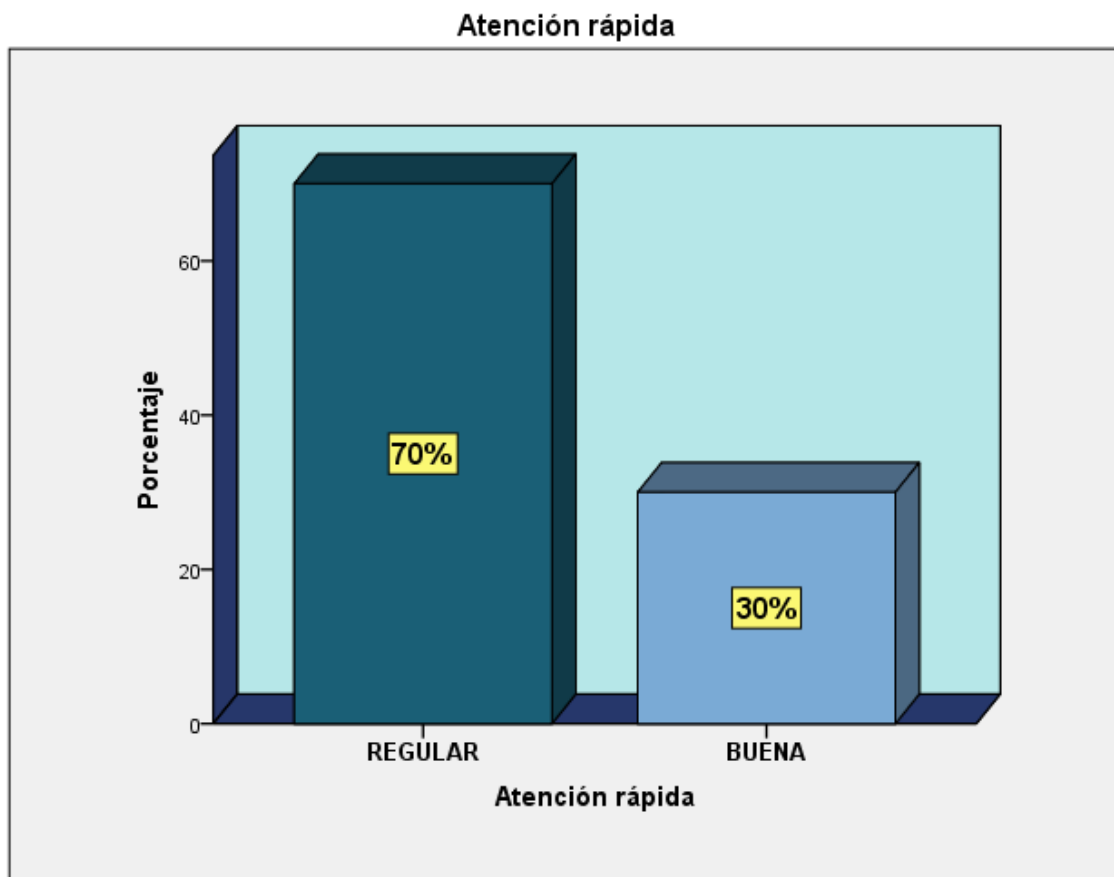
INTERPRETACIÓN:

Con respecto a la primera dimensión, atención confiable, se tuvo como resultado que, del 100% de los encuestados un 20% lo que es igual a 8, manifestaron que las personas consideran acerca de la atención confiable que se da de modo regular, mientras que un 80%, lo que es igual a 32 encuestados consideraron que los usuarios consideran que si se da una atención confiable por lo que tal atención es buena, entonces se puede concluir indicando que los usuarios consideran como buena la atención confiable que da la unidad de gestión educativa local de Azángaro.

Tabla 11*Dimensión 2. Atención rápida*

	Frecuencia	Porcentaje
REGULAR	28	70%
BUENA	12	30%
Total	40	100%

Nota: Procesado por el programa SPSS

Figura 3.
Atención rápida

Nota: Procesado por el programa SPSS

INTERPRETACIÓN:

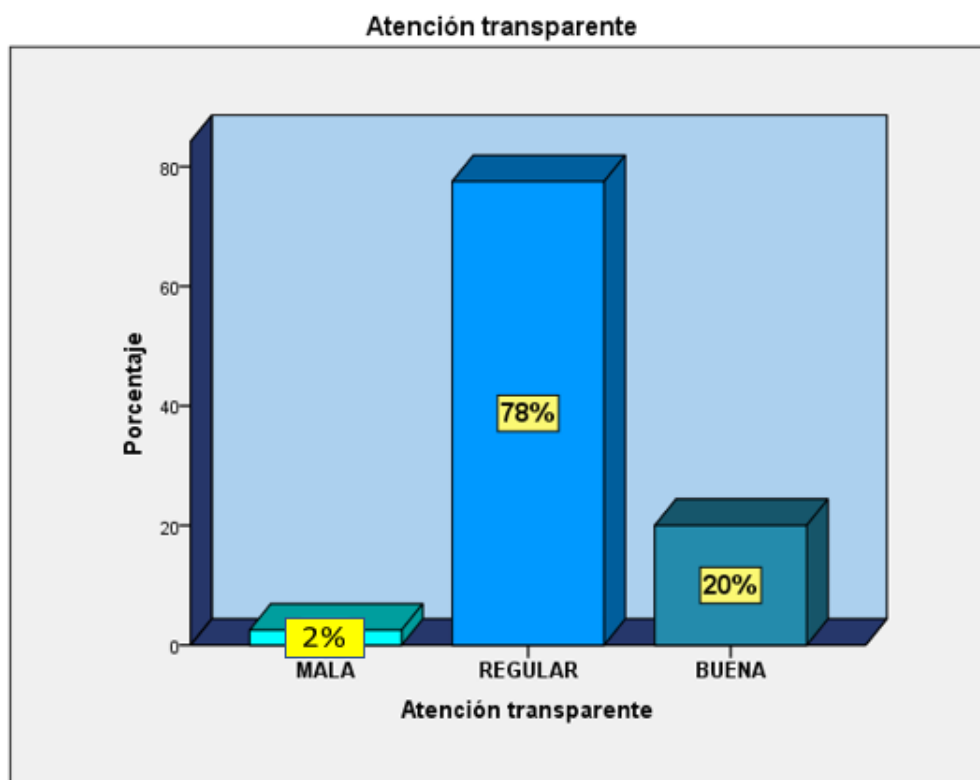
Con respecto a la segunda dimensión, atención rápida, se tuvo como resultado que, del 100% de los encuestados un 70% lo que es igual a 28, manifestaron que las personas consideran acerca de la atención rápida que esta se da de modo regular, mientras que un 30%, lo que es igual a 12 encuestados consideraron que los usuarios consideran sobre la atención rápida es buena, entonces se puede concluir indicando que los usuarios consideran que la atención rápida que da la unidad de gestión educativa local de Azángaro se da de manera regular.

Tabla 12
Dimensión 3. Atención transparente

	Frecuencia	Porcentaje
MALA	1	2%
REGULAR	31	78%
BUENA	8	20%
Total	40	100%

Nota: Procesado por el programa SPSS

Figura 4.
Atención transparente



Nota: Procesado por el programa SPSS

INTERPRETACIÓN:

Con respecto a la segunda dimensión, atención transparente, se tuvo como resultado que, del 100% de los encuestados un 2%, lo que es igual a 1 persona, manifiesta que los usuarios piensan acerca de la atención transparente que esta es mala, así mismo un 78% lo que es igual a 31, manifestaron que las personas consideran acerca de la transparencia en la atención esta se da de modo regular, mientras que un 20%, lo que es igual a 8 encuestados indicaron que los usuarios consideran sobre la transparencia en la atención como buena, entonces se puede concluir indicando que los usuarios consideran que la transparencia en la atención que da la unidad de gestión educativa local de Azángaro es de modo regular.

4.4 Discusión de resultados

En este apartado se pasa a dar las discusiones, luego de haber obtenido los resultados correspondientes, en donde se tiene:

Con respecto al objetivo general determinar el nivel de satisfacción en la atención a los usuarios de la Unidad de Gestión Educativa Local Azángaro, 2022, se tuvo como resultado que:

Se tuvo como resultado que $X C^2 = 319,791^a \geq X T^2 = 244,3723$, el valor significativo es 0.000, lo cual quiere decir que la satisfacción en la atención a los usuarios es significativa (satisfactorio), en vista de que el p-valor es menor a 0.001, con un nivel de significancia de $0.000 = 0.00\%$, asimismo, del 100% de los encuestados un 85%, lo que es igual a 34 encuestados indicaron que la atención a los usuarios es buena, por lo que las personas se sienten satisfechos con la unidad de gestión local de Azángaro, en tal sentido se concuerda con el estudio de Zapata et. Al (2020), quien concluyó indicando que el grado de satisfacción de los clientes

en la municipalidad de Maicao tienen es significativo y positiva, asimismo se concuerda con el estudio de López (2018), quien concluye que la calidad de los servicios posee una correlación positiva con el modo de satisfacer a los usuarios del restaurant Rachys- Guayaquil.

De acuerdo al primer objetivo específico determinar el nivel de Satisfacción en la atención confiable percibida por los usuarios en la Unidad de Gestión Educativa Local Azángaro, 2022, se tuvo como resultado que: se tuvo como resultado que $X^2 = 303,238^a \geq X^2 = 244,3723$, el valor significativo es 0.000, lo cual quiere decir que la satisfacción en la atención confiable percibida por los usuarios es significativa (satisfactorio), en vista de que el p-valor es menor a 0.001, con un nivel de significancia de $0.000 = 0.00\%$, , asimismo del 100% de los encuestados un 80%, lo que es igual a 32 encuestados indican que los usuarios consideran como buena la atención confiable que se da, por lo que se concuerda con el estudio de Aimacaña (2017), quien concluye indicando que el proceso de calidad influye significativamente en el modo de satisfacer a los socios, asimismo se concuerda con el estudio de Díaz y Soto (2018), quien concluye indicando que se comprueba que la variable modo de atender en la discoteca Magno-Chiclayo, 2016 es significativa, por ello es importante fortalecer tal variable, con un $p=0,000$.

Con respecto al segundo objetivo específico determinar el nivel de satisfacción en la atención rápida percibida por los usuarios en la Unidad de Gestión Educativa Local Azángaro, 2022, se tuvo como resultado que: se tuvo como resultado que $X^2 = 215,508^a \geq X^2 = 197,4498$, el valor significativo es 0.000, lo cual quiere decir que la satisfacción en la atención rápida percibida por los usuarios es significativa (satisfactorio), en vista de que el p-valor es menor a 0.001, con un nivel de significancia de $0.000 = 0.00\%$, , así mismo del 100% de los

encuestados un 70% lo que es igual a 28, manifestaron que las personas consideran la atención rápida que da la unidad de gestión educativa local de Azángaro se da de manera regular, por lo que se concuerda con el estudio de Rosales (2018), quien concluye indicando que, ambas variables tienen una correlación positiva, con un Rho de 0,723 y un $p=0.000$, asimismo se concuerda con el estudio de Asenjo y Valderrama (2018), quien concluye indicando que existe una correlación positiva significativa considerable, con un Rho de 0,790, entre ambas variables.

Concerniente al tercer objetivo específico determinar el nivel de satisfacción en la atención transparente percibida por los usuarios en la Unidad de Gestión Educativa Local Azángaro, 2022, se tuvo como resultado que: se tuvo como resultado que $X C 2 = 219,791^a \geq X T 2 = 197,4498$, el valor significativo es 0.000, lo cual quiere decir que la satisfacción en la atención transparente percibida por los usuarios es significativa (satisfactorio), en vista de que el p-valor es menor a 0.001, con un nivel de significancia de $0.000 = 0.00\%$, asimismo, del del 100% de los encuestados un 78% lo que es igual a 31, manifestaron que los usuarios consideran que la transparencia en la atención que da la unidad de gestión educativa local de Azángaro es de modo regular, por lo que se concuerda con el estudio de Miranda (2017), quien concluye indicando que ambas variables se correlacionan significativamente, con una correlación directa de 5%, asimismo se concuerda con el estudio de Collanqui (2019), quien concluye indicando que percepción de la atención transparente se relaciona significativamente con el consumo de comidas, con $p=0.005$.

CONCLUSIONES

En este apartado se darán las conclusiones respectivas luego de obtener los resultados, en donde se tiene:

- Primera.** Con respecto al objetivo general se puede decir que los usuarios se sienten satisfechos con la atención recibida por la Unidad de Gestión Educativa Local Azángaro, 2022, en vista de que el p-valor es menor a 0.001, con un grado de significancia de 0.000 = 0.00% los cual es menos al error o significancia de 0.05 = 5% representando un 95% de nivel de confianza.
- Segunda.** Con relación al primer objetivo específico se puede decir que los usuarios se sienten satisfechos con la atención confiable recibida por la Unidad de Gestión Educativa Local Azángaro, 2022, en vista de que el p-valor es menor a 0.001, con un grado de significancia de 0.000 = 0.00% lo cual es menos al error o significancia de 0.05 = 5% representando a un 95% de nivel de confianza.
- Tercera.** Con relación al segundo objetivo específico se puede decir que los usuarios se sienten satisfechos con la atención rápida percibida por la Unidad de Gestión Educativa Local Azángaro, 2022, en vista de que el p-valor es menor a 0.001, con un grado de significancia de 0.000 = 0.00% lo cual es menos al error o significancia de 0.05 = 5% representando un 95% de nivel de confianza.
- Cuarta.** Con relación al tercer objetivo específico se puede decir que los usuarios se sienten satisfechos con la atención transparente percibida por la Unidad de Gestión Educativa Local Azángaro, 2022, en vista de que el p-valor es menor a 0.001, con un grado de significancia de 0.000 = 0.00% los cual es menos al error o significancia de 0.05 = 5% representando un 95% de nivel de confianza.

RECOMENDACIONES

Después de haber desarrollado la problemática, y una vez obtenido los resultados, se pudo apreciar falencias, por lo que se dan las siguientes recomendaciones:

- Primera.** Se recomienda al jefe de recursos humanos de la Unidad de Gestión Educativa Local Azángaro, mejorar el nivel de atención a los usuarios para que ellos estén totalmente satisfechos con ello.
- Segunda.** Se recomienda al director y jefe de recursos humanos de la Unidad de Gestión Educativa Local Azángaro, mejorar el nivel de atención confiable a los usuarios para que ellos estén totalmente satisfechos con ello, asimismo los datos sean fiables y certeros.
- Tercera.** Se recomienda al jefe de recursos humanos de la Unidad de Gestión Educativa Local Azángaro, mejorar el nivel de atención rápida percibida por los usuarios para que ellos estén totalmente satisfechos con ello, en tal sentido es se debe de tener una atención rápida, para que se tengan mayor cantidad de clientes satisfechos.
- Cuarta.** Se recomienda al director y jefe de recursos humanos de la Unidad de Gestión Educativa Local Azángaro, mejorar el nivel de atención transparente a los usuarios para que ellos estén totalmente satisfechos con ello, de tal manera no se tengan dudas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abramo, L., Cecchini, S., & Morales, B. (2019). *Programas sociales, superación de la pobreza e inclusión laboral*. CEPAL. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44602/1/S1900005_es.pdf
- Aguinaga, E. (18 de abril de 2022). ¿Información veraz? *Cuadernos de periodistas*. Obtenido de <https://www.cuadernosdeperiodistas.com/informacion-veraz/>
- Aimacaña, I. (2017). *Procesos de calidad y la Satisfacción de los Socios, de la Cooperativa de Ahorro y Crédito SUMAK KAWSAY Ltda., de la ciudad de Latacunga*. Tesis, Universidad Técnica de Ambato , Ambato. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/6551/1/111%20MKT.pdf>
- Alarcon, f. (Marzo - Mayo de 2015). RECONCILIANDO LAS TIPOLOGÍA DE USUARIOS DE INTERNET. *Redalyc*, 19. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199536848034.pdf>
- Asenjo, C., & Valderrama, C. (2018). *La satisfacción de los clientes en una empresa de servicios-Chiclayo 2018*. tesis, Universidad Señor de Sipán, Pimentel. Obtenido de <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/4599/Asenjo%20Orrego%20-%20Valderrama%20Rivasplata.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Avila, E. (2021). La evolución del concepto emprendimiento y su relación con la innovación y el conocimiento. *Scielo*, 17. Obtenido de <http://www.scielo.org.bo/pdf/riyn/v14n23/2521-2737-riyn-14-23-32.pdf>
- Bellido, R. (2018). *Calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Etcobell S.A.C. Villa el Salvador-2017*. tesis, Universidad Autónoma del Perú, Lima. Obtenido de <https://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13067/669/BELLIDO%20MORENO%2c%20RONY.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Betancur, L. (17 de Febrero - Abril de 2006). El cliente y las empresas de servicios públicos. *Redalyc*, 10. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1942/194220465008.pdf>
- Carmona, A., & Gutiérrez, A. (2004). Modelos de información útiles en las ciencias de gestión. *Ciencia*, 17. Obtenido de <https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1120&context=eq>
- Casilda, A., & Fucci, M. (marzo de 2010). Estrategias de Marketing Promocional en Unidades de Servicio de Información de la Universidad del Zulia. *Scielo*. Obtenido de http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-95182010000100007
- Catón, I. (2010). Red Iberoamericana de Investigación Sobre Cambio y Eficacia Escolar. *Redalyc*, 17. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/551/55119084001.pdf>
- Collanqui, Y. (2019). *Percepción de la calidad de servicio del cliente en el consumo de comida de la quinta restaurante cevichería delicias del mar de la ciudad de Juliaca en el año 2019*. tesis , Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez , Juliaca. Obtenido de <https://www.studocu.com/pe/document/universidad-andina-nestor-caceres-velasquez/marketing/tesis-yeny-2019-apuntes-9/5462996>
- Cordova, C. (2019). Promoción del marketing y el posicionamiento. *redalyc*, 14. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5217/521763181001/521763181001.pdf>
- Cueva et. al. (2021). Marketing de contenidos y decisión de compra de los consumidores Generación Z en Ecuador. *Redalyc*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5885/588569075003/html/>
- Díaz, M., & Soto, K. (2018). *La atención y la satisfacción del cliente en la discoteca Magno, en la ciudad de Chiclayo 2016*. tesis, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo , Chiclayo. Obtenido de https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1174/1/TL_DiazVargasMilagros_SotoLlempenKeyko.pdf.pdf

- Duque, E. (junio de 2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *redalyc*, 18. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/818/81802505.pdf>
- Escobar, G. (2022). *Gestión de calidad y atención al cliente en la MYPE rubro pollerías del distrito de Chulucanas-Piura, Año 2020*. tesis, Universidad Católica los Angeles de Chimbote, Piura. Obtenido de https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/26020/GESTION_CALIDAD_ESCOBAR_HERNANDEZ_GUILLERMO.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Febres, R. (septiembre de 2020). Satisfacción del usuario y calidad de atención del servicio de medicina interna del Hospital Daniel Alcides Carrión. Huancayo - Perú. *Scielo*. Obtenido de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2308-05312020000300397#:~:text=B%C3%A1sicamente%20la%20satisfacci%C3%B3n%20del%20usuario,del%20usuario%20ampliamente%2D10.
- Fidalgo, A. (febrero de 2011). La información útil. *Innovación educativa*. Obtenido de <https://innovacioneducativa.wordpress.com/2011/02/10/la-informacion-util-el-patito-feo-del-conocimiento/>
- Gonzales, L., & Huanca, E. (2020). *La calidad del servicio y su relación con la satisfacción de los consumidores de restaurantes de pollos a la brasa de Mariano Melgar, Arequipa 2018*. tesis, Universidad Tecnológica del Perú, Arequipa. Obtenido de https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/3031/Lucero%20Gonzales_Elena%20Huanca_Tesis_Titulo%20Profesional_Titulo%20Profesional_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Gonzales, O. (2017). *Calidad de servicio y satisfacción de los estudiantes usuarios con la atención administrativa en la facultad ciencias contables y administrativas, UNA-Puno,2017*. tesis, Universidad Nacional del Altiplano, Puno. Obtenido de http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/6445/Gonzales_Cornejo_Omar_Gustavo.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- González, L. (2012). Calidad de la atención. *Revista digital universitaria*, 15. Obtenido de <https://www.revista.unam.mx/vol.13/num8/art81/art81.pdf>
- Hanco, M., Carpio, A., Laura, Z., & Flores, E. (2021). Relaciones interpersonales y desempeño laboral en hoteles turísticos del departamento de Puno. *Scielo*, 9. Obtenido de <http://www.scielo.org.pe/pdf/comunica/v12n3/2219-7168-comunica-12-03-186.pdf>
- Hernandez, R. (2019). *Metodología de la investigación las rutas cuantitativas, cualitativas y mixtas*. Santa Fe: Mc Graw Hill.
- Hernández, P. (10 de febrero de 2011). La importancia de la satisfacción del usuario. *Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecológicas*, 20. Obtenido de <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwiwlrXl1Lv6AhUlupUCHWb4DcIQFnoECCcQAQ&url=https%3A%2F%2Frevistas.ucm.es%2Findex.php%2FDCIN%2Farticle%2Fdownload%2F36463%2F35311%2F&usg=AOvVaw1nOFT7UizspGN72EpfEQ1>
- Hernández, R., & Mendoza, C. (2019). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Mexico: McGRAW-HILL interamericana editores, S.A. de c.v.
- Hernández, R., & Mendoza, C. (2019). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (1º ed.). México: Mc Graw Hill.
- Ibarrarán, P., Medellín, N., Regalia, F., & Stampini, M. (2017). *Así funcionan las transferencias condicionadas*. BID. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=fxmGDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=que+es+son+beneficios+en+un+programa+social+juntos&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj-qdbQzKj5AhXUB7kGHcheDv4Q6AF6BAgGEAI#v=onepage&q&f=false>
- López, D. (2018). *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil*. tesis, Universidad Católica de Guayaquil, Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9867/1/T-UCSG-POS-MAE-160.pdf>

- López, N. (30 de abril de 2020). Manejo adecuado de la atención al cliente para lograr satisfacción y fidelidad. *IDEA Journal of Business Sciences*. Obtenido de <https://revista.estudioidea.org/ojs/index.php/eidea/article/view/91>
- Miranda, H. (2017). *Calidad de servicio y la satisfacción de los clientes en el Banco Internacional del Perú, tienda 500 Huancayo, 2016-2017*. tesis, Universidad Continental, Huancayo. Obtenido de https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/3587/5/INV_FCE_CAN_TE_Miranda_Torres_2017.pdf
- Néñez, J., & Sandobal, J. (2021). *Estrategias de atención al cliente para mejorar la satisfacción de los usuarios de la distribuidora Salgar, Chiclayo 2021*. tesis, Universidad Privada Juan Mejía Baca, Chiclayo. Obtenido de <http://repositorio.umb.edu.pe:8080/jspui/bitstream/UMB/295/1/NU%C3%91EZ%20JHON%20%26%20SANDOBAL%20JOHAN%20-%20TESIS.pdf>
- Ñaupas, H., Valdivia, M., Palaios, J., & Romero, H. (2018). *Metodología de la investigación cuantitativa - cualitativa y redacción de la tesis* (Vol. 5a. Edición). Bogota: Ediciones de la U.
- Ortigoza, L. (2017). *Diagnóstico del grado de satisfacción de los usuarios con los servicios de tecnología de información proporcionados por Petróleos Mexicanos*. tesis, Universidad Autónoma de Puebla, H. Puebla de Zaragoza. Obtenido de <https://repositorioinstitucional.buap.mx/handle/20.500.12371/175>
- Palomino et. al. (2017). *Metodología de la investigación: Guía para elaborar un proyecto de salud y educación* (Primera ed.). Lima-Perú: Editorial San Marcos.
- Palomino, T. (2015). El Trabajador: ¿Recurso Humano? *Redalyc*, 10. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/336/33643814005.pdf>
- Paredes, C., & Sanchez, R. (2018). *Nivel de satisfacción del usuario con la calidad de atención en el servicio de emergencia del hospital II EsSalud de Cajamarca en el año 2018*. tesis, Universidad César vallejo, Lima. Obtenido de

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/28322/paredes_ec.pdf?sequence=1

Pino, R. (2018). *"Metodo de la investigación"* (Segunda ed.). Lima-Perú: Editorial San Marcos.

Pino, R. (2018). *Metodología de la investigación*. Lima: San Marcos.

Prieto, W., & Tejedor, J. (2017). La ciencia económica en tiempos de crisis. *Scielo*, 32. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/cenes/v36n64/0120-3053-cenes-36-64-00047.pdf>

Reyes, C. (2018). *El marketing relacional y la satisfacción de los usuarios externos de la Clínica Bernal Aduviri Odontólogos 2018*. tesis, Universidad Cesar Vallejo, Lima. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/21312/Reyes_GCM.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Rosales, D. (2018). *Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la Subgerencia de Licencias y Autorizaciones de la Municipalidad Distrital de Chaclacayo, en el año 2016*. tesis, Universidad César Vallejo, Lima. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/31086/ROSALLES_TD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Silvestre, I., & Huaman, C. (2019). *Pasos para eleborar la investigacion y la redaccion de la tesis universitaria*. Lima: San Marcos.

Valderrama, S. (2015). Técnicas e instrumentos para la obtención de datos en la envestigación científica. Santiago R.Valderrama Mendoza, Lucy R. León Mucha. Lima-peru. Obtenido de <http://sbiblio.uandina.edu.pe/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=1454>

Vidal, H. (26 de mayo de 2017). La importancia del marketing informativo. *The markethink*. Obtenido de <https://www.themarkethink.com/mercadotecnia/la-importancia-del-marketing-informativo/>

Zapata, H., Pimienta, R., & Mejía, J. (2020). *Satisfacción de los usuarios en la atención del servicio de consulta externa especializada en la IPS sociedad*

medica clinica Maicao S.A. en el municipio de Maicao. tesis, Universidad de la Guajira, Colombia. Obtenido de <https://repositoryinst.uniguajira.edu.co/bitstream/handle/uniguajira/392/58.TESIS%20SATISFACCION%20DE%20LOS%20USUARIOS%20EN%20LA%20ATENCION%20DEL%20SERVICIO%20DE%20CONSULTA%20EXTERNA%20ESPECIALIZADA%20EN%20LA%20IPS%20SOCIEDAD%20MEDICA%20CLINICA%20MAICAO%2>

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPOTESIS	VARIABLE	DIMENSIONES	METODOLOGIA
<p>Problema general ¿Cuál es el nivel de satisfacción en la atención a los usuarios de la Unidad de Gestión Educativa Local Azángaro, 2022?</p>	<p>Objetivo general Determinar el nivel de satisfacción en la atención a los usuarios de la Unidad de Gestión Educativa Local Azángaro, 2022</p>	<p>Hipotesis general el nivel de satisfacción en la atención a los usuarios de la Unidad de Gestión Educativa Local Azángaro, 2022 es totalmente satisfactorio.</p>	<p>Variable Única Satisfacción en la atención a los usuarios</p>	<p>2.1. Atención Confiable</p> <p>2.2. Atención rápida</p> <p>2.3. Atención transparente</p>	<p>Tipo de investigación Básica</p> <p>Enfoque Cuantitativo</p> <p>Nivel de investigación: Descriptivo</p> <p>Diseño de investigación: No experimental</p> <p>Población: La población estará conformada por 50 trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local de Azángaro</p> <p>Muestra: la muestra estará conformada por 44 trabajadores</p> <p>Técnicas: encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>
<p>Problemas específicos</p> <p>a) ¿Cuál es el nivel de satisfacción en la atención confiable percibida por los usuarios en la Unidad de Gestión Educativa Local Azángaro, 2022?</p> <p>b) ¿Cuál es el nivel de satisfacción en la atención rápida percibida por los usuarios en la Unidad de Gestión Educativa Local Azángaro, 2022?</p> <p>c) ¿Cuál es el nivel de satisfacción en la atención transparente percibida por los usuarios en la Unidad de Gestión Educativa Local Azángaro, 2022?</p>	<p>Objetivo específicos</p> <p>a) Determinar el nivel de satisfacción en la atención confiable percibida por los usuarios en la Unidad de Gestión Educativa Local Azángaro, 2022</p> <p>b) Determinar el nivel de satisfacción en la atención rápida percibida por los usuarios en la Unidad de Gestión Educativa Local Azángaro, 2022</p> <p>c) Determinar el nivel de satisfacción en la atención transparente percibida por los usuarios en la Unidad de Gestión Educativa Local Azángaro, 2022</p>	<p>Hipotesis específicas</p> <p>a) el nivel de satisfacción en la atención confiable percibida por los usuarios en la Unidad de Gestión Educativa Local Azángaro, 2022 es totalmente satisfactorio.</p> <p>b) el nivel de satisfacción en la atención rápida percibida por los usuarios en la Unidad de Gestión Educativa Local Azángaro, 2022 es totalmente satisfactorio.</p> <p>c) el nivel de satisfacción en la atención transparente percibida por los usuarios en la Unidad de Gestión Educativa Local Azángaro, 2022 es totalmente satisfactorio.</p>			

ANEXO 2. Matriz de datos

TITULO	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
Satisfacción en la atención a los usuarios de la Unidad de Gestión Educativa Local Azángaro, 2022	<p style="text-align: center;">Variable Única</p> <p style="text-align: center;">Satisfacción en la atención a los usuarios</p>	Atención Confiable	
			Eficiente
			Cumplimiento de expectativas
			Publicidad del producto
		Atención rápida	Deficiencias y peligros
			Solución rápida
			Eficiente
			Satisfacción
		Atención transparente	Capacitaciones
			Confianza
			Información exacta
			Seguridad del producto
		Confianza en los productos	

ANEXO 3. Validación de instrumentos

ANEXO 3 VALIDEZ DEL INSTRUMENTO

FICHA DE EVALUACION DE INSTRUMENTO DE ACOPIO DE DATOS JUICIO DE EXPERTOS

REFERENCIA

1.1. EXPERTO Roberto Payé Colquehuana

1.2. ESPECIALIDAD Lic. Adm.

1.3. CARGO ACTUAL MECOPZ ABM. y MARKETING

1.4. GRADO ACADEMICO: DOCTOR EN ADMINISTRACION

ESCALA DE MEDICION: Potencialidades turísticas del centro poblado

AUTOR DEL INSTRUMENTO:

ASPECTO DE EVALUACION:

Nota: Para cada criterio considera la escala de 0,0 a 2.0 en donde:

CRITERIOS DE EVALUACION	Muy deficiente 0,0	Deficiente 0,5	Regular 1,0	Buena 1,5	Muy buena 2,0
1. CLARIDAD: está escrito en lenguaje científico de fácil comprensión y es apropiado al tipo de investigación que se pretende realizar.					X
2. OBJETIVIDAD: Esta expresado en forma de indicadores observables o medibles.				X	
3. ACTUALIDAD: Los ítems corresponden a las formas actuales de formulación de instrumento de investigación				X	
4. ORGANIZACIÓN: La formulación de los ítems tienen una secuencia lógica según el tipo de investigación que se pretende realizar					X
5. COHERENCIA ESTRUCTURAL: La cantidad de ítems es correspondiente a la cantidad de indicadores que se quiere medir.					X
6. COHERENCIA SEMANTICA: Los ítems se refiere a las incógnitas de los problemas de investigación o al sentido de investigación					X
7. CONSISTENCIA TEORICA: Los ítems se sustentan en el marco teórico que se asume en las investigaciones.				X	
8. METODOLOGIA: Este instrumento corresponde a la técnica de investigación apropiada para recoger los datos confiables.					X
9. ESTRUCTURA FORMAL: El instrumento contiene todos los instrumentos básicos				X	
10. ORIGINALIDAD: El instrumento es elaborado propia de lo contrario se menciona la fuente.					X

A, Aprobado (C=75%) (X)

B, Desaprobado (C=25%) ()

Juliaca, 22 de junio del 2023.....

Roberto Payé Colquehuana
 Experto
 Nombre Roberto Payé Colquehuana
 DNI N°: 02145441

ANEXO 3 VALIDEZ DEL INSTRUMENTO

FICHA DE EVALUACION DE INSTRUMENTO DE ACOPIO DE DATOS JUICIO DE EXPERTOS

REFERENCIA

- 1.1. EXPERTO : Eduardino Roque Roque
- 1.2. ESPECIALIDAD : Lic. Adm.
- 1.3. CARGO ACTUAL : Secretario Académico
- 1.4. GRADO ACADEMICO : Magister en Administración

ESCALA DE MEDICIÓN: Potencialidades turísticas del centro poblado

AUTOR DEL INSTRUMENTO:

ASPECTO DE EVALUACION:

Nota: Para cada criterio considera la escala de 0,0 a 2.0 en donde:

CRITERIOS DE EVALUACION	Muy deficiente 0.0	Deficiente 0.5	Regular 1.0	Buena 1.5	Muy buena 2.0
1. CLARIDAD: está escrito en lenguaje científico de fácil comprensión y es apropiado al tipo de investigación que se pretende realizar.					X
2. OBJETIVIDAD: Esta expresado en forma de indicadores observables o medibles.				X	
3. ACTUALIDAD: Los ítems corresponden a las formas actuales de formulación de instrumento de investigación				X	
4. ORGANIZACIÓN: La formulación de los ítems tienen una secuencia lógica según el tipo de investigación que se pretende realizar					X
5. COHERENCIA ESTRUCTURAL: La cantidad de ítems es correspondiente a la cantidad de indicadores que se quiere medir.					X
6. COHERENCIA SEMANTICA: Los ítems se refiere a las incógnitas de los problemas de investigación o al sentido de investigación					X
7. CONSISTENCIA TEORICA: Los ítems se sustentan en el marco teórico que se asume en las investigaciones.				X	
8. METODOLOGIA: Este instrumento corresponde a la técnica de investigación apropiada para recoger los datos confiables.					X
9. ESTRUCTURA FORMAL: El instrumento contiene todos los instrumentos básicos				X	
10. ORIGINALIDAD: El instrumento es elaborado propia de lo contrario se menciona la fuente.					X

A, Aprobado (C=75%) (X)

B, Desaprobado (C=25%) ()


Lic. Adm. Eduardino Roque Roque
Mag. Únic. de Colig. Nro. 20215
CORILAD PUNO

Juliaca, 09 de noviembre del 2022.....

Experto

Nombre: Eduardino Roque Roque

DNI N°: 01534490

ANEXO 3 VALIDEZ DEL INSTRUMENTO
FICHA DE EVALUACION DE INSTRUMENTO DE ACOPIO DE DATOS JUICIO DE EXPERTOS

REFERENCIA

- 1.1. EXPERTO: Don Juan Gutierrez Justo
 1.2. ESPECIALIDAD: Economista
 1.3. CARGO ACTUAL: Docente Preuniversitario
 1.4. GRADO ACADÉMICO: Doctor en Administración

ESCALA DE MEDICION: Potencialidades turísticas del centro poblado

AUTOR DEL INSTRUMENTO:

ASPECTO DE EVALUACION:

Nota: Para cada criterio considera la escala de 0,0 a 2.0 en donde:

CRITERIOS DE EVALUACION	Muy deficiente 0,0	Deficiente 0,5	Regular 1,0	Buena 1,5	Muy buena 2,0
1. CLARIDAD: está escrito en lenguaje científico de fácil comprensión y es apropiado al tipo de investigación que se pretende realizar.					X
2. OBJETIVIDAD: Esta expresado en forma de indicadores observables o medibles.				X	
3. ACTUALIDAD: Los ítems corresponden a las formas actuales de formulación de instrumento de investigación				X	
4. ORGANIZACIÓN: La formulación de los ítems tienen una secuencia lógica según el tipo de investigación que se pretende realizar					X
5. COHERENCIA ESTRUCTURAL: La cantidad de ítems es correspondiente a la cantidad de indicadores que se quiere medir.					X
6. COHERENCIA SEMANTICA: Los ítems se refiere a las incógnitas de los problemas de investigación o al sentido de investigación					X
7. CONSISTENCIA TEORICA: Los ítems se sustentan en el marco teórico que se asume en las investigaciones.				X	
8. METODOLOGIA: Este instrumento corresponde a la técnica de investigación apropiada para recoger los datos confiables.				X	
9. ESTRUCTURA FORMAL: El instrumento contiene todos los instrumentos básicos				X	
10. ORIGINALIDAD: El instrumento es elaborado propia de lo contrario se menciona la fuente.					X

A, Aprobado (C=75%) (X)
 B, Desaprobado (C=25%) ()

Juliaca, 22 de junio del 2023.....

Experto

Nombre

DNI N°:

Don Juan Gutierrez Justo
02829816

ANEXO 4. Instrumentos

Cuestionario para la variable única: Satisfacción en la atención de los usuarios

Estimado(a) Mediante el presente cuestionario se está realizando un estudio a fin de Identificar el nivel de satisfacción en la atención a los usuarios de la Unidad de Gestión Educativa Local Azángaro, 2022, Le pedimos responder con sinceridad el siguiente cuestionario marcando con una (x), la información obtenida será utilizada con fines académicos.

Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1	2	3	4	5

N°	Variable 2: Satisfacción de los usuarios en la atención	Escala Likert				
	Dimensión 1: Atención confiable	1	2	3	4	5
1	¿El marketing informativo empleado es eficiente?					
2	¿El marketing usado cumple con las expectativas de los usuarios?					
3	¿La manera en que se hace publicidad de los servicios que se brinda es de acuerdo a las necesidades de los usuarios?					
4	¿Se explican todas las cualidades y precauciones de los procedimientos a seguir?					
5	¿Se explican todas las deficiencias o peligros al realizar los procedimientos?					
6	¿Considera usted que el usuario entiende la información que se les transmite?					
	Dimensión 2: Atención rápida	1	2	3	4	5
6	¿Se brinda una atención rápida?					
7	¿Se solucionan los problemas de manera rápida?					
8	¿Se da solución rápida a las inquietudes de los usuarios?					
9	¿Considera que la atención brindada es eficiente?					
10	¿Considera que los usuarios se sienten satisfechos con la atención dada?					
11	¿Reciben capacitaciones del modo en como emitir información a los usuarios y estos puedan acceder a los productos ofertados?					
12	¿Reciben capacitaciones de la manera en cómo deben de atender a los clientes?					
	Dimensión 3: Atención transparente	1	2	3	4	5
13	¿Considera que los usuarios pueden confiar en la información que se brinda?					
14	¿Al momento de emplear mecanismos de marketing se emite información exacta?					
15	¿Considera que los usuarios se sienten en confianza con la información dada?					
16	¿Se emplean diferentes maneras de emitir información a los usuarios?					
17	¿Considera que los usuarios se sienten seguros del producto adquirido?					
18	¿Considera que los productos brindados generan confianza en los usuarios?					

ANEXO 6. Base de datos Spss

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	V1	D1	D2	D3
1
2	4	3	4	3	4	3	5	5	4	3	3	4	5	5	5	4	4	5	4	77	26	24	27
3	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	86	34	24	28
4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	83	32	26	25
5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	82	31	26	25
6	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	84	32	28	24
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	80	28	28	24
8	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	84	32	26	26
9	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	84	31	26	27
10	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	88	30	28	30
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	83	28	28	27
12	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	76	27	25	24
13	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	82	28	25	29
14	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	85	30	27	28
15	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	87	32	27	28
16	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	85	33	26	26
17	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	83	30	28	25
18	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	81	32	25	24
19	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	81	29	26	26
20	3	4	3	3	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	75	24	26	25
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	81	28	25	28
22	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	81	29	28	24
23	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	3	5	5	89	35	27	27
24	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	80	30	25	25
25	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	3	5	4	4	76	27	25	24
26	3	4	4	4	4	3	5	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	69	27	21	21
27	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	83	35	23	25
28	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	4	89	34	30	25
29	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	80	30	24	26
30	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	93	35	28	30
31	3	3	3	4	3	4	3	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	71	23	24	24
32	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	.	4	4	4	70	27	23	20
33	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	74	28	22	24
34	5	4	4	4	5	3	4	5	5	3	3	3	3	5	4	4	4	5	5	78	29	22	27
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	83	28	28	27
36	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	84	32	26	26
37	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	83	30	28	25
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	80	28	28	24
39	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	84	32	28	24
40	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	86	34	24	28
41	3	3	3	4	3	4	3	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	71	23	24	24



ANEXO 1
FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN

AUTORIZACIÓN PARA LA INCORPORACIÓN DE LOS
TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN
EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL UANCV

Formato digital

Fecha de entrega: 19-11-2025

1. Datos del autor (es):

Nombres y Apellidos: Aldo Ricardo Jimenez Machaca

Dirección: Jr. Leoncio Prado N-441

DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: 6182 2518

Teléfono: 951 24 09 88 email: aldooricardojimenezmachaca@gmail.com

Nombres y Apellidos: Aldo Ricardo Jimenez Machaca

Dirección: Jr. Leoncio Prado N-441

DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: 6182 2518

Teléfono: 951 24 09 88 email: aldooricardojimenezmachaca@gmail.com

Facultad y/o Escuela de Posgrado: Ciencias Administrativas

Escuela Profesional o Mención: Administración y Marketing

Título o Grado Académico a optar: Licenciado en Administración y Marketing

Asesor: Dr. Robbins Flores Aguilar

Esta obra se encuentra dentro de las siguientes denominaciones:

Trabajo de Investigación Tesis Trabajo de Suficiencia Profesional Trabajo Académico

Título: Satisfacción en la Atención a los Usuarios de la Unidad de Gestión Educativa Local Azángaro, 2022

Palabras claves, (3 a 5 términos): Atención, cliente, satisfacción

¿Esta obra se desarrolló en la UANCV ^{1,2}?
2

¹ Indicar si su producción intelectual ha empleado recursos tales como, instalaciones, laboratorios, insumos, equipos, bases de datos, asesoría técnica por parte del personal de la UANCV, financiamiento, entré otros relacionados.

² Si su producción intelectual se desarrolló en la UANCV totalmente o parcialmente, deberá autorizar el depósito en el Repositorio de manera obligatoria.



2. Referencia de tesis:

Bachiller Título 2da Especialidad Maestría Doctorado

3. Licencias:

a) Licencia estándar:

Bajo los siguientes términos, autorizo el depósito de mi tesis en el Repositorio Digital de la UANCV.

Con la autorización de depósito de mi producción Intelectual, otorgo a la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" una licencia no exclusiva para reproducir, distribuir, comunicar al público, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público mi producción intelectual (incluido el resumen), en formato físico o digital, en cualquier medio, conocido o por conocerse, a través de los diversos servicios por la Universidad, creados o por crearse, tales como el Repositorio Digital de tesis UANCV, colección de producción intelectual, entre otros, en el Perú y en el extranjero por el tiempo y veces que considere necesarias, y libres de remuneraciones.

En virtud de dicha licencia, la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" podrá reproducir mi producción intelectual en cualquier tipo de soporte y en más de un ejemplar, sin modificar su contenido, solo con propósitos de seguridad, respaldo y preservación.

Declaro que la producción intelectual es una creación de mi autoría y exclusiva titularidad, coautoría con titularidad compartida, y me encuentro facultado a conceder la presente licencia y, asimismo, garantizo que dicha producción intelectual no infringe derechos de autor de terceras personas.

La Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" consignará el nombre del y/o los autor(es) de la producción intelectual, y no le hará ninguna modificación más que la permitida en la licencia.

Autorizo su publicación (marque con una X)

Sí, autorizo que se deposite inmediatamente.
 Sí, autorizo que se deposite a partir de la fecha (d/m/a): _____
 No autorizo.

b) Licencia CREATIVE COMMONS 4.0 INTERNACIONAL:

Si usted concede una licencia CREATIVE COMMONS sobre su producción intelectual, mantiene la titularidad de los derechos de autor de esta y, a la vez, permite que otras personas puedan reproducirla, comunicarla al público y distribuir ejemplares de esta, bajo las condiciones siguientes:

¿Quiere permitir usos comerciales de su producción intelectual?

Sí: significa que usted permite la reproducción, distribución y comunicación pública de la producción intelectual incluso con fines comerciales.

No: significa que usted permite la reproducción, y comunicación pública de la producción intelectual, pero sin fines comerciales.

Sí autorizo
 No autorizo



Jurisdicción de su Licencia

Todas las licencias CREATIVE COMMONS son de ámbito mundial, sin embargo, usted puede elegir entre la opción "internacional" o una adaptada a su jurisdicción, como para el caso peruano.

La opción "internacional" emplea el lenguaje y la terminología de los tratados internacionales; en cambio, la adaptada a su jurisdicción, recoge las particularidades de la legislación peruana.

En consecuencia, la opción "internacional" goza de una mayor eficacia a nivel mundial, gracias a que tiene jurisdicción neutral. Mientras que la opción adaptada a la jurisdicción del Perú goza de una mayor eficacia ante los tribunales peruanos.

Internacional

Nacional

Línea de investigación: Organización y Dirección de las Empresas (5377-UNESCO)

Firma de Autor



huella digital

19-11-2025

Fecha