

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA AMAZONÍA PERUANA



**ESCUELA DE POSTGRADO
"JOSÉ TORRES VÁSQUEZ"**

MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA



TESIS

**“ANÁLISIS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE
ATENCIÓN EN LA OFICINA DESCONCENTRADA DE
OSIPEL LORETO DESDE LA PERCEPCIÓN DEL
USUARIO PERÍODO JUNIO A SETIEMBRE DE 2014”**

Presentado por : ECON. JORGE LUIS ARRUÉ FLORES

Asesor : Mgr. MANUEL IGNACIO NUÑEZ HORNA

**PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE
MAGÍSTER EN GESTIÓN PÚBLICA**

San Juan Bautista – Perú

2014

Tesis sustentada y aprobada el día veintitrés de diciembre del 2014

Dr. CARLOS HERNÁN ZUMAETA VÁSQUEZ
Presidente del jurado evaluador y dictaminador

Dr. RONEL ENRIQUE GRATELLI TUESTA
Miembro del jurado evaluador y dictaminador

Mgr. GILBERT ROLAND ALVARADO ARBILDO
Miembro del jurado evaluador y dictaminador

Mgr. MANUEL IGNACIO NUÑEZ HORNA
Asesor principal

DEDICATORIA

*A mi esposa Mariela por ese optimismo
que siempre me impulso a seguir adelante
y por los días y horas que
hizo el papel de madre y padre.*

*A mis hijos Amos Aaron y Jorge Nicolás,
que llegaron a mi vida en
el momento oportuno para llenarme de
alegría e impulsarme a seguir adelante.*

*A mis familiares y amigos que tuvieron
una palabra de apoyo para mí
durante mis estudios.*

AGRADECIMIENTOS

Deseo expresar de todo corazón mis más sinceros agradecimientos a todas aquellas personas que me brindaron su colaboración, sus conocimientos, su ayuda incondicional y por sobre todo su amistad durante la realización de esta investigación.

Al Gran Arquitecto del Universo, esa fuerza superior en quienes muchos no creen y se respeta, pero a ese ser que es omnipotente, quien me regalo a mí familia, quien me regala cada amanecer y por sobre todo quien me regala el entendimiento para realizar cada reto de vida.

A mí dulce mamita Lidia y a la memoria de mi padre Marco Antonio, quien siempre está pendiente de encomendarme en sus oraciones y de pedir por mí, para que cada día sea mejor, no solo en lo que hago como trabajo, sino de ser mejor como persona, a ella a quien tanto amo de nuevo Gracias.

Manuel Ignacio Núñez Horna Mgr., asesor y docente principal de la Facultad de Ciencias Económicas y de Negocios de la UNAP, por brindarme una oportunidad, por sus valiosos aportes, dedicación constante, confianza depositada en mí y porque en muchas oportunidades el tiempo transcurre muy rápidamente, pero descubres que no solo hay conocimiento, sino también hay lazos de amistad y personas de gran calidad humana.

A mi excelente equipo de trabajo de la Oficina Desconcentrada del OSIPTEL Loreto, gracias por brindarme todos estos valiosos detalles que me llevaron a la culminación de este gran trabajo.

ÍNDICE DE CONTENIDO

	Pág.
JURADO Y ASESOR.....	ii
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTOS.....	iv
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	v
ÍNDICE DE TABLAS.....	viii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	ix
RESUMEN.....	xi
ABSTRACT.....	xii
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN.....	01
1.1. Identificación y formulación del proyecto.....	01
1.2. Justificación de la investigación.....	03
1.3. Objetivos.....	04
1.3.1. Objetivo general.....	04
1.3.2. Objetivo específico.....	04
1.4. Hipótesis.....	04
1.4.1. Hipótesis general.....	04
1.4.2. Hipótesis específicas.....	05
1.5. Operacionalización de la hipótesis.....	05
CAPÍTULO II: ANTECEDENTES.....	06
2.1. Investigaciones sobre el tema.....	06
2.2. Planteamientos teóricos.....	07
2.3. Marco conceptual.....	10
2.4. Bases epistémicos.....	11
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA.....	13
3.1. Tipo de investigación.....	13
3.2. Diseño de la investigación.....	13
3.3. Población y muestra.....	14
3.3.1. Población.....	14
3.3.2. Muestra.....	15
3.4. Procedimientos, técnica e instrumentos de recolección de datos.....	15
3.4.1. Procedimientos.....	15
3.4.2. Técnica e instrumentos de recolección de datos.....	17
3.5. Procesamiento de la información.....	17
CAPÍTULO IV: RESULTADOS	19
4.1. Características generales.....	19

4.2.	Calidad del servicio de atención a usuarios de la oficina desconcentrada del OSIPTEL Loreto.....	27
4.2.1.	Satisfacción del usuario por el servicio brindado.....	27
4.2.2.	Percepción de la calidad del servicio brindado.....	30
4.3.	Sub indicador de instalaciones.....	33
4.3.1.	Factor acceso.....	33
4.3.2.	Factor comodidad.....	36
4.4.	Sub indicador de calidad profesional.....	39
4.4.1.	Factor comprensión y dominio.....	39
4.4.2.	Factor de claridad expositiva.....	42
4.4.3.	Factor de tiempo de consulta.....	45
4.4.4.	Factor utilidad de la orientación.....	47
4.5.	Sub indicador de calidad personal.....	49
4.5.1.	Factor de amabilidad del orientador.....	49
4.5.2.	Factor de dedicación/disposición.....	52
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....		55
5.1.	Calidad del servicio de atención a usuarios	55
5.1.1.	Comparación del indicador global de calidad de atención.....	55
5.1.2.	Contrastación del indicador global de calidad de atención.....	55
5.2.	Grado de satisfacción de los usuarios por las instalaciones de la oficina desconcentrada del OSIPTEL Loreto.....	57
5.2.1.	Comparación del factor instalaciones.....	57
5.2.2.	Contrastación del factor instalaciones.....	58
5.3.	Percepción de los usuarios por la calidad profesional del personal de la oficina desconcentrada del OSIPTEL Loreto.....	59
5.3.1.	Comparación de la calidad profesional.....	59
5.3.2.	Contrastación de la calidad profesional.....	59
5.4.	Satisfacción de los usuarios por la calidad personal de atención del trabajador de la oficina desconcentrada del OSIPTEL Loreto.....	61
5.4.1.	Comparación de la calidad personal.....	61
5.4.2.	Contrastación de la calidad personal.....	61
CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES.....		64
CAPÍTULO VII: RECOMENDACIONES.....		67
CAPÍTULO VIII: REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....		68

CAPÍTULO IX: ANEXOS.....	71
9.1. Anexo N° 01. Matriz de consistencia.....	72
9.2. Anexo N° 02. Cuestionario para recolección de la información.....	73
9.3. Anexo N° 03. Codificación del instrumento.....	74
9.4. Anexo N° 04. Estadísticas descriptivas de la base de datos.....	75
9.5. Anexo N° 05. Cuadro resúmenes de la base de datos.....	76

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla N° 3.1. Oficinas desconcentradas del OSIPTEL a nivel nacional.....	13
Tabla N° 3.2. Recolección de datos.....	15
Tabla N° 4.1. Características generales de los usuarios encuestados.....	19
Tabla N° 5.1. Promedio general de los factores/atributos.....	56
Tabla N° 5.2. Promedio del factor instalaciones.....	58
Tabla N° 5.3. Promedio del factor calidad profesional	60
Tabla N° 5.4. Promedio del factor calidad personal	62

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico N° 4.1. Género de los usuarios encuestados.....	20
Gráfico N° 4.2. Género de los usuarios encuestados por distritos.....	21
Gráfico N° 4.3. Rango de edades de los usuarios encuestados.....	22
Gráfico N° 4.4. Rango de edades de los usuarios encuestados por género.....	23
Gráfico N° 4.5. Distribución de la edad de los usuarios encuestados por género.....	24
Gráfico N° 4.6. Rango de edades de los usuarios encuestados por distritos.....	25
Gráfico N° 4.7. Distribución de los usuarios encuestados por distritos.....	25
Gráfico N° 4.8. Distribución de los usuarios encuestados por empresas operadoras.....	26
Gráfico N° 4.9. Distribución de los usuarios encuestados por servicios públicos de telecomunicaciones.....	26
Gráfico N° 4.10. Satisfacción con respecto al servicio brindado en todo el proceso de su consulta en la oficina del OSIPTEL.....	27
Gráfico N° 4.11. Satisfacción con respecto al servicio brindado en todo el proceso de su consulta en la oficina del OSIPTEL por género.....	28
Gráfico N° 4.12. Satisfacción con respecto al servicio brindado en todo el proceso de su consulta en la oficina del OSIPTEL por distritos.....	29
Gráfico N° 4.13. Percepción de la Calidad del Servicio brindado a los usuarios encuestados..	30
Gráfico N° 4.14. Percepción de la Calidad del Servicio brindado a los usuarios encuestados por género.....	31
Gráfico N° 4.15. Percepción de la Calidad del Servicio brindado a los usuarios encuestados por distritos.....	32
Gráfico N° 4.16. Percepción de los usuarios respecto a la accesibilidad de las oficinas del OSIPTEL.....	33
Gráfico N° 4.17. Percepción de los usuarios respecto a la accesibilidad de las oficinas del OSIPTEL por género.....	34
Gráfico N° 4.18. Percepción de los usuarios respecto a la accesibilidad de las oficinas del OSIPTEL por distritos.....	35
Gráfico N° 4.19. Percepción de los usuarios respecto al entorno físico dispuesto por el OSIPTEL para la atención de las consultas.....	36
Gráfico N° 4.20. Percepción de los usuarios respecto al entorno físico dispuesto por el OSIPTEL para la atención de las consultas por género.....	37
Gráfico N° 4.21. Percepción de los usuarios respecto al entorno físico dispuesto por el OSIPTEL para la atención de las consultas por distritos.....	38
Gráfico N° 4.22. Nivel de conocimientos respecto a los temas que son materia de consulta de los usuarios.....	39
Gráfico N° 4.23. Nivel de conocimientos respecto a los temas que son materia de consulta de los usuarios por género.....	40
Gráfico N° 4.24. Nivel de conocimientos respecto a los temas que son materia de consulta de los usuarios por distritos.....	41
Gráfico N° 4.25. Percepción del usuario respecto a la capacidad de comunicación del funcionario que atendió su consulta.....	42
Gráfico N° 4.26. Percepción del usuario respecto a la capacidad de comunicación del funcionario que atendió su consulta por género.....	43

Gráfico N° 4.27. Percepción del usuario respecto a la capacidad de comunicación del funcionario que atendió su consulta por distritos.....	44
Gráfico N° 4.28. Tiempo de consulta del usuario en la oficina.....	45
Gráfico N° 4.29. Nivel de satisfacción de los usuarios con respecto al tiempo dedicado a la atención.....	46
Gráfico N° 4.30. Percepción del usuario respecto a la utilidad de la información brindada por el funcionario que atendió su consulta.....	47
Gráfico N° 4.31. Percepción del usuario respecto a la utilidad de la información brindada por el funcionario que atendió su consulta por género.....	48
Gráfico N° 4.32. Percepción del usuario respecto al trato personal dispensado por el funcionario que atendió su consulta.....	49
Gráfico N° 4.33. Percepción del usuario respecto al trato personal dispensado por el funcionario que atendió su consulta por género.....	50
Gráfico N° 4.34. Percepción del usuario respecto al trato personal dispensado por el funcionario que atendió su consulta por distritos.....	51
Gráfico N° 4.35. Percepción del usuario respecto a la diligencia del funcionario que atendió su consulta.....	52
Gráfico N° 4.36. Percepción del usuario respecto a la diligencia del funcionario que atendió su consulta por género.....	53
Gráfico N° 4.37. Percepción del usuario respecto a la diligencia del funcionario que atendió su consulta por distritos.....	54

RESUMEN

La presente tesis desarrolla un estudio sobre cómo los usuarios perciben el nivel de calidad de los servicios de atención brindados por la oficina desconcentrada del OSIPTEL Loreto, para lo cual se llevó a cabo una investigación con un diseño de tipo transversal descriptivo no experimental.

Esta percepción de calidad incide en la satisfacción de los usuarios en el ámbito de la orientación de los servicios públicos de telecomunicaciones. Éste es un aspecto de gran significancia el cual tiene como objetivo mejorar la atención a los usuarios, desarrollando acciones que atenúen la diferencia que existe entre lo que espera el usuario del organismo regulador (expectativas) y lo que realmente recibe de éste, dado que la calidad del servicio y la satisfacción del usuario, son temas que han traspasado la barrera de la empresa privada y actualmente están tomando relevancia, sobre todo a nivel latinoamericano, en los procesos de modernización que está viviendo el sector público.

Los resultados de la investigación señalan que la percepción de la calidad del servicio de atención se encuentra en el rango de satisfacción baja (62%), siendo una escala de calificación que podría considerarse como adecuado para el usuario pero no suficiente respecto al servicio recibido en todo el proceso en la oficina desconcentrada del OSIPTEL Loreto.

PALABRAS CLAVES: Calidad del servicio, Satisfacción del usuario, Telecomunicaciones.

ABSTRACT

This thesis develops a study on how users perceive the quality of care services provided by the decentralized office OSIPTEL Loreto, for which conducted an investigation with a design of nonexperimental descriptive transversal.

This perception of quality influences the satisfaction of users in the field of orientation of public telecommunications services. This is an aspect of great significance which aims to improve service to users, taking action to mitigate the difference between what the user expects the regulator (expectations) and what actually receive from it, since the service quality and user satisfaction are issues that have crossed the barrier of private enterprise and are currently taking relevance, especially in Latin America, in the modernization processes being experienced by the public sector.

The research results indicate that the perception of service quality is in the range of low satisfaction (62%) with a rating scale could be considered as suitable for the user but not enough on service received whole process in the decentralized office OSIPTEL Loreto.

KEY WORDS: Quality of service, user satisfaction, Telecommunications.

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Identificación y formulación del proyecto

El Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones - OSIPTEL es un organismo que tiene las funciones de regular, normar, supervisar y fiscalizar el mercado de servicios públicos de telecomunicaciones y el comportamiento de las empresas, las relaciones de dichas empresas entre sí, y las de éstas con los usuarios.

Debe garantizar la calidad y eficiencia del servicio brindado al usuario, regulando el equilibrio de las tarifas y facilitando al mercado una explotación y uso eficiente de los servicios.

OSIPTEL: Principales funciones

- ✓ Dictar reglamentos y normas.
- ✓ Regular los servicios, pudiendo fijar tarifas y establecer sistemas tarifarios en sus diferentes modalidades.
- ✓ Verificar el cumplimiento de las obligaciones por parte de las empresas.
- ✓ Imponer sanciones y medidas correctivas a las empresas.
- ✓ Resolver en la vía administrativa los conflictos y las controversias que surjan entre las empresas.
- ✓ Resolver en la segunda instancia administrativa los recursos de apelación y quejas de los usuarios contra las empresas.

Así mismo el OSIPTEL tiene la responsabilidad de ejercer sus funciones en uno de los sectores más dinámicos de la economía, como es el mercado de los servicios públicos de telecomunicaciones. Este dinamismo está dado por las constantes innovaciones de tecnología que día a día cambian los modos de transmisión de la información, lo que proporciona servicios cada vez sofisticados y de mayor capacidad mundiales globalizados.

En ese contexto, se tienen como líneas de base el plan estratégico ajustado 2011 - 2014 del organismo supervisor de inversión privada en telecomunicaciones – OSIPTEL, en el cual se presentan objetivos, indicadores y el establecimiento de un horizonte las mismas que se detallan a continuación:

1. Fortalecimiento institucional.
2. Acercamiento al usuario.
3. Lograr posicionamiento de la institución como generador de conocimiento.
4. Desarrollo de una red de alianzas estratégicas.
5. Impulsar y promover el servicio universal y la calidad de las telecomunicaciones.
6. Incrementar la competencia en los mercados de las telecomunicaciones.
7. Posicionar al OSIPTEL como agencia de competencia.

Es así, que en base al plan estratégico institucional se tomara al segundo objetivo “acercamiento al usuario” el mismo que nos permitirá establecer parámetros de calidad de atención al cliente como proceso de orientación a usuarios a nivel nacional, el mismo que tendrá como objetivo mejorar la atención a los usuarios, desarrollando acciones que atenúen la diferencia que existe entre lo que espera el usuario del organismo regulador (expectativas) y lo que realmente recibe de éste.

En ese contexto se determinaran los parámetros de atención en la oficina desconcentrada del OSIPTEL – Loreto para encontrar las expectativas de lo que espera el usuario y lo que realmente recibe, esto permitirá tomar decisiones que mejoraran el servicio y la calidad de atención en la oficina del OSIPTEL – Loreto.

Es así que nos planteamos la siguiente pregunta:

¿Cómo es la calidad del servicio de atención en la oficina desconcentrada de OSIPTEL Loreto, medida a través de la satisfacción del usuario?

Para ello se formula responder los siguientes problemas formulados:

Problema General

- ✓ ¿En qué medida la Oficina Desconcentrada del OSIPTEL - Loreto brinda un servicio de calidad en la atención a los usuarios de los servicios Públicos de Telecomunicaciones?

Problemas Específicos

- ✓ ¿Es posible determinar el grado de satisfacción de los usuarios por las instalaciones de la Oficina Desconcentrada de OSIPTEL Loreto?
- ✓ ¿Es posible determinar la percepción de los usuarios por la calidad profesional del personal de la Oficina Desconcentrada de OSIPTEL Loreto?
- ✓ ¿Es posible determinar la satisfacción de los usuarios por la calidad personal de atención del trabajador de la Oficina Desconcentrada de OSIPTEL Loreto?
- ✓ ¿Es posible proponer mejoras en la calidad del servicio de atención a usuarios en la Oficina Desconcentrada de OSIPTEL Loreto?

1.2. Justificación de la investigación

El presente estudio, ante la realidad problemática expuesta, se justificación en los términos siguientes:

El problema materia de investigación es de suma importancia y muy fundamental en lo que concierne a la atención a usuarios, por lo que su materialización se justifica ampliamente de manera práctica y justificación metodológica.

La justificación práctica, para la presente investigación se dará a conocer la mejora de atención a los usuarios en la oficina del OSIPTEL Loreto, mediante la utilización de software y la sistematización de procesos, que maximicen el desempeño del recursos humanos que labora en la Oficina del OSIPTEL Loreto.

La justificación metodológica, se siguen lineamientos del proceso de investigación científica la cual incluye el planeamiento de interrogantes, objetivos e hipótesis, a fin

de establecer un conocimiento probable acerca de los factores que influyen en la calidad de servicio de la Oficina del OSIPTEL Loreto.

Es importante la realización del presente estudio porque permitirá tomar decisiones en el mejoramiento de calidad de atención a usuarios en la Oficina del OSIPTEL Loreto.

1.3. Objetivos

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

- ✓ Evaluar la calidad del servicio de atención a usuarios de la Oficina Desconcentrada del OSIPTEL Loreto.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Determinar el grado de satisfacción de los usuarios por las instalaciones de la Oficina Desconcentrada del OSIPTEL Loreto.
- ✓ Determinar el nivel de percepción de los usuarios por la calidad profesional del personal de la Oficina Desconcentrada del OSIPTEL Loreto.
- ✓ Determinar el grado de satisfacción de los usuarios por la calidad personal de atención del trabajador de la Oficina Desconcentrada del OSIPTEL Loreto.
- ✓ Proponer un sistema de mejora en la calidad del servicio de atención a usuarios en la Oficina Desconcentrada del OSIPTEL Loreto.

1.4. Hipótesis

1.4.1. Hipótesis General

- ✓ “La Oficina Desconcentrada del OSIPTEL Loreto brinda un servicio de calidad de atención a los usuarios”.

1.4.2. Hipótesis Específicas

- ✓ “Existe algún grado de satisfacción de los usuarios por las instalaciones de la Oficina Desconcentrada del OSIPTEL Loreto”.
- ✓ “Existe algún nivel de percepción de los usuarios por la calidad profesional del personal de la Oficina Desconcentrada del OSIPTEL Loreto”.
- ✓ “Existe algún grado de satisfacción de los usuarios por la calidad personal del trabajador de la Oficina Desconcentrada del OSIPTEL Loreto”.
- ✓ “Es posible proponer un sistema de mejora en la calidad del servicio de atención a usuarios en la Oficina Desconcentrada del OSIPTEL Loreto”.

1.5. Operacionalización de la hipótesis

1.5.1. Variables

VARIABLES PRINCIPALES
Variable Independiente Calidad del Servicio
Variable Dependiente Atención a Usuarios

1.5.2. Indicadores e índices

INDICADORES	ÍNDICES
Servicio Brindado	Adecuado No adecuado
Instalaciones	Factor Acceso Factor Comodidad
Calidad Profesional	Factor comprensión y Dominio Factor de Claridad Expositiva Factor de Tiempo de Consulta Factor Utilidad de la Orientación
Calidad Personal	Factor Amabilidad Factor de Dedicación / Disposición

II. ANTECEDENTES

2.1. Investigaciones sobre el tema

2.1.1. Tesis: “Calidad en el servicio de atención al cliente en una empresa química industrial”, para optar el título de Lic. en Administración presentado por: Mildred De Jesús Rodríguez Álvarez, en la Universidad Veracruzana -2011. La presente investigación muestra los conceptos de calidad desde diferentes puntos de vista y los significados de servicio y satisfacción del cliente. Así mismo se maneja una forma practica la evaluación del servicio de atención a clientes en una empresa Química Industrial, en donde se ve la preocupación que tiene la empresa por mejorar la atención del servicio a clientes dedicándole un alto grado de dedicación.

2.1.2. Tesis: “La calidad en el servicio al cliente una ventaja competitiva para las empresas” para optar el título de Lic. en Ciencias Empresariales presentado por: Perla Sandoval Flores, en la Universidad Tecnológica de la Mixteca – 2010. La presente investigación trata de mejorar la calidad en el servicio que se presenta actualmente en la micro y pequeña empresa de giro comercial de la ciudad de Huanjuapan. La calidad es un aspecto importante que el empresario debe contemplar al iniciar una empresa, especialmente la calidad en el servicio debido a que son los clientes los que generan el movimiento económico de la empresa y son la razón de ser de la misma. Para ello la investigación muestra información referente al cliente, definición, clasificación, mercado y motivos de compra. Todo los clientes tendrán diferentes motivos de compra sin embargo es necesario analizarlos para establecer el ambiente y las condiciones que favorezcan su decisión. Así mismo examina factores que intervengan en la compra, los grupos de influencia en que se desenvuelve, los factores personales para que el empresario pueda influir en la compra.

2.1.3. Tesis: “El servicio al cliente y su incidencia en las ventas de la industria la raíz del Jean cantón pelileo” para optar el título de Ing. De Empresas

presentado por: María Elizabeth Tubon Punguil, en la Universidad Técnica de Ambato – 2011. Esta investigación es un análisis realizado a la “ Industria la Raíz del Jean” del Cantón Pelileo, en el que se determinó que las bajas ventas para la industria fue el inadecuado servicio que brinda la empresa a los clientes que compran el producto. Identificado este problema se plantean estrategias de diferenciación, estrategias de posicionamiento, técnicas de ventas con todo esto se pretende lograr una mejor atención al cliente y de esta manera satisfacer sus necesidades.

2.2. Planteamientos teóricos

2.2.1. CALIDAD, No hay un concepto universal de calidad. Desde la producción se entiende por ausencia o fallas, pero desde el marketing se mide desde el cliente y es él quien determina si un producto tiene o no la calidad, es distinta a cada individuo. Un producto es de calidad cuando cubre o supera las expectativas del cliente. No pasa por la materia prima sino por la satisfacción y conformidad del cliente. No siempre el precio significa calidad. (Cisneros, 2007)

Etimológicamente el termino calidad proviene del latín “qualitasatis”, definido por el Diccionario de la Real Academia como “la propiedad o conjunto de propiedades inherentes a una cosa, que permiten apreciarla como igual, mejor o peor que las restantes de su especie”. Se trata de una noción estrechamente unida al producto (bien material o servicio), pero independientemente de los procesos que se han llevado cabo. (Miranda Gonzáles & Chamorro Mera, 2007)

Calidad: Conjunto de las propiedades y características de un producto (proceso, bien o servicio) que le confiere su aptitud para satisfacer las necesidades del cliente, establecidas o implícitas. (Quality, 2006)

2.2.2. SERVICIO, Lo que los clientes desean del desempeño del servicio tiene cinco dimensiones globales que son:

1. Tangibilidad, es la parte visible de la oferta del servicio. Influyen en las percepciones sobre la calidad del servicio de dos maneras; primero ofrecen pistas sobre la naturaleza y la calidad del servicio, segundo afectan directamente las percepciones sobre la calidad del servicio. Ejemplos, un restaurante con pisos limpios que no tengan estos atributos.
2. Confiabilidad, significa llevar a cabo la promesa de servicio de una manera precisa y segura. Dicho de otra manera significa mantener su promesa de servicio.
3. Tiempo de respuesta, es la prontitud para servir, es la voluntad para atender a los clientes pronto y eficientemente. El tiempo de respuesta implica demostrar al cliente que se aprecia y se desea conservarla.
4. Seguridad (Confianza), se refiere a la actitud y aptitud del personal que combinadas inspiren confianza en los clientes. Cuando los clientes tratan con proveedores de servicios que son agradables y que tienen conocimiento, se les refuerza a seguir siendo clientes de esa organización. La seguridad viene de colocar a la gente adecuada en el puesto adecuado.
5. Empatía, va más allá de la cortesía profesional. Es la dedicación al cliente, la voluntad de entender las necesidades exactas del cliente y encontrar la manera correcta de satisfacerlas. (L. Leonard, R. Bennet, & W. Brown, 2008)

Las brechas entre lo que los clientes esperan y el servicio que reciben son:

1. La diferencia entre lo que los clientes desean y lo que la gerencia piensa que desean.

2. La diferencia entre lo que la gerencia cree que los clientes desean y lo que pide a la organización entregar.
3. La diferencia entre las especificaciones de servicio y el nivel de servicio y el nivel de servicio realmente entregado. La diferencia entre el servicio entregado y la comunicación externa acerca del servicio. (L. Leonard, R. Bennet, & W. Brown, 2008)

2.2.3. CALIDAD DE SERVICIO

La calidad en el servicio no es conformidad con las especificaciones sino más bien conformidad con las especificaciones de los clientes.

La calidad en el servicio adquiere realidad en la percepción, considerando esta como un deseo más que la percepción, ya que esta última implicaría un pensamiento y análisis anterior. (L. Leonard, R. Bennet, & Brown, 2008)

En los últimos años la mayor parte de autores aceptan, en especial desde la perspectiva del marketing, una visión de la calidad del servicio que considere la percepción del cliente. En este sentido, varios investigadores han desarrollado un concepto operativo de la calidad de servicio que permite la elaboración de escalas para su medición que han sido aplicadas a diferentes tipos de servicios. La aparición de estos instrumentos de medida ha permitido crear una línea de investigación en torno a la calidad de servicio, cuya importancia se debe a que suele implicar un incremento en la satisfacción y en la lealtad de los clientes.

Sin embargo, la naturaleza intangible de los servicios dificulta la utilización de indicadores objetivos de la calidad del servicio. Además, los consumidores no solo evalúan la calidad técnica (la calidad de lo que reciben) sino también la forma en que la reciben o calidad funcional. Existen algunos indicadores que tradicionalmente se han venido empleando en las empresas para medir la calidad de servicio, tales como los índices de quejas y reclamaciones, o las opiniones en contacto con el cliente. No obstante, estas

vías solo pueden usarse como indicadores complementarias ya que la medición de la calidad de servicio debe realizarse fundamentalmente mediante la consulta al cliente, ya que es el único que realmente puede valorarla. (L. Leonard, R. Bennet, & W. Brown, 2008)

Calidad de servicio es un valor o sentimiento, que se adquiere mediante el hábito de practicar actitudes positivas hacia nosotros mismos y nuestro entorno, no sólo con el objetivo de cumplir con las necesidades de nuestros clientes, sino también de crear una relación con ellos que perdure en el tiempo donde predomine el concepto ganar/ganar. Ahora bien, la mejor manera de predecir lo que creemos o profesar lo que sentimos es a través del ejemplo. En ocasiones es difícil cumplir, pero debemos obligarnos a hacerlo. (Larrea Angulo, 2008)

2.3. Marco conceptual

2.3.1. EFICIENCIA.- Consiste en la buena calidad de trabajo, labor o tarea que desarrollan los trabajadores de una institución, para obtener el producto de calidad, con el mínimo empleo de recursos organizacionales.

2.3.2. EFICACIA.- Consiste en el mínimo defecto o error que los trabajadores presentan en razón al menor tiempo y recursos empleados, es la relación que existe entre los resultados obtenidos y los objetivos propuestos. (relación íntima entre los fines y los medios).

2.3.3. CALIDAD.- Termino subjetivo significa que el producto (bien o servicio) satisface las expectativas y necesidades del cliente. Un producto libre de defectos, es decir es hacer las cosas bien desde el inicio.

2.3.4. CALIDAD TOTAL.- Filosofía empresarial y cultura organizacional concentrada en satisfacer deleitar con un producto cero errores y cero defectos.

- 2.3.5. EXCELENCIA.-** Superior calidad o bondad, eminente grado de perfeccionamiento de una cosa.
- 2.3.6. INNOVACIÓN.-** Capacidad que tiene una organización para dejar lo antiguo o tradicional y en contraposición adecuarse a los requerimientos del mundo moderno.
- 2.3.7. LIDERAZGO.-** Filosofía empresarial que propugna a la vanguardia de las demás organizaciones merced a la innovación y reingeniería y medidas optimas de rendimiento.
- 2.3.8. SATISFACCIÓN DEL USUARIO.-** Es el resultado de entregar un bien o un servicio que cumple con las necesidades y expectativas del cliente, definidas o implícitas.
- 2.3.9. TRABAJO ESPECIALIZADO.-** Llamado también trabajo en serie, es decir cada trabajador realiza solo una parte del trabajo total, especializándose en una determinada tarea sin importarle el resto del proceso.
- 2.3.10. VISIÓN.-** Descripción del futuro deseado para una organización, describe cual debe ser el estado de la empresa a largo plazo.

2.4. Bases epistémicos

La revisión bibliográfica de la epistemología demuestra que existen en vigencia al menos cuatro posturas o paradigmas sobre la ciencia (1)¹. Se ha realizado la más importante y actualizada revisión). Esta revisión demuestra que la visión de la ciencia no es unitaria y, por tanto, se requiere hacer un estudio exhaustivo sobre las posturas. (2)²; (3)³

(01) **Velaz, M.** *Imagen de la ciencia, prácticas y hábitos científicos de los investigadores en ciencias de la educación*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid, 1996.

(2) **Koulaidis, V y Ogborn, J.** *Philosophy of science: an empirical study of teachers' views* . s.l.: International Journal of Science Education, 1989.

(3) **Fourez, G.** *La construcción del conocimiento científico*. Madrid: Narcea, 1994.

Las cuatro posturas epistemológicas vigentes en diversos sectores de la ciencia son: a) inductivista, b) racionalista-critica, c) contextualista y d) relativista. Estas cuatro posturas se han desarrollado constantemente, producto de la discusión y debate directo entre sus principales representantes. (1)

La postura inductivista es la más popular en el mundo científico (3); (4)⁴. Esta postura se ha ido configurando por las aportaciones de las antiguas escuelas científicas (Bacon), del positivismo decimonónico clásico (Comte, Locke y Stuart Mill), del empiriocentrismo (Avenarius y Mach), de los precursores del neopositivismo (Russell & Wittgenstein), del neopositivismo del círculo de Viena (Neurath, Feigl, Carnap, Reichenbach & Ayer), y de algunos neopositivistas tardíos (Angel & Hempel).

La postura inductivista se fundamenta en las ciencias naturales y supone que el método científico es único e idéntico en todas las ciencias. Bajo esta postura, el científico no debe hacer juicios de valor y ha de proceder de la forma objetiva y neutra. La base empírica del conocimiento científico son las observaciones objetivas y repetibles por cualquiera. Las proposiciones de las ciencias son verificables (o confirmables) y, observacional proporciona la experiencia neutra en la que se contrastan las teorías. Las teorías son conjunto de enunciados deductivamente organizados (u ordenados de forma concatenada) para explicar generalizaciones conocidas y predecir. Las explicaciones siguen el método nomológico - deductivo. Las teorías son axiomatizables. El progreso de la ciencia es acumulativa desarrollado por ampliación - reducción (5)⁵.

(4) **Chalmers, A.** *¿Que es esa cosa llamada ciencia?* Madrid : Siglo XXI, 1984

(5) **Gomez, A.** *Filosofía y metodología de las ciencias sociales.* Madrid : Alianza Editorial, 2003

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo de investigación

Investigación no experimental, este tipo de investigaciones se caracteriza por no manipular deliberadamente la variable independiente. El investigador para este tipo de diseños no experimentales solo se sustrae a contemplar los fenómenos en su estado natural, para luego analizarlos. (Kerlinger 2002:420)

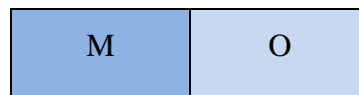
Nivel de Investigación

Investigación descriptiva, cuyo objetivo es determinar las características de un fenómeno, así como establecer relaciones entre algunas variables, en un determinado lugar o momento. Permite tener un conocimiento actualizado del fenómeno tal como se presenta (Ávila Acosta, 2001)

3.2. Diseño de la investigación

Diseño transversal.- estos tipos de diseños consisten en recolectar información con el propósito de describir las variables y analizar su comportamiento en un mismo tiempo. (Sampieri 1991:91)

Esquema de estudio se representa así:



Donde:

M: representa una muestra seleccionada a quien se aplica el estudio.

O: representa la información que guarda relación con el estudio.

3.3. Población y muestra

3.3.1. La población: Estará conformada por las oficinas desconcentradas distribuidas a nivel nacional.

Tabla N° 3.1. Oficinas desconcentradas del OSIPTEL a nivel nacional

N°	Oficinas Desconcentradas
01	Amazonas
02	Apurímac
03	Arequipa
04	Ayacucho
05	Cajamarca
06	Lambayeque
07	Ancash
08	Cusco
09	Huancavelica
10	Junín
11	Huánuco
12	Ica
13	Loreto
14	Lima
15	Moquegua
16	Pasco
17	Piura
18	Ucayali
19	Madre de Dios
20	Puno
21	San Martín
22	Tacna
23	La Libertad
24	Tumbes

Fuente: OSIPTEL

Elaboración: Propia

3.3.2. La muestra: La metodología utilizada para el cálculo de la muestra correspondiente a las encuestas personales ha sido el “Muestreo Aleatorio con Asignación Proporcional”. En la medida que se desea obtener la satisfacción del usuario que ha recibido una orientación personal en algún momento, se ha utilizado como variable (correspondiente a la población objetivo) al número de orientaciones personales realizadas en la oficina desconcentrada del OSIPTEL Loreto en el período de junio a setiembre del 2014.

De acuerdo al texto de Anderson D., Sweeney D., Williams T., se ha aplicado la siguiente fórmula para hallar el tamaño de muestra óptimo, considerando un universo finito:

$$n_t = \frac{Z^2 * P * Q * N}{(N - 1) * d^2 + Z^2 * P * Q}$$

En este caso particular, estas variables corresponden a:

n_t : Tamaño muestral del número de usuarios.

P : Máxima varianza aceptada (0.5); $Q = 1 - P$

Z : Valor de la abscisa de la distribución normal para un 95% de confianza (1.96).

d = margen de error en la estimación de la variable.

Considerando un error del 5%, el cálculo arroja un tamaño de muestra de 196 usuarios.

3.4. Procedimientos, técnica e instrumentos de recolección de datos

3.4.1. Procedimientos

La encuesta se define como un conjunto de técnicas destinadas a reunir, de manera sistemática, datos sobre determinado tema o temas relativos a una

población, a través de contactos directos o indirectos con los individuos o grupo de individuos que integran la población estudiada.

La encuesta es un método y/o técnica que consiste en obtener información acerca de una parte de la población o muestra, proporcionada por ellos mismos, sobre opiniones, actitudes o sugerencias. Hay dos maneras de obtener información con este método y/o técnica, mediante el uso del cuestionario o de la entrevista.

Cuestionario es un instrumento consistente en una serie de preguntas a las que contesta el mismo respondedor. (A. Zapata, 2007)

Análisis documental

El análisis de documentos o análisis documental consiste en analizar la información registrada en materiales duraderos que se denominan documentos. Se consideran dos tipos básicos de documentos: escritos y visuales. Entre los escritos, se pueden considerar actas, circulares, cartas, diarios, discursos, periódicos, revistas, programas de cursos, materiales políticos, leyes y decretos. (Velásquez Navarrete, Ferreira Da Silva, Mogollón Pérez & Fernández de Sanmamed, 2006).

Tabla N° 3.2. Recolección de datos

Fuente	Instrumento	Agente
Primaria	Cuestionario	Dirigida a la muestra
Secundario	Fichas (Textuales y de resumen)	Utilizada con la finalidad de recolectar la información necesaria para la muestra de la tesis.

3.4.2. Técnica e instrumentos de recolección de datos

Las técnicas que se emplearán en el presente estudio serán las siguientes:

a) **Encuestas:** Ésta técnica se empleará para la recolección de datos relacionada a la atención a usuarios en la Oficina Desconcentrada de OSIPTEL - Loreto:

- Satisfacción por las instalaciones.
- Percepción por la calidad profesional.
- Satisfacción por la calidad personal.

b) **Observación:** Técnica orientada a analizar el nivel de atención a los usuarios en la Oficina Desconcentrada de OSIPTEL - Loreto.

3.5. Procesamiento de la información

Se organizara y procesara los datos de forma computarizada, a fin de obtener resultados más eficientes, teniendo en cuenta las variables de investigación. Los software que se utilizaran son:

Ms. Excel.- es una aplicación para mejorar hojas de cálculos. Este programa fue y sigue siendo desarrollado y distribuido por Microsoft, y es utilizado normalmente en tareas financiera y contables, es un programa de procesamiento de datos.

SPSS.- Statistical Package for the Social Sciences: Programa estadístico informático muy usado en las ciencias sociales y las empresas de investigación de mercado, que permitirá el análisis de los datos recolectados con las técnicas e instrumentos a utilizar en el recojo de la información.

PRESENTACIÓN DE DATOS

- Tablas
- Cuadros
- Gráficos:
 - Diagrama de barras
 - Diagrama de sectores o superficies representativas
 - Diagramas polares
- Figuras:
 - Histogramas
 - Polígonos de frecuencias
 - Curvas de frecuencias

IV. RESULTADOS DE LA ENCUESTA PERSONAL

De acuerdo a la encuesta realizada a 196 usuarios pertenecientes a la población objetivo de la oficina desconcentrada del OSIPTEL Loreto, que se llevó a cabo entre los meses de junio y setiembre de 2014.

Con la finalidad de asegurar el anonimato y la transparencia en el levantamiento de la información, una vez contestada la encuesta, se solicitaba a los usuarios depositar la misma en el buzón de sugerencias de la oficina. Posteriormente, se recopilaron las hojas de encuestas llenadas, para su tabulación, ordenamiento y procesamiento de los datos. A continuación se presentan los resultados para cada sub indicador facilitando la comprensión del panorama general de calificación de los usuarios.

4.1. Características generales de los usuarios encuestados

Las características de los usuarios encuestados se resumen en la **Tabla N° 4.1**. Para una mejor comprensión de las variables objeto de estudio resulta esencial conocer los rasgos generales los usuarios en el ámbito de los servicios públicos de telecomunicaciones.

Tabla N° 4.1. Características generales de los usuarios encuestados

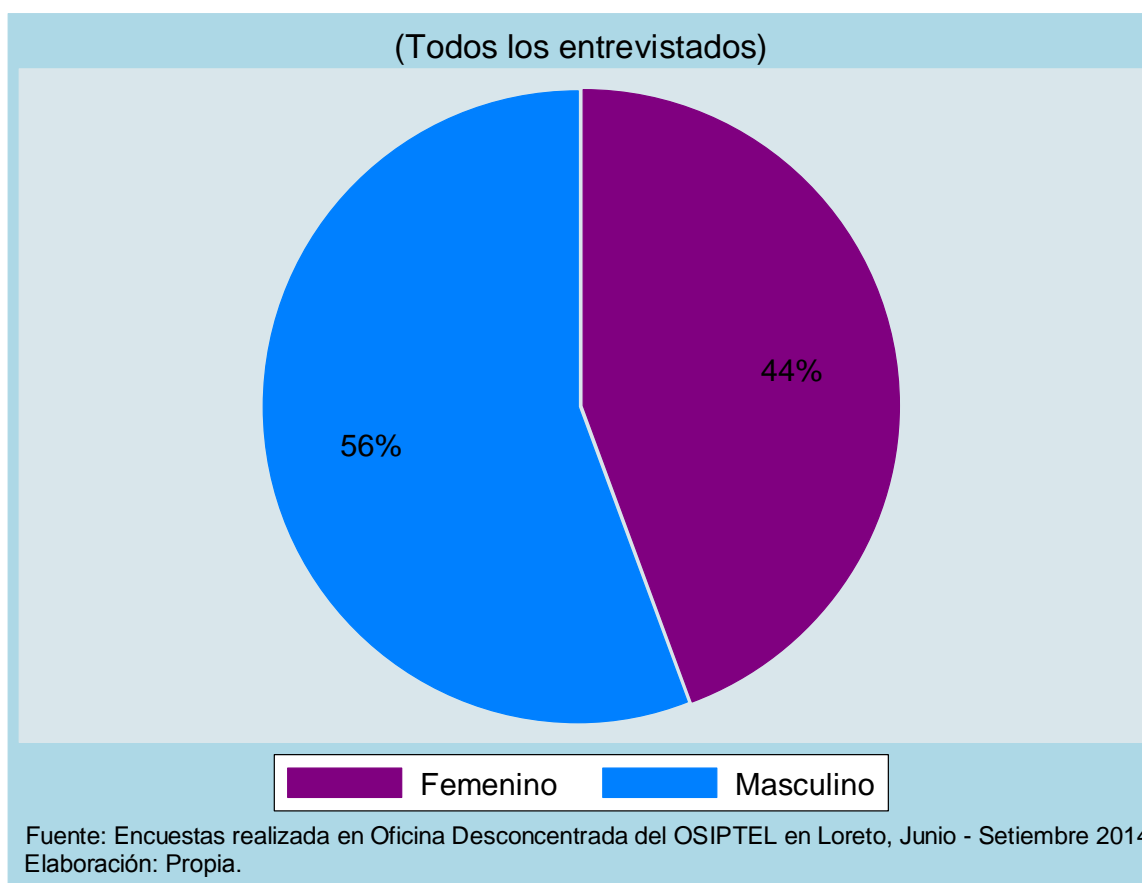
Características de los Usuarios		Distritos				
		Belén	Iquitos	Punchana	San Juan Bautista	Total
Género	Femenino	46%	41%	50%	52%	44%
	Masculino	54%	59%	50%	48%	56%
Rango de Edades	De 18 a 24 años	31%	20%	11%	21%	20%
	De 25 a 39 años	23%	21%	32%	31%	24%
	De 40 a 70 años	46%	59%	57%	48%	56%
Empresas Operadoras	Movistar	77%	81%	79%	79%	80%
	Claro	23%	19%	21%	21%	20%
Servicios Públicos de Telecomunicaciones	Telefonía Fija	23%	33%	46%	34%	35%
	Telefonía Móvil Prepago	8%	7%	4%	4%	6%
	Telefonía Móvil Postpago	69%	43%	36%	55%	45%
	Internet	0%	17%	14%	7%	14%

Fuente: Encuestas realizada en Oficina Desconcentrada del OSIPTEL en Loreto, Junio – Setiembre 2014.

Elaboración: Propia.

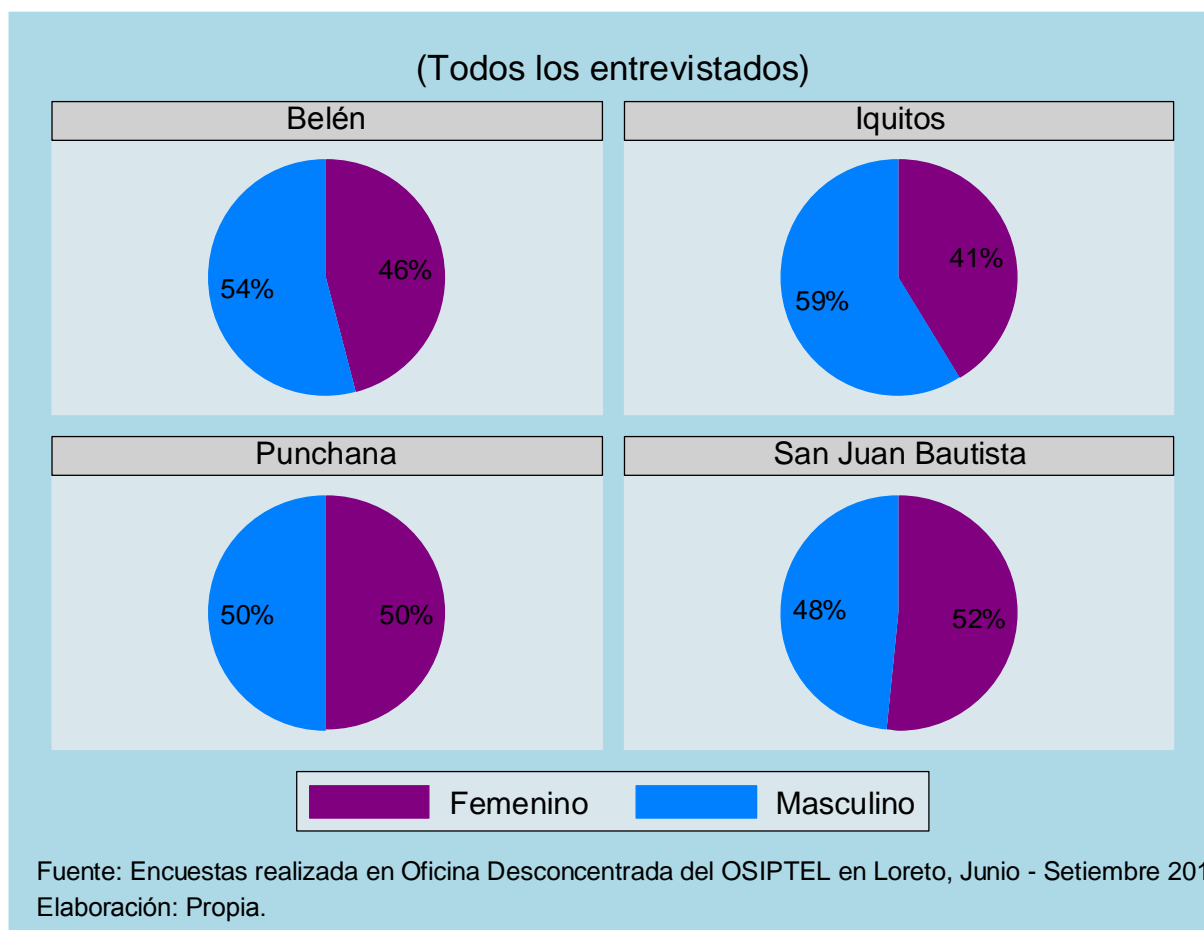
En la diferenciación por género en base a todos los entrevistados, identificamos un 44% de usuarias femeninas y un 56% de usuarios masculinos, por lo tanto nuestras encuestas estuvieron balanceadas. El **Gráfico N° 4.1**, presenta la distribución total de estos porcentajes.

Gráfico N° 4.1. Género de los usuarios encuestados



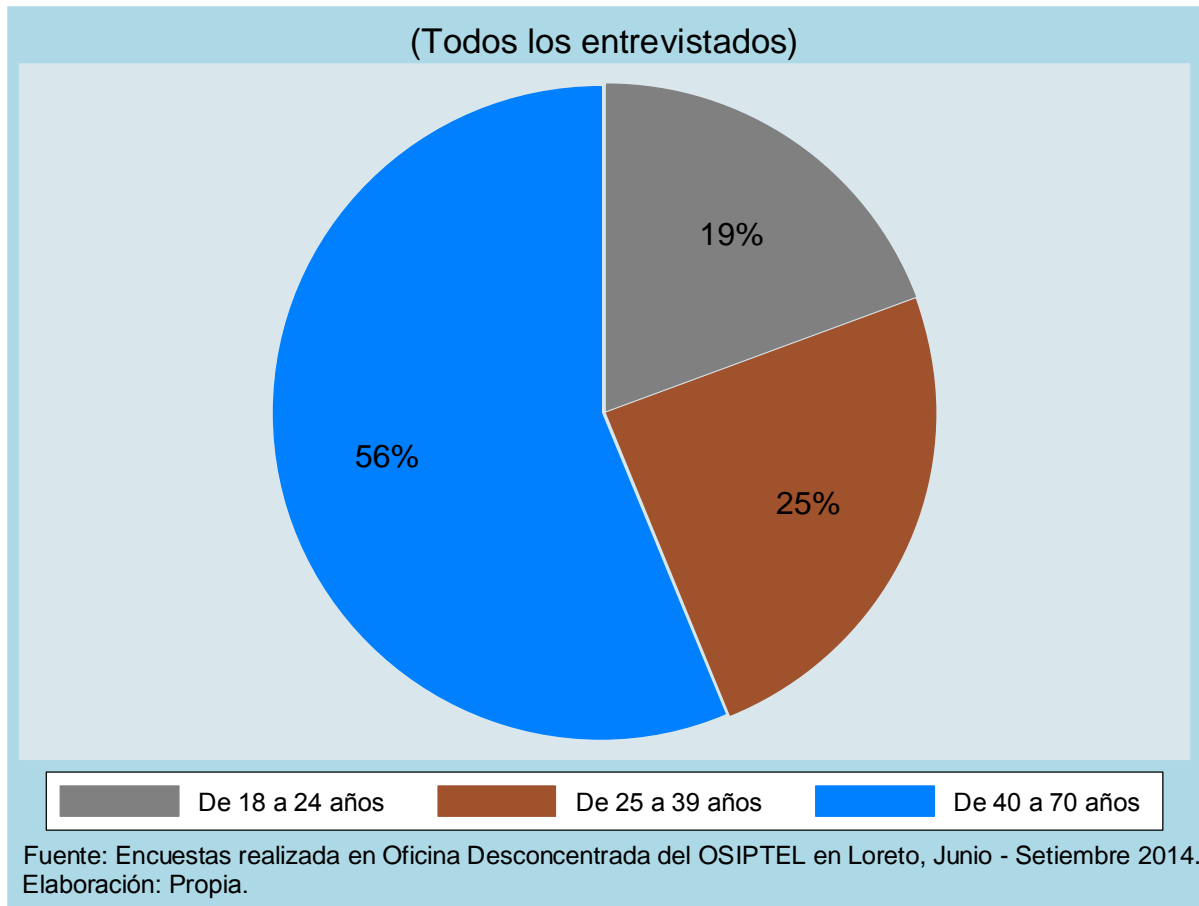
Como se puede observar en el **Gráfico N° 4.2**, el género de los usuarios entrevistados en casi todos los distritos no existe una marcada diferencia; es decir, la muestra esta balanceada para ambos casos.

Gráfico N° 4.2. Género de los usuarios encuestados por distritos



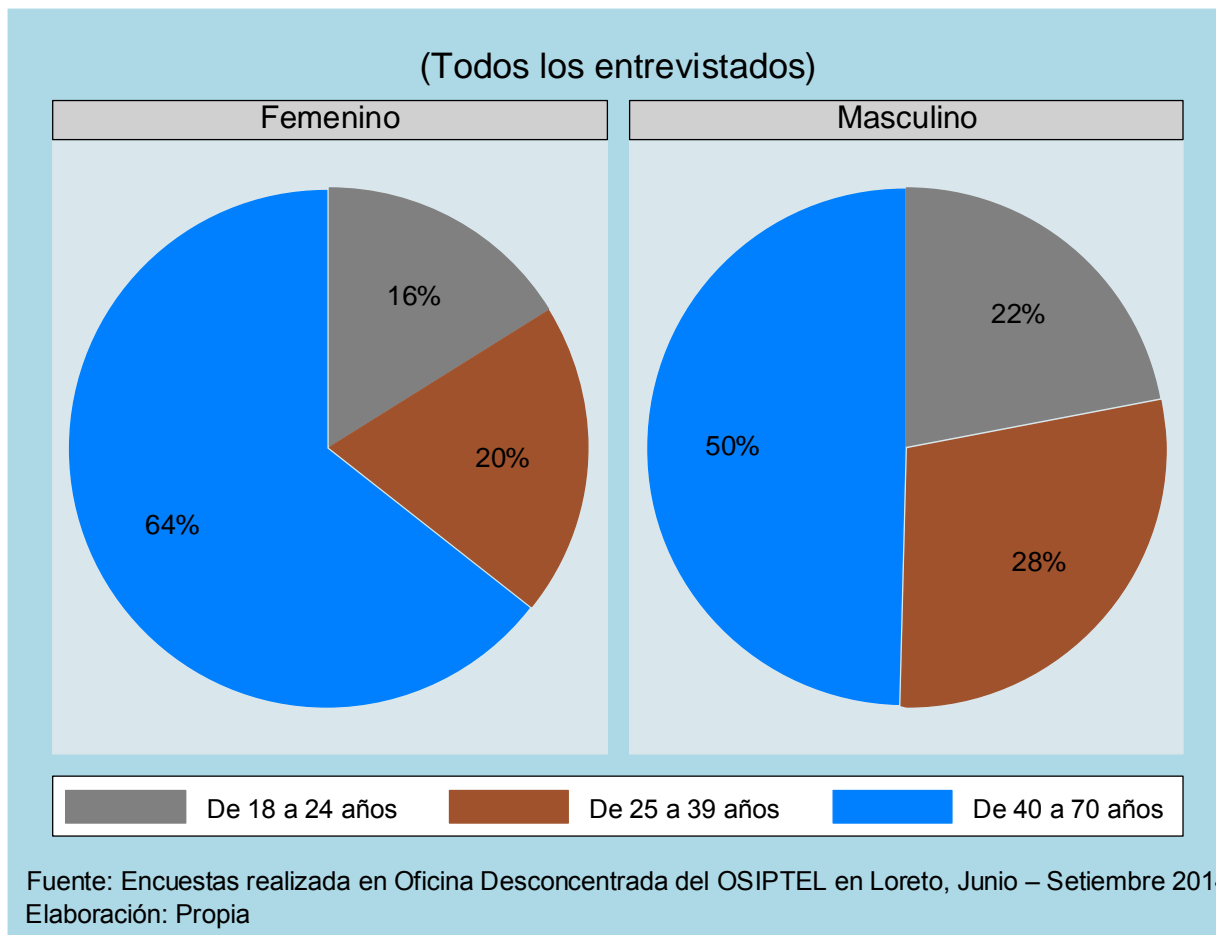
Se clasifico a la muestra en base a todos los usuarios entrevistados en 3 rangos de edades, se puede evidenciar en el **Gráfico N° 4.3**, identificamos mayoritariamente a usuarios pertenecientes al último rango, es decir, a un 56% de usuarios “entre 40 a 70 años”, seguido de aquellos que están en el rango “entre 25 a 39 años” con un 25% y la participación del primer rango “entre 18 a 24 años” con 19%. Por lo que podemos inferir que la muestra se compone principalmente de personas adultas jóvenes.

Gráfico N° 4.3. Rango de edades de los usuarios encuestados



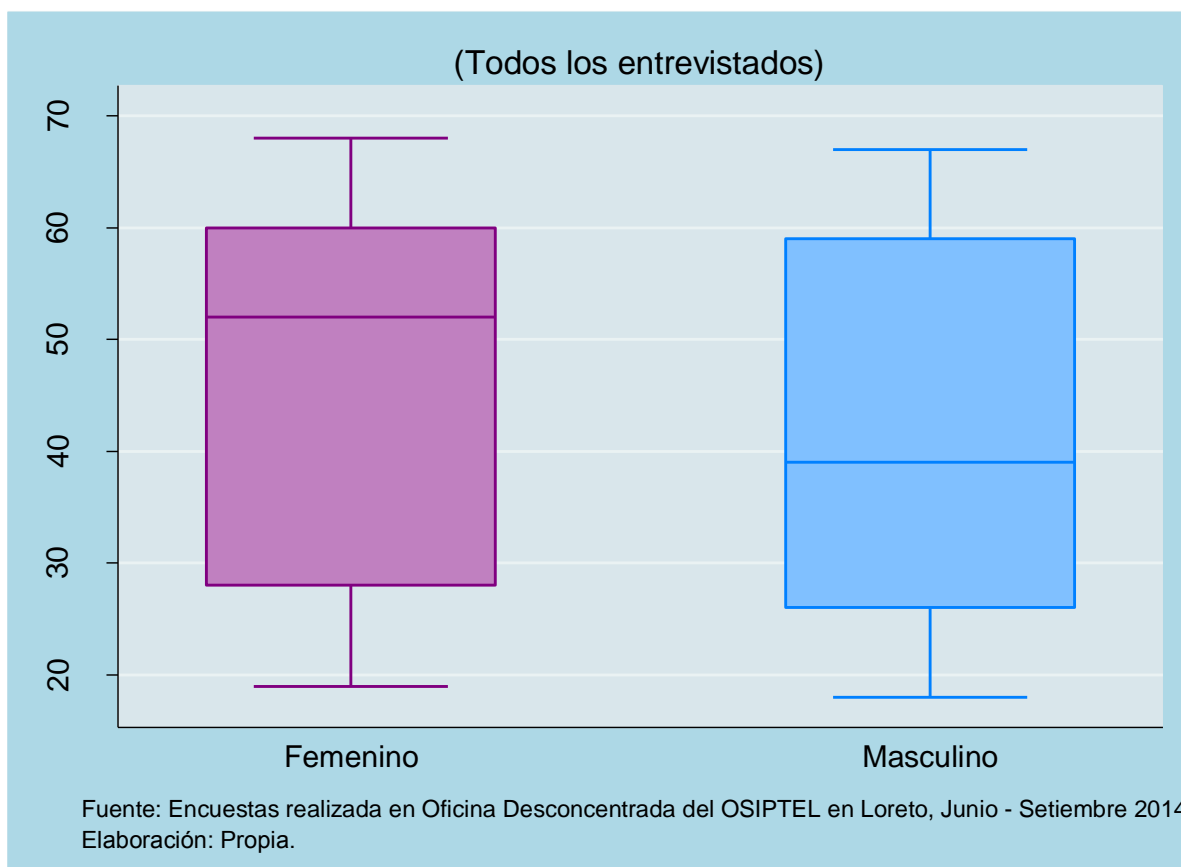
El **Gráfico N° 4.4** revela que con respecto a la distribución por género la muestra se concentra en el rango “entre 40 a 70 años” con 64% para las usuarias femeninas y 50% para los usuarios masculinos. Por lo que podemos inferir que la muestra para ambos géneros se compone principalmente de personas adultas jóvenes (aproximadamente el 80% del total de entrevistados).

Gráfico N° 4.4. Rango de edades de los usuarios encuestados por género



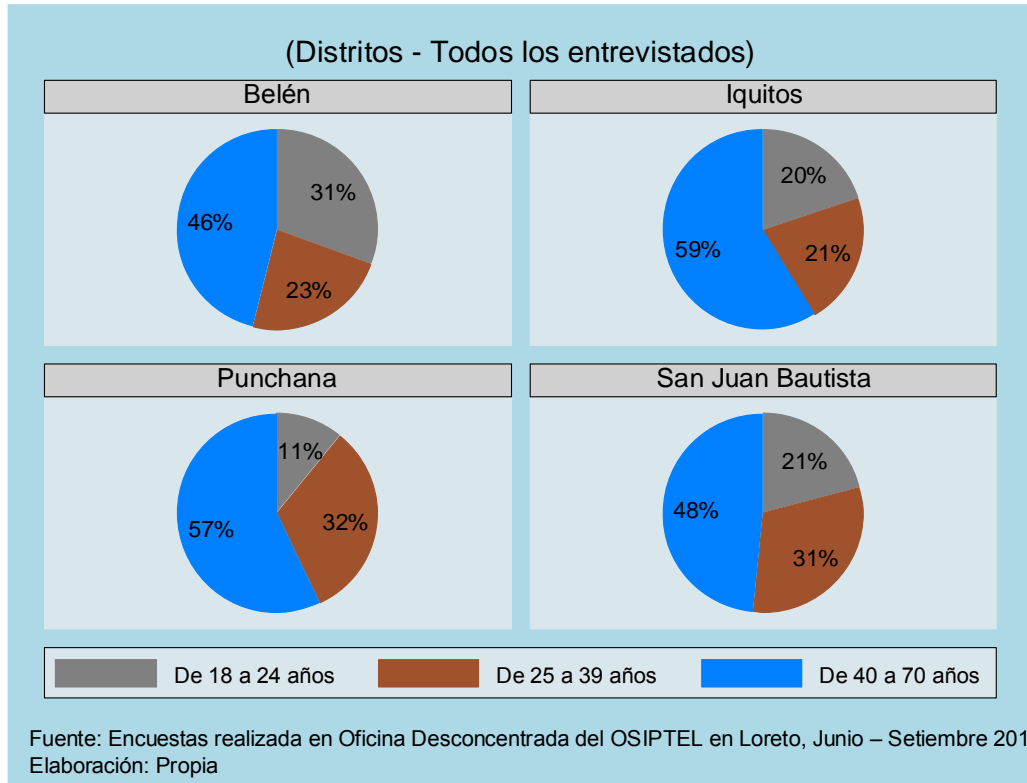
Si comparamos la distribución de la edad por género el **Gráfico N° 4.5** nos muestra que la dispersión de edad son similares (desviación estándar igual a 16 años) concentrándose en un rango intercuartil (diferencia entre el primer y tercer cuartil) de 32 años. Para el caso de las usuarias femeninas la edad mediana (50% de los datos) es de 52 años y masculinos de 39 años respectivamente. Además, la edad mínima es de 18 años y como máximo 70 años para ambos géneros y no se observan datos atípicos fuera de los límites.

Gráfico N° 4.5. Distribución de la edad de los usuarios encuestados por género



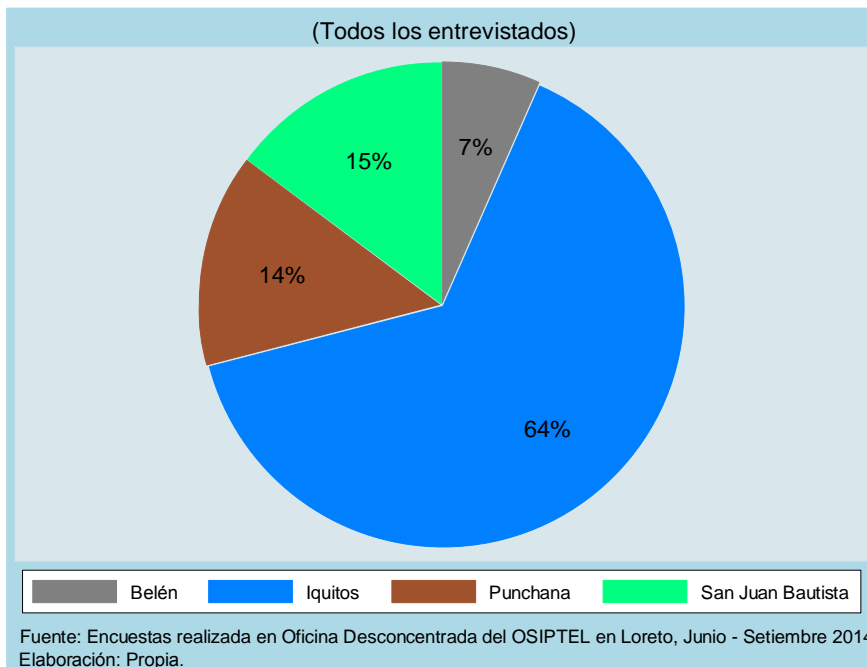
El **Gráfico N° 4.6** describe con respecto a la distribución del rango de edades por distritos la muestra se concentra en el rango “entre 40 a 70 años” con 59% para el distrito de Iquitos y la menor concentración en el rango “entre 18 a 24 años” con el 11% para el distrito de Punchana. Por lo que podemos inferir que la muestra para todos los distritos se compone principalmente de personas adultas jóvenes (aproximadamente el 70% del total de entrevistados).

Gráfico N° 4.6. Rango de edades de los usuarios encuestados por distritos



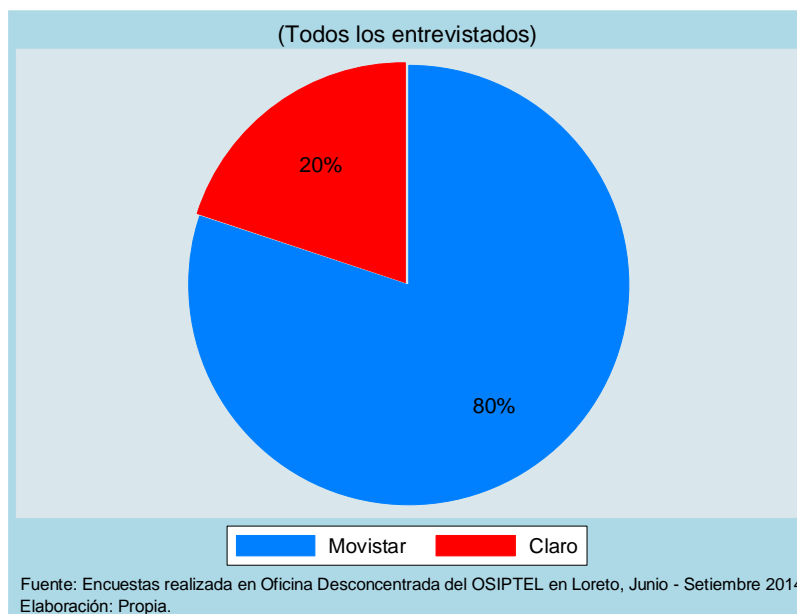
El **Gráfico N° 4.7** revela que con respecto a la distribución de los usuarios encuestados el distrito de Iquitos concentra el 64%, seguido por San Juan Bautista con 15%, Punchana con un 14% y la menor concentración de usuarios en el distrito de Belén con 7%.

Gráfico N° 4.7. Distribución de los usuarios encuestados por distritos



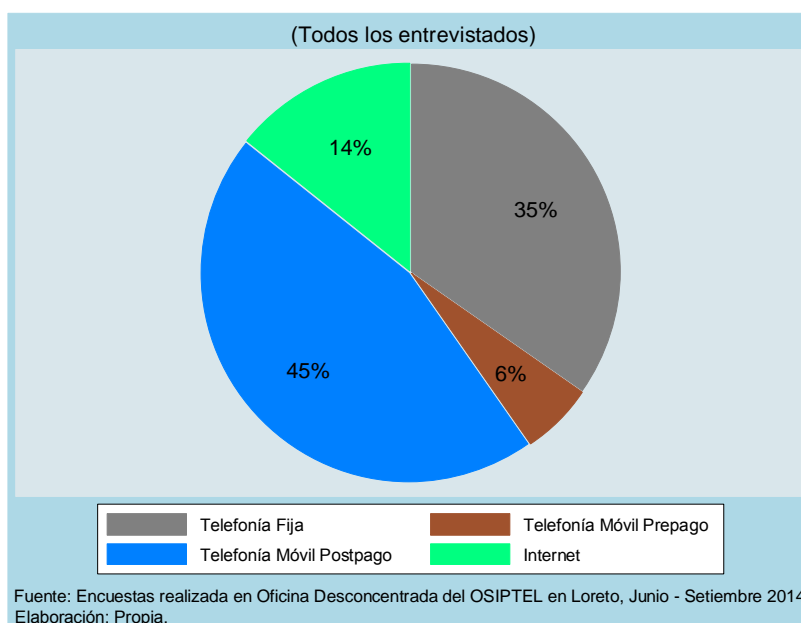
De acuerdo a la base de los usuarios encuestados el **Gráfico N° 4.8** revela que la mayor parte la concentra la empresa de Movistar en un 80% y el resto del mercado para el caso de Loreto la empresa de Claro con un 20%.

Gráfico N° 4.8. Distribución de los usuarios encuestados por empresas operadoras



El **Gráfico N° 4.9** revela que con respecto a la distribución de los usuarios encuestados por servicios públicos de telecomunicaciones la telefonía móvil postpago concentra el mayor porcentaje con 64% y se evidencia en una menor proporción la telefonía móvil prepago en sólo 6%.

Gráfico N° 4.9. Distribución de los usuarios encuestados por servicios públicos de telecomunicaciones



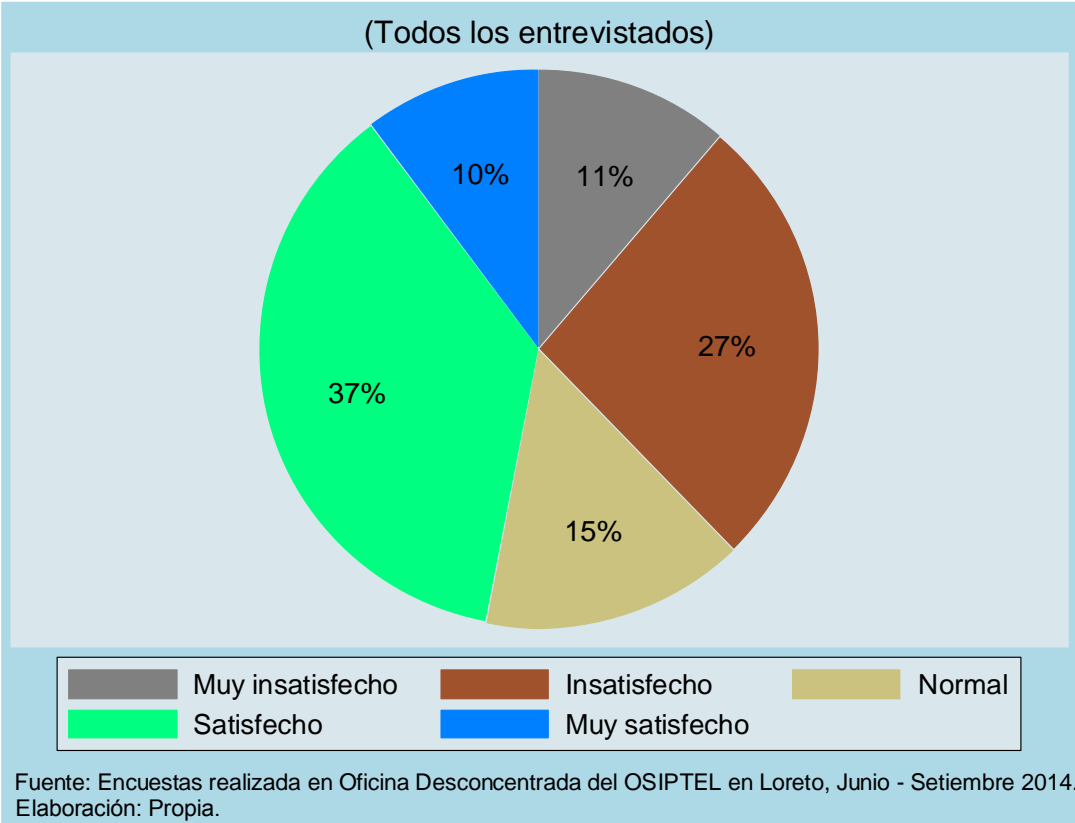
4.2. Calidad del servicio de atención a usuarios de la oficina desconcentrada del OSIPTEL Loreto.

Evalúa la calidad del servicio en cuanto a la atención del usuario ofrecido en la oficina desconcentrada del OSIPTEL Loreto. Es decir, se evalúa la claridad de sus respuestas, la rapidez con que un usuario es atendido, facilidad brindada para presentar su reclamo y la solución al problema presentado, de acuerdo a la satisfacción durante todo el proceso de su consulta.

4.2.1. Satisfacción del usuario por el servicio brindado

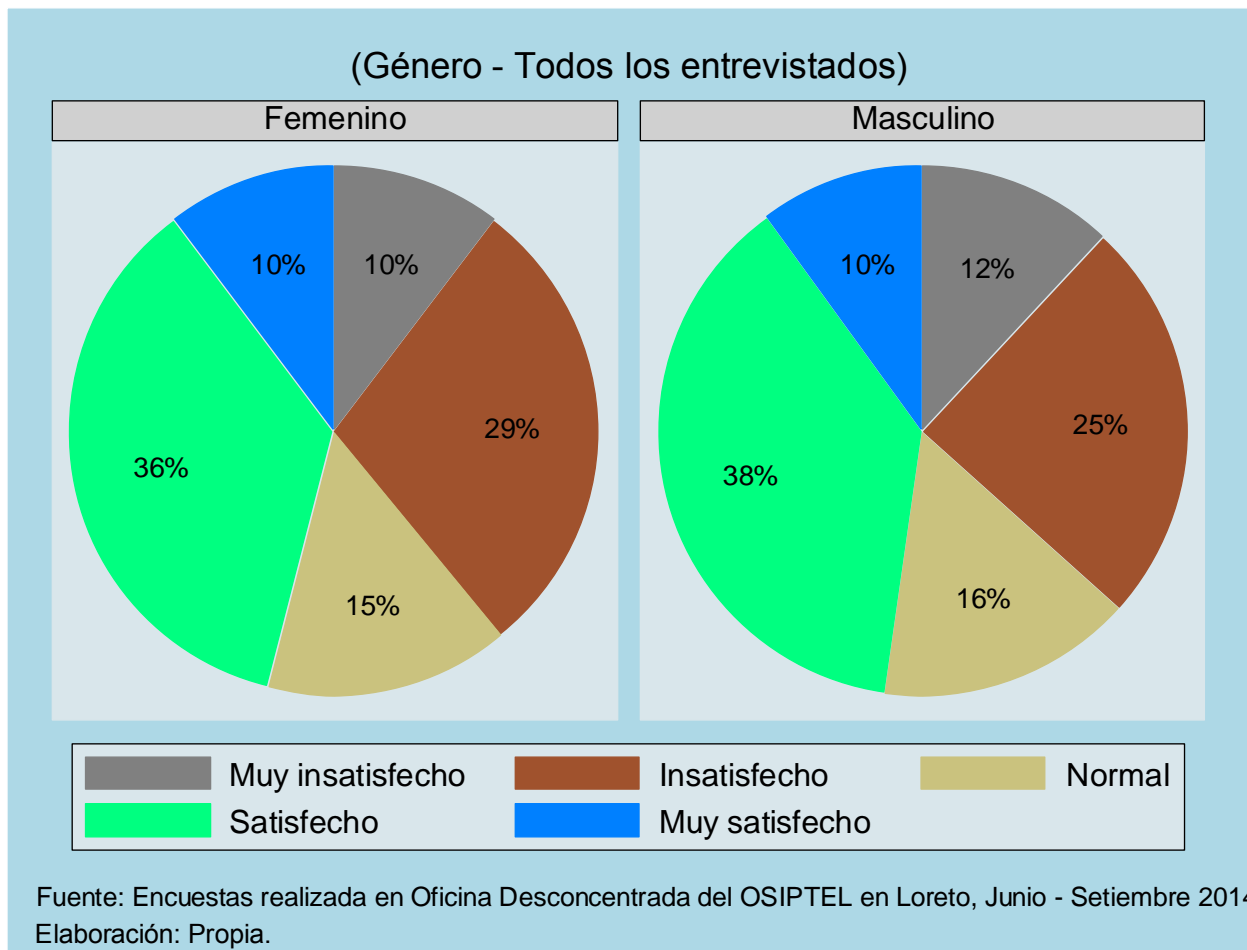
En base a todos los usuarios entrevistados estos perciben un moderado (normal) grado de satisfacción (62%) respecto al servicio recibido en todo el proceso en la oficina desconcentrada del OSIPTEL Loreto, observando en 38% de insatisfacción como se evidencia en el **Gráfico N° 4.10**.

Gráfico N° 4.10. Satisfacción con respecto al servicio brindado en todo el proceso de su consulta en la oficina del OSIPTEL



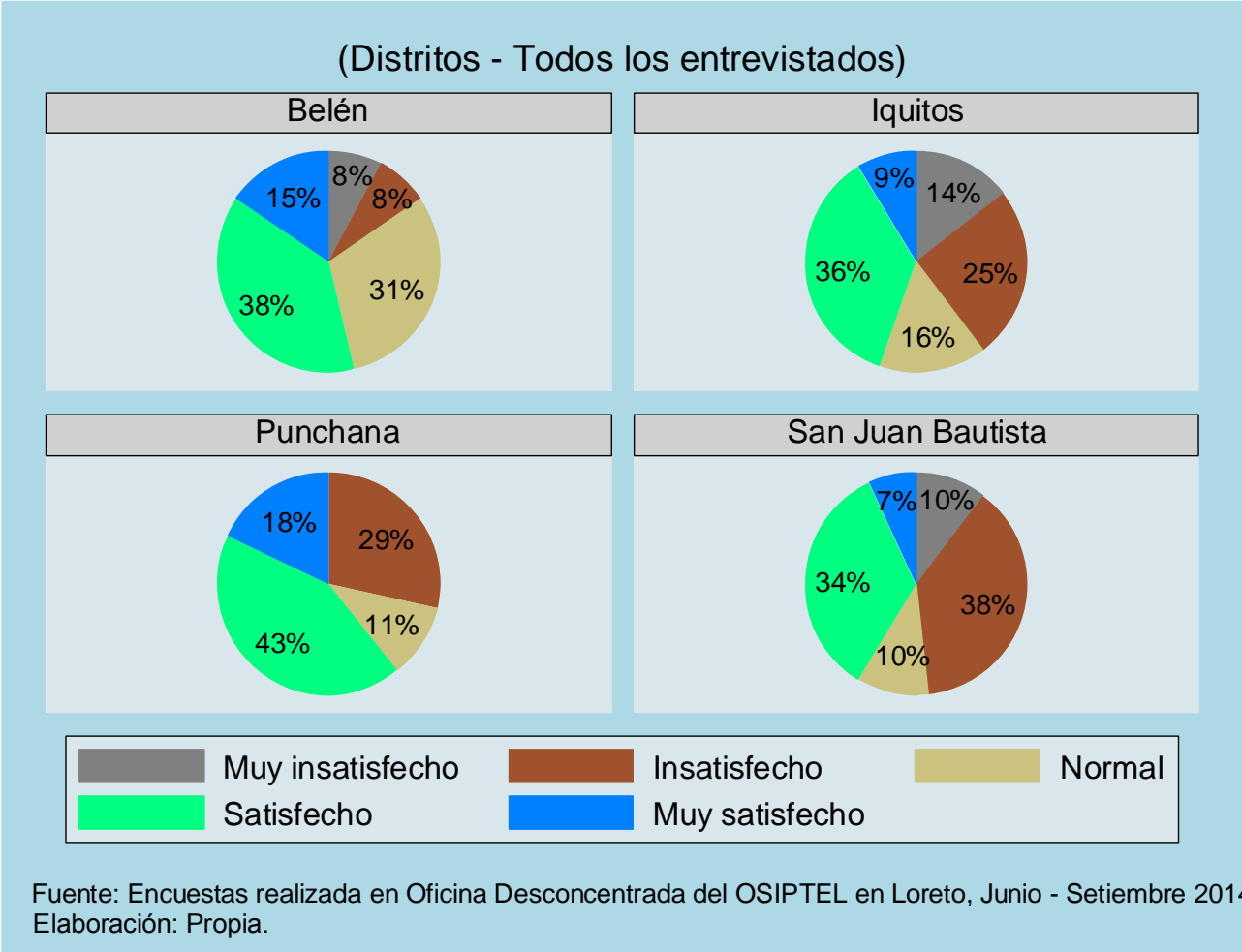
En el **Gráfico N° 4.11**, se observa que en ambos géneros tanto femenino como masculino tienen un moderado grado de satisfacción (60%) del total de entrevistados, para el caso de las usuarias femeninas un 39% manifiestan una insatisfacción en todo el proceso de su consulta en la oficina desconcentrada del OSIPTEL Loreto. En ambos géneros al nivel del 15% tienen unas percepciones indiferentes; es decir ni satisfechas ni insatisfechas.

Gráfico N° 4.11. Satisfacción con respecto al servicio brindado en todo el proceso de su consulta en la oficina del OSIPTEL por género



Los resultados de la percepción de la calidad del servicio brindado se observa que en todos los distritos se ha percibido como satisfechos, siendo el distrito de Belén el que obtuvo la mayor calificación en 84% y el distrito de San Juan Bautista la menor calificación con 51% manteniéndose en el rango moderado. Estas percepciones de satisfacción de los usuarios en todo el proceso de su consulta se evidencia en el **Gráfico N° 4.12.**

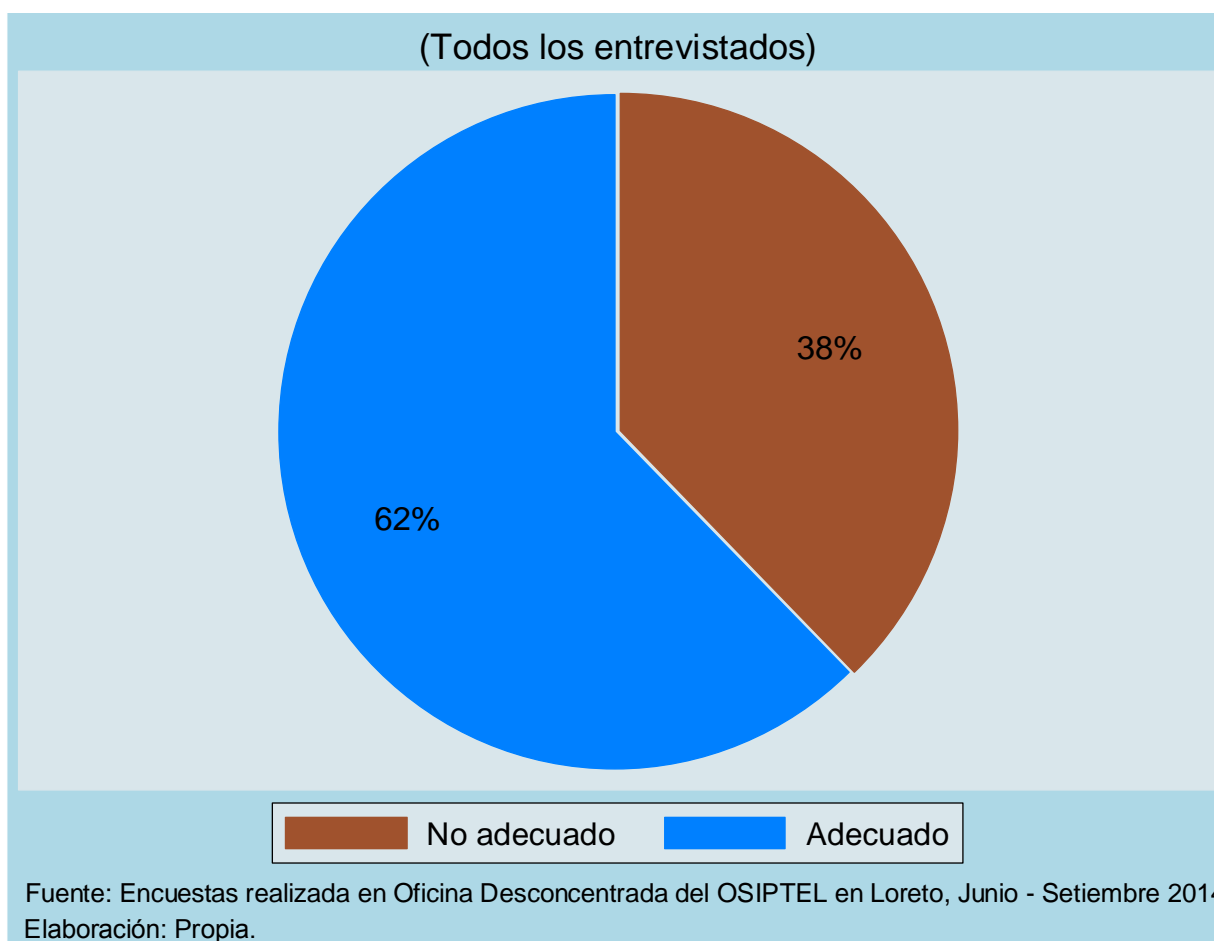
Gráfico N° 4.12. Satisfacción con respecto al servicio brindado en todo el proceso de su consulta en la oficina del OSIPTEL por distritos



4.2.2. Percepción de la Calidad del Servicio brindado

Tal como se puede apreciar en el **Gráfico N° 4.13**, el resultado de la percepción de la calidad del servicio brindado en base a todos los entrevistados se encuentra entre 50% y 75%, siendo calificaciones que podrían considerarse como adecuado para el usuario pero no suficiente.

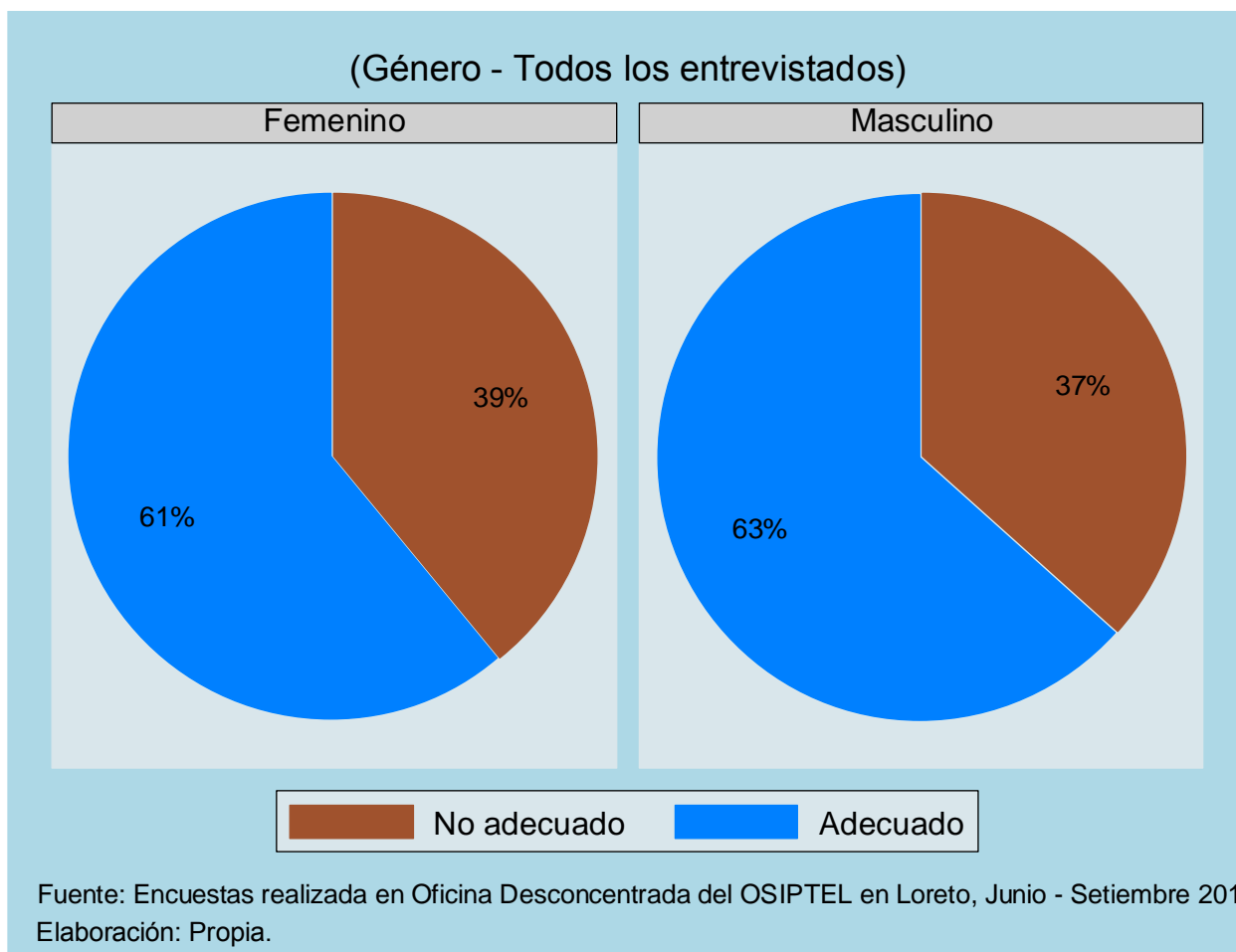
Gráfico N° 4.13. Percepción de la Calidad del Servicio brindado a los usuarios encuestados



En el caso de la distribución por género, la calidad del servicio para las usuarias femeninas obtuvo un valor de 61% y para los usuarios masculinos un 63% respectivamente.

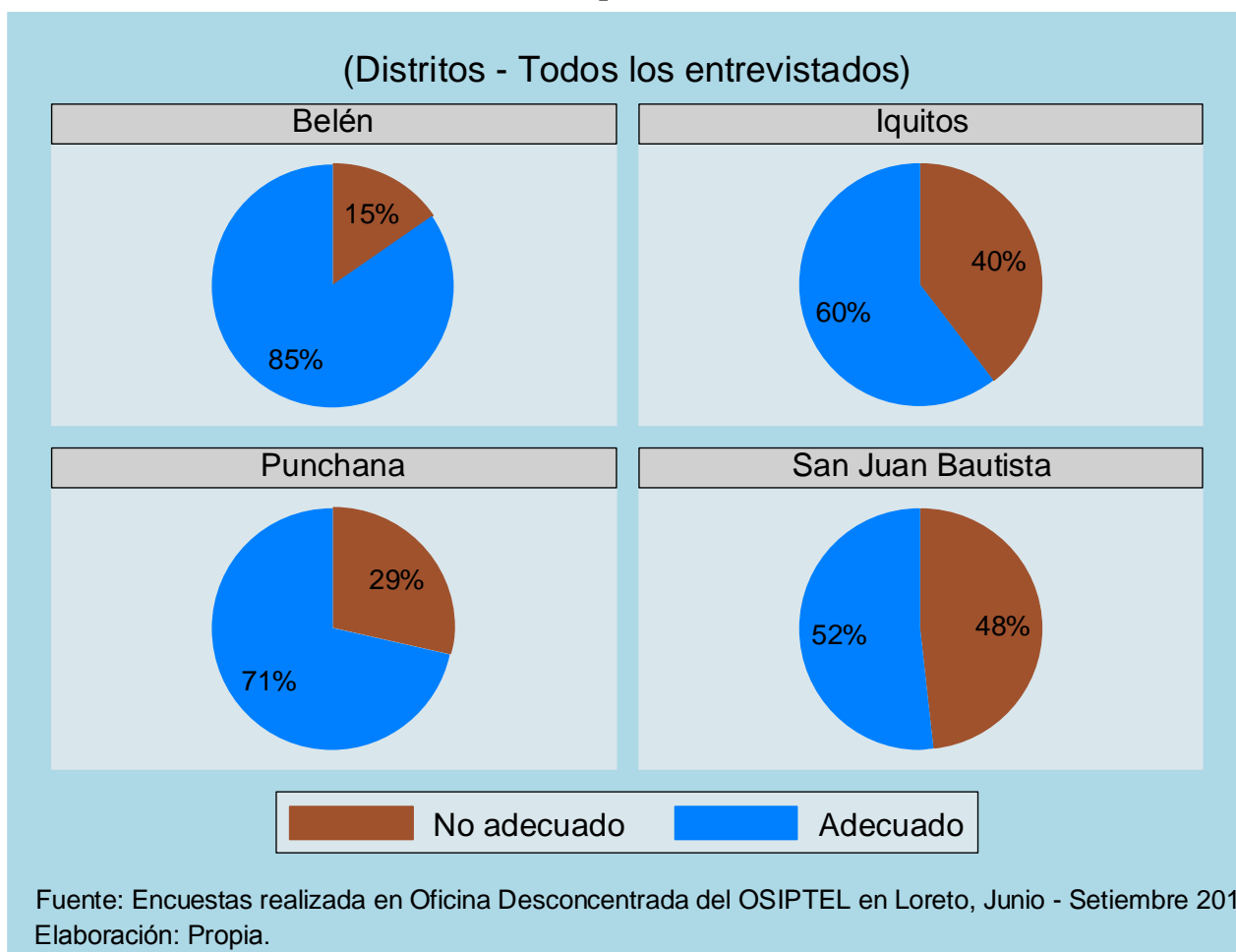
Estos resultados podrían indicar que los usuarios consideran que la calidad del servicio, en ambos géneros están siendo brindado adecuadamente como se observa en el **Gráfico N° 4.14**.

Gráfico N° 4.14. Percepción de la Calidad del Servicio brindado a los usuarios encuestados por género



Los resultados de la percepción de la calidad del servicio brindado se observa en el **Gráfico N° 4.15**, en todos los distritos se ha percibido como adecuados en términos de satisfacción, siendo el distrito de Belén el que obtuvo la mayor calificación en 85% y el distrito de San Juan Bautista la menor calificación con 52% manteniéndose en el rango de adecuado.

Gráfico N° 4.15. Percepción de la Calidad del Servicio brindado a los usuarios encuestados por distritos



4.3. Sub Indicador de Instalaciones

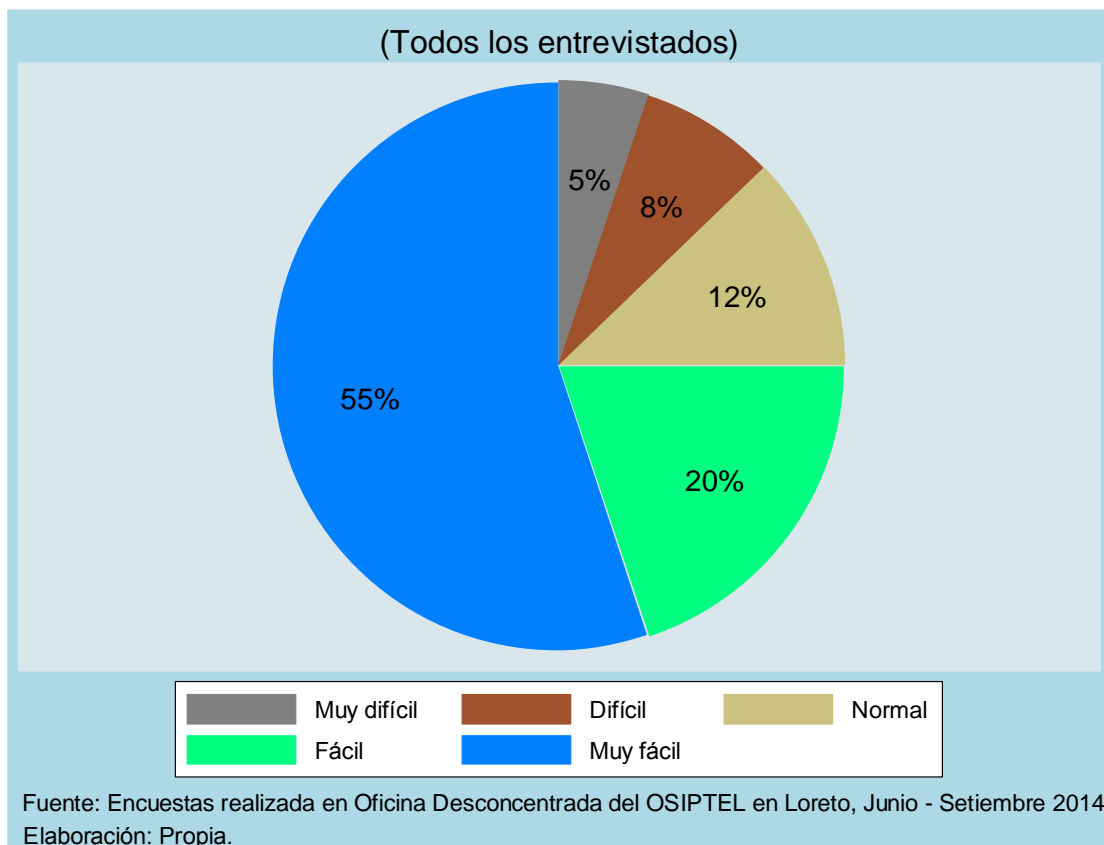
Mide la satisfacción de los usuarios con respecto a la infraestructura de atención a usuarios de la oficina desconcentrada del OSIPTEL Loreto.

El sub indicador de Instalaciones está conformado por los factores acceso y comodidad.

4.3.1. Factor Acceso

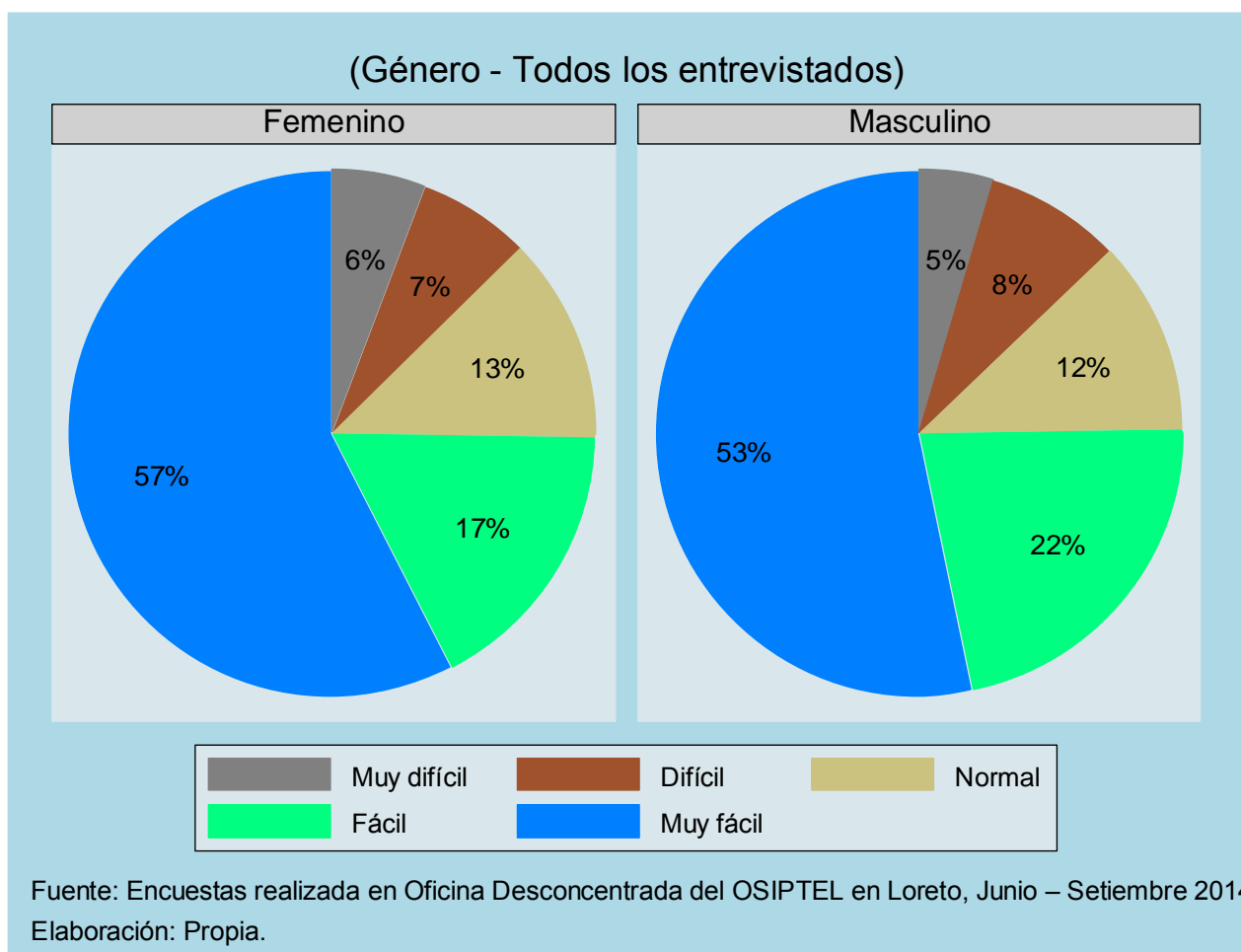
Se mide si al usuario le resultó fácil ubicar las instalaciones del OSIPTEL así como llegar a ellas. Como se puede observar en el **Gráfico N° 4.16**, el factor acceso ha sido el factor preponderante bien calificado en 75% de los usuarios consideran muy fácil ubicar las instalaciones.

Gráfico N° 4.16. Percepción de los usuarios respecto a la accesibilidad de las oficinas del OSIPTEL



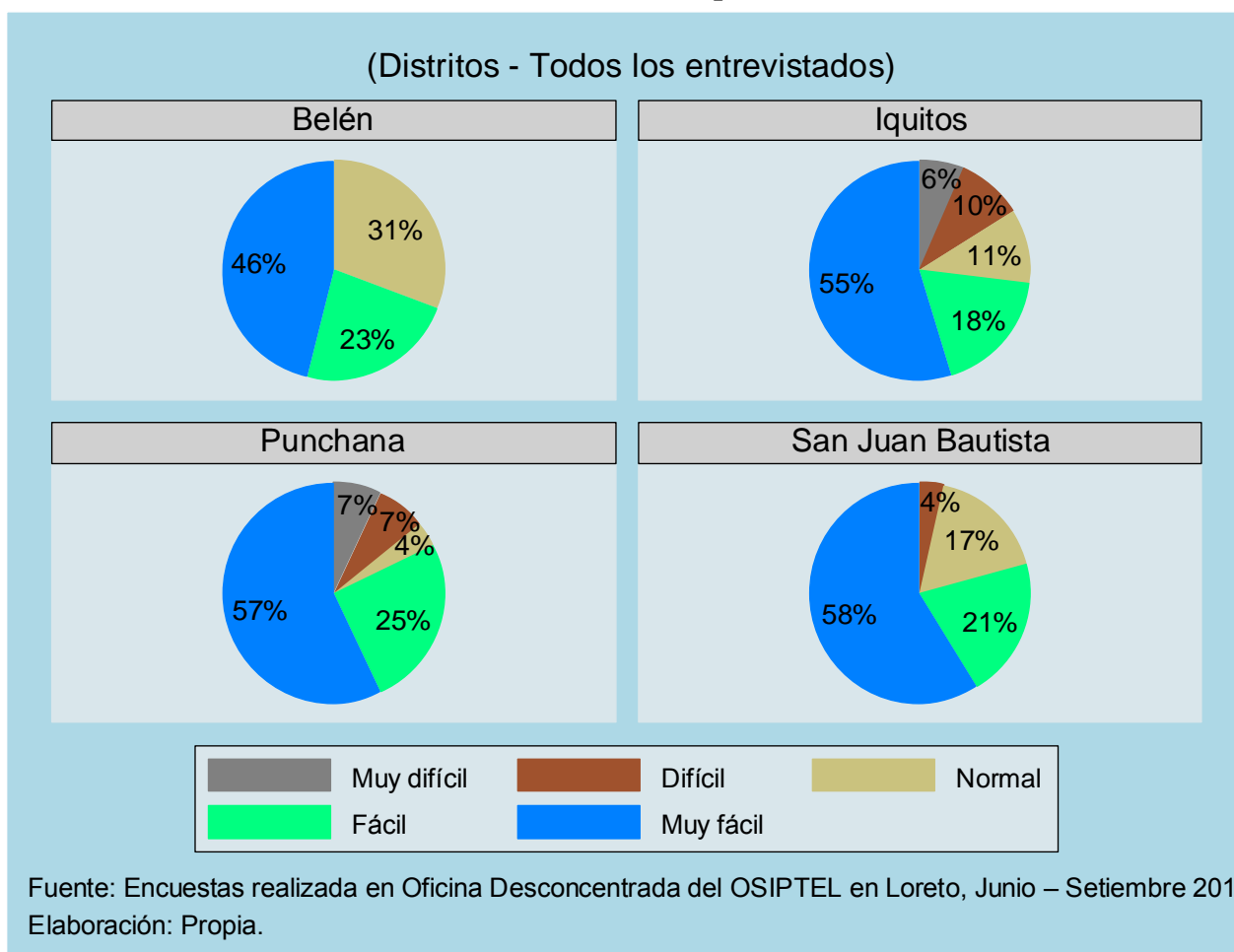
Como se puede evidenciar en el **Gráfico N° 4.17**, el factor acceso ha sido el factor preponderante bien calificado en 75% tanto para los usuarios del género femenino como el masculino en base a todos los entrevistados que consideran muy fácil ubicar las instalaciones.

Gráfico N° 4.17. Percepción de los usuarios respecto a la accesibilidad de las oficinas del OSIPTEL por género



Los resultados de la facilidad de acceso para llegar a las instalaciones de la oficina desconcentrada del OSIPTEL Loreto tal como se observa en el **Gráfico N° 4.18**, en todos los distritos se ha percibido como fácil en términos de satisfacción, siendo el distrito de Punchana el que obtuvo la mayor percepción en 82% y el distrito de Belén la menor percepción con 69% manteniéndose en el rango de moderada facilidad.

Gráfico N° 4.18. Percepción de los usuarios respecto a la accesibilidad de las oficinas del OSIPTEL por distritos

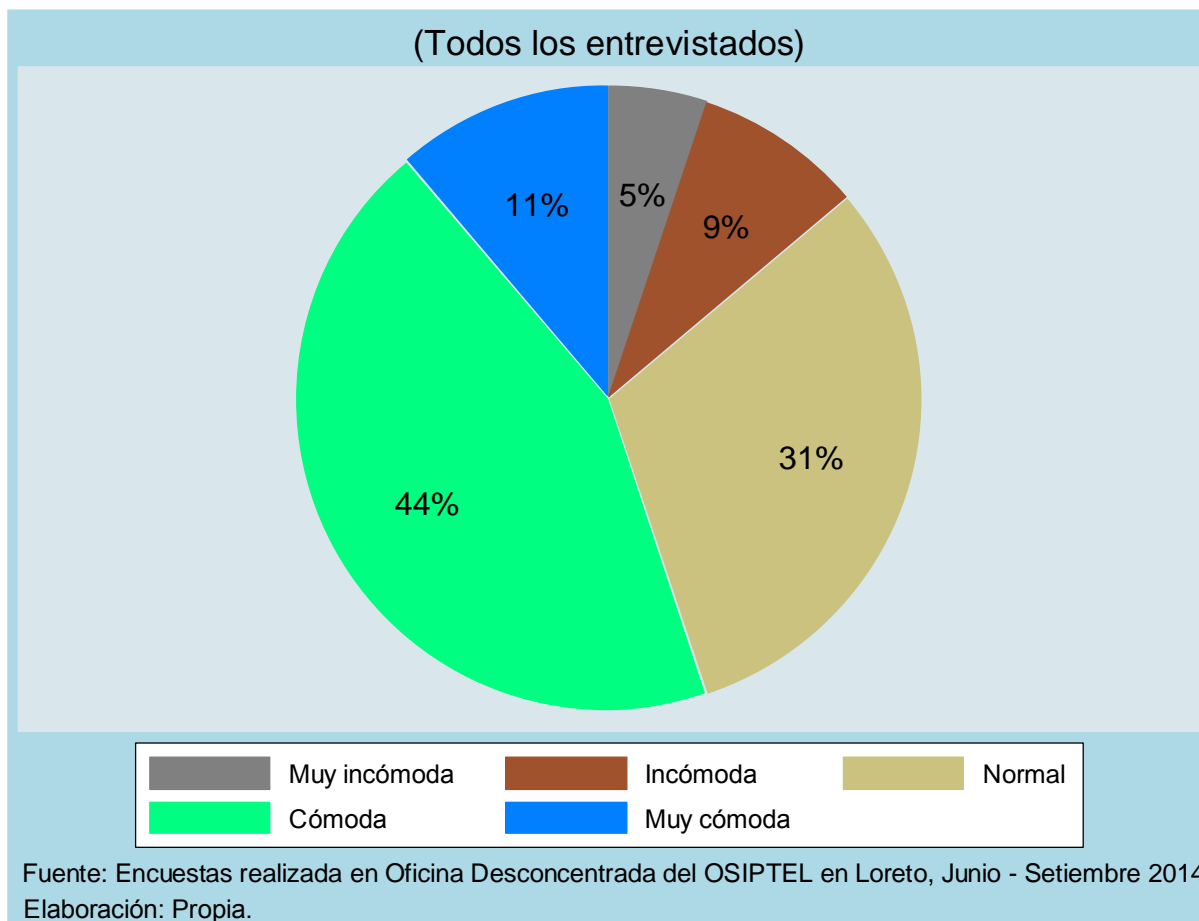


4.3.2. Factor Comodidad

Mide la percepción de los usuarios respecto al entorno físico dispuesto por el OSIPTEL para la atención de las consultas, corresponde a diferentes aspectos como son los espacios de espera, asientos cómodos, aire acondicionado, mobiliario apropiado, etc.

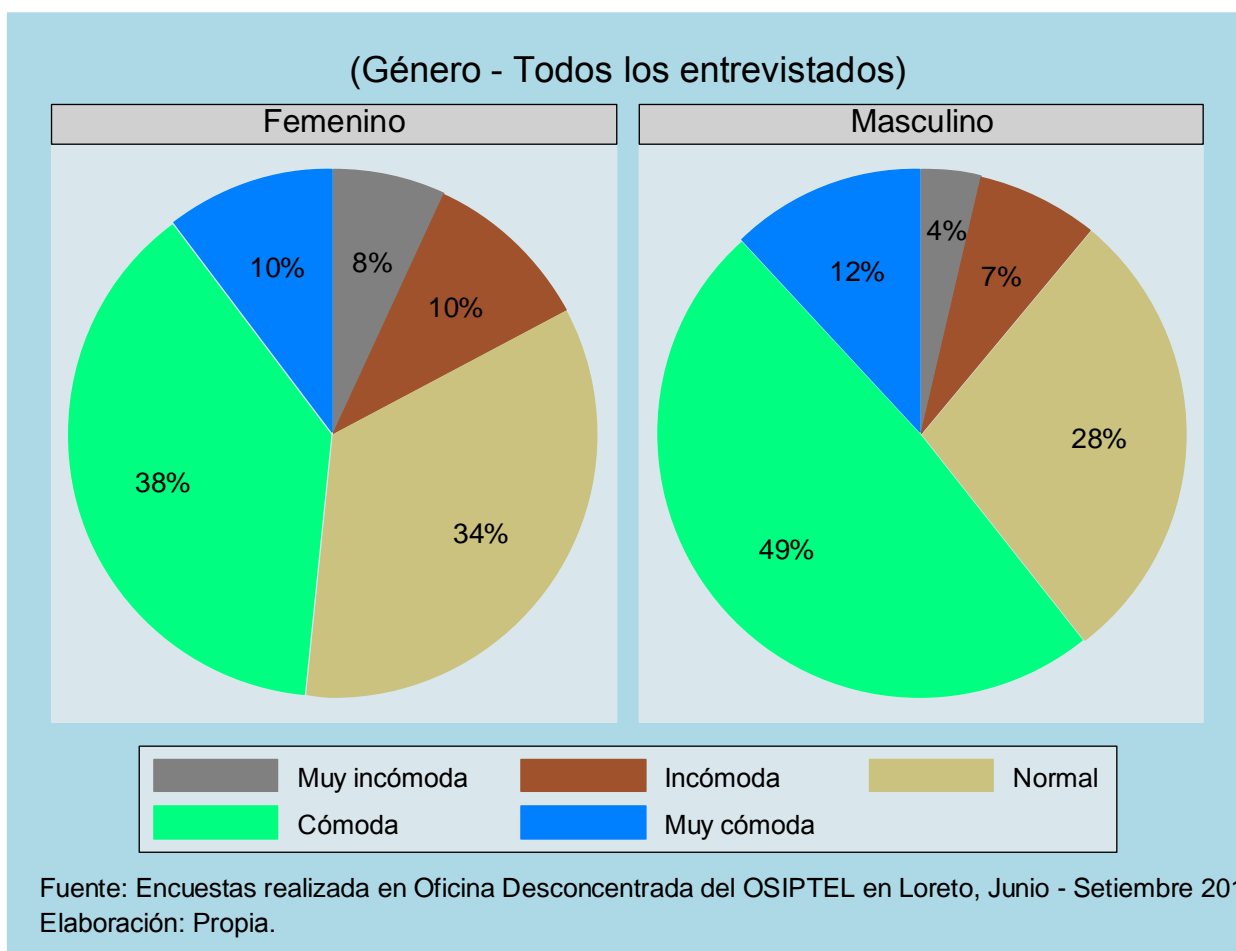
De acuerdo a la información revelada en la encuesta, en cuanto a la comodidad de las instalaciones, se registra un 44% de usuarios que califica cómodo el entorno físico en la atención de las consultas, como se puede ver en el **Gráfico N° 4.19**. A su vez la incomodidad de los usuarios también se refleja en un 14%, el que indica minoritariamente que los ambientes no son apropiados.

Gráfico N° 4.19. Percepción de los usuarios respecto al entorno físico dispuesto por el OSIPTEL para la atención de las consultas



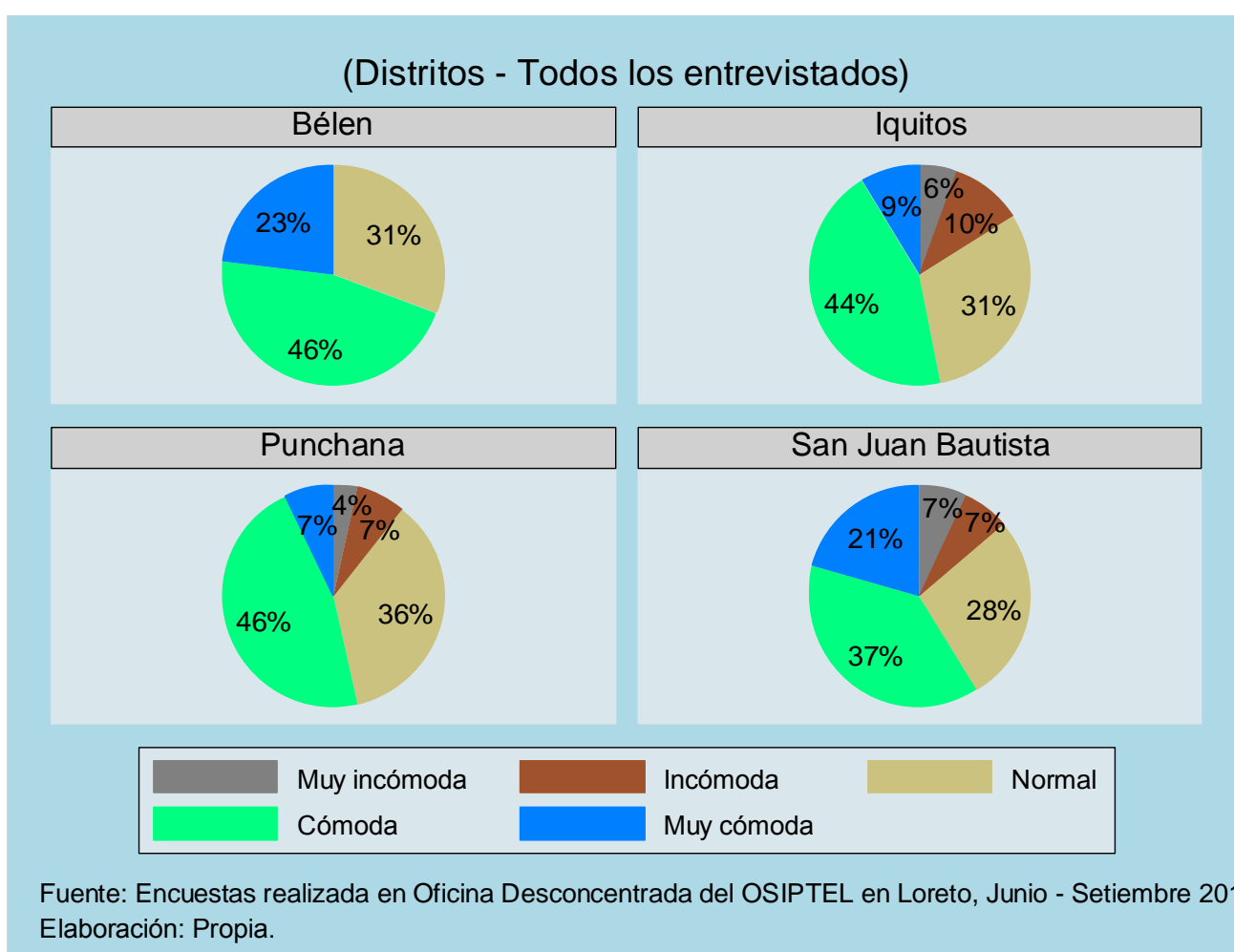
La evaluación de la infraestructura caracterizada por género en base a todos los entrevistados registra un 61% de comodidad por parte de los usuarios masculinos, en comparación de tan sólo un 48% con usuarias femeninas, quienes manifiestan diferentes aspectos como son los espacios de espera, asientos cómodos, aire acondicionado, mobiliario apropiado, cumplen con sus expectativas. Estas evidencias se muestran en el **Gráfico N° 4.20**.

Gráfico N° 4.20. Percepción de los usuarios respecto al entorno físico dispuesto por el OSIPTEL para la atención de las consultas por género



De acuerdo al **Gráfico N° 4.21**, en cuanto a la clasificación de percepción del entorno físico de los usuarios distribuidos por distritos registra la mayor comodidad en 69% el distrito de Belén, y la mayor incomodidad lo manifiestan los usuarios del distrito de Iquitos.

Gráfico N° 4.21. Percepción de los usuarios respecto al entorno físico dispuesto por el OSIPTEL para la atención de las consultas por distritos



4.4. Sub Indicador de Calidad Profesional

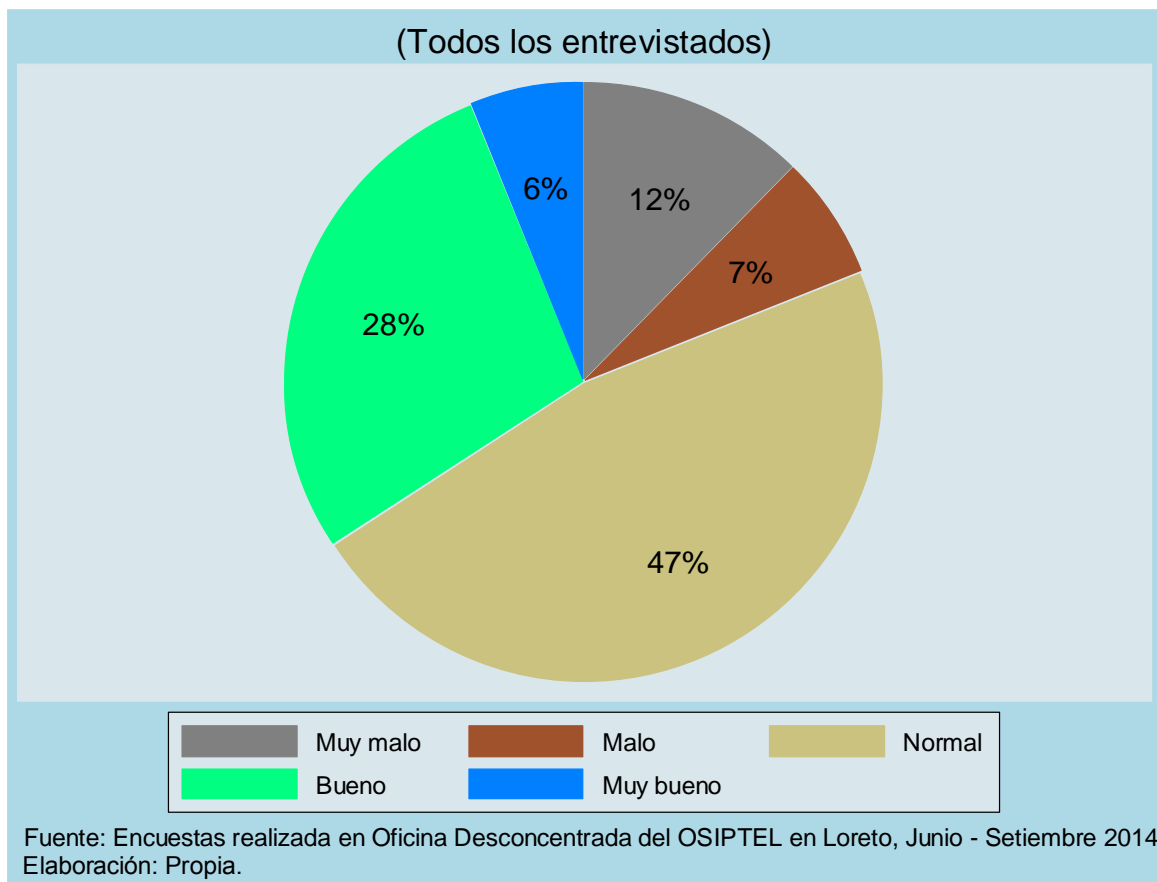
Mide la percepción de los usuarios respecto al nivel profesional de los funcionarios que atendieron su consulta.

El sub indicador de calidad profesional está conformado por los siguientes factores: factor de comprensión y dominio, factor de claridad expositiva, factor de tiempo de consulta, factor de utilidad de la orientación.

4.4.1. Factor Comprensión y Dominio

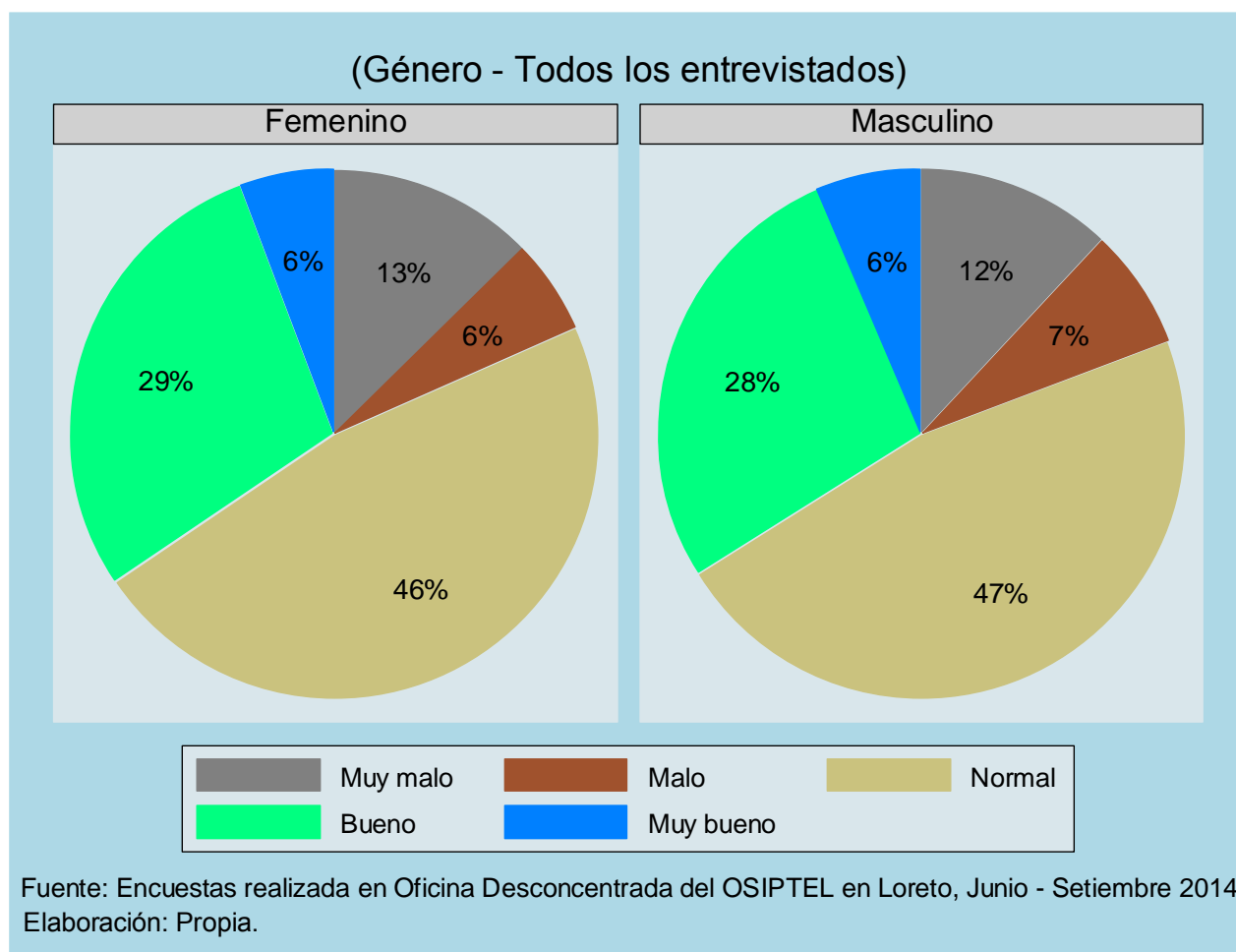
La evaluación de los usuarios indica que existe un alto grado de percepción (81%) en cuanto al nivel de conocimientos de los funcionarios para la atención de sus consultas.

Gráfico N° 4.22. Nivel de conocimientos respecto a los temas que son materia de consulta de los usuarios



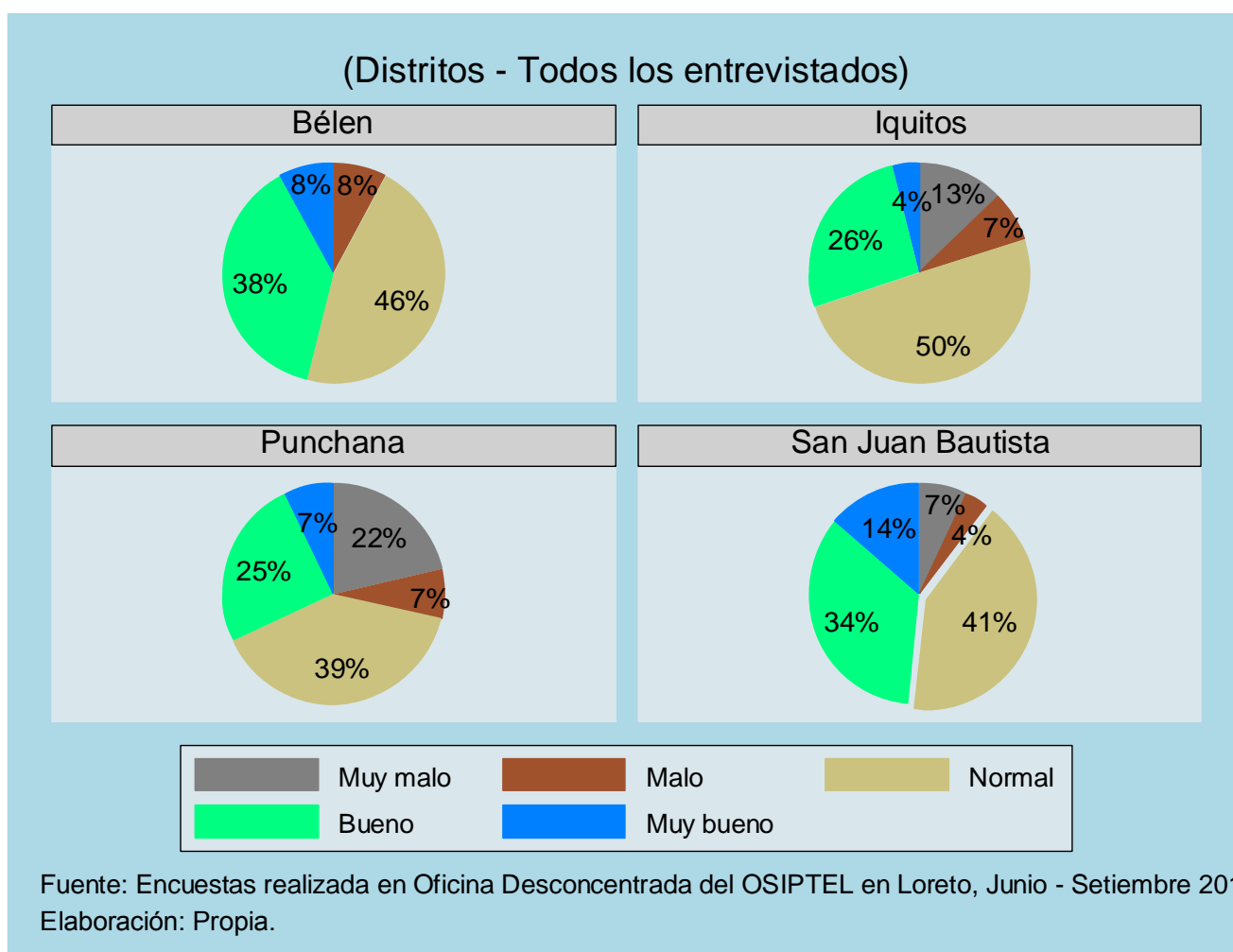
En cuanto al nivel de conocimientos de los funcionarios para la atención de las consultas distribuidos por género, el 66% de los usuarios masculinos evalúa su atención de normal a muy malo. Para el caso de las usuarias femeninas el 35% califica de bueno a muy bueno, tal como se muestra en el **Gráfico N° 4.23**.

Gráfico N° 4.23. Nivel de conocimientos respecto a los temas que son materia de consulta de los usuarios por género



Respecto a la evaluación que hacen los usuarios por distritos mostrados en el **Gráfico N° 4.24**, un 70% de los encuestados del distrito de Iquitos manifiestan que los conocimientos de los funcionarios para la atención de las consultas son malos (suma de los que declaran muy malo, malo y normal). Los usuarios del distrito de San Juan Bautista el 48% califican de bueno a muy bueno al nivel de conocimientos de los funcionarios para la atención de las consultas.

Gráfico N° 4.24. Nivel de conocimientos respecto a los temas que son materia de consulta de los usuarios por distritos

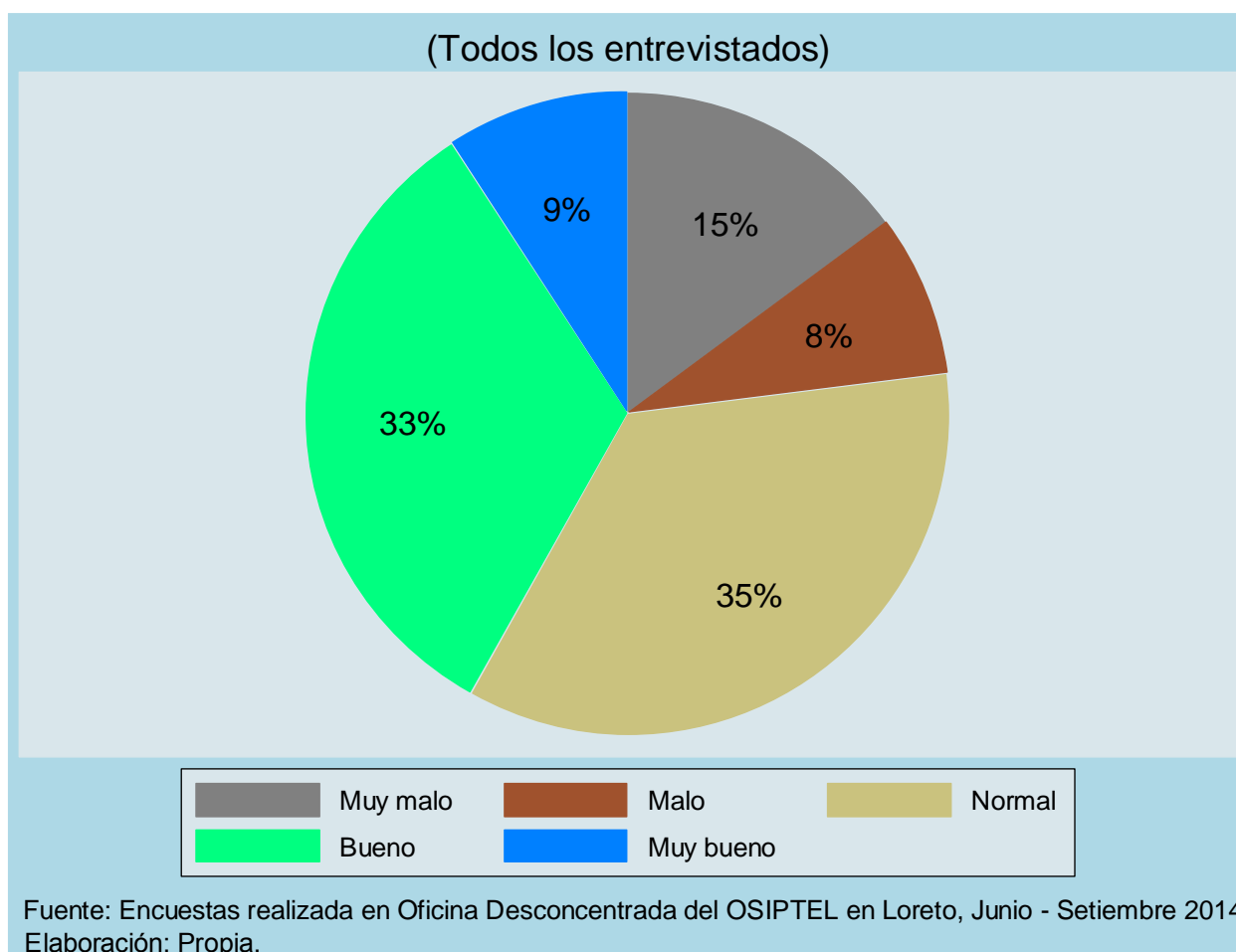


4.4.2. Factor de Claridad Expositiva

Mide la percepción del usuario respecto a la capacidad de comunicación del funcionario que atendió su consulta, es decir, si formuló su respuesta con claridad permitiendo el fácil entendimiento del usuario.

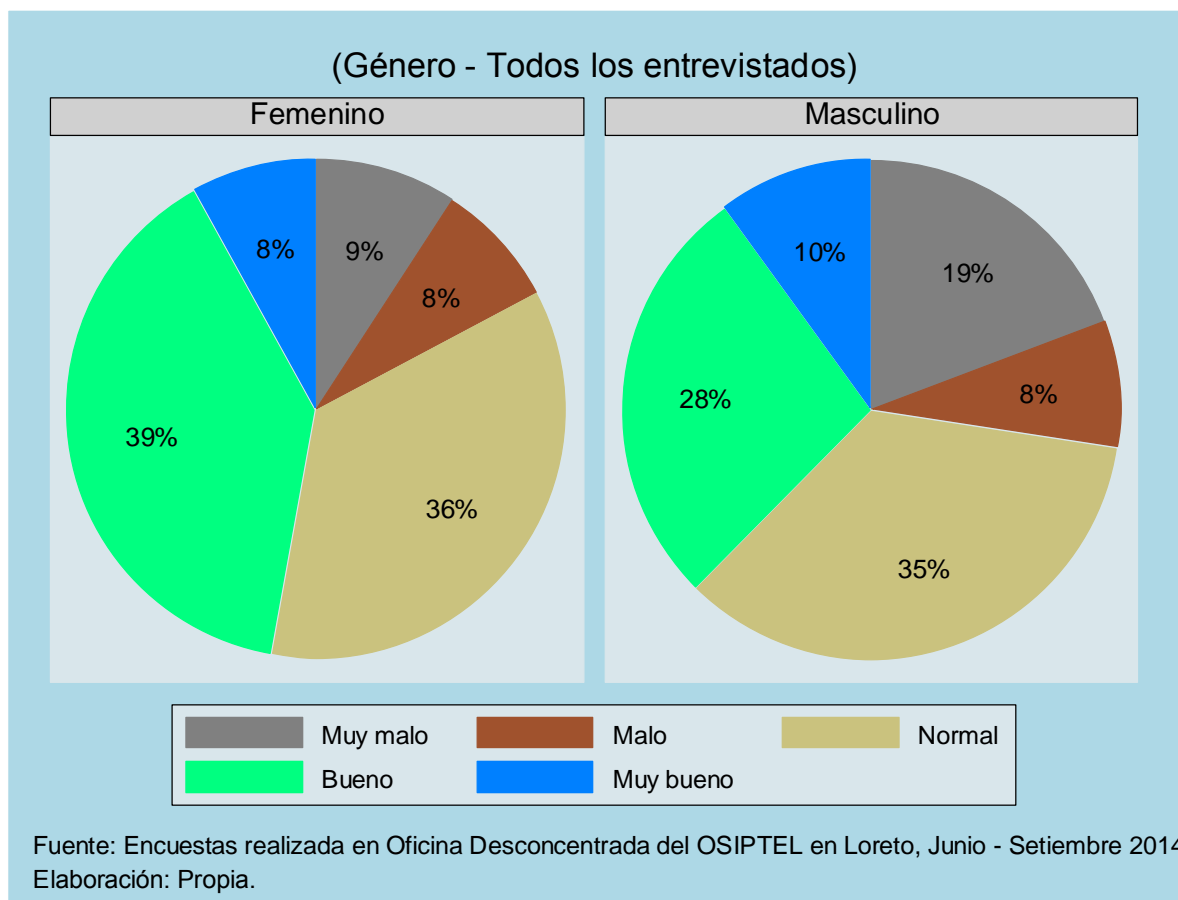
La evaluación de los usuarios indica que existe un alto grado de satisfacción en 77% en cuanto a la claridad expositiva que percibió respecto de los funcionarios para la atención de sus consultas. Estas percepciones se muestran en el **Gráfico N° 4.25**.

Gráfico N° 4.25. Percepción del usuario respecto a la capacidad de comunicación del funcionario que atendió su consulta



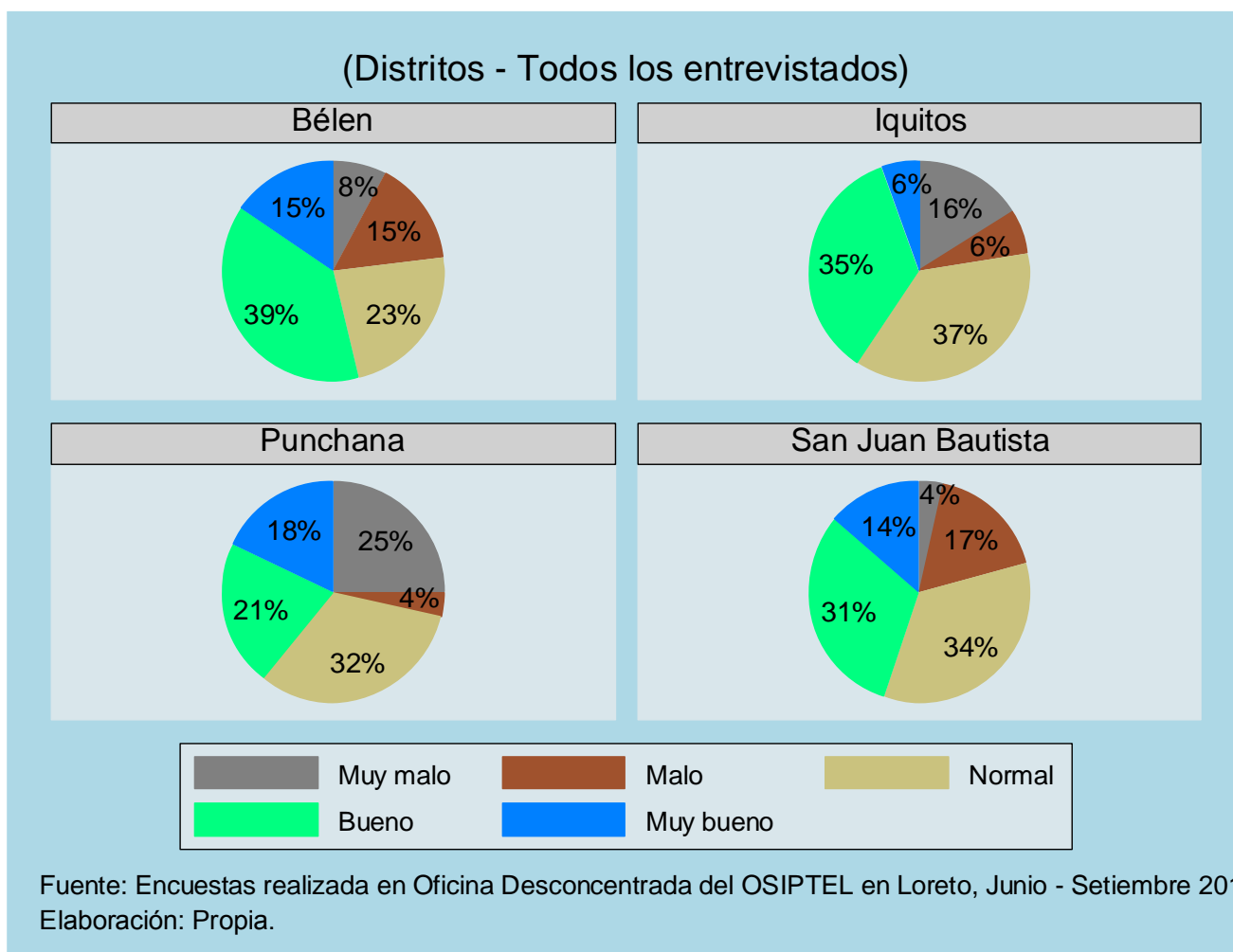
En cuanto a la claridad expositiva de los funcionarios para la atención de las consultas distribuidos por género, el 83% de las usuarias femeninas evalúa este factor en un grado muy alto. Para el caso de los usuarios masculinos el 73% califica de muy bueno, tal como se muestra en el **Gráfico N° 4.26**.

Gráfico N° 4.26. Percepción del usuario respecto a la capacidad de comunicación del funcionario que atendió su consulta por género



Respecto a la evaluación que hacen los usuarios por distritos mostrados en el **Gráfico N° 4.27**, un 79% de los encuestados del distrito de San Juan Bautista manifiestan que la claridad expositiva de los funcionarios para la atención de las consultas son muy buenos. El 29% de los usuarios del distrito de Punchana califican de malo este factor en base a todos los entrevistados.

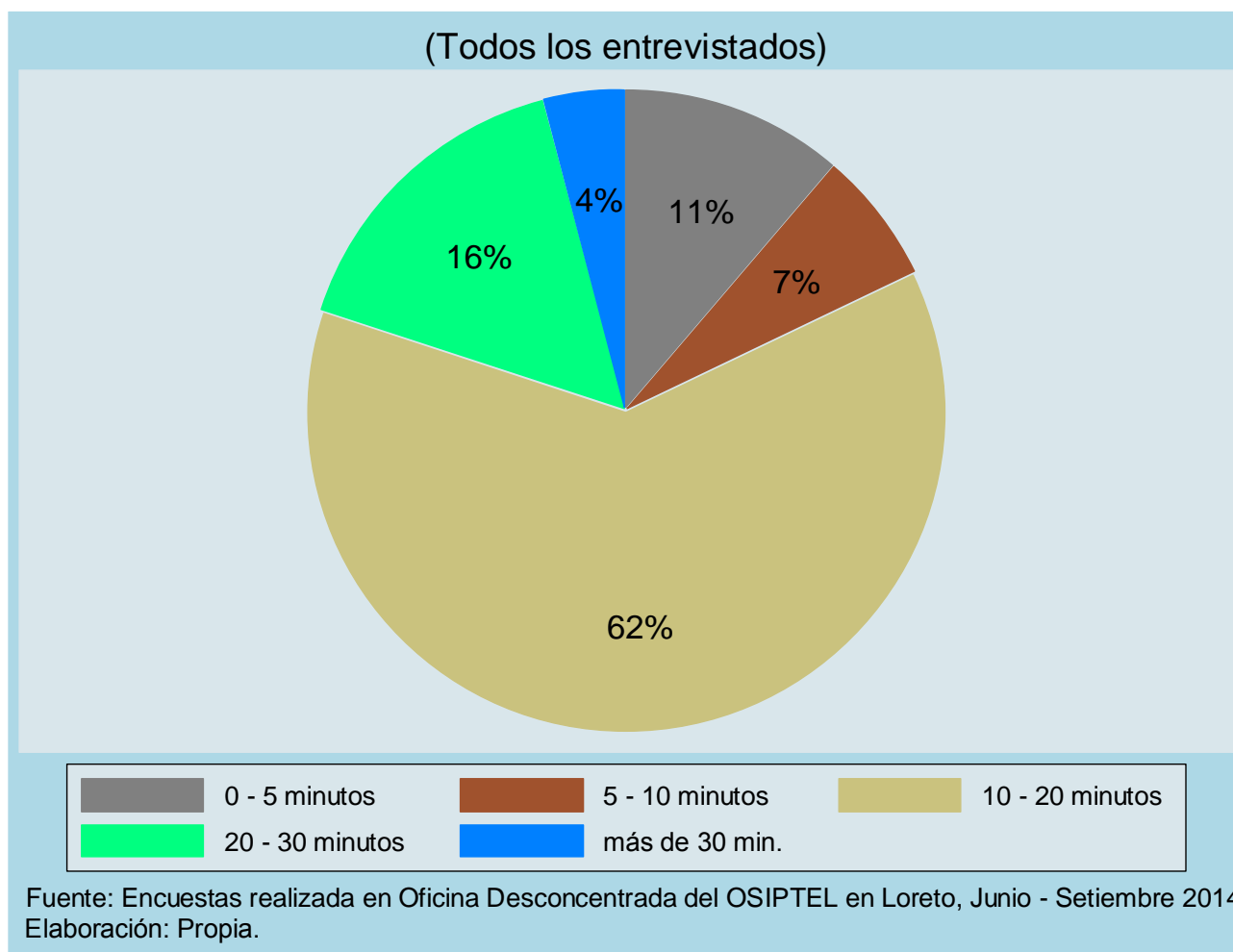
Gráfico N° 4.27. Percepción del usuario respecto a la capacidad de comunicación del funcionario que atendió su consulta por distritos



4.4.3. Factor de Tiempo de Consulta

Los resultados de las encuestas en base a todos los entrevistados del **Gráfico N° 4.28**, muestran que en su mayoría (62%) las atenciones tuvieron una duración entre 10 – 20 minutos. Asimismo, sólo una pequeña cantidad (4%), fue atendida en un tiempo mayor a los 30 minutos.

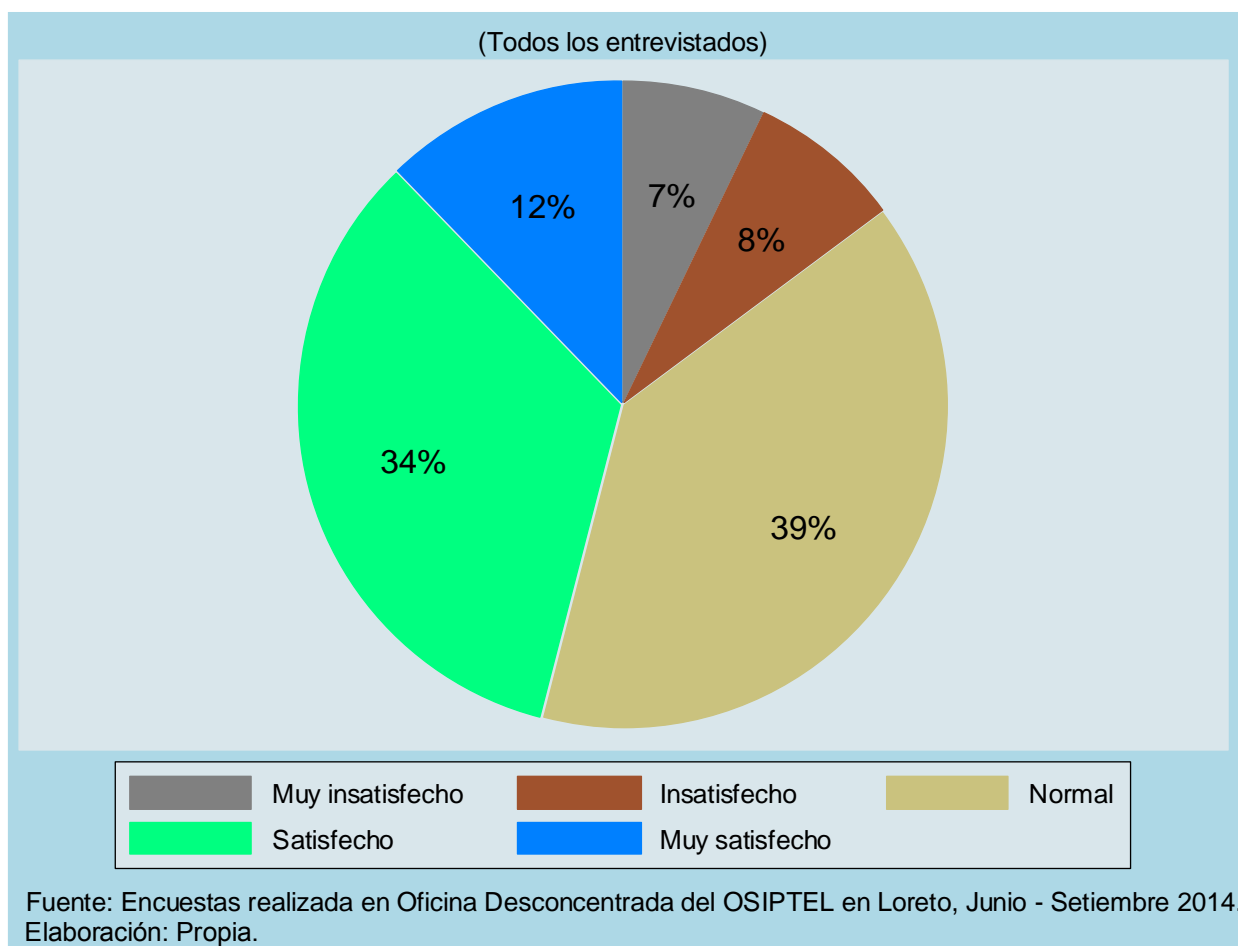
Gráfico N° 4.28. Tiempo de consulta del usuario en la oficina



El factor de percepción del tiempo de duración de la consulta intenta medir el nivel de satisfacción de los usuarios con respecto al tiempo otorgado por el personal de la oficina desconcentrada del OSIPTEL para resolver sus consultas.

Los resultados de las encuestas en base a todos los entrevistados del **Gráfico N° 4.29**, muestran que el 12% se siente muy satisfecho, 34% satisfecho, un poco más de la tercera parte (39%) normal, 8% insatisfecho y 7% muy insatisfecho con respecto al tiempo dedicado en el proceso de su consulta.

Gráfico N° 4.29. Nivel de satisfacción de los usuarios con respecto al tiempo dedicado a la atención

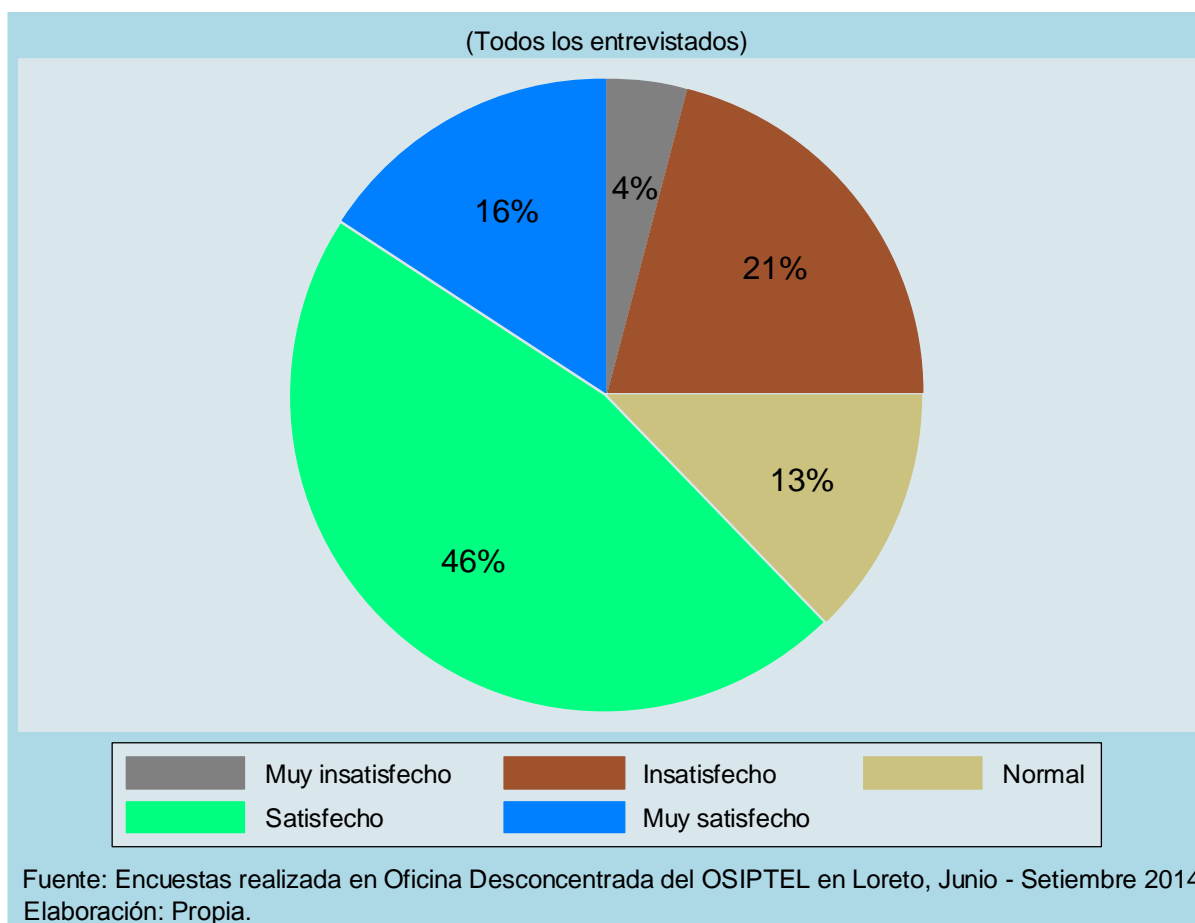


4.4.4. Factor Utilidad de la Orientación

Mide la percepción del usuario respecto a la utilidad de la información brindada por el funcionario que atendió su consulta.

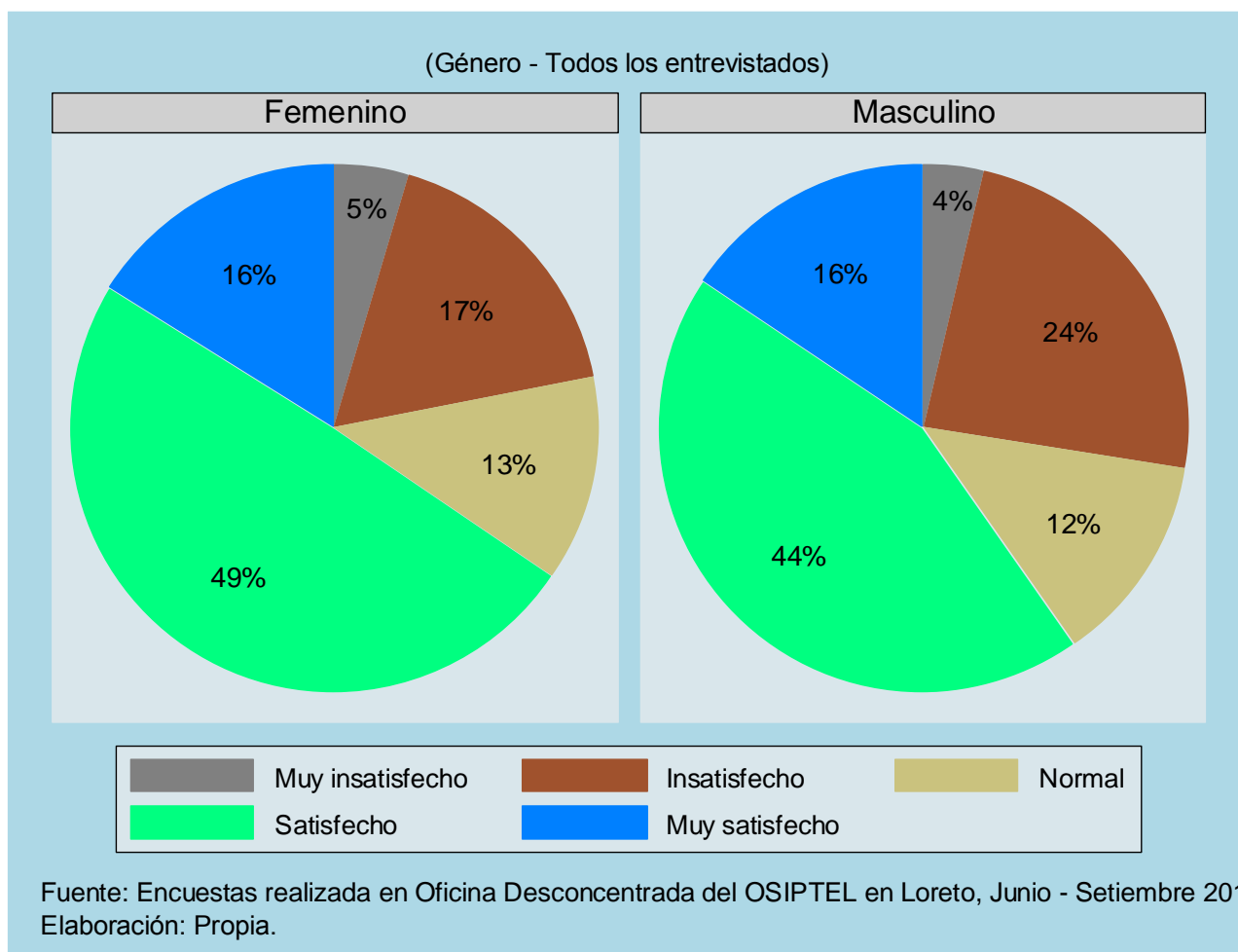
En relación al factor de utilidad de la orientación en el **Gráfico N° 4.30**, muestra un alto grado de satisfacción (75%), lo cual confirma que tarea que se viene realizando en este aspecto es importante y reconocida por los usuarios.

Gráfico N° 4.30. Percepción del usuario respecto a la utilidad de la información brindada por el funcionario que atendió su consulta



En relación al factor de utilidad de la orientación distribuida por género en el **Gráfico N° 4.31**, muestra un alto grado de satisfacción (78%) para las usuarias femeninas y 72% para los usuarios masculinos.

Gráfico N° 4.31. Percepción del usuario respecto a la utilidad de la información brindada por el funcionario que atendió su consulta por género



4.5. Sub Indicador de Calidad Personal

Se mide el nivel de satisfacción de los usuarios con respecto a la capacidad del funcionario que atendió su consulta para generar empatía, así como el trato brindado.

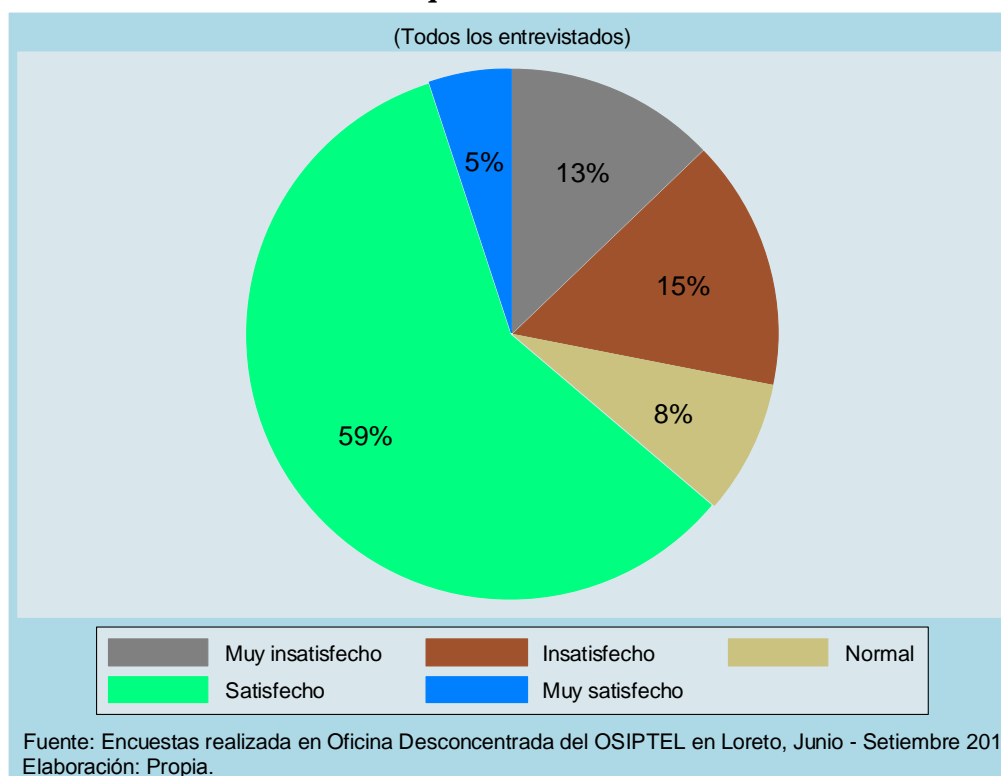
El sub indicador de Calidad Personal está conformado por los siguientes factores: Factor de Amabilidad y el factor de Disposición.

4.5.1. Factor de amabilidad del orientador

Mide cuán satisfecho se encuentra el usuario con el trato recibido por el personal de la oficina desconcentrada del OSIPTEL Loreto.

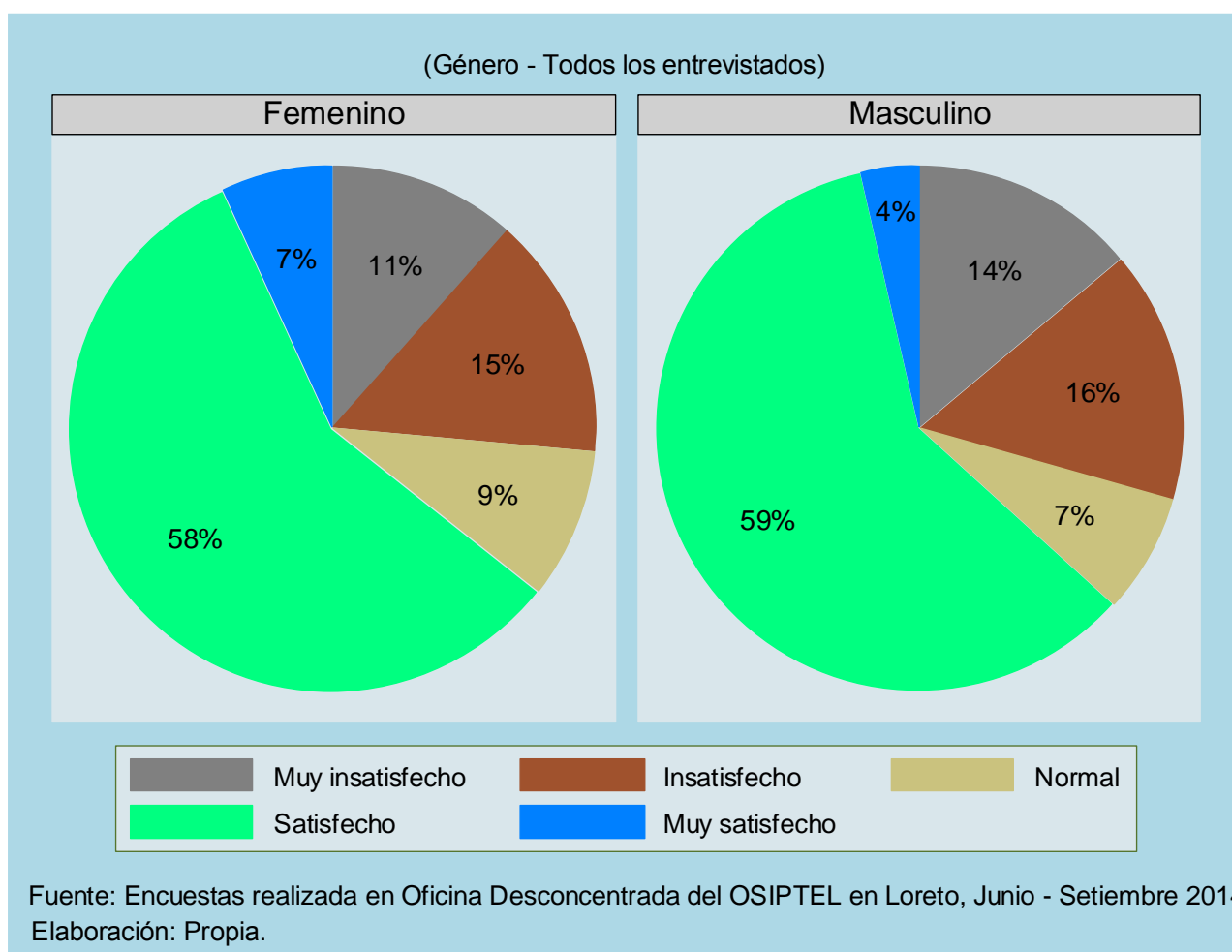
La calificación de los usuarios mostrados en el **Gráfico N° 4.32**, indica que existe un alto (buen) grado de satisfacción en 72%, en cuanto a la percepción del trato brindado en el proceso de su consulta.

Gráfico N° 4.32. Percepción del usuario respecto al trato personal dispensado por el funcionario que atendió su consulta



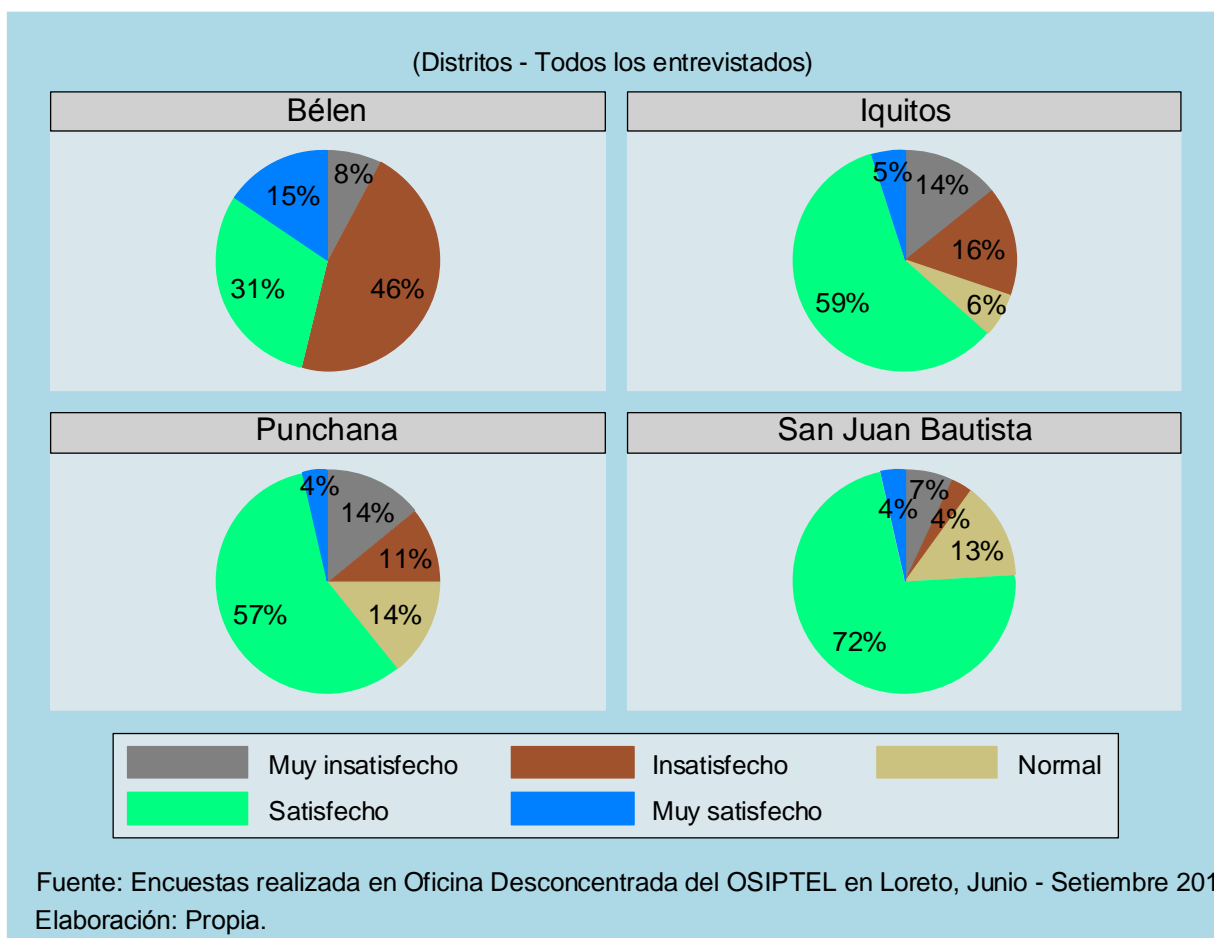
Como se puede evidenciar en el **Gráfico N° 4.33**, en la percepción del usuario respecto al trato del personal atendido por el personal en la oficina desconcentrada del OSIPTEL, las usuarias femeninas han calificado con un alto (buen) grado de satisfacción (74%) y los usuarios masculinos evaluaron en 70% este atributo.

Gráfico N° 4.33. Percepción del usuario respecto al trato personal dispensado por el funcionario que atendió su consulta por género



Los resultados de la percepción del usuario respecto al trato personal en la oficina desconcentrada del OSIPTEL Loreto tal como se observa en el **Gráfico N° 4.34**, en los distritos de Iquitos, Punchana y San Juan Bautista calificaron como alto el grado de satisfacción (70%) para este atributo, siendo el distrito de Belén que muestra un alto grado de insatisfacción del 54%.

Gráfico N° 4.34. Percepción del usuario respecto al trato personal dispensado por el funcionario que atendió su consulta por distritos

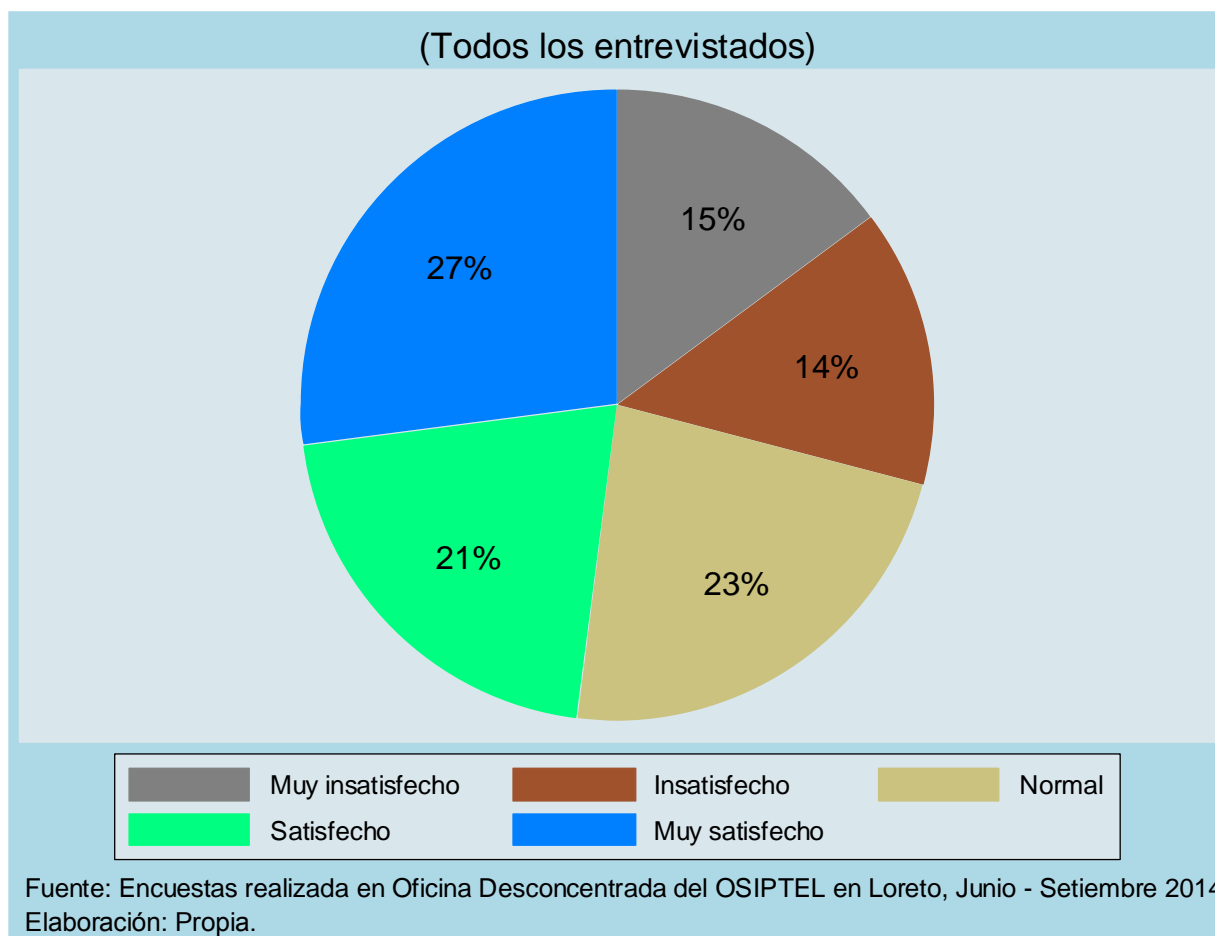


4.5.2. Factor de dedicación/disposición

Mide el interés mostrado en el tema consultado, la disposición y el compromiso por parte del orientador para dar una respuesta apropiada.

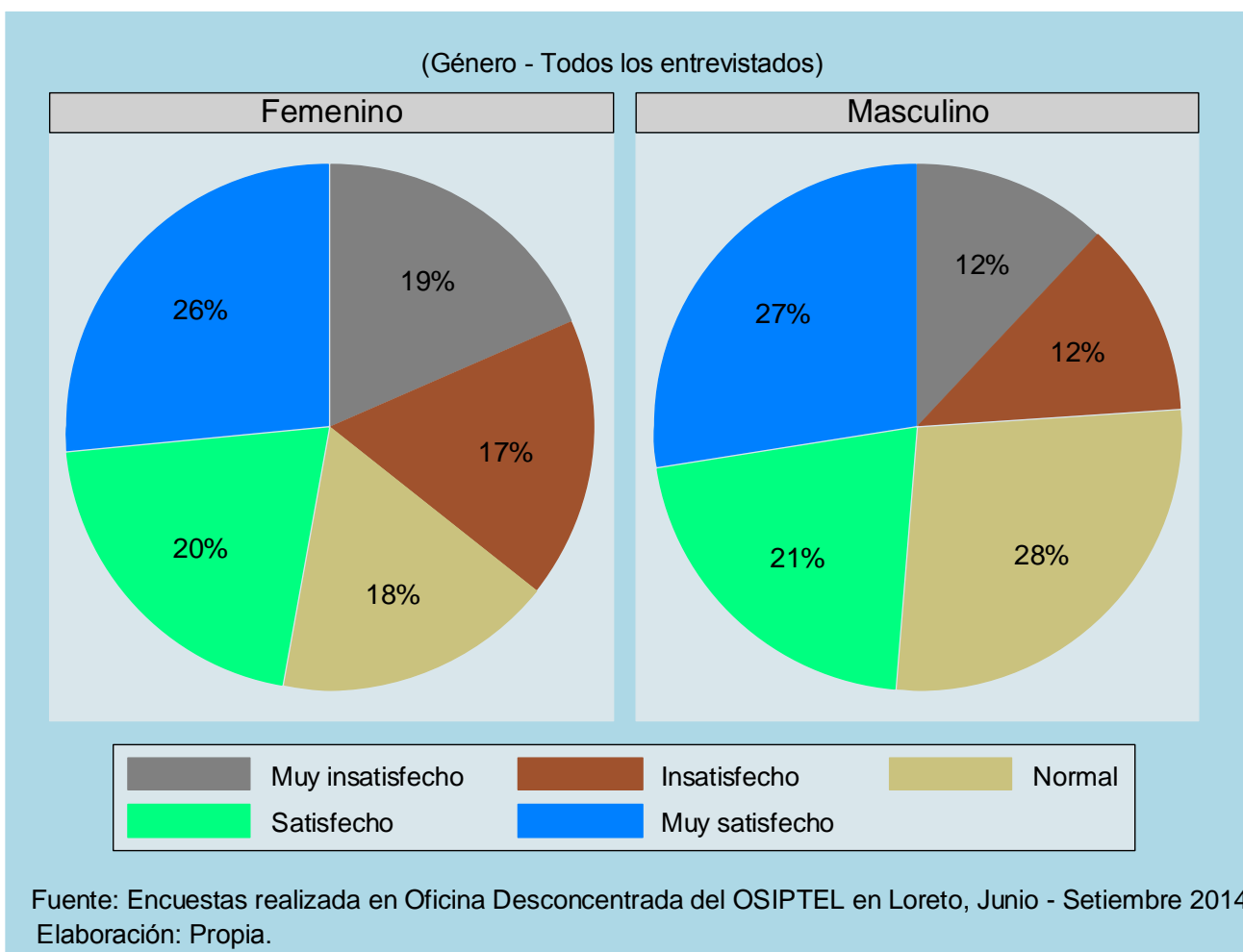
De acuerdo a la información revelada en la encuesta, en cuanto al atributo de dedicación/disposición por parte del orientador en la atención en la oficina desconcentrada del OSIPTEL Loreto, se registra un 71% de usuarios manifiesta un alto grado de satisfacción en la atención de las consultas, como se puede ver en el **Gráfico N° 4.35**. A su vez la insatisfacción de los usuarios también se refleja en un 29%.

Gráfico N° 4.35. Percepción del usuario respecto a la diligencia del funcionario que atendió su consulta



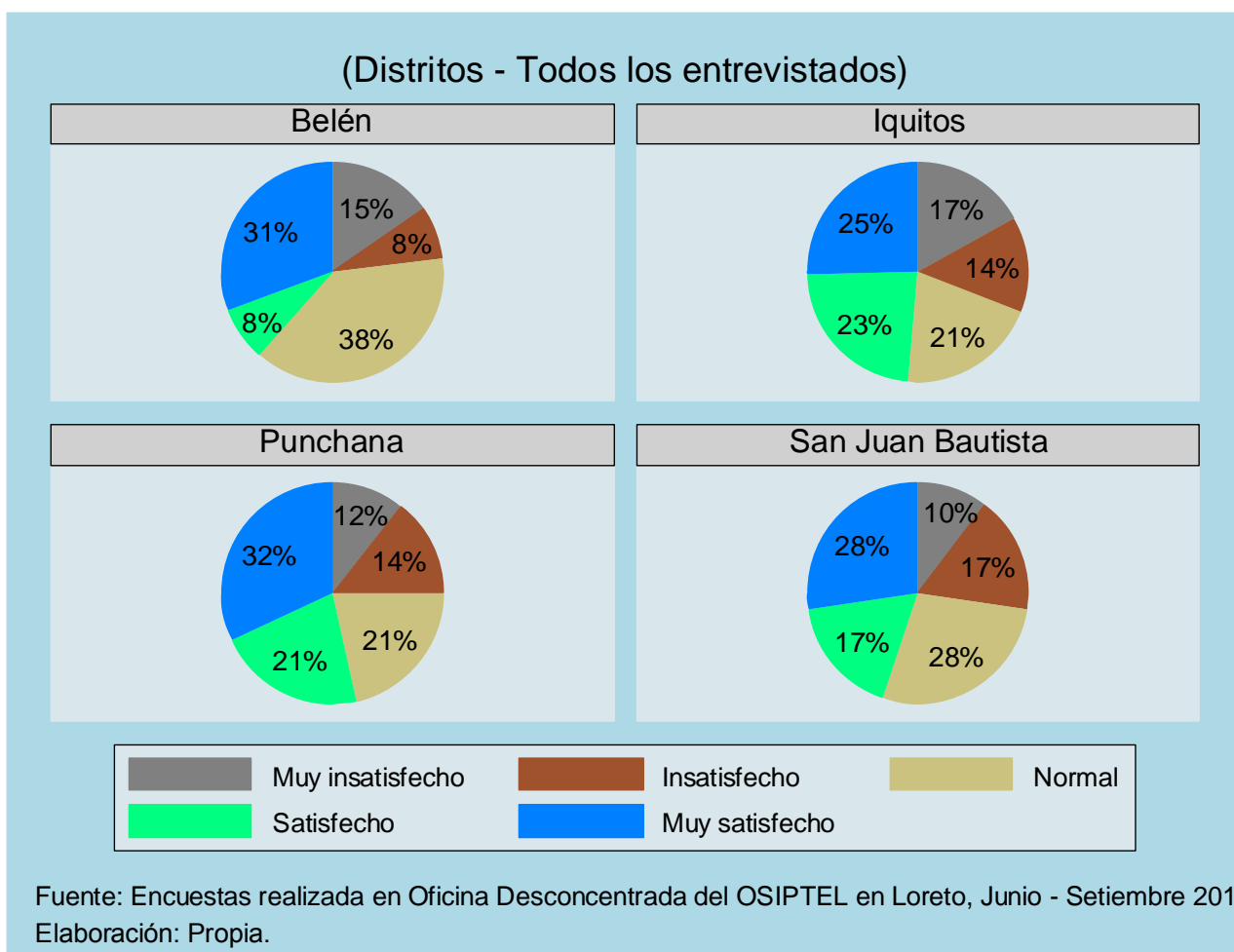
Como se puede evidenciar en el **Gráfico N° 4.36**, el factor de dedicación/disposición por parte del personal de la oficina desconcentrada del OSIPTEL Loreto, la percepción de las usuarias femeninas manifiesta un moderado (normal) grado de satisfacción (64%) y los usuarios masculinos si manifiestan un alto (buen) grado de satisfacción (76%) respecto a este factor.

Gráfico N° 4.36. Percepción del usuario respecto a la diligencia del funcionario que atendió su consulta por género



Los resultados de la percepción del usuario respecto al atributo de dedicación/disposición en la oficina desconcentrada del OSIPTEL Loreto tal como se observa en el **Gráfico N° 4.37**, los distritos de Belén, Punchana y San Juan Bautista han percibido un alto (buen) grado de satisfacción, siendo el distrito de Iquitos el que obtuvo la mayor insatisfacción en 31%.

Gráfico N° 4.37. Percepción del usuario respecto a la diligencia del funcionario que atendió su consulta por distritos



V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Con antecedente el informe N° 119-GPSU/2012 “Calidad de Atención en Oficinas y Centros del OSIPTEL – Primera Medición” se realizó una encuesta personal en Agosto 2012 como parte de su plan institucional considerando diversos indicadores para medir el desempeño del ejercicio 2012, entre los cuales se encontraba el siguiente: “*Establecimiento de parámetros de calidad de atención al cliente en el proceso de orientación a los usuarios a nivel nacional*”, como línea base para el análisis y comparación de la presente investigación.

5.1. Calidad del servicio de atención a usuarios

5.1.1. Comparación del indicador global de calidad de atención

De acuerdo a los resultados mostrados en la **Tabla N° 5.1**, el indicador de Calidad de Atención (calculado en base al promedio simple) en la oficina desconcentrada del OSIPTEL Loreto, es de 3.4 puntos ubicándose la calificación de los usuarios a nivel nacional por encima de este valor en 4.3 puntos donde el máximo valor asignable es 5.

5.1.2. Contrastación del indicador global de calidad de atención

El criterio que se siguió para interpretar los resultados de la encuesta con una escala de Likert de 5 puntos fue: respuestas mayores o iguales a 3.5 son consideradas como adecuadas (aceptables), y respuestas menores a 3.5 se consideraron como no adecuados (no aceptables). Este rango se definió con el propósito de que aquellos factores o atributos de la calidad en el servicio que brinda la oficina desconcentrada del OSIPTEL Loreto, cuyo valor fuera entre 3.0 y 3.5, que pudieran catalogarse como normales (regulares), también sean tomados en cuenta como áreas de oportunidad para lograr un nivel más alto de satisfacción.

Tabla N° 5.1. Promedio general de los factores/atributos

Indicadores	Preguntas	Promedio	Desviación Estándar
Instalaciones	a).- ¿Qué tan fácil se le hizo llegar a nuestra Oficina?	4.122	1.196
	b).- ¿Cómo califica usted la comodidad de nuestras instalaciones?	3.474	0.979
Calidad Profesional	c).- ¿Cómo califica usted el nivel de conocimiento de la persona que lo atendió respecto al tema consultado?	3.092	1.039
	d).- ¿Cómo califica usted la claridad del lenguaje utilizado por la persona que lo atendió?	3.133	1.165
	f).- ¿Qué tan satisfecho se encuentra respecto al tiempo dedicado a la atención de su consulta?	3.362	1.031
	g).- ¿Qué tan satisfecho se encuentra respecto a la información brindada durante su consulta?	3.490	1.112
Calidad Personal	h).- ¿Qué tan satisfecho se encuentra respecto a la amabilidad en la atención brindada?	3.281	1.176
	i).- ¿Qué tan satisfecho se encuentra respecto a la dedicación/disposición mostrada por la persona que lo atendió al momento de resolver su consulta?	3.311	1.392
Promedio		3.408	1.136

Fuente: Encuestas realizada en Oficina Desconcentrada del OSIPTEL en Loreto, Junio – Setiembre 2014.

Elaboración: Propia.

Para evaluar la calidad del servicio brindado en la atención a los usuarios de la oficina desconcentrada del OSIPTEL Loreto, se planteó la prueba de hipótesis.

Hipótesis Nula:

H₀: La oficina desconcentrada del OSIPTEL Loreto brinda un adecuado servicio de calidad de atención a los usuarios.

$$H_0: \mu \geq 3.5$$

Hipótesis Alternativa:

H₁: La oficina desconcentrada del OSIPTEL Loreto no brinda un adecuado servicio de calidad de atención a los usuarios.

$$H_1: \mu < 3.5$$

Para una muestra de 196 ($n \geq 30$), el estadístico más apropiado es la prueba Z (distribución normal estándar).

Para un valor de significancia de $\alpha = 0.05$

El valor de $Z = -1.645$ (de acuerdo a valores en tablas)

El valor calculado de Z es:

$$Z = \frac{\bar{X} - \mu}{\sigma/\sqrt{n}}$$

Donde:

\bar{X} : Media de todos los promedios de factores o atributos

μ : Valor de la media poblacional

σ : Desviación estándar

n: Número de encuestados

$$Z = \frac{\bar{X} - \mu}{\sigma/\sqrt{n}} = \frac{3.408 - 3.5}{1.136/\sqrt{196}} = \frac{-0.092}{0.081} = -1.132$$

Al comparar el valor calculado ($Z_c = -1.132$) con el valor de tabla ($Z_\alpha = -1.645$). Puesto que $Z_c > Z_\alpha$, se acepta (no se rechaza) la hipótesis nula “La oficina desconcentrada del OSIPTEL Loreto brinda un adecuado servicio de calidad de atención a los usuarios”.

5.2. Grado de satisfacción de los usuarios por las instalaciones de la oficina desconcentrada del OSIPTEL Loreto.

5.2.1. Comparación del factor instalaciones

Si comparamos el resultado mostrado en la **Tabla N° 5.2**, el subindicador de instalaciones (calculado en base al promedio simple) en la oficina desconcentrada del OSIPTEL Loreto, es de 3.8 puntos una calificación de los usuarios muy similar a nivel nacional en 3.9 puntos, observando un ligera brecha y mejorar este atributo para el año 2015.

5.2.2. Contratación del factor instalaciones

El criterio que se siguió para interpretar los resultados de la encuesta con una escala de Likert de 5 puntos fue: respuestas mayores o iguales a 3.5 son consideradas como alto (buen) grado de satisfacción, y respuestas menores a 3.5 se consideraron como de moderada (normal) satisfacción.

El promedio del factor instalaciones (promedio de las preguntas “a” y “b”) fue de 3.8 puntos, valor por encima del promedio general de 3.4 puntos mostrado en la **Tabla N° 5.2.**

Tabla N° 5.2. Promedio del factor instalaciones

Indicadores	Preguntas	Promedio	Desviación Estándar
Instalaciones	a).- ¿Qué tan fácil se le hizo llegar a nuestra Oficina?	4.122	1.196
	b).- ¿Cómo califica usted la comodidad de nuestras instalaciones?	3.474	0.979
Promedio		3.798	1.088

Fuente: Encuestas realizada en Oficina Desconcentrada del OSIPTEL en Loreto, Junio – Setiembre 2014.
Elaboración: Propia.

Para determinar si existe algún grado de satisfacción de los usuarios por las instalaciones de la oficina desconcentrada del OSIPTEL Loreto, se planteó la prueba de hipótesis.

Hipótesis Nula:

H₀: Existe un alto (buen) grado de satisfacción de los usuarios por las instalaciones de la oficina desconcentrada del OSIPTEL Loreto.

$$H_0: \mu \geq 3.5$$

Hipótesis Alternativa:

H₁: Existe un moderado (normal) grado de satisfacción de los usuarios por las instalaciones de la oficina desconcentrada del OSIPTEL Loreto.

$$H_1: \mu < 3.5$$

Para un valor de significancia de $\alpha = 0.05$

El valor de $Z = -1.645$ (de acuerdo a valores en tablas)

El valor calculado de Z es:

$$Z = \frac{\bar{X} - \mu}{\sigma/\sqrt{n}} = \frac{3.798 - 3.5}{1.088/\sqrt{196}} = \frac{0.298}{0.078} = 3.842$$

Al comparar el valor calculado ($Z_c = 3.842$) con el valor de tabla ($Z_\alpha = -1.645$). Puesto que $Z_c > Z_\alpha$, se acepta (no se rechaza) la hipótesis nula “Existe un alto (buen) grado de satisfacción de los usuarios por las instalaciones de la oficina desconcentrada del OSIPTEL Loreto”.

5.3. Percepción de los usuarios por la calidad profesional del personal de la oficina desconcentrada del OSIPTEL Loreto.

5.3.1. Comparación de la calidad profesional

Si comparamos el resultado mostrado en la **Tabla N° 5.3**, el subindicador de la calidad profesional (calculado en base al promedio simple) del personal de la oficina desconcentrada del OSIPTEL Loreto, observamos una brecha importante de casi un punto, ubicándose tan sólo en 3.3 puntos para la oficina desconcentrada Loreto comparado con los 4.3 puntos a nivel nacional. Estando en un nivel moderado de percepción debe tenerse como una oportunidad para que esta área logre un nivel más alto de satisfacción.

5.3.2. Contrastación de la calidad profesional

El criterio que se siguió para interpretar los resultados de la encuesta con una escala de Likert de 5 puntos fue: respuestas mayores o iguales a 3.5 son consideradas como alto (buen) nivel de percepción, y respuestas menores a 3.5 se consideraron como de moderada (normal) nivel de percepción.

El promedio del factor calidad profesional del personal (promedio de las preguntas “c”, “d”, “f” y “g”) fue de 3.3 puntos, valor por debajo del promedio general de 3.4 puntos mostrado en la **Tabla N° 5.3**.

Tabla N° 5.3. Promedio del factor calidad profesional

Indicadores	Preguntas	Promedio	Desviación Estándar
Calidad Profesional	c).- ¿Cómo califica usted el nivel de conocimiento de la persona que lo atendió respecto al tema consultado?	3.092	1.039
	d).- ¿Cómo califica usted la claridad del lenguaje utilizado por la persona que lo atendió?	3.133	1.165
	f).- ¿Qué tan satisfecho se encuentra respecto al tiempo dedicado a la atención de su consulta?	3.362	1.031
	g).- ¿Qué tan satisfecho se encuentra respecto a la información brindada durante su consulta?	3.490	1.112
Promedio		3.269	1.087

Fuente: Encuestas realizada en Oficina Desconcentrada del OSIPTEL en Loreto, Junio – Setiembre 2014.
Elaboración: Propia.

Para determinar si existe algún nivel de percepción de los usuarios por la calidad profesional del personal de la oficina desconcentrada del OSIPTEL Loreto, se planteó la prueba de hipótesis.

Hipótesis Nula:

H₀: Existe un alto (buen) nivel de percepción de los usuarios por la calidad profesional del personal de la oficina desconcentrada del OSIPTEL Loreto.

$$H_0: \mu \geq 3.5$$

Hipótesis Alternativa:

H₁: Existe un moderado (normal) nivel de percepción de los usuarios por la calidad profesional del personal de la oficina desconcentrada del OSIPTEL Loreto.

$$H_1: \mu < 3.5$$

Para un valor de significancia de $\alpha = 0.05$

El valor de $Z = -1.645$ (de acuerdo a valores en tablas)

El valor calculado de Z es:

$$Z = \frac{\bar{X} - \mu}{\sigma/\sqrt{n}} = \frac{3.269 - 3.5}{1.087/\sqrt{196}} = \frac{-0.231}{0.078} = -2.975$$

Al comparar el valor calculado ($Z_c = -2.975$) con el valor de tabla ($Z_\alpha = -1.645$). Puesto que $Z_c < Z_\alpha$, se acepta la hipótesis alternativa “Existe un moderado (normal) nivel de percepción de los usuarios por la calidad profesional del personal de la oficina desconcentrada del OSIPTEL Loreto”.

5.4. Satisfacción de los usuarios por la calidad personal de atención del trabajador de la oficina desconcentrada del OSIPTEL Loreto.

5.4.1. Comparación de la calidad personal

Si comparamos el resultado mostrado en la **Tabla N° 5.4**, el subindicador de la calidad personal (calculado en base al promedio simple) del trabajador de la oficina desconcentrada del OSIPTEL Loreto, observamos una brecha levemente negativa, ubicándose tan sólo en 3.3 puntos para la oficina desconcentrada Loreto comparado con los 3.9 puntos a nivel nacional. Con este resultado de moderada percepción se tiene que aplicar sistemas de mejoras graduales para que esta área logre un nivel más alto de satisfacción.

5.4.2. Contrastación de la calidad personal

El criterio que se siguió para interpretar los resultados de la encuesta con una escala de Likert de 5 puntos fue: respuestas mayores o iguales a 3.5 son consideradas como alto (buen) grado de satisfacción, y respuestas menores a 3.5 se consideraron como de moderada (normal) satisfacción.

El promedio del factor calidad profesional del personal (promedio de las preguntas “h” e “i”) fue de 3.3 puntos, valor por debajo del promedio general de 3.4 puntos mostrado en la Tabla N° 5.4.

Tabla N° 5.4. Promedio del factor calidad personal

Indicadores	Preguntas	Promedio	Desviación Estándar
Calidad Personal	h).- ¿Qué tan satisfecho se encuentra respecto a la amabilidad en la atención brindada?	3.281	1.176
	i).- ¿Qué tan satisfecho se encuentra respecto a la dedicación/disposición mostrada por la persona que lo atendió al momento de resolver su consulta?	3.311	1.392
Promedio		3.296	1.284

Fuente: Encuestas realizada en Oficina Desconcentrada del OSIPTEL en Loreto, Junio – Setiembre 2014.
Elaboración: Propia.

Para determinar si existe algún grado de satisfacción de los usuarios por la calidad personal del trabajador de la oficina desconcentrada del OSIPTEL Loreto, se planteó la prueba de hipótesis.

Hipótesis Nula:

H₀: Existe un alto (buen) grado de satisfacción de los usuarios por la calidad personal del trabajador de la oficina desconcentrada del OSIPTEL Loreto.

$$H_0: \mu \geq 3.5$$

Hipótesis Alternativa:

H₁: Existe un moderado (normal) grado de satisfacción de los usuarios por la calidad personal del trabajador de la oficina desconcentrada del OSIPTEL Loreto.

$$H_1: \mu < 3.5$$

Para un valor de significancia de $\alpha = 0.05$

El valor de Z = -1.645 (de acuerdo a valores en tablas)

El valor calculado de Z es:

$$Z = \frac{\bar{X} - \mu}{\sigma/\sqrt{n}} = \frac{3.296 - 3.5}{1.284/\sqrt{196}} = \frac{-0.204}{0.092} = -2.225$$

Al comparar el valor calculado ($Z_c = -2.225$) con el valor de tabla ($Z_\alpha = -1.645$). Puesto que $Z_c < Z_\alpha$, se acepta la hipótesis alternativa “Existe un moderado (normal) grado de satisfacción de los usuarios por la calidad personal del trabajador de la oficina desconcentrada del OSIPTEL Loreto.

VI. CONCLUSIONES

A continuación se da respuesta a los objetivos planteados al inicio de esta investigación, dando a conocer cómo los usuarios perciben la calidad de los servicios prestados por la oficina desconcentrada del OSIPTEL Loreto y el nivel de satisfacción referido a los mismos, detallando sobre las distintas dimensiones referidas a calidad de atención y satisfacción de los usuarios. Pudiendo así contribuir a mejorar la gestión de la oficina desconcentrada, en el mediano y largo plazo, y por consiguiente tratar de mejorar el nivel de calidad de servicio que se brinda en la región de Loreto.

1. El resultado más importante con respecto a la *calidad del servicio* de atención a usuarios es el siguiente:
 - En base a todos los usuarios entrevistados la percepción se encuentra en el rango de satisfacción baja (62%), siendo una escala de calificación que podría considerarse como adecuado para el usuario pero no suficiente respecto al servicio recibido en todo el proceso en la oficina desconcentrada del OSIPTEL Loreto.

2. Los resultados más resaltantes con respecto al sub indicador de *instalaciones* son los siguientes:
 - Factor acceso: Es un atributo preponderante bien calificado, determinándose un alto grado de satisfacción (75%) de los usuarios que consideran muy fácil ubicar las instalaciones de la oficina desconcentrada del OSIPTEL Loreto.

 - Factor comodidad: La percepción de los usuarios respecto al entorno físico dispuesto por la oficina desconcentrada del OSIPTEL Loreto para la atención de las consultas, tienen un alto (buen) grado de satisfacción (86%) cumpliendo con sus expectativas de comodidad.

3. Los resultados más resaltantes con respecto al sub indicador de *calidad profesional* son los siguientes:

- Factor de comprensión y dominio: El nivel de conocimientos respecto a los temas que son materia de consulta de los usuarios de la oficina desconcentrada del OSIPTEL Loreto tienen un alto (buen) nivel de percepción (81%) para la dimensión de comprensión y dominio.
- Factor de claridad expositiva: Existe un alto (buen) nivel de la percepción (77%) del usuario respecto a la capacidad de comunicación del funcionario que atendió su consulta, es decir, que formuló su respuesta con claridad permitiendo el fácil entendimiento del usuario.
- Factor de tiempo de consulta: El 62 % de usuarios que asistieron a las atenciones personales en la oficina desconcentrada del OSIPTEL indicaron haber recibido una atención en el rango de 10 a 20 minutos. Existe un alto nivel de satisfacción (85%) de los usuarios con respecto al tiempo dedicado a la atención.
- Factor utilidad de la orientación: Existe un alto nivel de percepción (75%) del usuario respecto a la utilidad de la información brindada por el funcionario que atendió su consulta, lo cual confirma que la tarea que viene realizando el personal de la oficina desconcentrada del OSIPTEL es importante y reconocida por los usuarios.

4. Los resultados más resaltantes con respecto al sub indicador de *calidad personal* son los siguientes:

- Factor amabilidad: Existe un alto (buen) grado de satisfacción (72%) del usuario respecto al trato personal dispensado por el funcionario que atendió su consulta, es decir, lo satisfecho que se encuentra con el trato recibido.

- Factor dedicación/disposición: Existe un alto (buen) grado de satisfacción (71%) del usuario respecto a la diligencia del funcionario que atendió su consulta para la atención de ésta, es decir, el interés mostrado en el tema consultado, la disposición y el compromiso por parte del orientador para dar una respuesta apropiada.

VII. RECOMENDACIONES

1. Recomendamos a la Gerencia de Protección y Servicio al Usuario (GPSU) del OSIPTEL tomar como referencia los resultados obtenidos de esta investigación para mediciones futuras del nivel de satisfacción (percepción) de los usuarios con respecto al servicio de atención de consultas brindado por la oficina desconcentrada de Loreto.
2. Buscar medios a través de los cuales se pueda asegurar la estabilidad en la señal del servicio de telefonía celular, pues esta es la principal razón que afecta la satisfacción del usuario con su operador.
3. Mayor difusión de la labor del OSIPTEL como ente regulador y aliado de los usuarios ante problemas con los operadores del servicio de telecomunicaciones, principalmente en las zonas rurales, pues es allí donde hay menor presencia de oficinas de atención al cliente de las empresas.
4. Se recomienda programar y capacitar al personal en el corto y mediano plazo en talleres de calidad en la atención del usuario para un trato cordial en todo el proceso de consulta en la oficina desconcentrada del OSIPTEL Loreto.
5. Se propone a la Gerencia de Protección y Servicio al Usuario (GPSU) del OSIPTEL en el largo plazo el desarrollo de un manual de calidad en la atención al usuario para estandarizar los procedimientos de atención.
6. Se recomienda programar y capacitar en el corto plazo a los profesionales en temas de marco normativo de usuarios, procedimientos administrativos del ente regulador y casuística.
7. Se propone como meta para el plan operativo 2015 *“Incrementar en 3% el porcentaje de usuarios satisfechos con la atención brindada por la oficina desconcentrada del OSIPTEL Loreto”*.

VIII. Referencias Bibliográficas

1. **Stoner, James A. F., Freeman, R. Edward y Gilbert, JR., Daniel R.** *Administración*. Mexico: Prentice - Hall Hispanoamericana, S.A., 1996. 0-13-108747-9.
2. **Berenguel Soria, Manuel y Rodríguez Díaz, Francisco.** *Técnicas de predicción con aplicaciones en ingeniería*. España: s.n., 2006.
3. **González Casanova, Pablo y Roitman Rosenmann, Marcos.** *La formación de conceptos en ciencias y humanidades*. México: Cerro del agua, 2006.
4. **Cortes Morales, Roberto.** *Introducción al análisis de sistemas y la ingeniería de Software*. San José: Universidad estatal a distancia, 2006.
5. **Fernández Alarcón, Vicenc.** *Desarrollo de sistemas de información: una metodología basada en el modelado*. Barcelona: UPC, 2006.
6. **Pablos Heredero, Carmen de.** *Informática y comunicaciones en la empresa*. Madrid: ESIC, 2006.
7. **Pérez Fernández De Velasco, José Antonio.** *Gestión por procesos*. Madrid: ESIC, 2009.
8. **Johansen, Oscar.** *Introducción a la teoría general de sistema*. México: Limusa, 2006.
9. **Rodríguez Valencia, Joaquín.** *Administración I*. México: Cengage Learning, 2006.
10. **Martín, James.** *Sistemas de Información*. Buenos Aires: 1a ed. Ed. El Ateneo, 1989.

11. *Knowledge management systems for business*. **Thierauf, Robert J.** Noviembre 18, Wall Street Journal: Business & Economics, 1996.
12. **Raymond McLeod, Jr.** *Sistemas de Información Gerencial*. México: Prentice Hall Hispanoamericano, S.A., 2000. 970-17-0255-7.
13. **F. Stoner, James A., Freeman, R. Edward y Gilbert Jr., Daniel R.** *Administración*. s.l.: Pearson Educación. S.A., 2006.
14. **Weitzenfeld Rider, Alfredo.** *Ingeniería de Software Orientada a Objetos con UML, Java e Internet*. México D.F.: Ediciones Paraninfo, 2006.
15. **Real Academia Española,** Diccionario de la Lengua Española. *Diccionario de la Lengua Española - Vigésima segunda edición*. Madrid, España: s.n., 2009.
16. **Pérez Fernández De Velasco, José Antonio.** *Gestión por procesos*. Madrid: ESIC, 2009.
17. **Hitt Hitt, Michael A. y De Lara Choy, Maria Isabel.** *Administración*. Madrid: Pearson Educación S.A., 2006.
18. **Rodríguez Valencia, Administración I.** México: Cengage Learning, 2006.
19. **Welsch, Hilton y Gordon.** *El Proceso Administrativo*. México: Editorial Prentice Hall.
20. **Velaz, M.** *Imagen de la ciencia, prácticas y hábitos científicos de los investigadores en ciencias de la educación*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid, 1996.
21. **Koulaidis, V y Ogborn, J.** *Philosophy of science: an empirical study of teachers' views*. sol.: International Journal of Science Education, 1989.

22. **Fourez, G.** *La construcción del conocimiento científico*. Madrid: Narcea, 1994.
23. **Chalmers, A.** *¿Qué es esa cosa llamada ciencia?* Madrid: Siglo XXI, 1984.
24. **Gómez, A.** *Filosofía y metodología de las ciencias sociales*. Madrid: Alianza Editorial, 2003.
25. **Ávila Acosta, Roberto** *Metodología de la Investigación*. Lima, Perú: Estudios y Ediciones R.A., 2001.
26. **Hernández Sampieri, Roberto, Fernández Collado, Carlos y Baptista Lucio, Pilar.** *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill INTERAMERICANA EDITORES S.A. DE C.V., 2000. 970-10-1899-0.
27. **A. Zapata, Oscar.** *Herramientas para elaborar tesis e investigaciones socioeducativas*. México D.F.: Editorial Pax México, 2007.
28. **Vázquez Navarrete, M. Luisa, y otros.** *Introducción a las técnicas cualitativas de investigación aplicadas en la salud*. Barcelona: Servei de Publicacions, 2006.
29. Informe N° 119-GPSU/2012 “*Calidad de Atención en Oficinas y Centros del OSIPTEL – Primera Medición*”. Agosto, 2012.

IX. Anexos

9.1. Anexo N° 01: Matriz de consistencia

ANÁLISIS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE ATENCIÓN EN LA OFICINA DESCONCENTRADA DE OSIPTEL LORETO DESDE LA PERCEPCIÓN DEL USUARIO PERIODO JUNIO A SETIEMBRE DE 2014

Formulación del problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Indicadores	Índices
<p>General</p> <p>¿En qué medida la Oficina Desconcentrada del OSIPTEL - Loreto brinda un servicio de calidad en la atención a los usuarios de los servicios Públicos de Telecomunicaciones?</p>	<p>General</p> <p>Evaluar la calidad del servicio de atención a usuarios de la Oficina Desconcentrada de OSIPTEL Loreto.</p>	<p>General</p> <p>“La Oficina Desconcentrada de OSIPTEL Loreto brinda un servicio de calidad de atención a los usuarios”.</p>	<p>Variable Independiente</p> <p>Calidad del Servicio</p>	<p>Servicio Brindado</p>	<p>Adecuado No adecuado</p>
<p>Específicos</p> <p>1. ¿Es posible determinar el grado de satisfacción de los usuarios por las instalaciones de la Oficina Desconcentrada de OSIPTEL Loreto?</p> <p>2. ¿Es posible determinar la percepción de los usuarios por la calidad profesional del personal de la Oficina Desconcentrada de OSIPTEL Loreto?</p> <p>3. ¿Es posible determinar la satisfacción de los usuarios por la calidad personal de atención del trabajador de la Oficina Desconcentrada de OSIPTEL Loreto?</p> <p>4. ¿Es posible proponer mejoras en la calidad del servicio de atención a usuarios en la Oficina Desconcentrada de OSIPTEL Loreto?</p>	<p>Específicos</p> <p>1. Determinar el grado de satisfacción de los usuarios por las instalaciones de la Oficina Desconcentrada de OSIPTEL Loreto.</p> <p>2. Determinar la percepción de los usuarios por la calidad profesional del personal de la Oficina Desconcentrada de OSIPTEL Loreto.</p> <p>3. Determinar la satisfacción de los usuarios por la calidad personal de atención del trabajador de la Oficina Desconcentrada de OSIPTEL Loreto.</p> <p>4. Proponer un sistema de mejora en la calidad del servicio de atención a usuarios en la Oficina Desconcentrada de OSIPTEL Loreto.</p>	<p>Específicos</p> <p>1. Existe algún grado de satisfacción de los usuarios por las instalaciones de la Oficina Desconcentrada de OSIPTEL Loreto.</p> <p>2. Existe algún nivel de percepción de los usuarios por la calidad profesional del personal de la Oficina Desconcentrada de OSIPTEL Loreto.</p> <p>3. Existe algún grado de satisfacción de los usuarios por la calidad personal del trabajador de la Oficina Desconcentrada de OSIPTEL Loreto.</p> <p>4. Es posible proponer mejoras en la calidad del servicio de atención a usuarios en la Oficina Desconcentrada de OSIPTEL Loreto.</p>	<p>Variable Dependiente</p> <p>Atención a Usuarios</p>	<p>Instalaciones</p> <p>Calidad Profesional</p> <p>Calidad Personal</p>	<p>% Factor Acceso % Factor Comodidad</p> <p>% Factor comprensión y Dominio % Factor de Claridad Expositiva % Factor de Tiempo de Consulta % Factor Utilidad de la Orientación</p> <p>% Factor Amabilidad % Factor de Dedicación / Disposición</p>

9.2. Anexo N° 02: Cuestionario para recolección de la información

ENCUESTA DE CALIDAD EN LA ATENCIÓN AL USUARIO				
Su opinión es muy importante, sírvase marcar la opción de su preferencia y depositarla en el buzón de sugerencias, gracias.				
a).- ¿Qué tan fácil se le hizo llegar a nuestra Oficina?				
Muy fácil	Fácil	Normal	Difícil	Muy Difícil
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b).- ¿Cómo califica usted la comodidad de nuestras instalaciones?				
Muy Cómoda	Cómoda	Normal	Incómoda	Muy Incómoda
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c).- ¿Cómo califica usted el nivel de conocimiento de la persona que lo atendió respecto al tema consultado?				
Muy Bueno	Bueno	Normal	Malo	Muy Malo
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d).- ¿Cómo califica usted la claridad del lenguaje utilizado por la persona que lo atendió?				
Muy Bueno	Bueno	Normal	Malo	Muy Malo
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e).- ¿Aproximadamente cuánto tiempo duró su atención?				
0 - 5 minutos	5 - 10 minutos	10 - 20 minutos	20 - 30 minutos	más de 30 min
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f).- ¿Qué tan satisfecho se encuentra respecto al tiempo dedicado a la atención de su consulta?				
Muy Satisfecho	Satisfecho	Normal	Insatisfecho	Muy Insatisfecho
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g).- ¿Qué tan satisfecho se encuentra respecto a la información brindada durante su consulta?				
Muy satisfecho	Satisfecho	Normal	Insatisfecho	Muy Insatisfecho
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h).- ¿Qué tan satisfecho se encuentra respecto a la amabilidad en la atención brindada?				
Muy Satisfecho	Satisfecho	Normal	Insatisfecho	Muy Insatisfecho
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i).- ¿Qué tan satisfecho se encuentra respecto a la dedicación/disposición mostrada por la persona que lo atendió al momento de resolver su consulta?				
Muy Satisfecho	Satisfecho	Normal	Insatisfecho	Muy Insatisfecho
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j).- ¿Qué tan satisfecho se encuentra respecto al servicio brindado en todo el proceso de su consulta?				
Muy Satisfecho	Satisfecho	Normal	Insatisfecho	Muy Insatisfecho
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Comentarios/Recomendaciones/Sugerencias/Otros temas de interés				

9.3. Anexo N° 03: Codificación del instrumento

a)

Puntuación	Semántica
5	Muy fácil
4	Fácil
3	Normal
2	Difícil
1	Muy difícil

b)

Puntuación	Semántica
5	Muy cómoda
4	Cómoda
3	Normal
2	Incómoda
1	Muy incómoda

c)

Puntuación	Semántica
5	Muy bueno
4	Bueno
3	Normal
2	Malo
1	Muy malo

d)

Puntuación	Semántica
5	Muy bueno
4	Bueno
3	Normal
2	Malo
1	Muy malo

e)

Puntuación	Tiempo (min.)
1	0 - 5 minutos
2	5 - 10 minutos
3	10 - 20 minutos
4	20 - 30 minutos
5	mas de 30 min.

f)

Puntuación	Semántica
5	Muy satisfecho
4	Satisfecho
3	Normal
2	Insatisfecho
1	Muy insatisfecho

g)

Puntuación	Semántica
5	Muy satisfecho
4	Satisfecho
3	Normal
2	Insatisfecho
1	Muy insatisfecho

h)

Puntuación	Semántica
5	Muy satisfecho
4	Satisfecho
3	Normal
2	Insatisfecho
1	Muy insatisfecho

i)

Puntuación	Semántica
5	Muy satisfecho
4	Satisfecho
3	Normal
2	Insatisfecho
1	Muy insatisfecho

j)

Puntuación	Semántica
5	Muy satisfecho
4	Satisfecho
3	Normal
2	Insatisfecho
1	Muy insatisfecho

Puntuación	Semántica
1	Adecuado
0	No adecuado

Mes	#	Código	Género	Código	Distritos	Código	Empresas Operadoras	Código	Servicios Públicos de Telecomunicaciones	Código
Junio	49	1	Femenino	1	Belén	1	Movistar	1	Telefonía Fija	1
Julio	49	2	Masculino	2	Iquitos	2	Claro	2	Telefonía Móvil Prepago	2
Agosto	49	3			Punchana	3			Telefonía Móvil Postpago	3
Setiembre	49	4			San Juan Bautista	4			Internet	4
muestra	196									

9.4. Anexo N° 04: Estadísticas descriptivas de la base de datos

Variables	Observaciones	Promedio	Desviación Standard	Mínimo	Máximo
Características Generales					
Género	196	1.6	0.5	1	2
Edad	196	44.5	16.4	18	68
Rango de Edades	196	2.4	0.8	1	3
Distritos	196	2.4	0.8	1	4
Empresas Operadoras	196	1.2	0.4	1	2
Servicios Públicos de Telecomunicaciones	196	2.4	1.1	1	4
Preguntas					
a	196	4.1	1.2	1	5
b	196	3.5	1.0	1	5
c	196	3.1	1.0	1	5
d	196	3.1	1.2	1	5
e	196	2.9	0.9	1	5
f	196	3.4	1.0	1	5
g	196	3.5	1.1	1	5
h	196	3.3	1.2	1	5
i	196	3.3	1.4	1	5
j	196	3.1	1.2	1	5
Calidad de Servicio	196	0.6	0.5	0	1

Fuente: Encuestas realizada en Oficina Desconcentrada del OSIPTEL en Loreto, Junio – Setiembre 2014.

Elaboración: Propia.

9.5. Anexo N° 05: Cuadros resúmenes de la base de datos

Género por Rango de Edades				
Género	Rango de Edades			Total
	De 18 a 24 años	De 25 a 39 años	De 40 a 70 años	
Femenino	14	17	56	87
	16%	20%	64%	100%
Masculino	24	31	54	109
	22%	28%	50%	100%
Total	38	48	110	196
	19%	24%	56%	100%

Género por Empresas Operadoras			
Género	Empresas Operadoras		Total
	Movistar	Claro	
Femenino	65	22	87
	75%	25%	100%
Masculino	92	17	109
	84%	16%	100%
Total	157	39	196
	80%	20%	100%

Género por Servicios Públicos de Telecomunicaciones					
Género	Servicios Públicos de Telecomunicaciones				Total
	Telefonía Fija	Telefonía Móvil Prepago	Telefonía Móvil Postpago	Internet	
Femenino	34	6	35	12	87
	39%	7%	40%	14%	100%
Masculino	34	5	54	16	109
	31%	5%	50%	15%	100%
Total	68	11	89	28	196
	35%	6%	45%	14%	100%

Género por Distritos					
Género	Distritos				Total
	Bélen	Iquitos	Punchana	San Juan Bautista	
Femenino	6	52	14	15	87
	7%	60%	16%	17%	100%
Masculino	7	74	14	14	109
	6%	68%	13%	13%	100%
Total	13	126	28	29	196
	7%	64%	14%	15%	100%

Rango de Edades por Empresas Operadoras			
Rango de Edades	Empresas Operadoras		Total
	Movistar	Claro	
De 18 a 24 años	29	9	38
	76%	24%	100%
De 25 a 39 años	39	9	48
	81%	19%	100%
De 40 a 70 años	89	21	110
	81%	19%	100%
Total	157	39	196
	80%	20%	100%

Rango de Edades por Servicios Públicos de Telecomunicaciones					
Rango de Edades	Servicios Públicos de Telecomunicaciones				Total
	Telefonía Fija	Telefonía Móvil Prepago	Telefonía Móvil Postpago	Internet	
De 18 a 24 años	10	3	21	4	38
	26%	8%	55%	11%	100%
De 25 a 39 años	12	2	29	5	48
	25%	4%	60%	10%	100%
De 40 a 70 años	46	6	39	19	110
	42%	5%	35%	17%	100%
Total	68	11	89	28	196
	35%	6%	45%	14%	100%

Rango de Edades por Distritos					
Rango de Edades	Distritos				Total
	Bélen	Iquitos	Punchana	San Juan Bautista	
De 18 a 24 años	4	25	3	6	38
	11%	66%	8%	16%	100%
De 25 a 39 años	3	27	9	9	48
	6%	56%	19%	19%	100%
De 40 a 70 años	6	74	16	14	110
	5%	67%	15%	13%	100%
Total	13	126	28	29	196
	7%	64%	14%	15%	100%

Empresas Operadoras por Servicios Públicos de Telecomunicaciones					
Empresas Operadoras	Servicios Públicos de Telecomunicaciones				Total
	Telefonía Fija	Telefonía Móvil Prepago	Telefonía Móvil Postpago	Internet	
Movistar	61	6	67	23	157
	39%	4%	43%	15%	100%
Claro	7	5	22	5	39
	18%	13%	56%	13%	100%
Total	68	11	89	28	196
	35%	6%	45%	14%	100%

Empresas Operadoras por Distritos					
Empresas Operadoras	Distritos				Total
	Bélen	Iquitos	Punchana	San Juan Bautista	
Movistar	10	102	22	23	157
	6%	65%	14%	15%	100%
Claro	3	24	6	6	39
	8%	62%	15%	15%	100%
Total	13	126	28	29	196
	7%	64%	14%	15%	100%

Servicios Públicos de Telecomunicaciones por Distritos					
Servicios Públicos de Telecomunicaciones	Distritos				Total
	Bélen	Iquitos	Punchana	San Juan Bautista	
Telefonía Fija	3	42	13	10	68
	4%	62%	19%	15%	100%
Telefonía Móvil Prepago	1	8	1	1	11
	9%	73%	9%	9%	100%
Telefonía Móvil Postpago	9	54	10	16	89
	10%	61%	11%	18%	100%
Internet	0	22	4	2	28
	0%	79%	14%	7%	100%
Total	13	126	28	29	196
	7%	64%	14%	15%	100%

Factor Acceso por Género						
Género	a).- ¿Qué tan fácil se le hizo llegar a nuestra Oficina?					Total
	Muy difícil	Difícil	Normal	Fácil	Muy fácil	
Femenino	5	6	11	15	50	87
	6%	7%	13%	17%	57%	100%
Masculino	5	9	13	24	58	109
	5%	8%	12%	22%	53%	100%
Total	10	15	24	39	108	196
	5%	8%	12%	20%	55%	100%

Factor Acceso por Rango de Edades						
Rango de Edades	a).- ¿Qué tan fácil se le hizo llegar a nuestra Oficina?					Total
	Muy difícil	Difícil	Normal	Fácil	Muy fácil	
De 18 a 24 años	1	2	5	9	21	38
	3%	5%	13%	24%	55%	100%
De 25 a 39 años	3	3	6	5	31	48
	6%	6%	13%	10%	65%	100%
De 40 a 70 años	6	10	13	25	56	110
	5%	9%	12%	23%	51%	100%
Total	10	15	24	39	108	196
	5%	8%	12%	20%	55%	100%

Factor Acceso por Empresas Operadoras						
Empresas Operadoras	a).- ¿Qué tan fácil se le hizo llegar a nuestra Oficina?					Total
	Muy difícil	Difícil	Normal	Fácil	Muy fácil	
Movistar	6	11	17	31	92	157
	4%	7%	11%	20%	59%	100%
Claro	4	4	7	8	16	39
	10%	10%	18%	21%	41%	100%
Total	10	15	24	39	108	196
	5%	8%	12%	20%	55%	100%

Factor Acceso por Servicios Públicos de Telecomunicaciones						
Servicios Públicos de Telecomunicaciones	a).- ¿Qué tan fácil se le hizo llegar a nuestra Oficina?					Total
	Muy difícil	Difícil	Normal	Fácil	Muy fácil	
Telefonía Fija	5	4	6	16	37	68
	7%	6%	9%	24%	54%	100%
Telefonía Móvil Prepago	0	0	1	3	7	11
	0%	0%	9%	27%	64%	100%
Telefonía Móvil Postpago	3	8	13	17	48	89
	3%	9%	15%	19%	54%	100%
Internet	2	3	4	3	16	28
	7%	11%	14%	11%	57%	100%
Total	10	15	24	39	108	196
	5%	8%	12%	20%	55%	100%

Factor Acceso por Distritos						
Distritos	a).- ¿Qué tan fácil se le hizo llegar a nuestra Oficina?					Total
	Muy difícil	Difícil	Normal	Fácil	Muy fácil	
Belén	0	0	4	3	6	13
	0%	0%	31%	23%	46%	100%
Iquitos	8	12	14	23	69	126
	6%	10%	11%	18%	55%	100%
Punchana	2	2	1	7	16	28
	7%	7%	4%	25%	57%	100%
San Juan Bautista	0	1	5	6	17	29
	0%	3%	17%	21%	59%	100%
Total	10	15	24	39	108	196
	5%	8%	12%	20%	55%	100%

Factor Comodidad por Género						
Género	b).- ¿Cómo califica usted la comodidad de nuestras instalaciones?					Total
	Muy incómoda	Incómoda	Normal	Cómoda	Muy cómoda	
Femenino	6	9	30	33	9	87
	7%	10%	34%	38%	10%	100%
Masculino	4	8	31	53	13	109
	4%	7%	28%	49%	12%	100%
Total	10	17	61	86	22	196
	5%	9%	31%	44%	11%	100%

Factor Comodidad por Rango de Edades						
Rango de Edades	b).- ¿Cómo califica usted la comodidad de nuestras instalaciones?					Total
	Muy incómoda	Incómoda	Normal	Cómoda	Muy cómoda	
De 18 a 24 años	1	6	14	13	4	38
	3%	16%	37%	34%	11%	100%
De 25 a 39 años	1	4	17	20	6	48
	2%	8%	35%	42%	13%	100%
De 40 a 70 años	8	7	30	53	12	110
	7%	6%	27%	48%	11%	100%
Total	10	17	61	86	22	196
	5%	9%	31%	44%	11%	100%

Factor Comodidad por Empresas Operadoras						
Empresas Operadoras	b).- ¿Cómo califica usted la comodidad de nuestras instalaciones?					Total
	Muy incómoda	Incómoda	Normal	Cómoda	Muy cómoda	
Movistar	10	14	44	74	15	157
	6%	9%	28%	47%	10%	100%
Claro	0	3	17	12	7	39
	0%	8%	44%	31%	18%	100%
Total	10	17	61	86	22	196
	5%	9%	31%	44%	11%	100%

Factor Comodidad por Servicios Públicos de Telecomunicaciones						
Servicios Públicos de Telecomunicaciones	b).- ¿Cómo califica usted la comodidad de nuestras instalaciones?					Total
	Muy incómoda	Incómoda	Normal	Cómoda	Muy cómoda	
Telefonía Fija	5	6	24	24	9	68
	7%	9%	35%	35%	13%	100%
Telefonía Móvil Prepago	0	2	6	3	0	11
	0%	18%	55%	27%	0%	100%
Telefonía Móvil Postpago	3	8	28	39	11	89
	3%	9%	31%	44%	12%	100%
Internet	2	1	3	20	2	28
	7%	4%	11%	71%	7%	100%
Total	10	17	61	86	22	196
	5%	9%	31%	44%	11%	100%

Factor Comodidad por Distritos						
Distritos	b).- ¿Cómo califica usted la comodidad de nuestras instalaciones?					Total
	Muy incómoda	Incómoda	Normal	Cómoda	Muy cómoda	
Belén	0	0	4	6	3	13
	0%	0%	31%	46%	23%	100%
Iquitos	7	13	39	56	11	126
	6%	10%	31%	44%	9%	100%
Punchana	1	2	10	13	2	28
	4%	7%	36%	46%	7%	100%
San Juan Bautista	2	2	8	11	6	29
	7%	7%	28%	38%	21%	100%
Total	10	17	61	86	22	196
	5%	9%	31%	44%	11%	100%

Factor Comprensión y Dominio por Género						
Género	c).- ¿Cómo califica usted el nivel de conocimiento de la persona que lo atendió respecto al tema consultado?					Total
	Muy malo	Malo	Normal	Bueno	Muy bueno	
Femenino	11	5	41	25	5	87
	13%	6%	47%	29%	6%	100%
Masculino	13	8	51	30	7	109
	12%	7%	47%	28%	6%	100%
Total	24	13	92	55	12	196
	12%	7%	47%	28%	6%	100%

Factor Comprensión y Dominio por Rango de Edades						
Rango de Edades	c).- ¿Cómo califica usted el nivel de conocimiento de la persona que lo atendió respecto al tema consultado?					Total
	Muy malo	Malo	Normal	Bueno	Muy bueno	
De 18 a 24 años	5	2	16	11	4	38
	13%	5%	42%	29%	11%	100%
De 25 a 39 años	7	3	23	13	2	48
	15%	6%	48%	27%	4%	100%
De 40 a 70 años	12	8	53	31	6	110
	11%	7%	48%	28%	5%	100%
Total	24	13	92	55	12	196
	12%	7%	47%	28%	6%	100%

Factor Comprensión y Dominio por Empresas Operadoras						
Empresas Operadoras	c).- ¿Cómo califica usted el nivel de conocimiento de la persona que lo atendió respecto al tema consultado?					Total
	Muy malo	Malo	Normal	Bueno	Muy bueno	
Movistar	20	11	72	46	8	157
	13%	7%	46%	29%	5%	100%
Claro	4	2	20	9	4	39
	10%	5%	51%	23%	10%	100%
Total	24	13	92	55	12	196
	12%	7%	47%	28%	6%	100%

Factor Comprensión y Dominio por Servicios Públicos de Telecomunicaciones						
Servicios Públicos de Telecomunicaciones	c).- ¿Cómo califica usted el nivel de conocimiento de la persona que lo atendió respecto al tema consultado?					Total
	Muy malo	Malo	Normal	Bueno	Muy bueno	
Telefonía Fija	7	6	31	19	5	68
	10%	9%	46%	28%	7%	100%
Telefonía Móvil Prepago	3	1	4	3	0	11
	27%	9%	36%	27%	0%	100%
Telefonía Móvil Postpago	10	5	44	25	5	89
	11%	6%	49%	28%	6%	100%
Internet	4	1	13	8	2	28
	14%	4%	46%	29%	7%	100%
Total	24	13	92	55	12	196
	12%	7%	47%	28%	6%	100%

Factor Comprensión y Dominio por Distritos						
Distritos	c).- ¿Cómo califica usted el nivel de conocimiento de la persona que lo atendió respecto al tema consultado?					Total
	Muy malo	Malo	Normal	Bueno	Muy bueno	
Belén	0	1	6	5	1	13
	0%	8%	46%	38%	8%	100%
Iquitos	16	9	63	33	5	126
	13%	7%	50%	26%	4%	100%
Punchana	6	2	11	7	2	28
	21%	7%	39%	25%	7%	100%
San Juan Bautista	2	1	12	10	4	29
	7%	3%	41%	34%	14%	100%
Total	24	13	92	55	12	196
	12%	7%	47%	28%	6%	100%

Factor de Claridad Expositiva por Género						
Género	d).- ¿Cómo califica usted la claridad del lenguaje utilizado por la persona que lo atendió?					Total
	Muy malo	Malo	Normal	Bueno	Muy bueno	
Femenino	8	7	31	34	7	87
	9%	8%	36%	39%	8%	100%
Masculino	21	9	38	30	11	109
	19%	8%	35%	28%	10%	100%
Total	29	16	69	64	18	196
	15%	8%	35%	33%	9%	100%

Factor de Claridad Expositiva por Rango de Edades						
Rango de Edades	d).- ¿Cómo califica usted la claridad del lenguaje utilizado por la persona que lo atendió?					Total
	Muy malo	Malo	Normal	Bueno	Muy bueno	
De 18 a 24 años	4	5	16	9	4	38
	11%	13%	42%	24%	11%	100%
De 25 a 39 años	7	3	14	17	7	48
	15%	6%	29%	35%	15%	100%
De 40 a 70 años	18	8	39	38	7	110
	16%	7%	35%	35%	6%	100%
Total	29	16	69	64	18	196
	15%	8%	35%	33%	9%	100%

Factor de Claridad Expositiva por Empresas Operadoras						
Empresas Operadoras	d).- ¿Cómo califica usted la claridad del lenguaje utilizado por la persona que lo atendió?					Total
	Muy malo	Malo	Normal	Bueno	Muy bueno	
Movistar	22	12	52	56	15	157
	14%	8%	33%	36%	10%	100%
Claro	7	4	17	8	3	39
	18%	10%	44%	21%	8%	100%
Total	29	16	69	64	18	196
	15%	8%	35%	33%	9%	100%

Factor de Claridad Expositiva por Servicios Públicos de Telecomunicaciones						
Servicios Públicos de Telecomunicaciones	d).- ¿Cómo califica usted la claridad del lenguaje utilizado por la persona que lo atendió?					Total
	Muy malo	Malo	Normal	Bueno	Muy bueno	
Telefonía Fija	10	1	24	27	6	68
	15%	1%	35%	40%	9%	100%
Telefonía Móvil Prepago	0	3	3	4	1	11
	0%	27%	27%	36%	9%	100%
Telefonía Móvil Postpago	16	12	31	21	9	89
	18%	13%	35%	24%	10%	100%
Internet	3	0	11	12	2	28
	11%	0%	39%	43%	7%	100%
Total	29	16	69	64	18	196
	15%	8%	35%	33%	9%	100%

Factor de Claridad Expositiva por Distritos						
Distritos	d).- ¿Cómo califica usted la claridad del lenguaje utilizado por la persona que lo atendió?					Total
	Muy malo	Malo	Normal	Bueno	Muy bueno	
Belén	1	2	3	5	2	13
	8%	15%	23%	38%	15%	100%
Iquitos	20	8	47	44	7	126
	16%	6%	37%	35%	6%	100%
Punchana	7	1	9	6	5	28
	25%	4%	32%	21%	18%	100%
San Juan Bautista	1	5	10	9	4	29
	3%	17%	34%	31%	14%	100%
Total	29	16	69	64	18	196
	15%	8%	35%	33%	9%	100%

Factor Tiempo de Consulta por Género						
Género	e).- ¿Aproximadamente cuánto tiempo duró su atención?					Total
	0 - 5 min.	5 - 10 min.	10 - 20 min.	20 - 30 min.	más de 30 min.	
Femenino	10	4	58	10	5	87
	11%	5%	67%	11%	6%	100%
Masculino	12	9	64	21	3	109
	11%	8%	59%	19%	3%	100%
Total	22	13	122	31	8	196
	11%	7%	62%	16%	4%	100%

Factor Tiempo de Consulta por Rango de Edades						
Rango de Edades	e).- ¿Aproximadamente cuánto tiempo duró su atención?					Total
	0 - 5 min.	5 - 10 min.	10 - 20 min.	20 - 30 min.	más de 30 min.	
De 18 a 24 años	5	2	23	6	2	38
	13%	5%	61%	16%	5%	100%
De 25 a 39 años	5	4	31	8	0	48
	10%	8%	65%	17%	0%	100%
De 40 a 70 años	12	7	68	17	6	110
	11%	6%	62%	15%	5%	100%
Total	22	13	122	31	8	196
	11%	7%	62%	16%	4%	100%

Factor Tiempo de Consulta por Empresas Operadoras						
Empresas Operadoras	e).- ¿Aproximadamente cuánto tiempo duró su atención?					Total
	0 - 5 min.	5 - 10 min.	10 - 20 min.	20 - 30 min.	más de 30 min.	
Movistar	16	11	101	25	4	157
	10%	7%	64%	16%	3%	100%
Claro	6	2	21	6	4	39
	15%	5%	54%	15%	10%	100%
Total	22	13	122	31	8	196
	11%	7%	62%	16%	4%	100%

Factor Tiempo de Consulta por Servicios Públicos de Telecomunicaciones						
Servicios Públicos de Telecomunicaciones	e).- ¿Aproximadamente cuánto tiempo duró su atención?					Total
	0 - 5 min.	5 - 10 min.	10 - 20 min.	20 - 30 min.	más de 30 min.	
Telefonía Fija	10	3	43	10	2	68
	45%	23%	35%	32%	25%	35%
Telefonía Móvil Prepago	2	1	4	2	2	11
	9%	8%	3%	6%	25%	6%
Telefonía Móvil Postpago	8	6	59	13	3	89
	36%	46%	48%	42%	38%	45%
Internet	2	3	16	6	1	28
	9%	23%	13%	19%	13%	14%
Total	22	13	122	31	8	196
	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Factor Tiempo de Consulta por Distritos						
Distritos	e).- ¿Aproximadamente cuánto tiempo duró su atención?					Total
	0 - 5 min.	5 - 10 min.	10 - 20 min.	20 - 30 min.	más de 30 min.	
Belén	1	1	9	1	1	13
	8%	8%	69%	8%	8%	100%
Iquitos	17	9	79	18	3	126
	13%	7%	63%	14%	2%	100%
Punchana	2	1	17	7	1	28
	7%	4%	61%	25%	4%	100%
San Juan Bautista	2	2	17	5	3	29
	7%	7%	59%	17%	10%	100%
Total	22	13	122	31	8	196
	11%	7%	62%	16%	4%	100%

Factor Utilidad de la Orientación por Género						
Género	f).- ¿Qué tan satisfecho se encuentra respecto al tiempo dedicado a la atención de su consulta?					Total
	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Normal	Satisfecho	Muy satisfecho	
Femenino	10	5	35	33	4	87
	11%	6%	40%	38%	5%	100%
Masculino	4	10	42	33	20	109
	4%	9%	39%	30%	18%	100%
Total	14	15	77	66	24	196
	7%	8%	39%	34%	12%	100%

Factor Utilidad de la Orientación por Rango de Edades						
Rango de Edades	f).- ¿Qué tan satisfecho se encuentra respecto al tiempo dedicado a la atención de su consulta?					Total
	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Normal	Satisfecho	Muy satisfecho	
De 18 a 24 años	3	6	15	10	4	38
	8%	16%	39%	26%	11%	100%
De 25 a 39 años	2	5	13	21	7	48
	4%	10%	27%	44%	15%	100%
De 40 a 70 años	9	4	49	35	13	110
	8%	4%	45%	32%	12%	100%
Total	14	15	77	66	24	196
	7%	8%	39%	34%	12%	100%

Factor Utilidad de la Orientación por Empresas Operadoras						
Empresas Operadoras	f).- ¿Qué tan satisfecho se encuentra respecto al tiempo dedicado a la atención de su consulta?					Total
	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Normal	Satisfecho	Muy satisfecho	
Movistar	12	12	59	54	20	157
	8%	8%	38%	34%	13%	100%
Claro	2	3	18	12	4	39
	5%	8%	46%	31%	10%	100%
Total	14	15	77	66	24	196
	7%	8%	39%	34%	12%	100%

Factor Utilidad de la Orientación por Servicios Públicos de Telecomunicaciones						
Servicios Públicos de Telecomunicaciones	f).- ¿Qué tan satisfecho se encuentra respecto al tiempo dedicado a la atención de su consulta?					Total
	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Normal	Satisfecho	Muy satisfecho	
Telefonía Fija	3	7	26	27	5	68
	4%	10%	38%	40%	7%	100%
Telefonía Móvil Prepago	3	0	3	4	1	11
	27%	0%	27%	36%	9%	100%
Telefonía Móvil Postpago	6	7	34	28	14	89
	7%	8%	38%	31%	16%	100%
Internet	2	1	14	7	4	28
	7%	4%	50%	25%	14%	100%
Total	14	15	77	66	24	196
	7%	8%	39%	34%	12%	100%

Factor Utilidad de la Orientación por Distritos						
Distritos	f).- ¿Qué tan satisfecho se encuentra respecto al tiempo dedicado a la atención de su consulta?					Total
	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Normal	Satisfecho	Muy satisfecho	
Belén	1	2	3	5	2	13
	8%	15%	23%	38%	15%	100%
Iquitos	10	8	50	42	16	126
	8%	6%	40%	33%	13%	100%
Punchana	0	3	12	9	4	28
	0%	11%	43%	32%	14%	100%
San Juan Bautista	3	2	12	10	2	29
	10%	7%	41%	34%	7%	100%
Total	14	15	77	66	24	196
	7%	8%	39%	34%	12%	100%

Factor Utilidad de la Orientación por Género						
Género	g).- ¿Qué tan satisfecho se encuentra respecto a la información brindada durante su consulta?					Total
	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Normal	Satisfecho	Muy satisfecho	
Femenino	4	15	11	43	14	87
	5%	17%	13%	49%	16%	100%
Masculino	4	26	14	48	17	109
	4%	24%	13%	44%	16%	100%
Total	8	41	25	91	31	196
	4%	21%	13%	46%	16%	100%

Factor Utilidad de la Orientación por Rango de Edades						
Rango de Edades	g).- ¿Qué tan satisfecho se encuentra respecto a la información brindada durante su consulta?					Total
	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Normal	Satisfecho	Muy satisfecho	
De 18 a 24 años	0	7	6	16	9	38
	0%	18%	16%	42%	24%	100%
De 25 a 39 años	0	15	4	24	5	48
	0%	31%	8%	50%	10%	100%
De 40 a 70 años	8	19	15	51	17	110
	7%	17%	14%	46%	15%	100%
Total	8	41	25	91	31	196
	4%	21%	13%	46%	16%	100%

Factor Utilidad de la Orientación por Empresas Operadoras						
Empresas Operadoras	g).- ¿Qué tan satisfecho se encuentra respecto a la información brindada durante su consulta?					Total
	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Normal	Satisfecho	Muy satisfecho	
Movistar	5	35	21	74	22	157
	3%	22%	13%	47%	14%	100%
Claro	3	6	4	17	9	39
	8%	15%	10%	44%	23%	100%
Total	8	41	25	91	31	196
	4%	21%	13%	46%	16%	100%

Factor Utilidad de la Orientación por Servicios Públicos de Telecomunicaciones						
Servicios Públicos de Telecomunicaciones	g).- ¿Qué tan satisfecho se encuentra respecto a la información brindada durante su consulta?					Total
	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Normal	Satisfecho	Muy satisfecho	
Telefonía Fija	4	13	12	29	10	68
	6%	19%	18%	43%	15%	100%
Telefonía Móvil Prepago	0	1	1	5	4	11
	0%	9%	9%	45%	36%	100%
Telefonía Móvil Postpago	1	21	10	44	13	89
	1%	24%	11%	49%	15%	100%
Internet	3	6	2	13	4	28
	11%	21%	7%	46%	14%	100%
Total	8	41	25	91	31	196
	4%	21%	13%	46%	16%	100%

Factor Utilidad de la Orientación por Distritos						
Distritos	g).- ¿Qué tan satisfecho se encuentra respecto a la información brindada durante su consulta?					Total
	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Normal	Satisfecho	Muy satisfecho	
Belén	0	2	2	8	1	13
	0%	15%	15%	62%	8%	100%
Iquitos	6	24	19	58	19	126
	5%	19%	15%	46%	15%	100%
Punchana	1	7	2	16	2	28
	4%	25%	7%	57%	7%	100%
San Juan Bautista	1	8	2	9	9	29
	3%	28%	7%	31%	31%	100%
Total	8	41	25	91	31	196
	4%	21%	13%	46%	16%	100%

Factor Amabilidad por Género						
Género	h).- ¿Qué tan satisfecho se encuentra respecto a la amabilidad en la atención brindada?					Total
	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Normal	Satisfecho	Muy satisfecho	
Femenino	10	13	8	50	6	87
	11%	15%	9%	57%	7%	100%
Masculino	15	17	8	65	4	109
	14%	16%	7%	60%	4%	100%
Total	25	30	16	115	10	196
	13%	15%	8%	59%	5%	100%

Factor Amabilidad por Rango de Edades						
Rango de Edades	h).- ¿Qué tan satisfecho se encuentra respecto a la amabilidad en la atención brindada?					Total
	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Normal	Satisfecho	Muy satisfecho	
De 18 a 24 años	8	9	1	17	3	38
	21%	24%	3%	45%	8%	100%
De 25 a 39 años	7	5	4	30	2	48
	15%	10%	8%	63%	4%	100%
De 40 a 70 años	10	16	11	68	5	110
	9%	15%	10%	62%	5%	100%
Total	25	30	16	115	10	196
	13%	15%	8%	59%	5%	100%

Factor Amabilidad por Empresas Operadoras						
Empresas Operadoras	h).- ¿Qué tan satisfecho se encuentra respecto a la amabilidad en la atención brindada?					Total
	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Normal	Satisfecho	Muy satisfecho	
Movistar	19	25	14	91	8	157
	12%	16%	9%	58%	5%	100%
Claro	6	5	2	24	2	39
	15%	13%	5%	62%	5%	100%
Total	25	30	16	115	10	196
	13%	15%	8%	59%	5%	100%

Factor Amabilidad por Servicios Públicos de Telecomunicaciones						
Servicios Públicos de Telecomunicaciones	h).- ¿Qué tan satisfecho se encuentra respecto a la amabilidad en la atención brindada?					Total
	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Normal	Satisfecho	Muy satisfecho	
Telefonía Fija	9	12	8	38	1	68
	13%	18%	12%	56%	1%	100%
Telefonía Móvil Prepago	2	0	0	8	1	11
	18%	0%	0%	73%	9%	100%
Telefonía Móvil Postpago	9	16	6	53	5	89
	10%	18%	7%	60%	6%	100%
Internet	5	2	2	16	3	28
	18%	7%	7%	57%	11%	100%
Total	25	30	16	115	10	196
	13%	15%	8%	59%	5%	100%

Factor Amabilidad por Distritos						
Distritos	h).- ¿Qué tan satisfecho se encuentra respecto a la amabilidad en la atención brindada?					Total
	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Normal	Satisfecho	Muy satisfecho	
Belén	1	6	0	4	2	13
	8%	46%	0%	31%	15%	100%
Iquitos	18	20	8	74	6	126
	14%	16%	6%	59%	5%	100%
Punchana	4	3	4	16	1	28
	14%	11%	14%	57%	4%	100%
San Juan Bautista	2	1	4	21	1	29
	7%	3%	14%	72%	3%	100%
Total	25	30	16	115	10	196
	13%	15%	8%	59%	5%	100%

Factor de Dedicación/Disposición por Género						
Género	i).- ¿Qué tan satisfecho se encuentra respecto a la dedicación/disposición mostrada por la persona que lo atendió al momento de resolver su consulta?					Total
	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Normal	Satisfecho	Muy satisfecho	
Femenino	16	15	15	18	23	87
	18%	17%	17%	21%	26%	100%
Masculino	13	13	30	23	30	109
	12%	12%	28%	21%	28%	100%
Total	29	28	45	41	53	196
	15%	14%	23%	21%	27%	100%

Factor de Dedicación/Disposición por Rango de Edades						
Rango de Edades	i).- ¿Qué tan satisfecho se encuentra respecto a la dedicación/disposición mostrada por la persona que lo atendió al momento de resolver su consulta?					Total
	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Normal	Satisfecho	Muy satisfecho	
De 18 a 24 años	8	7	8	7	8	38
	21%	18%	21%	18%	21%	100%
De 25 a 39 años	7	6	8	11	16	48
	15%	13%	17%	23%	33%	100%
De 40 a 70 años	14	15	29	23	29	110
	13%	14%	26%	21%	26%	100%
Total	29	28	45	41	53	196
	15%	14%	23%	21%	27%	100%

Factor de Dedicación/Disposición por Empresas Operadoras						
Empresas Operadoras	i).- ¿Qué tan satisfecho se encuentra respecto a la dedicación/disposición mostrada por la persona que lo atendió al momento de resolver su consulta?					Total
	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Normal	Satisfecho	Muy satisfecho	
Movistar	24	21	35	35	42	157
	15%	13%	22%	22%	27%	100%
Claro	5	7	10	6	11	39
	13%	18%	26%	15%	28%	100%
Total	29	28	45	41	53	196
	15%	14%	23%	21%	27%	100%

Factor de Dedicación/Disposición por Servicios Públicos de Telecomunicaciones						
Servicios Públicos de Telecomunicaciones	i).- ¿Qué tan satisfecho se encuentra respecto a la dedicación/disposición mostrada por la persona que lo atendió al momento de resolver su consulta?					Total
	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Normal	Satisfecho	Muy satisfecho	
Telefonía Fija	11	13	13	12	19	68
	16%	19%	19%	18%	28%	100%
Telefonía Móvil Prepago	2	1	3	4	1	11
	18%	9%	27%	36%	9%	100%
Telefonía Móvil Postpago	11	11	20	20	27	89
	12%	12%	22%	22%	30%	100%
Internet	5	3	9	5	6	28
	18%	11%	32%	18%	21%	100%
Total	29	28	45	41	53	196
	15%	14%	23%	21%	27%	100%

Factor de Dedicación/Disposición por Distritos						
Distritos	i).- ¿Qué tan satisfecho se encuentra respecto a la dedicación/disposición mostrada por la persona que lo atendió al momento de resolver su consulta?					Total
	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Normal	Satisfecho	Muy satisfecho	
Belén	2	1	5	1	4	13
	15%	8%	38%	8%	31%	100%
Iquitos	21	18	26	29	32	126
	17%	14%	21%	23%	25%	100%
Punchana	3	4	6	6	9	28
	11%	14%	21%	21%	32%	100%
San Juan Bautista	3	5	8	5	8	29
	10%	17%	28%	17%	28%	100%
Total	29	28	45	41	53	196
	15%	14%	23%	21%	27%	100%

Percepción de la Calidad del Servicio brindado por Género						
Género	j).- ¿Qué tan satisfecho se encuentra respecto al servicio brindado en todo el proceso de su consulta?					Total
	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Normal	Satisfecho	Muy satisfecho	
Femenino	9	25	13	31	9	87
	10%	29%	15%	36%	10%	100%
Masculino	13	27	17	41	11	109
	12%	25%	16%	38%	10%	100%
Total	22	52	30	72	20	196
	11%	27%	15%	37%	10%	100%

Percepción de la Calidad del Servicio brindado por Rango de Edades						
Rango de Edades	j).- ¿Qué tan satisfecho se encuentra respecto al servicio brindado en todo el proceso de su consulta?					Total
	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Normal	Satisfecho	Muy satisfecho	
De 18 a 24 años	5	7	8	15	3	38
	13%	18%	21%	39%	8%	100%
De 25 a 39 años	7	14	4	17	6	48
	15%	29%	8%	35%	13%	100%
De 40 a 70 años	10	31	18	40	11	110
	9%	28%	16%	36%	10%	100%
Total	22	52	30	72	20	196
	11%	27%	15%	37%	10%	100%

Percepción de la Calidad del Servicio brindado por Empresas Operadoras						
Empresas Operadoras	j).- ¿Qué tan satisfecho se encuentra respecto al servicio brindado en todo el proceso de su consulta?					Total
	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Normal	Satisfecho	Muy satisfecho	
Movistar	15	45	25	55	17	157
	10%	29%	16%	35%	11%	100%
Claro	7	7	5	17	3	39
	18%	18%	13%	44%	8%	100%
Total	22	52	30	72	20	196
	11%	27%	15%	37%	10%	100%

Percepción de la Calidad del Servicio brindado por Servicios Públicos de Telecomunicaciones						
Servicios Públicos de Telecomunicaciones	j).- ¿Qué tan satisfecho se encuentra respecto al servicio brindado en todo el proceso de su consulta?					Total
	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Normal	Satisfecho	Muy satisfecho	
Telefonía Fija	8	22	8	24	6	68
	12%	32%	12%	35%	9%	100%
Telefonía Móvil Prepago	1	0	3	4	3	11
	9%	0%	27%	36%	27%	100%
Telefonía Móvil Postpago	11	22	11	36	9	89
	12%	25%	12%	40%	10%	100%
Internet	2	8	8	8	2	28
	7%	29%	29%	29%	7%	100%
Total	22	52	30	72	20	196
	11%	27%	15%	37%	10%	100%

Percepción de la Calidad del Servicio brindado por Distritos						
Distritos	j).- ¿Qué tan satisfecho se encuentra respecto al servicio brindado en todo el proceso de su consulta?					Total
	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Normal	Satisfecho	Muy satisfecho	
Belén	1	1	4	5	2	13
	8%	8%	31%	38%	15%	100%
Iquitos	18	32	20	45	11	126
	14%	25%	16%	36%	9%	100%
Punchana	0	8	3	12	5	28
	0%	29%	11%	43%	18%	100%
San Juan Bautista	3	11	3	10	2	29
	10%	38%	10%	34%	7%	100%
Total	22	52	30	72	20	196
	11%	27%	15%	37%	10%	100%

Percepción de la Calidad del Servicio brindado por Género			
Género	Calidad del Servicio		Total
	No Adecuado	Adecuado	
Femenino	34	53	87
	39%	61%	100%
Masculino	40	69	109
	37%	63%	100%
Total	74	122	196
	38%	62%	100%

Percepción de la Calidad del Servicio brindado por Rango de Edades			
Rango de Edades	Calidad del Servicio		Total
	No Adecuado	Adecuado	
De 18 a 24 años	12	26	38
	32%	68%	100%
De 25 a 39 años	21	27	48
	44%	56%	100%
De 40 a 70 años	41	69	110
	37%	63%	100%
Total	74	122	196
	38%	62%	100%

Percepción de la Calidad del Servicio brindado por Empresas Operadoras			
Empresas Operadoras	Calidad del Servicio		Total
	No Adecuado	Adecuado	
Movistar	60	97	157
	38%	62%	100%
Claro	14	25	39
	36%	64%	100%
Total	74	122	196
	38%	62%	100%

Percepción de la Calidad del Servicio brindado por Servicios Públicos de Telecomunicaciones			
Servicios Públicos de Telecomunicaciones	Calidad del Servicio		Total
	No Adecuado	Adecuado	
Telefonía Fija	30	38	68
	44%	56%	100%
Telefonía Móvil Prepago	1	10	11
	9%	91%	100%
Telefonía Móvil Postpago	33	56	89
	37%	63%	100%
Internet	10	18	28
	36%	64%	100%
Total	74	122	196
	38%	62%	100%

Percepción de la Calidad del Servicio brindado por Distritos					
Calidad del Servicio	Distritos				Total
	Belén	Iquitos	Punchana	San Juan Bautista	
No Adecuado	2	50	8	14	74
	3%	68%	11%	19%	100%
Adecuado	11	76	20	15	122
	9%	62%	16%	12%	100%
Total	13	126	28	29	196
	7%	64%	14%	15%	100%