

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMACA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS, CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



TESIS

**“LA CALIDAD DE SERVICIO Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN DE LOS
ASOCIADOS DE LA CÁMARA DE COMERCIO Y PRODUCCIÓN DE CAJAMARCA –
PRIMER TRIMESTRE DEL AÑO 2025”**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
“LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN”**

**PRESENTADO POR LA BACHILLER:
DIANA KATHERIN VASQUEZ VASQUEZ**

**ASESOR:
DR. MARIO OSWALDO PAREDES SÁNCHEZ**



CAJAMARCA – PERÚ

2026

CONSTANCIA DE INFORME DE ORIGINALIDAD

1. Investigador: .
DIANA KATHERIN VASQUEZ VASQUEZ
DNI: 72876841
Escuela Profesional - Facultad:
Escuela Profesional de Administración – Facultad de Ciencias Económicas, Contables y Administrativas.
2. Asesor:
Dr. Mario Oswaldo Paredes Sánchez
Departamento Académico:
Ciencias Contables y Administrativas
3. Grado académico o título profesional para el estudiante
 Bachiller Título profesional Segunda especialidad
 Maestro Doctor
4. Tipo de Investigación:
 Tesis Trabajo de investigación Trabajo de suficiencia profesional
 Trabajo académico
5. Título de Trabajo de Investigación:
"LA CALIDAD DE SERVICIO Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN DE LOS ASOCIADOS DE LA CÂMARA DE COMERCIO Y PRODUCCIÓN DE CAJAMARCA – PRIMER TRIMESTRE DEL AÑO 2025"
6. Fecha de evaluación: 09/03/2026
7. Software antiplagio: TURNITIN URKUND (OURIGINAL) (*)
8. Porcentaje de Informe de Similitud: 5%
9. Código Documento: oid: 3117:565551686
10. Resultado de la Evaluación de Similitud:
 APROBADO PARA LEVANTAMIENTO DE OBSERVACIONES DESAPROBADO

Fecha Emisión: 01/04/2026

<i>Firma y/o Sello Emisor Constancia</i>	
 _____ Dr. Mario Oswaldo Paredes Sánchez DNI: 18847607	 _____ Dr. Juan José Julio Vera Abanto Director de la Unidad de Investigación F-CECA

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, CONTABLES Y
ADMINISTRATIVAS

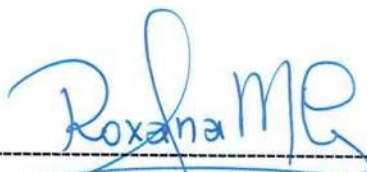
Escuela Profesional de Administración

APROBACION DE LA TESIS


El (la) asesor (a) y los miembros del jurado evaluador designados según Resolución de Consejo de Facultad N° 488-2025-F-CECA-UNC, aprueban la tesis desarrollada por el (la) Bachiller **Diana Katherin Vasquez Vasquez**, denominada:

“LA CALIDAD DE SERVICIO Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN DE LOS ASOCIADOS DE LA CÁMARA DE COMERCIO Y PRODUCCIÓN DE CAJAMARCA – PRIMER TRIMESTRE DEL AÑO 2025”

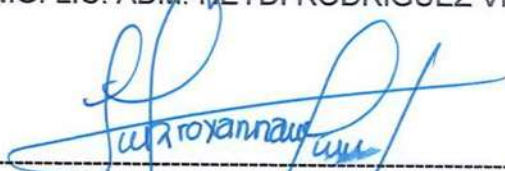
Fecha Sustentación: 02/02/2026.



MTRO. LIC. ADM. ROXANA ELIZABETH MESTANZA CACHO



MG. LIC. ADM. HEYDI RODRÍGUEZ VÍLCHEZ



MG. LIC. ADM. ROXANA LUZ SOTO ALCÁNTARA



DR. LIC. ADM. MARIO OSWALDO PAREDES SÁNCHEZ

DEDICATORIA

Dedico esta investigación, en primer lugar, a Dios, por la dádiva de la vida, por la salud y por ser mi faro y fortaleza en cada paso de este camino. Su presencia ha sido el sostén que me ha acompañado incluso en los momentos de dificultad.

A mi madre, por enseñarme a creer en Dios, por estar siempre a mi lado con amor, comprensión y entrega; su fortaleza me inspira a ser mejor cada día, y no existen palabras ni gestos suficientes para devolverle todo lo que ha hecho por mí. A mi padre, por su apoyo constante, por inculcarme el valor del trabajo y la perseverancia, y por brindarme siempre su respaldo silencioso pero firme en cada meta que me propongo.

A mi hermano Carlos, por su cuidado constante, por regalarme sonrisas en los días grises y por ser un ejemplo de paciencia y amor fraternal. Su presencia ha sido un verdadero consuelo en esta travesía.

AGRADECIMIENTO

A Dios, fuente de sabiduría, fortaleza y amor infinito, le agradezco por haber guiado cada uno de mis pasos, por brindarme oportunidades en los momentos más precisos y por sostenerme en cada desafío enfrentado durante este camino.

A mi madre, por ser mi pilar inmutable, por su amor, sacrificio y fortaleza que me han sostenido siempre.

A mi padre, por su respaldo moral y por ser un referente de profesionalismo que me inspira y al que aspiro alcanzar algún día.

A mi hermano Carlos, por su compañía, su alegría y por recordarme, incluso en los momentos difíciles, que siempre hay motivos para sonreír.

A Luis Bardales, por su apoyo incondicional, su escucha sincera, su tiempo y su afecto constante. Su amor ha sido un faro de luz en este camino.

A la Universidad Nacional de Cajamarca, por brindarme la formación académica y la oportunidad de desarrollarme como profesional.

A mi asesor, el Dr. Mario Oswaldo Paredes Sánchez, por su invaluable guía, dedicación y compromiso en cada paso de la realización de la investigación.

Con especial gratitud, a todas aquellas personas que, sin lazos de sangre, me extendieron su mano de manera desinteresada. Su ayuda, su tiempo y su apoyo han sido valiosos más allá de las palabras. Este logro también les pertenece, pues sin ustedes no habría sido posible.

Índice de contenido

RESUMEN	11
ABSTRACT.....	12
INTRODUCCIÓN	13
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	15
1.1. Descripción de la realidad problemática	15
1.1.1. Contextualización.....	15
1.1.2. Descripción del problema.....	16
1.2. Delimitación del problema.....	18
1.2.1. Espacial	18
1.2.2. Temporal	18
1.2.3. Teórica.....	18
1.3. Formulación del problema	18
1.3.1. Pregunta general	18
1.3.2. Preguntas específicas.....	18
1.4. Justificación de la investigación.....	19
1.4.1. Justificación Teórica	19
1.4.2. Justificación práctica	20
1.4.3. Justificación académica.....	20
1.5. Objetivos.....	21
1.5.1. Objetivo general	21
1.5.2. Objetivos específicos.....	21
1.6. Limitaciones de la investigación.....	22
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	23
2.1. Antecedentes	23
2.1.1. Internacionales	23
2.1.2. Nacionales	25

2.1.3. Regionales	26
2.2. Bases teóricas.....	28
2.2.1. Teoría de la calidad de servicio	28
2.2.1.1. Teoría de la Calidad de Joseph M. Juran	28
2.2.2. Teoría de la satisfacción del usuario.....	29
2.2.2.1. Teoría de las brechas	29
2.3. Bases conceptuales.....	30
2.3.3. El modelo SERVQUAL	32
2.4. Definición de términos básicos.....	33
Capítulo III: HIPÓTESIS Y VARIABLES	35
3.1. Planteamiento de la hipótesis	35
3.1.1. Hipótesis general	35
3.1.2. Hipótesis específicas	35
3.2. Variables	36
3.2.1. Variable 1:.....	36
3.2.2. Variable 2:.....	36
3.3. Operacionalización de variables.	37
CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA	38
4.1. Enfoque y métodos de la investigación	38
4.1.1. Enfoque de la investigación	38
4.1.2. Métodos de la investigación.....	38
4.2. Diseño de la investigación	39
4.3. Población y muestra.....	39
4.3.1. Población.....	39
4.3.2. Muestra.....	40
4.4. Unidad de análisis	40
4.5. Unidad de observación.....	40

4.6. Técnicas e instrumentos, de recolección, de datos.....	41
4.6.1. Confiabilidad de los instrumentos.....	42
4.6.2. Validación de los instrumentos.....	43
4.7. Técnicas para el procesamiento y análisis de la información.....	44
4.8. Matriz de consistencia.....	45
Capítulo V: RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	46
5.1. Presentación de resultados.....	46
5.1.1. Nivel de calidad de servicio.....	46
5.1.2. Nivel satisfacción del asociado.....	54
5.2. Análisis, interpretación y discusión de resultados.....	59
5.2.1. Análisis e interpretación de resultados.....	59
5.2.2. Discusión de resultados.....	64
5.3. Prueba de hipótesis.....	69
5.3.1. Contrastación de la hipótesis.....	69
Conclusiones.....	71
Recomendaciones.....	73
Referencias.....	75
Apéndices.....	79
Anexos.....	82

Índice de tablas

Tabla 1: operacionalización de variables.....	37
Tabla 2 Escalas de medición; calidad de servicio.....	41
Tabla 3 Escala de medición; satisfacción del usuario.....	41
Tabla 4 Valoraciones de Coeficientes del Alfa de Cronbach	42
Tabla 5 Confiabilidades del cuestionario Estadísticas de fiabilidad para Calidad de Servicio	42
Tabla 6 Confiabilidad del cuestionario Estadísticas de fiabilidad para Satisfacción del Asociado	43
Tabla 7 Validación del cuestionario calidad de servicio.....	43
Tabla 8 Validaciones del cuestionario satisfacción del asociado	44
Tabla 9 Matriz ,de ,consistencia.....	45
Tabla 10 Calidad del servicio en general	46
Tabla 11 Fiabilidad	48
Tabla 12 Capacidad de respuesta	49
Tabla 13 Seguridad	50
Tabla 14 Empatía	51
Tabla 15 Elementos tangibles	52
Tabla 16 Satisfacción del asociado en general.....	54
Tabla 17 Factores positivos de satisfacción.....	56
Tabla 18 Factores negativos de satisfacción	57
Tabla 19 Factores funcionales de soporte	58
Tabla 20 Prueba de Kolmogorov-Smirnov para sus muestras	59
Tabla 21 Calidad de Servicio y Satisfacción del asociado.....	60
Tabla 22 correlación entre la fiabilidad y satisfacción del asociado.....	61
Tabla 23 Prueba de correlación de Spearman entre capacidad de respuesta y satisfacción del asociado.....	62
Tabla 24 Correlación entre seguridad y satisfacción del asociado	63
Tabla 25 Correlación entre empatía y satisfacción del asociado	64
Tabla 26 Correlación Spearman entre elementos tangibles y satisfacción del asociado	64

Índice de Figuras

Figura 1 Calidad de servicio en general.....	47
Figura 2 Fiabilidad.....	48
Figura 3: Capacidades de respuestas	49
Figura 4: Seguridad.....	50
Figura 5: Empatía	51
Figura 6: Elementos tangibles.....	52
Figura 7: Satisfacción del asociado	54
Figura 8: Factores positivos de satisfacción	55
Figura 9: Factores negativos de satisfacción	56
Figura 10: Factores funcionales de soporte	57

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo analizar la relación existente entre la calidad del servicio y la satisfacción de los asociados de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca (CCPC) durante el primer trimestre del año 2025. El estudio se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental, de tipo transversal y nivel descriptivo-correlacional. Metodológicamente, el estudio empleó un enfoque cuantitativo bajo un diseño no experimental transversal con nivel descriptivo- correlacional. Se trabajó con una muestra de 242 asociados de la institución. Como técnica de recolección se utilizó la encuesta, apoyada en un cuestionario estructurado basado en el modelo SERVQUAL, que evaluó tanto la calidad del servicio a través de las dimensiones de fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles, así como el grado de satisfacción de los participantes. Los resultados evidenciaron que la calidad del servicio es percibida mayoritariamente en un nivel regular, siendo esta valoración expresada por el 51 % de los asociados. De manera similar, la satisfacción del asociado fue calificada principalmente como regular por el 50% de los encuestados. En cuanto al análisis estadístico, la prueba de Rho de Spearman arrojó un coeficiente de 0,306, lo que refleja la existencia de una relación positiva y moderada entre la calidad del servicio y la satisfacción de los asociados. A partir de ello se concluye que una mejora en la calidad del servicio ofrecido por la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca (CCPC) tendría un impacto favorable y relevante en la satisfacción percibida por sus miembros.

Palabras clave: Calidad de servicio, satisfacción y asociado.

ABSTRACT

This research aimed to analyze the relationship between service quality and the satisfaction of members of the Chamber of Commerce and Production of Cajamarca during the first quarter of 2025. The study was conducted under a quantitative approach, using a non-experimental, cross-sectional design with a descriptive-correlational level.

The study population consisted of members of the institution, from which a sample of 242 participants was selected. Data collection was carried out through a survey technique, using a structured questionnaire based on the SERVQUAL model dimensions. This instrument made it possible to assess service quality through the dimensions of reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles, as well as the level of member satisfaction.

The results showed that service quality was mostly perceived at a moderate level, as indicated by 51% of the respondents. Similarly, 50% of the members rated their level of satisfaction as moderate. Statistical analysis using Spearman's Rho correlation coefficient yielded a value of 0.306, indicating a positive and moderate relationship between service quality and member satisfaction.

In addition, the findings revealed that empathy and tangible elements obtained higher evaluation levels, while reliability and responsiveness showed lower scores, highlighting areas that require improvement. In conclusion, enhancing service quality within the Chamber of Commerce and Production of Cajamarca would contribute significantly to increasing member satisfaction.

Key words: Quality of services, satisfactions and associate

INTRODUCCIÓN

En un entorno empresarial con más competencia, las organizaciones gremiales desempeñan un papel clave en el desarrollo de las empresas asociadas. En este contexto, la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca (CCPC) cumple una función representativa orientada a promover la competitividad, la inversión y el desarrollo económico sostenible; sin embargo, se ha identificado insatisfacción en algunos asociados respecto a la calidad de los servicios brindados y al nivel de apoyo institucional percibido.

Considerando el escenario descrito, esta investigación se propuso como problema central indagar sobre la relación que existe entre la calidad del servicio y la satisfacción experimentada por los asociados de la CCPC a lo largo del primer trimestre del año 2025. En concordancia con dicho planteamiento, el objetivo general se orientó a determinar esa relación, a la vez que se buscó precisar el grado de asociación entre cada una de las dimensiones de localización del servicio y la satisfacción de los asociados.

La exploración se justifica desde el enfoque práctico, ya que permitirá identificar oportunidades de mejora en los servicios ofrecidos por la Cámara, contribuyendo a incrementar la satisfacción y fidelización de los asociados. Asimismo, presenta una justificación teórica, al aportar conocimientos científicos sobre la calidad de servicio y la satisfacción del asociado, útiles para futuras investigaciones.

Desde el punto de vista metodológico, este estudio se categoriza como básico, con un nivel descriptivo y correlacional, y un diseño no experimental transversal. La calidad del servicio es la variable uno y la satisfacción del asociado es la variable dos. La recolección de datos se realizó utilizando la metodología de encuesta, utilizando un cuestionario destinado a los asociados de la institución.

El estudio se organiza en cinco capítulos: el Capítulo I expone la realidad problemática, los objetivos, justificaciones y restricciones del estudio; el Capítulo II expone el marco teórico y los antecedentes; el Capítulo III se ocupa de las hipótesis y la operacionalización de las variables; el Capítulo IV detalla la metodología; y el Capítulo V expone los resultados, el debate, las conclusiones y las recomendaciones.

Finalmente, durante el desarrollo del estudio se presentaron limitaciones por la poca predisposición de algunos asociados para responder los cuestionarios; sin embargo, esta dificultad fue superada mediante el acercamiento personal a los asociados durante los eventos organizados por la CCPC, lo que permitió recopilar la información necesaria para el logro de los objetivos.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Descripción de la realidad problemática

1.1.1. Contextualización

A nivel internacional, las organizaciones realizan sus operaciones en un contexto en el que la calidad de servicio es reconocida como un factor determinante para la satisfacción del usuario. Diversos estudios basados en el modelo SERVQUAL evidencian brechas significativamente negativas en dimensiones como las fiabilidades y las capacidades de respuestas, atribuibles principalmente a la falta de modernización y capacitaciones de los personales, tal como las carencias de infraestructura adecuada para brindarles servicios de calidad.

En el plano nacional, muchas entidades en el Perú continúan mostrando deficiencias en la disposición de sus servicios. Entre los factores más relevantes se encontraron la insuficiente modernización de la infraestructura, la limitada adaptación a tecnologías de vanguardia, la falta de actualización de conocimientos de los colaboradores y la escasa disposición para atender de manera óptima a los clientes.

Estos aspectos limitan la mejora seguida en la eficacia del servicio y afectan las satisfacciones de las personas usuarias.

A nivel regional, en Cajamarca, las organizaciones realizan sus operaciones en un contexto donde la eficacia del servicio se reconoce como un elemento concluyente de la complacencia de los usuarios. No obstante, la aplicación de altos estándares de calidad aún presenta diferencias entre instituciones, lo que evidencia la insuficiencia en fortalecer la calidad de servicio de manera sostenida.

En el contexto local, en la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, institución gremial que agrupa y representa a las empresas de la región con el objetivo de causar el desarrollo económico y la competitividad de las empresas, el mantenimiento de altos estándares de calidad en los servicios se presenta como una necesidad estratégica para asegurar la satisfacción de los asociados. Un servicio eficiente y confiable no solo favorece la retención de los asociados actuales, sino que también impulsa la recomendación de la institución a partir de la experiencia positiva percibida.

1.1.2. Descripción del problema

En la CCPC, se evidencia una problemática relacionada con la insatisfacción de un sector de los asociados respecto a los servicios que brinda la institución, situación que se manifiesta principalmente en la percepción de no obtener los resultados esperados para el crecimiento y desarrollo de sus empresas al momento de afiliarse. Los asociados esperan que la CCPC cumpla un rol activo como entidad representativa y de apoyo empresarial; sin embargo, algunos consideran que el acompañamiento recibido no contribuye de manera efectiva al fortalecimiento económico de sus negocios.

Esta insatisfacción se ve reflejada en la falta de percepción de respaldo institucional, tanto en la defensa de los intereses empresariales como en la generación de oportunidades que impulsen la competitividad, innovación e inversión en la región. En consecuencia, los asociados no se sienten plenamente representados por la CCPC, lo cual contraviene su misión de ser un gremio confiable y representativo de las empresas comprometidas con el desarrollo económico sostenible de Cajamarca.

Asimismo, otro factor que agrava esta problemática es el desconocimiento de los beneficios, servicios y programas. Muchos asociados no cuentan con información clara y oportuna sobre las ventajas de su afiliación, tales como capacitaciones, asesorías, representación gremial, networking empresarial y otras acciones orientadas a promover una cultura empresarial innovadora y competitiva, tal como lo establece su visión institucional.

La falta de comunicación efectiva y de estrategias adecuadas para difundir estos beneficios genera una baja participación de los confederados en las actividades de la CCPC, lo que incrementa su percepción de insatisfacción y reduce el valor que atribuyen a su membresía. Como consecuencia, esta situación ha llevado a que algunos asociados opten por desafiliarse de la institución, ocasionando la pérdida de asociados y una disminución de los ingresos económicos de la Cámara, lo cual limita su capacidad para desarrollar proyectos y acciones que impulsen el crecimiento empresarial y el desarrollo económico sostenible de la región.

En este contexto, la problemática descrita no solo afecta a la CCPC como institución gremial, sino también al ecosistema empresarial regional, ya que debilita su rol como promotora del desarrollo económico, la inversión y la diversificación productiva en Cajamarca.

1.2. Delimitación del problema

1.2.1. Espacial

El estudio se desarrolló en la CCPC que se localiza ubicada en el Jr. Juan Villanueva 571, Cajamarca.

1.2.2. Temporal

La indagación tiene como periodo de evaluación, el primer trimestre del año 2025.

1.2.3. Teórica

Este estudio se realizó dentro del marco teórico de la calidad del servicio y la satisfacción del usuario, basándose principalmente en la Teoría de la Calidad propuesta por Joseph M. Juran, que se basa en la trilogía de la calidad (planificación, control y mejora), y en la Teoría de las Brechas. El modelo SERVQUAL también fue implementado, facilitando el contraste de las expectativas y percepciones de los asociados en relación con el servicio prestado, considerando las dimensiones. Estas teorías constituyen la base conceptual para la evaluación de la correlación entre la disposición del servicio y la complacencia de los asociados. Responsabilidad, seguridad, empatía y componentes tangibles.

1.3. Formulación del problema

1.3.1. Pregunta general

¿Cuál es la relación entre calidad del servicio y satisfacción de los asociados en la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, en el primer trimestre del año 2025?

1.3.2. Preguntas específicas

- ¿Cuál es la relación entre fiabilidad y la satisfacción de los asociados de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, en el primer trimestre del año 2025?
- ¿Cuál es la relación entre capacidad de respuesta y la satisfacción de los asociados de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, en el primer trimestre del año 2025?
- ¿Cuál es la relación entre seguridad y la satisfacción de los asociados de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, en el primer trimestre del año 2025?
- ¿Cuál es la relación entre empatía y la satisfacción de los asociados de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, en el primer trimestre del año 2025?
- ¿Cuál es la relación entre tangibilidad y la satisfacción de los asociados de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, en el primer trimestre del año 2025?

1.4. Justificación de la investigación

1.4.1. Justificación Teórica

Esta investigación tuvo el propósito de generar conocimiento científico, sustentándose en teorías previamente formuladas por diversos autores. En particular, se fundamenta en la Teoría de la Calidad de Joseph M. Juran, basada en la trilogía de la calidad (planificación, control y mejora), así como en la Teoría de las Brechas de la satisfacción del usuario y el modelo SERVQUAL, propuestos por Parasuraman, Zeithaml y Berry, los cuales permiten estudiar la relación entre las variables. De este modo, el estudio contribuye al fortalecimiento del marco teórico y sirve como referencia para futuras investigaciones relacionadas con la gestión de la calidad.

1.4.2. Justificación práctica

La investigación posibilita que la CCPC obtenga una perspectiva, facilitando así la detección de elementos sub óptimos y virtudes en la provisión de sus servicios. Con base en estos hallazgos, la entidad será capaz de diseñar e implementar estrategias de mejora con el objetivo de incrementar la eficacia del servicio, robustecer el grado de complacencia de los asociados y promover una mayor participación y retención de sus miembros, contribuyendo de esta manera al robustecimiento institucional y al progreso empresarial de la región.

1.4.3. Justificación académica

El presente estudio fomenta el fortalecimiento de mis habilidades en la investigación científica, además de la evaluación y aplicación de los enfoques teóricos vinculados a la calidad del servicio y la satisfacción del asociado. Esto facilita la integración de los conocimientos adquiridos durante la formación profesional con la realidad institucional analizada.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo general

Determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción de los asociados de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, en el primer trimestre del año 2025.

1.5.2. Objetivos específicos

- Determinar la relación entre la fiabilidad y la satisfacción de los asociados de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, en el primer trimestre del año 2025.
- Determinar la relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los asociados de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, en el primer trimestre del año 2025.
- Determinar la relación entre la seguridad y la satisfacción de los asociados de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, en el primer trimestre del año 2025.
- Determinar la relación entre la empatía y la satisfacción de los asociados de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, en el primer trimestre del año 2025.
- Determinar la relación entre la tangibilidad y la satisfacción de los asociados de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, en el primer trimestre del año 2025.

1.6. Limitaciones de la investigación

El desinterés y la poca predisposición de algunos asociados de la CCPC para responder los cuestionarios planteados, lo cual dificultó inicialmente la recolección de información necesaria para el desarrollo de la investigación.

No obstante, esta limitación fue superada mediante la participación activa de mi persona en tres de los eventos organizados, donde me acerque de manera personal y directa con los asociados que mostraban poca predisposición, explicándoles la importancia del estudio y solicitando de manera cordial su apoyo para el llenado de las encuestas. Esta estrategia permitió generar mayor confianza y motivación en los asociados, facilitando así la obtención de data requerida para cumplir con lo establecido en la investigación.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

2.1.1 Internacionales

Treviño et al (2021) en su disertación titulada “*Calidad del servicio, satisfacción y lealtad del comprador en una compañía de la sección comercio*”. Tesis desarrollada en México. Su propósito de estudio fue examinar la correlación existente entre la calidad del servicio, la satisfacción del cliente y su fidelidad hacia la organización. El diseño adoptado fue no experimental, enfoque cuantitativo y un alcance correlacional. La muestra comprendió 516 clientes de una empresa del sector comercial, a quienes se les administró un cuestionario estructurado. El procesamiento de los datos se llevó a cabo utilizando instrumentos estadísticos. Los hallazgos primordiales indicaron que la disposición del servicio mantiene una relación positiva y significativa con la satisfacción del cliente, ejerciendo una influencia directa en su fidelidad. Se llegó a la conclusión de que la promoción de la mejora sostenible del atributo del servicio representa un elemento estratégico para fomentar la competitividad y la sostenibilidad organizacional.

Bayas y Ramos (2024) en su trabajo de investigación titulada “*Calidad del servicio y satisfacción del cliente en supermercados de Guayaquil*”. Tesis de grado desarrollada en la ciudad de Guayaquil, Ecuador. La finalidad de este estudio fue establecer el impacto de la aptitud del servicio en el gozo de los consumidores de supermercados. El diseño adoptado fue no experimental, adoptando un enfoque cuantitativo y un alcance descriptivo-correlacional. La muestra se constituyó por 384 consumidores de establecimientos comerciales, a quienes se les administró una cantidad de 384 encuestas. Los descubrimientos evidenciaron que elementos tales como la eficiencia en la atención, la organización del establecimiento y la percepción del servicio proporcionado ejercen una

influencia significativa en el grado de satisfacción del consumidor. Se llegó a la conclusión de que una gestión eficiente de la calidad del servicio fomenta el prestigio y la lealtad de los consumidores en mercados altamente competitivos.

Zambrano (2022), en su tesis titulada “*Calidad del servicio y satisfacción de los usuarios del transporte público en la ciudad de Manta*”. Tesis desarrollada en Ecuador. La investigación se enfocó en reconocer la clarividencia de los interesados acerca de la calidad del servicio de transporte estatal y su correlación con el grado de satisfacción. La metodología adoptada fue cuantitativa, adoptando un diseño no experimental y un alcance descriptivo-correlacional. La muestra consistió en 391 usuarios del transporte público, a quienes se administró un cuestionario fundamentado en el modelo SERVQUAL. El procesamiento de los datos se llevó a cabo utilizando software estadístico. Los descubrimientos revelaron una correlación favorable entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario, enfatizando las dimensiones de fiabilidad y capacidad de respuesta; sin embargo, se identificaron deficiencias en los componentes tangibles del servicio. Se llegó a la conclusión de que es imprescindible robustecer la infraestructura y los recursos físicos para incrementar la satisfacción de los usuarios.

En su totalidad, los estudios de precedentes internacionales evidencian que la calidad del servicio desempeña un papel crucial en la satisfacción del cliente o usuario, independientemente del sector bajo investigación. Estas investigaciones respaldan el presente estudio, enfatizando la importancia de apreciar la calidad del servicio como un elemento crucial para la optimización de la satisfacción de los integrantes de la CCPC.

2.1.2 Nacionales

Muga y Castillo (2022), en su disertación titulada “*Calidad del servicio y satisfacción de los usuarios en la Clínica Automotriz Garage*”. Tesis de grado desarrollada en el Perú. El objetivo de este estudio es proporcionar información pertinente y detallada sobre el tema. El objetivo fue explorar la correlación entre la disposición del servicio y el deleite de los usuarios de la Clínica Automotriz Garage, situada en la ciudad de Chiclayo. Se adoptó un enfoque cuantitativo, adoptando un diseño no experimental y un alcance correlacional. La población de estudio se constituyó por los usuarios de la empresa, considerándose una muestra de 64 individuos. El procesamiento de la información se llevó a cabo utilizando instrumentos estadísticos. Los descubrimientos revelaron que una proporción significativa de los usuarios otorga una valoración positiva a la calidad del servicio, registrándose simultáneamente un nivel de satisfacción moderado. Se llegó a la conclusión de que la calidad del servicio tiene un impacto considerable en la satisfacción de los usuarios; no obstante, existen elementos en la administración de la oferta de valor que demandan optimizaciones para incrementar el grado de satisfacción.

Cruz (2021), en su tesis titulada “*Calidad del servicio y satisfacción de los clientes en la Picantería Acuña, Coayllo – Cañete*”. Tesis de grado desarrollada en el Perú. La investigación se enfocó en establecer la correlación entre la disposición del servicio y el gozo de los clientes de la Picantería Acuña; adoptó un enfoque cuantitativo, de diseño no experimental, de corte transversal y alcance correlacional. Los sujetos de estudio fueron los clientes habituales del establecimiento, constituyendo una muestra de 50 clientes a quienes se les administró cuestionarios mediante un cuestionario estructurado. Los datos conjuntos fueron procesados mediante técnicas estadísticas aplicadas. Los descubrimientos evidenciaron una correlación positiva entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente, subrayando elementos como la calidad del servicio prestado y la satisfacción del

cliente. Como conclusión, se determinó que un incremento significativo en la calidad del servicio incrementa la satisfacción de los comensales.

Oyola (2023), en su tesis titulada “*Calidad del servicio y satisfacción de los usuarios del Centro de Servicios al Contribuyente SUNAT, Tumbes*”. Tesis de grado desarrollada en el Perú. La investigación se enfocó en examinar la reciprocidad entre la eficacia del servicio y el agrado de los usuarios del Centro de Servicios al Contribuyente de la SUNAT en la ciudad de Tumbes. Se adoptó un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental y un alcance descriptivo-correlacional. La población de estudio comprendió 23 455 participantes, a quienes se les administró cuestionarios mediante un cuestionario estructurado. El procesamiento de la información se llevó a cabo utilizando técnicas estadísticas. Los descubrimientos de la investigación evidenciaron una correlación positiva entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario; sin embargo, se reconoció que los grados de satisfacción no satisfacen de manera plena las expectativas de los contribuyentes. Se llegó a la conclusión de que, a pesar de las iniciativas institucionales orientadas a la mejora de la calidad del servicio, es imperativo robustecer los mecanismos de atención para optimizar la percepción del usuario.

2.1.3 Regionales

Molocho (2023) en su tesis titulada “*La calidad del servicio y su influencia en la satisfacción de los usuarios en la Oficina Registral de Cajamarca – SUNARP, 2022*”. Tesis de grado desarrollada en la Universidad Nacional de Cajamarca. La investigación se enfocó en examinar y entender el nivel de atribución de la eficacia del servicio en el agrado de los usuarios de la Oficina Registral de Cajamarca - SUNARP. Se empleó una metodología aplicada cuantitativamente, con un diseño no experimental, de corte transversal y un alcance descriptivo-correlacional. La muestra fue de 132 participantes, a quienes se les administró un cuestionario estructurado como herramienta de recolección de

información. llevó a cabo mediante técnicas estadísticas el recojo de información. Los descubrimientos identificaron una correlación directa, positiva y moderada ($Rho = 0,594$). Para concluir, se determinó que una optimización en la calidad del servicio incrementa de manera significativa.

Vásquez (2020), en su tesis titulada *“La calidad del servicio y la satisfacción del usuario del Gobierno Regional de Cajamarca, 2020”*. Tesis para optar el grado de magister desarrollada en la Universidad Nacional de Cajamarca. La investigación se enfocó en examinar la correlación entre la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios. Se adoptó un enfoque cuantitativo, de diseño no experimental, de corte transversal y alcance descriptivo-correlacional. Los datos fueron recopilados a través de un cuestionario estructurado, y el procesamiento de la información se llevó a cabo mediante técnicas estadísticas. Los hallazgos indicaron que la calidad del servicio tiene un impacto directo sobre la satisfacción del usuario, evidenciándose una correlación positiva moderada ($Rho = 0,649$), junto con niveles percibidos de calidad y satisfacción reducidos. Se llegó a la conclusión de que es imperativo robustecer el compromiso de los empleados de la institución y optimizar los mecanismos internos y externos para incrementar la satisfacción de los usuarios.

Ríos (2023), en su tesis titulada *“Calidad del servicio y satisfacción del usuario externo en el módulo de atención al usuario de la Corte Superior de Justicia de Cajamarca – 2023”*. Tesis de maestría desarrollada en la Universidad Nacional de Cajamarca. El estudio se orientó a evaluar el vínculo existente entre la calidad del

servicio y la satisfacción de los usuarios externos del módulo de atención; Se adoptó una metodología cuantitativa, adoptando un diseño no experimental, de corte transversal y un alcance descriptivo-correlacional. Se trabajó con una muestra de 150 usuarios externos a la institución, a quienes se administró un cuestionario estructurado en el contexto de la técnica de la encuesta. Los datos recolectados fueron sometidos a análisis utilizando instrumentos estadísticos; el análisis de los datos se llevó a cabo mediante técnicas estadísticas. Los hallazgos evidenciaron una correlación positiva y significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario, subrayando aspectos como la celeridad en la prestación del servicio, la disposición de los colaboradores y la exactitud de los datos. Se llegó a la conclusión de que el fortalecimiento de los mecanismos de atención favorece la mejora en la percepción y satisfacción de los usuarios externos en las instituciones estatales.

2.2 Bases teóricas

2.2.1. Teoría de la calidad de servicio

2.2.1.1. Teoría de la Calidad de Joseph M. Juran

Joseph M. Juran constituye uno de los principales fundamentos conceptuales. Este autor plantea que la calidad debe ser entendida como un proceso integral orientado a satisfacer las necesidades del cliente, y no únicamente como el cumplimiento de especificaciones técnicas.

Juran desarrolló la denominada Trilogía de la Calidad, la cual se compone de tres procesos interrelacionados: la organización de la disposición, la inspección de la calidad y la mejora de la disposición. Estos procesos permiten a las organizaciones gestionar de manera sistemática la calidad en todas sus operaciones.

Planificación de la calidad

Orienta a detectar los requerimientos del cliente y traducirlas en características concretas del servicio. Este proceso implica comprender quiénes son los usuarios, cuáles son sus expectativas y cómo estas pueden ser atendidas mediante procesos organizacionales adecuados.

Control de la calidad

Se centra en la supervisión permanente del desempeño del servicio, comparandolos resultados obtenidos con los estándares establecidos. A través de este proceso, la organización puede detectar desviaciones y aplicar acciones correctivas oportunas que garanticen la consistencia del servicio brindado.

Mejoramiento de la calidad

Orientada a la optimización continua de los procesos, con el propósito de elevar el desempeño organizacional y reducir errores. Este enfoque promueve una cultura de mejora constante, donde la calidad se convierte en una responsabilidad mutua de todos los actores de la entidad.

2.2.2. Teoría de la satisfacción del usuario

2.2.2.1. Teoría de las brechas

Desarrollada por Parasuraman, Zeithaml y Berry, explica la satisfacción del usuario a partir de las diferencias existentes entre las ideas que el usuario tiene antes de acceder a un servicio y la idea que desarrolla una vez que lo ha utilizado. Estas diferencias, denominadas brechas, permiten identificar las causas de la insatisfacción en las organizaciones de servicios.

Una de las principales brechas se produce cuando la organización no logra comprender adecuadamente las expectativas reales del usuario, lo que genera decisiones gerenciales poco alineadas con sus necesidades. Asimismo, puede presentarse una brecha cuando las expectativas identificadas no se traducen en estándares claros de calidad, o cuando el servicio no se ejecuta conforme a dichos estándares.

Otra brecha relevante se origina cuando la información comunicada al usuario no coincide con el servicio efectivamente brindado, generando percepciones negativas. Finalmente, la brecha más significativa corresponde a la diferencia el servicio que el usuario anticipa recibir con el que realmente experimenta, puesto que es dicha discrepancia la que en última instancia determina el grado de satisfacción o insatisfacción que este desarrolla hacia la entidad.

2.3 Bases conceptuales

2.3.1 Calidad de servicio

Definición

De acuerdo con Pizzo (2013, citado en Silva Siu, Guerrero Bejarano y Solís Vera, 2017), la calidad del servicio se conceptualiza como una competencia organizacional que se cultiva y consolida a través de la práctica, enfocada en la interpretación precisa de las necesidades y expectativas de los clientes para proporcionar respuestas apropiadas, oportunas y fiables, incluso ante errores o circunstancias imprevistas. Mediante esta dirección, se aspira a que cada cliente experimente una atención personalizada, comprometida y eficiente que sobrepase sus expectativas, generando de este modo una experiencia de valor superior que tenga un impacto positivo en los rendimientos económicos de la entidad.

Dimensiones

Según Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985), para su evaluación se consideran cinco dimensiones clave que:

- **Fiabilidad:** Aptitud para ejecutar lo ofrecido de manera segura, precisa y consistente.
- **Capacidad de reacción:** Habilidad y competencia del personal de ayudar al cliente y brindar un servicio ágil y oportuno.
- **Seguridad:** Conocimiento, cortesía y afabilidad del colaborador, así como su capacidad para generar garantía y credibilidad.
- **Empatía:** Atención personalizada que se brinda al cliente, demostrando comprensión de sus necesidades, emociones y expectativas.
- **Elementos tangibles:** Percepción visual que generan las instalaciones físicas, los equipos disponibles, los materiales utilizados y los medios de comunicación empleados en el proceso de prestación del servicio. (p.46-48)

2.3.2 Satisfacción del usuario

Definición

Philip (2001) define a la satisfacción del cliente como, la disposición afectiva que desarrolla una persona como resultado de evaluar el rendimiento real percibido de un producto o servicio frente a las expectativas que tenía antes de acceder a él, determinando así su grado de conformidad o descontento con la experiencia vivida. (p.10)

Dimensiones

Summers (2016) describe las siguientes dimensiones:

- Factores positivos de satisfacción: Grupo de elementos que determinan la calidad del servicio brindado, considerando aquellas acciones o faltas que pueden contribuir o perjudicar la experiencia del usuario.
- Factores negativos de satisfacción: Conjunto de elementos que desfavorecen al trato y al nivel de servicio, abarcando tanto las acciones ejecutadas de manera inadecuada como las faltas en que se incurre, generando en ambos casos un efecto negativo sobre la percepción de calidad.
- Factores funcionales de soporte: Conjunto de elementos que contribuyen positivamente a la prestación del servicio, impactando en su calidad y repercutiendo directamente en la satisfacción de los usuarios. (p.208)

2.3.3. El modelo SERVQUAL

Instrumento frecuentemente empleado en la valoración de la disposición del servicio. Este modelo se fundamenta en la comparación entre las expectativas del usuario y sus valoraciones respecto al servicio proporcionado, lo que facilita la identificación de elementos positivos y deficiencias en la administración organizacional.

Cinco dimensiones fundamentales:

- Fiabilidad, relacionada con la facultad de la organización para ejecutar el servicio comprometido con exactitud y de manera uniforme.
- Capacidad de respuesta, vinculada a la predisposición y agilidad del personal para atender de manera oportuna los requerimientos.

- Asociada al conocimiento, cortesía y credibilidad del personal, así como a la confianza que transmite la institución.
- Empatía, referida a trato individualizado y al interés que demuestra la organización por entender y responder las necesidades particulares de cada usuario.
- Elementos tangibles, que incluyen la infraestructura, tecnología y la imagen del personal, constituyen elementos que inciden directamente en la impresión inicial del servicio

Estas dimensiones permiten evaluar de manera integral las variables, constituyéndose un soporte teórico relevante para determinar el grado de asociación entre las variables.

2.4. Definición de términos básicos

- **Calidad de servicio**
Consta en el desacuerdo entre las necesidades o deseos de un asociado o usuario sobre los servicios y la apreciación de los servicios que recibe.
- **Satisfacción**
Estado mental, de alegría y bienestar, el cual se da al haberse cumplido una necesidad o deseo, se da cuando se ha llegado a cumplir las expectativas que los usuarios tienen.
- **Asociado**
Individuo que forma parte de una asociación u organización.
- **Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca (CCPC)**
Institución gremial que representa, promueve y apoya el desarrollo empresarial y productivo de sus asociados en la región Cajamarca

- **Fiabilidad**
Seguridad que otros tienen en que se cumplirá con lo acordado.
- **Capacidad de respuesta**
Rapidez al atender solicitudes de los clientes.
- **Seguridad**
Garantía y certeza que transmite el usuario al brindar un servicio.
- **Empatía**
Capacidad de comprender y entender al cliente.
- **Tangibilidad**
Elementos físicos que acompañan la prestación de un servicio.
- **Factores positivos de satisfacción**
Aspectos que inciden favorablemente en la calidad del trato ofrecido y en el nivel del servicio prestado
- **Factores negativos de satisfacción**
Aspectos que inciden negativamente en la calidad del trato ofrecido y en el nivel del servicio prestado.
- **Factores funcionales de soporte**
Factores que influyen en la entrega y ejecución del servicio, afectando su calidad y, en consecuencia, la satisfacción de los usuarios.

Capítulo III: HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1. Planteamiento de la hipótesis

3.1.1. Hipótesis general

Existe una relación positiva y significativa entre la calidad del servicio brindado por la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca y el nivel de satisfacción de sus asociados durante el primer trimestre del año 2025.

3.1.2. Hipótesis específicas

- Existe una relación significativa entre la fiabilidad y la satisfacción de los asociados de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, en el primer trimestre del año 2025.
- Existe una relación significativa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los asociados de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, en el primer trimestre del año 2025.
- Existe una relación significativa entre la seguridad y la satisfacción de los asociados de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, en el primer trimestre del año 2025.
- Existe una relación significativa entre la empatía y la satisfacción de los asociados de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, en el primer trimestre del año 2025.
- Existe una relación significativa entre la tangibilidad y la satisfacción de los asociados de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, en el primer trimestre del año 2025.

3.2. Variables

3.2.1. *Variable 1:*

Calidad de servicio

3.2.2. *Variable 2:*

Satisfacción de los asociados

3.3. Operacionalización de variables.

Tabla 1: operacionalización de variables

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Instrumentos
Calidad de servicio Variable 1	La calidad de servicio consiste en la discrepancia entre los deseos de los usuarios acerca del servicio y la percepción del servicio recibido. (Parasurama, Zeithaml, & Berry, 1988, p.12)	Nivel de atención que una organización proporciona a sus clientes, será definida a través de cinco dimensiones, en un cuestionario.	1. Fiabilidad	Habilidad Ejecución Servicio	Instrumento: Cuestionario Técnica: Encuesta
			2. Capacidad de repuesta	Disposición Rapidez	
			3. Seguridad	Confianza Cortesía Conocimiento	
			4. Empatía	Comunicación Acceso Comprensión	
			5. Elementos tangibles	Infraestructura Aspecto personal	
Satisfacción de los asociados Variable 2	Estado mental y representa sus respuestas intelectuales, materiales y emocionales ante el cumplimiento de una necesidad o deseo de información. (Rey Martín , 2000, p.139)	Nivel en que los productos o servicios proporcionados por una organización satisfacen las expectativas del cliente, será definida a través de tres dimensiones.	1. Factores positivos de satisfacción	Respuesta a necesidades Disponibilidad Trato al asociado Nivel de servicio	
			2. Factores negativos de satisfacción	Confiabilidad Seguridad Respuesta a errores Integridad	
			3. Factores funcionales de soporte	Rapidez Profesionalismo del personal Presentación personal y ambiente físico	

CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA

4.1. Enfoque y métodos de la investigación

4.1.1 Enfoque de la investigación

La indagación adopto el enfoque cuantitativo, Dado que se enfocó en el examen de variables cuantificables y observables, empleando técnicas estadísticas que facilitan el procesamiento, análisis e interpretación rigurosa de la información recopilada. Esta metodología facilitó un examen imparcial de la calidad del servicio proporcionado por la CCPC y su relación con el nivel de complacencia de sus asociados.

La investigación, de naturaleza fundamental, se lleva a cabo bajo un enfoque descriptivo-correlacional, con el objetivo de delinear las percepciones de los asociados, además de investigar la correlación existente entre ambas variables. La investigación se enfoca en la correlación, con la finalidad de establecer, a través de métodos estadísticos, la relación entre ambas variables, sin aspirar a establecer relaciones de causalidad.

4.1.2 Métodos de la investigación

En el presente trabajo se emplearon los métodos de investigación mencionados a continuación:

Método Deductivo: Este método permitió partir de fundamentos teóricos generales relacionados con las variables, posteriormente arribar a conclusiones específicas aplicables al contexto.

Método Analítico - Sintético: Se utilizó con la finalidad de descomponer las variables de estudio en sus dimensiones e indicadores, facilitando un análisis detallado de sus características. Posteriormente, se integró la información obtenida para lograr una comprensión global de las variables y de la relación existente entre ellas.

4.2. Diseño de la investigación

Es no experimental, Dado que las variables no fueron manipuladas de manera intencional, sino que fueron observadas y examinadas en su contexto natural. Además, el estudio se caracteriza por su naturaleza transversal, dado que la recopilación de datos se llevó a cabo en un único instante temporal, correspondiente al periodo preestablecido.

4.3. Población y muestra

Población

Está constituida por 650 asociados registrados en la base de datos de la CCPC durante el primer trimestre del año 2025. **(VER ANEXO N.º 01)**

4.3.2 Muestra

Será probabilística y estará conformada por 242 asociados, la misma que fue calculada de la siguiente manera:

$$n = \frac{NZ^2 * p * q}{e^2N + Z^2 * pq}$$

N: Población 650 asociados de la CCPC.

Z: Niveles de confianzas 1.96

p: variabilidades positivas 0.5

q: variabilidades negativas 0.5

e: errores de muestras 0.05

$n = 242$ asociados

La selección se realizó de manera aleatoria simple, asegurando que la totalidad de los miembros de la población contaran con las mismas probabilidades de ser seleccionados. Los 242 asociados que conformaron la muestra representan diversos sectores económicos (comercio, servicios, manufactura, construcción, turismo y agroindustria) y mantienen una participación activa en actividades, eventos y asambleas de la institución, lo que asegura una perspectiva amplia y equilibrada sobre las variables en la institución.

4.4. Unidad de análisis

Es la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca (CCPC).

4.5. Unidad de observación

Son los 242 asociados de la CCPC.

4.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La recolección de datos se realizó mediante la técnica de la encuesta, utilizando un cuestionario de interrogantes cerradas elaborado en concordancia con los indicadores de las variables estudiadas, aplicado a los 242 asociados.

Los datos recopilados fueron ordenados y exhibidos en tablas y cuadros, en función a cada una de las variables con sus respectivas dimensiones y para tal efecto se consideraron las siguientes escalas de valoraciones:

Tabla 2 Escalas de medición; calidad de servicio

Valores	Nivel	Descripción
1	No	Bajo
2	A veces	Regular
3	Si	Alto

Nota: Escala de medición para la variable calidad de servicio.

Tabla 3 Escala de medición; satisfacción del usuario

Valor	Nivel	Descripción
1	No	Bajo
2	A veces	Regular
3	Si	Alto

Nota: Escala de medición para la variable satisfacción del usuario.

4.6.1. Confiabilidad de los instrumentos

Con el Alfa de Cronbach, las valoraciones son las siguientes:

Tabla 4 Valoraciones de Coeficientes del Alfa de Cronbach

Valores del CCI	Fuerzas de las concordancias
>0,90	Muy buenas
0,71 – 0,90	Buenas
0,51 – 0,70	Moderadas
0,31 – 0,50	Mediocres
<0,30	Malas o nulas

Fuente: Valoraciones de los Coeficientes de Alfa de Cronbach (Landis y Koch, 1977)

Los coeficientes obtenidos por los instrumentos fueron los siguiente:

Tabla 5 Confiabilidades del cuestionario Estadísticas de fiabilidad para Calidad de Servicio

Alfa de Cronbach	N de elemento
0,973	20

A partir de la aplicación del instrumento diseñado para valorar el nivel de calidad del servicio experimentado por los asociados, se analizó y proceso los hallazgos derivados del procesamiento de datos mediante el software estadístico IBM – SPSS, obteniéndose un Alfa de Cronbach que indica una confiabilidad significativa del 0,973, lo que denota una muy buena precisión del instrumento.

Tabla 6 *Confiabilidad del cuestionario Estadísticas de fiabilidad para Satisfacción del Asociado*

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,991	12

A partir de la aplicación del cuestionario para medir el nivel de satisfacción de los asociados de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, se analizó y procesó los hallazgos derivados del procesamiento de datos mediante el software estadístico IBM – SPSS, obteniéndose un Alfa de Cronbach que indica una confiabilidad significativa del 0,991, lo que denota una muy buena precisión del instrumento.

4.6.2. Validación de los instrumentos

La herramienta para evaluar la excelencia de la prestación y la complacencia del cliente fue evaluada a través del criterio de expertos:

- Dr. Mario Oswaldo Paredes Sánchez (1)
- Mg. Roxana Elizabeth Mestanza Cacho (2)
- Dr. Rosa Mendoza Esquivel (3) Y

Los resultados fueron:

Tabla 7 *Validación del cuestionario calidad de servicio*

Instrumentos	Expertos 1	Expertos 2	Expertos 3	Promedios
Cuestionarios	0.80	0.80	0.80	0.80

Tabla 8 *Validaciones del cuestionario satisfacción del asociado*

Instrumentos	Expertos 1	Expertos 2	Expertos 3	Promedios
Cuestionario	0.80	0.80	0.80	0.80

En consecuencia, con un promedio de 0.80, se concluye que los sondeos destinados a evaluar tanto la disposición del servicio como la complacencia de los confederados poseen validez aceptable, lo que permite evaluar ambas variables.

4.7. Técnicas para el procesamiento y análisis de la información

Para el tratamiento de la data se empleó Microsoft Excel y SPSS, programas que permitieron calificar, verificar y tabular la información obtenida de manera eficiente.

Matriz de consistencia

Tabla 9 Matriz de consistencia

<i>Formulación del problema</i>	<i>Objetivos</i>	<i>Hipótesis</i>	<i>Variables</i>	<i>Metodología</i>
<p>General</p> <p>¿Cuál es la relación entre calidad del servicio y satisfacción de los asociados en la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, en el primer trimestre del año 2025?</p> <p>Específicos</p> <p>- ¿Cuál es la relación entre fiabilidad y la satisfacción de los asociados de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, en el primer trimestre del año 2025?</p> <p>- ¿Cuál es la relación entre capacidad de respuesta y la satisfacción de los asociados de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, en el primer trimestre del año 2025?</p> <p>- ¿Cuál es la relación entre seguridad y la satisfacción de los asociados de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, en el primer trimestre del año 2025?</p> <p>- ¿Cuál es la relación entre empatía y la satisfacción de los asociados de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, en el primer trimestre del año 2025?</p> <p>- ¿Cuál es la relación entre tangibilidad y la satisfacción de los asociados de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, en el primer trimestre del año 2025?</p>	<p>General</p> <p>Determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción de los asociados de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, en el primer trimestre del año 2025.</p> <p>Específicos</p> <p>- Determinar la relación entre la fiabilidad y la satisfacción de los asociados de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, en el primer trimestre del año 2025.</p> <p>- Determinar la relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los asociados de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, en el primer trimestre del año 2025.</p> <p>- Determinar la relación entre la seguridad y la satisfacción de los asociados de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, en el primer trimestre del año 2025.</p> <p>- Determinar la relación entre la empatía y la satisfacción de los asociados de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, en el primer trimestre del año 2025.</p> <p>- Determinar la relación entre la tangibilidad y la satisfacción de los asociados de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, en el primer trimestre del año 2025.</p>	<p>General</p> <p>Existe una relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción de los asociados de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, en el primer trimestre del año 2025.</p> <p>Específicas</p> <p>- Existe una relación significativa entre la fiabilidad y la satisfacción de los asociados de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, en el primer trimestre del año 2025.</p> <p>- Existe una relación significativa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los asociados de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, en el primer trimestre del año 2025.</p> <p>- Existe una relación significativa entre la seguridad y la satisfacción de los asociados de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, en el primer trimestre del año 2025.</p> <p>- Existe una relación significativa entre la empatía y la satisfacción de los asociados de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, en el primer trimestre del año 2025.</p> <p>- Existe una relación significativa entre la tangibilidad y la satisfacción de los asociados de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, en el primer trimestre del año 2025.</p>	<p>Variable 1: Calidad de Servicio</p> <p>Variable 2: Satisfacción del asociado</p>	<p>-Tipo de la Investigación: Básica</p> <p>-Nivel: Descriptivo y correlacional.</p> <p>-Diseño de investigación: No experimental y transversal.</p> <p>- Método de investigación: Deductivo y Analítico - Sistemico.</p>

Capítulo V: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

5.1. Presentación de resultados

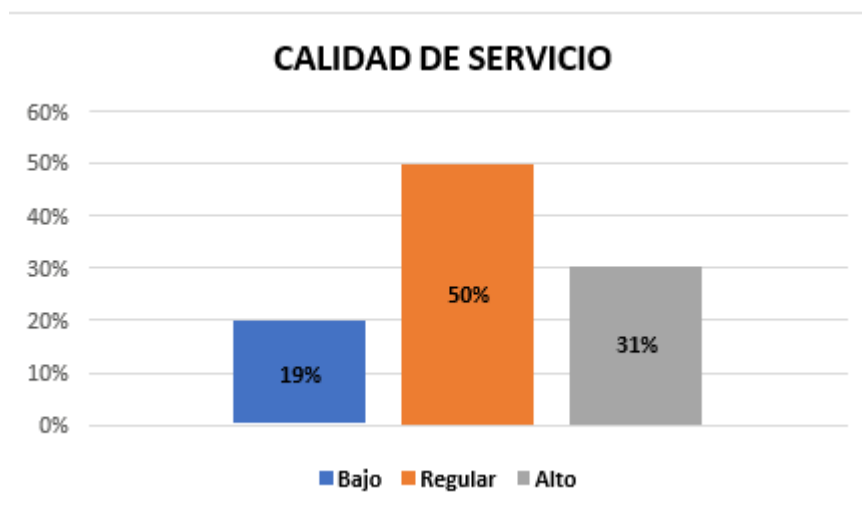
La investigación permitió establecer la relación entre la disposición del servicio y la complacencia de los asociados de la CCPC durante el primer trimestre del año 2025. Los resultados confirmaron dicha relación, registrándose que el 50% de los asociados percibe en un nivel regular, mientras que la satisfacción de los asociados también fue valorada como regular por el mismo porcentaje de participantes.

5.1.1. Nivel de calidad de servicio

Tabla 10 *Calidad del servicio en general*

Alternativas	Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes acumulados
Bajo	46	19%	19%
Regular	120	50%	69%
Alto	76	31%	100%
Total	242	100%	

Figura 1 Calidad de servicio en general



Fuente: Tabla 10

De los 242 asociados encuestados sobre la calidad de servicio de la entidad, podemos identificar que es percibida mayoritariamente como regular, ya que el 50% de los asociados manifestó esta valoración. Este resultado evidencia que, si bien el servicio cumple con los estándares básicos esperados por los usuarios, no logra satisfacer plenamente sus expectativas. Asimismo, el 31% considera que la calidad de servicio es alta, lo cual indica que menos de un tercio de los asociados percibe un servicio eficiente y de alto nivel, reflejando que las prácticas actuales solo generan una percepción positiva sólida en un grupo reducido de asociados. Por otro lado, el 19% de los asociados califica la calidad de servicio como baja, lo que representa un porcentaje significativo, ya que evidencia la presencia de deficiencias

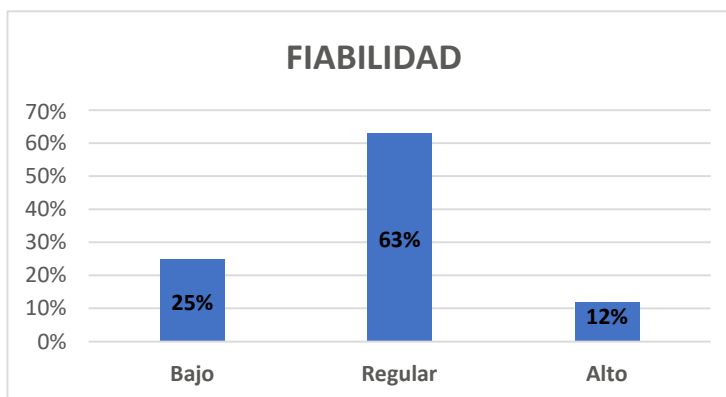
Dimensiones de la calidad de servicio

Tabla 11 *Fiabilidad*

Alternativas	Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes acumulados
Bajo	60	25%	25%
Regular	154	63%	88%
Alto	28	12%	100%
Total	242	100%	

Figura 2 *Fiabilidad*

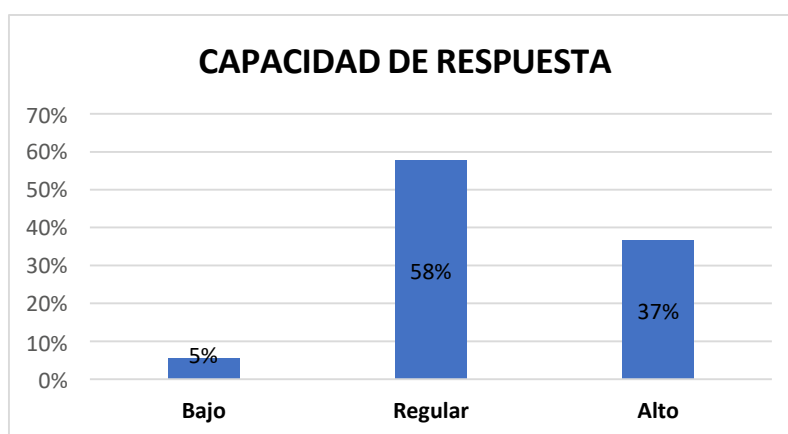
Fuente: Tabla 11



De los 242 asociados que fueron encuestados sobre la dimensión fiabilidad de la calidad de servicio, esta es percibida mayoritariamente como regular por el 63% de los asociados, lo que indica que el servicio cumple de manera aceptable con lo prometido, aunque presenta inconsistencias que limitan una percepción óptima. Asimismo, el 25% de los encuestados califica la fiabilidad como baja, lo cual representa una proporción considerable de asociados que perciben fallas en el cumplimiento oportuno, exactitud de la información o confiabilidad de los procesos, aspectos fundamentales dentro de la calidad de servicio. Por otro lado, solo el 12% de los asociados considera que la fiabilidad es alta, lo que evidencia que una porción reducida percibe un servicio constante, preciso y confiable, reflejando la necesidad de fortalecer esta dimensión.

Tabla 12 *Capacidad de respuesta*

Alternativas	Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes acumulados
Bajo	13	5%	5%
Regular	140	58%	63%
Alto	89	37%	100%
Total	242	100%	

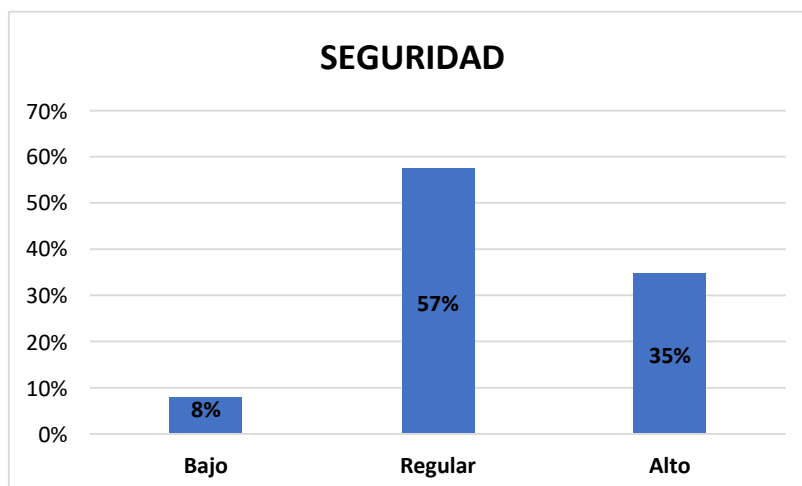
*Figura 3: Capacidades de respuestas*

Fuente: Tabla 12

De los 242 asociados que fueron entrevistados respecto a la dimensión de capacidad de respuesta de la calidad de servicio, el 58% de los asociados la percibe como regular, lo que indica que la atención y rapidez en la respuesta a solicitudes es aceptable, pero no siempre oportuna ni eficiente. Asimismo, un 37% de los encuestados estiman que la capacidad de respuesta es alta, lo cual refleja que un grupo significativo de asociados valora positivamente la celeridad en la atención y la predisposición de los colaboradores para responder a los requerimientos y resolver situaciones problemáticas. En contraste, solo el 5% de los asociados califica esta dimensión como baja, lo que sugiere que los problemas relacionados con la lentitud o falta de atención son percibidos por una minoría.

Tabla 13 Seguridad

Alternativas	Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes acumulados
Bajo	19	8%	8%
Regular	139	57%	65%
Alto	84	35%	100%
Total	242	100%	

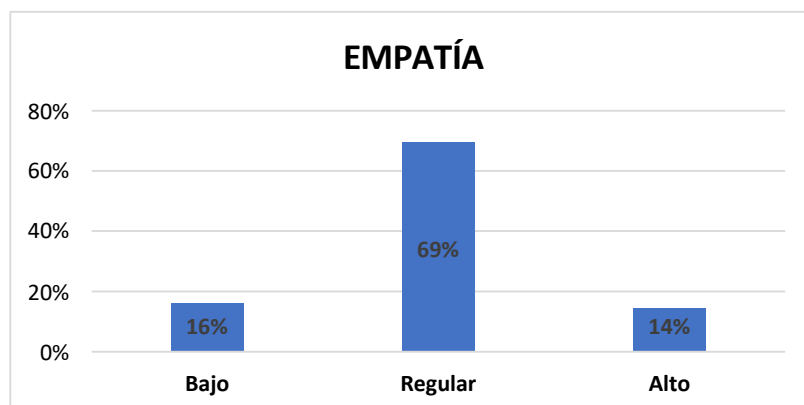
Figura 4: Seguridad

Fuente: Tabla 13

De los 242 asociados que fueron cuestionados sobre la dimensión de seguridad de la calidad de servicio, el 57 % en promedio la calificó como regular, lo que indicó que una gran proporción de los asociados tuvo una valoración imparcial, evidenciando que la institución cumplió con los requerimientos mínimos, aunque con un margen de mejora. Asimismo, el 35 % la calificó como alta, lo que sugiere que la institución proyectó una imagen segura y profesional. Finalmente, el 8 % la calificó como baja, lo que demuestra que no existieron problemas críticos relacionados con la seguridad, aunque este aspecto no debe ser descuidado si se busca alcanzar la excelencia en el servicio.

Tabla 14 Empatía

Alternativas	Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes acumulados
Baja	39	16%	16%
Regular	168	70%	84%
Buena	35	14%	100%
Total	242	100%	

Figura 5: Empatía

Fuente: Tabla 14

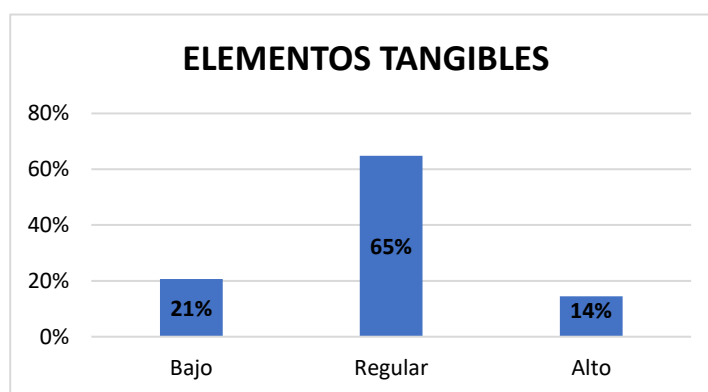
De los 242 asociados cuestionados sobre la dimensión de empatía de la calidad de servicio, se evidenció que el 69 %, en promedio, la calificó como regular, lo cual indica que, si bien el personal demuestra cierta disposición para entender de manera efectiva y dar respuesta oportuna a las necesidades de los asociados, dicha empatía no se manifiesta de manera constante, personalizada ni plenamente efectiva. Asimismo, el 16 % de los encuestados calificó esta dimensión como baja, reflejando la existencia de un grupo significativo de asociados que percibe deficiencias en el trato individualizado, la comprensión de sus requerimientos y la atención cercana, situación que podría derivar en insatisfacción y deteriorar la percepción global del servicio.

Por otro lado, solo el 14 % de los asociados considera que la empatía es alta, evidenciando que una menor proporción nota un servicio caracterizado por atención personalizada, interés genuino y sensibilidad frente a sus necesidades. En conjunto, estos resultados ponen de manifiesto que una proporción mayoritaria de asociados no percibe un nivel óptimo de empatía, lo que convierte a esta dimensión en un área prioritaria de mejora para la institución.

Tabla 15 *Elementos tangibles*

Alternativas	Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes acumulados
Bajo	50	21%	21%
Regular	157	65%	86%
Alto	35	14%	100%
Total	242	100%	

Figura 6: Elementos tangibles



Fuente: Tabla 15

De los 242 asociados de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca que fueron cuestionados sobre la extensión de elementos tangibles de la calidad de servicio, el 65 % la calificó como regular, lo que indicó que la institución cumplió con los aspectos básicos, aunque existen oportunidades de mejora en la experiencia

física del servicio. Asimismo, el 21 % la calificó como baja, situación que podría repercutir negativamente en la reputación de la institución y mermar la confianza que los asociados depositan en ella. Por otro lado, el 14 % la calificó como alta, lo que demuestra que los recursos tangibles no generaron una impresión sólida ni positiva en la mayor parte de los usuarios. En general, los elementos tangibles cumplieron parcialmente con las expectativas de los asociados; sin embargo, se evidenció la importancia de mejorar la calidad visible del servicio mediante mejoras en la presentación, la infraestructura y el equipamiento, a fin de mejorar la satisfacción y consolidar la imagen institucional

5.1.2 Nivel satisfacción del asociado

Tabla 16 Satisfacción del asociado en general

Alternativas	Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes acumulados
Bajo	29	12%	12%
Regular	121	50%	62%
Alto	92	38%	100%
Total	242	100%	

Figura 7: Satisfacción del asociado

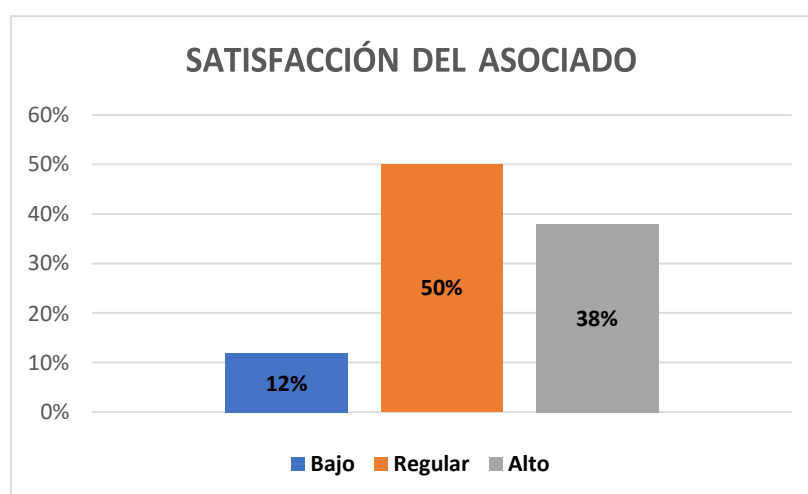


Figura 7: Satisfacción del asociado

Fuente: Tabla 16

De los 242 asociados de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca encuestados, el 50 % manifestó un nivel de satisfacción regular, lo que evidencia que la mitad de los asociados considera que los servicios recibidos cumplen parcialmente sus expectativas, pero no logran generar una experiencia plenamente satisfactoria. Asimismo, el 38 % de los asociados indicó un nivel de satisfacción alto, lo que refleja que poco más de un tercio de los encuestados percibe que los servicios brindados responden

adecuadamente a sus necesidades y expectativas, generando una valoración positiva de la institución. Por otro lado, el 12 % de los asociados calificó su nivel de satisfacción como bajo, lo cual representa un grupo que experimenta descontento con los servicios recibidos.

Dimensiones de la satisfacción del asociado

Tabla 17 Factores positivos de satisfacción

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	28	12%	12%
Regular	139	57%	69%
Alto	75	31%	100%
Total	242	100%	

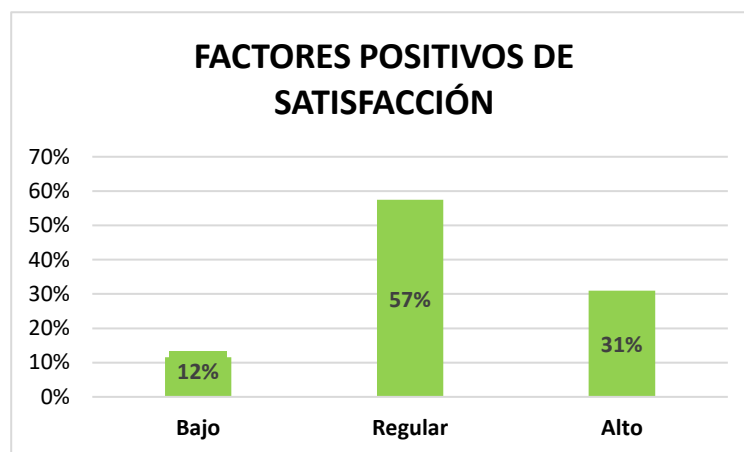


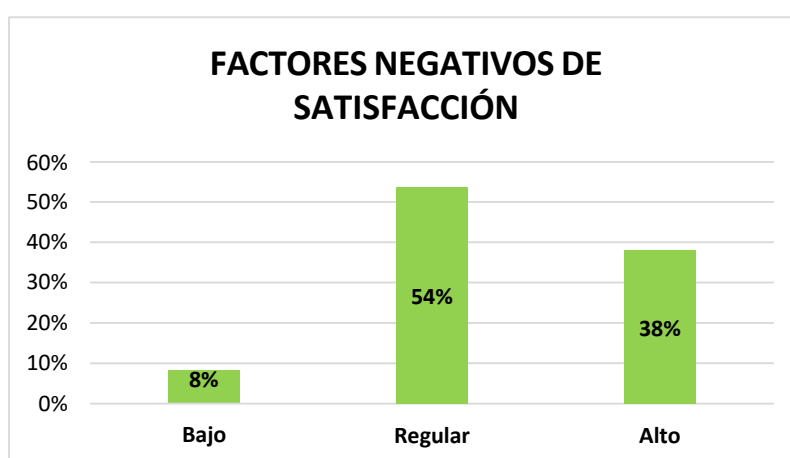
Figura 8: Factores positivos de satisfacción

Fuente: Tabla 17

De los 242 asociados de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca que fueron encuestados respecto a los factores positivos de satisfacción, el 57 % en promedio los calificó como regulares, lo que indicó que la mayoría de los asociados consideró que la atención fue adecuada, aunque no excepcional, cumpliendo con las expectativas, pero sin superarlas. Asimismo, el 31 % los calificó como altos, representando a los usuarios que valoraron de manera positiva la atención recibida, lo que demuestra que existe un estándar favorable que podría ser replicado. Finalmente, el 12 % los calificó como bajos, porcentaje que debe ser analizado cuidadosamente para identificar puntos críticos de mejora.

Tabla 18 Factores negativos de satisfacción

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	20	8%	8%
Regular	130	54%	62%
Alto	92	38%	100%
Total	242	100%	

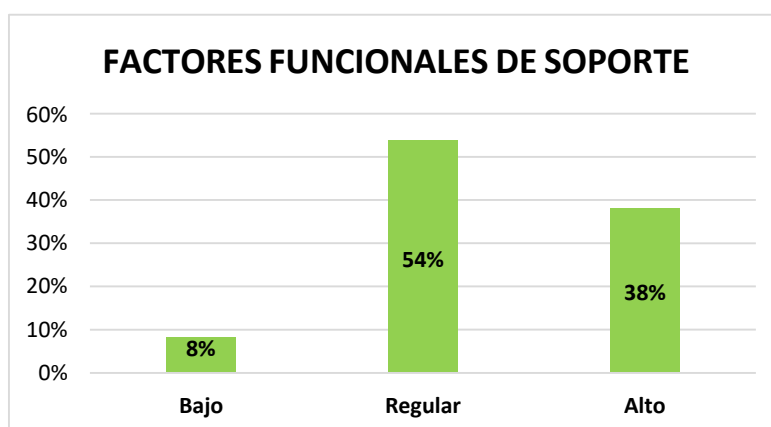
*Figura 9: Factores negativos de satisfacción*

Fuente: Tabla 18

De los 242 asociados de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca que fueron encuestados respecto a los factores negativos de satisfacción, el 54 % en promedio los calificó como regulares, lo que indicó que los asociados tuvieron una experiencia tolerable, aunque no plenamente satisfactoria, la cual podría deteriorarse con el tiempo si no se implementan acciones correctivas. Asimismo, el 38 % los calificó como altos, lo que representa una alerta para la institución, ya que este grupo percibió deficiencias claras en el servicio brindado. Finalmente, el 8 % los calificó como bajos, lo que reflejó una falta de excelencia en la atención, afectando potencialmente la imagen institucional y la fidelidad de los asociados.

Tabla 19 Factores funcionales de soporte

Alternativas	Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes acumulados
Bajos	20	8%	8%
Regulares	130	54%	62%
Alto	92	38%	100%
Total	242	100%	

Figura 10: Factores funcionales de soporte

Fuente: Tabla 19

De los 242 asociados de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca que fueron encuestados respecto a los factores funcionales de soporte, el 54 % en promedio los calificó como regulares, lo que reflejó una experiencia aceptable, aunque no destacada, en aspectos relacionados con la atención, el profesionalismo y el ambiente institucional. Asimismo, el 38 % los calificó como altos, lo que indicó que algunos asociados percibieron un buen nivel de rapidez, profesionalismo y entorno físico, aunque aún insuficiente para alcanzar un alto grado de satisfacción general. Finalmente, el 8 % los calificó como bajos, lo que mostró que, si bien no se evidenciaron problemas graves, la mayoría de los asociados se mantuvo en un nivel de expectativas no superadas.

5.2 Análisis, interpretación y discusión de resultados

5.2.1 Análisis e interpretación de resultados

Para analizar los resultados primero realizamos la prueba de normalidad de esta manera nos asegurarnos de que los datos de la muestra se distribuyan de manera normal, ya que, si no lo hacen, los resultados de estas pruebas pueden ser inválidos. Asimismo, nos guiará en la elección del análisis estadístico adecuado, permitiendo la interpretación correcta de los resultados de las pruebas estadísticas.

Usamos la ecuación de Kolmogorov-Smirnov porque nuestra población supera las 50 personas.

Mediante la prueba de normalidad se analizó la significancia asintótica de las variables. Un valor superior a 0,05 indica distribución normal, lo que determina el uso del coeficiente R de Pearson. Si el valor es inferior a 0,05, la colocación no es normal y el estadístico adecuado es el coeficiente Rho de Spearman.

Tabla 20 Prueba de Kolmogorov-Smirnov para sus muestras

		Calidades de Servicios	Satisfacción del Asociado
N		242	242
Parámetros normales ^{a,b}	Medias	42,2727	27,1240
	Des. Desviaciones	9,52394	7,13773
	Máxima diferencia extrema		
	Absolutas	,089	,264
	Positivos	,085	,264
	Negativos	-,089	-,211
Estadísticos de pruebas		,089	,264
Sig. asin. (bilaterales) ^c		0,000	0,000

El valor obtenido para Sig. (p valor) es 0,0000, significa la distribución no es normal, por lo tanto, para realizar las correlaciones se usará el coeficiente Rho Spearman.

Tabla 21 *Calidad de Servicio y Satisfacción del asociado*

		Correlaciones	
		Calidad de Servicio	Satisfacción del Asociado
Calidad de Servicio	Coefficientes de correlaciones	1,000	0,306**
	Sig. (bilaterales)	.	0,000
	N	242	242
Rhos de Spearman	Coefficientes de correlaciones	0,306**	1,000
	Sig. (bilaterales)	0,000	.
	N	242	242

** Las correlaciones significativas en niveles 0,01 (bilateral).

Interpretación:

Los resultados revelaron una correlación positiva y baja entre la satisfacción del asociado y la calidad del servicio, considerando que el coeficiente de correlación fue de 0,306 y el nivel de significancia fue menor a 0,01. Las investigaciones demuestran que un juicio más positivo sobre la calidad del servicio está correlacionado con un aumento en el nivel de satisfacción de los miembros de la CCPC; sin embargo, esta correlación es mínima si se compara con otras variables estudiadas.

Tabla 22 *correlación entre la fiabilidad y satisfacción del asociado*

Correlaciones				
			Fiabilidad	Satisfacción Asociado
Rho de Spearman	Fiabilidad	Coefficiente de correlación	1,000	,389**
		Sig. (bilateral)	.	< .001
		N	242	242
	Satisfacción Asociado	Coefficiente de correlación	,389**	1,000
		Sig. (bilateral)	< .001	.
		N	242	242

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

Interpretación:

Los hallazgos mostraron una correlación positiva y baja entre la calidad del servicio y la satisfacción del asociado, con un coeficiente de correlación de 0,306 y un nivel de significancia inferior a 0,01. Este hallazgo indica que, aunque el nivel de esta relación sigue siendo bajo, la satisfacción de los miembros de la CCPC crece conforme aumenta la percepción de calidad del servicio.

Tabla 23 Prueba de correlación de Spearman entre capacidad de respuesta y satisfacción del asociado

Correlaciones			
		Capacidad de Respuesta	Satisfacción Asociado
Rho de Spearman	Capacidad de Respuesta	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,269**
		N	.
	Satisfacción Asociado	Coeficiente de correlación	242
		Sig. (bilateral)	242
		N	,269**
		Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	< .001
		N	.
		N	242
		N	242

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

Interpretación:

Los hallazgos revelaron una correlación positiva y significativa reducida entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del asociado. Se identificó una correlación positiva y significativa ($r = 0,269$; $p < 0,001$) entre la capacidad de respuesta del servicio y la satisfacción de los asociados de la CCPC. Sin embargo, es importante destacar que la intensidad de la relación entre ambas variables se encuentra disminuida.

Tabla 24 *Correlación entre seguridad y satisfacción del asociado*

Correlaciones			
		Seguridad	Satisfacción Asociado
Rho de Spearman	Seguridad	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	< .001
		N	242
	Satisfacción Asociado	Coefficiente de correlación	,241**
		Sig. (bilateral)	< .001
		N	242

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

Interpretación:

Los descubrimientos mostraron una correlación positiva, aunque de bajo nivel, entre la satisfacción del asociado y la seguridad. También se encontró una correlación positiva y significativa ($p < 0,001$; $r = 0,241$) entre la percepción de seguridad en el servicio de la CCPC y la satisfacción de sus miembros, confirmando así una relación directa entre las dos variables.

Tabla 25 *Correlación entre empatía y satisfacción del asociado*

Correlaciones				
			Empatía	Satisfacción Asociado
Rho de Spearman	Empatía	Coefficiente de correlación	1,000	,200**
		Sig. (bilateral)	.	,002
		N	242	242
	Satisfacción Asociado	Coefficiente de correlación	,200**	1,000
		Sig. (bilateral)	,002	.
		N	242	242

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

Interpretación:

Se demostró que existe una correlación positiva baja y significativa entre la satisfacción del asociado y la empatía, con un valor de $r = 0.200$ y una significancia de 0.002 ($p < 0.05$), lo que confirma que a medida que se incrementa el grado de empatía en el servicio ofrecido, aumenta también la satisfacción de los asociados.

Tabla 26 *Correlación Spearman entre elementos tangibles y satisfacción del asociado*

Correlaciones				
			Elementos Tangibles	Satisfacción Asociado
Rho de Spearman	Elementos Tangibles	Coeficiente de correlación	1,000	,193**
		Sig. (bilateral)	.	,003
		N	242	242
	Satisfacción Asociado	Coeficiente de correlación	,193**	1,000
		Sig. (bilateral)	,003	.
		N	242	242

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

Interpretación:

Los hallazgos muestran que hay una correlación positiva baja, pero significativa, entre las dimensiones, con un coeficiente de correlación de 0,193 y un nivel de significancia de 0,003. Se evidencia que una percepción favorable de los elementos tangibles se asocia con un incremento progresivo en el nivel de satisfacción de los asociados; sin embargo, la influencia es limitada, lo que sugiere que los elementos tangibles no constituyen el factor principal de la satisfacción, aunque sí aportan de manera significativa.

5.2.2 Discusión de resultados

Los hallazgos permiten analizar la idea de los asociados respecto a la disposición de servicio y la complacencia del asociado, durante el primer trimestre del año 2025. En cuanto a la calidad de servicio, la mitad de los asociados la valora en un nivel regular, mientras que el 31 % la considera alta y el 19 % baja, lo que refleja que la mayoría la percibe como aceptable, aunque con margen de mejora. En lo referente a la satisfacción, el 50 % de los encuestados se ubica en un nivel regular, el 38 % en un nivel alto y el 12 % en un nivel bajo, evidenciando que una parte considerable de los asociados siente que sus expectativas son cubiertas solo de forma parcial.

Además, se identificó una correlación directa, aunque de magnitud reducida, entre la calidad del servicio y la satisfacción de los asociados ($r = 0,306$; $p < 0,01$). Este descubrimiento habilita la afirmación de que un incremento en la percepción de la calidad del servicio proporcionado por la CCPC se manifiesta en un aumento progresivo en el grado de satisfacción de sus miembros.

El predominio de niveles regulares tanto en la calidad de servicio como en la satisfacción del asociado guarda coherencia con el valor del coeficiente obtenido, el cual indica una relación positiva baja. Lo que indica que los asociados perciben el servicio como aceptable; sin embargo, dicho nivel resulta aún insuficiente para generar una satisfacción elevada de manera generalizada. En este sentido, la relación positiva baja evidencia que, determinadas dimensiones del servicio se ajustan a las expectativas previstas básicas de los asociados, estas requieren ser fortalecidas para lograr una repercusión más sustancial sobre la satisfacción.

Asimismo, el estudio de las dimensiones de la calidad de servicio mostró que todas ellas presentan correlaciones positivas y estadísticamente significativas con la satisfacción del asociado, aunque con diferentes niveles de asociación. Dimensiones como la fiabilidad presentan una relación de mayor intensidad, mientras que la capacidad de respuesta, la seguridad, la empatía y la tangibilidad muestran correlaciones bajas pero significativas, lo que confirma que la satisfacción del asociado depende de la interacción conjunta de diversos aspectos de la calidad de servicio. Estos hallazgos demuestran la necesidad de implementar mejoras integrales en la entrega y ejecución

del servicio, priorizando aquellas dimensiones con menor grado de asociación, con el fin de elevar la percepción de la calidad de servicio y, como consecuencia, incrementar la satisfacción de los asociados.

Los hallazgos derivados concuerdan con lo expuesto por diversas investigaciones previas en los dominios internacional, nacional y regional, las cuales coinciden en indicar que la disposición del servicio establece una correlación positiva y estadísticamente reveladora con el gozo del usuario o cliente.

En el contexto global, la información recolectada se alinea con las contribuciones de Treviño, Hernández, Leal y Rivas (2021), quienes detectaron una correlación positiva, significativa y robusta entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente ($r = 0,820$). A pesar de que el coeficiente obtenido en el presente estudio (Rho, por sus siglas en inglés) es inferior al obtenido en la presente investigación.

El valor de $0,306$; $p = 0,000$) es de menor magnitud. Ambas investigaciones corroboran que una mejor percepción de la calidad de la asistencia se ordena con un incremento en los niveles de satisfacción, corroborando así la correlación entre ambas variables en diversos contextos organizacionales. Asimismo, los resultados convergen con los aportes de Bayas y Ramos (2024), quienes demostraron que la calidad del servicio influye significativamente en la satisfacción del cliente en supermercados de Guayaquil, lo cual pone en manifiesto que elementos como la eficiencia del servicio, el estado de las instalaciones y el trato recibido ejercen una influencia directa en la manera en que el usuario percibe el servicio. De manera similar, en la presente investigación, el predominio de niveles regulares en la eficacia del servicio se refleja en niveles también regulares de satisfacción, lo que evidencia una coherencia en la percepción de ambas variables.

En el ámbito nacional, los hallazgos se alinean con las conclusiones de Cruz (2021), quien postuló que el incremento en la calidad del servicio conlleva un aumento en la satisfacción del cliente.

La experiencia del cliente en la Picantería Acuña pone de manifiesto una correlación directa entre ambas variables. Esta correlación también se manifiesta en el presente estudio, en el que el coeficiente de Spearman ($Rho = 0,306$) corrobora la existencia de una correlación directa y estadísticamente indicadora entre la calidad del servicio y el grado de complacencia del asociado.

De manera similar, se observa congruencia con la investigación de Oyola (2023), que evidenció una correlación positiva significativa ($Rho = 0,282$) entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en la Universidad Nacional Autónoma de Tumbes. Este hallazgo guarda una similitud notable con el coeficiente identificado en el presente estudio, lo que evidencia la consistencia empírica de la correlación entre ambas variables en entidades públicas y organizaciones.

A escala regional, los descubrimientos se alinean con los hallazgos de Molocho (2023), que registró un coeficiente Rho de 0,594, lo que evidencia una correlación moderada entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en la SUNARP Cajamarca.

A pesar de que el coeficiente es superior al identificado en esta investigación, ambos estudios corroboran que la mejora en la disposición de la prestación se refleja en un incremento en la satisfacción del usuario.

Además, se encuentra una congruencia evidente con la investigación de Ríos (2023), que identificó una correlación positiva y significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario externo en la Corte Superior de Justicia de Cajamarca. De forma análoga, el presente estudio registró un coeficiente de 0,306 con una significancia $p = 0,000$.

En conjunto, estos antecedentes respaldan y validan los hallazgos del presente estudio, reafirman que la calidad de la asistencia constituye un componente determinante en la satisfacción de los asociados, y que su mejora incide favorablemente en la percepción, valoración y experiencia del servicio, sin distinción del tipo de organización o entorno institucional.

5.3 Prueba de hipótesis

5.3.1 Contrastación de la hipótesis

La investigación planteo las siguientes hipótesis:

- **Hipótesis general (H_0):** Existe una relación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción de los asociados.

El coeficiente Rho de Spearman reveló la existencia de una relación positiva, aunque de magnitud reducida, entre la calidad de servicio y la satisfacción de los asociados de la CCPC, con un valor de Rho = 0,306 y una significancia de $p < 0,01$.

Dichos valores permiten afirmar que la vinculación entre ambas variables es estadísticamente comprobable.

- **Hipótesis específica 1 (H_1):** Existe una relación significativa entre la fiabilidad y la satisfacción de los asociados de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca

El análisis permitió determinar la presencia de una relación directa, aunque de intensidad reducida, entre la dimensión fiabilidad y la satisfacción de los asociados. Los valores obtenidos ($r = 0,389$; $p < 0,001$) respaldan que dicha asociación es estadísticamente significativa.

- **Hipótesis específica 2 (H_2):** Existe una relación significativa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los asociados de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca

Se determinó una correlación positiva baja y significativa ($Rho = 0,269$; $p < 0,01$) entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los asociados, evidenciando un vínculo estadísticamente válido entre ambas variables.
- **Hipótesis específica 3 (H_3):** Existe una relación significativa entre la seguridad y la satisfacción de los asociados de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca

Se evidenció una correlación positiva baja y significativa ($Rho = 0,241$; $p < 0,01$) entre la dimensión seguridad y la satisfacción de los asociados, lo que confirma un vínculo estadísticamente válido entre ambas variables.
- **Hipótesis específica 4 (H_4):** Existe una relación positiva baja y significativa entre la empatía y la satisfacción de los asociados de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca

Los resultados mostraron una correlación positiva baja y estadísticamente significativa entre la empatía y la satisfacción del asociado, con un coeficiente de $Rho = 0,200$ y un nivel de significancia $p = 0,003$.
- **Hipótesis específica 5 (H_5):** Existe una relación significativa entre la tangibilidad y la satisfacción de los asociados de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca.

El análisis de correlación evidenció una correlación positiva baja pero significativa entre la tangibilidad y la satisfacción del asociado, con un nivel de significancia $p < 0,01$, lo cual sugiere que las condiciones físicas vinculadas al servicio inciden en la satisfacción que los asociados perciben.

Conclusiones

En función del objetivo general, los hallazgos confirman la presencia de una relación positiva y estadísticamente significativa, aunque de baja ímpetu, entre la calidad del servicio y la satisfacción de los asociados de la CCPC durante el primer trimestre de 2025. Dicha asociación se respalda en el coeficiente Rho de Spearman de 0,306 y una significancia menor a 0,01, lo que refleja que una evaluación más favorable de la calidad del servicio se vincula con niveles más elevados de satisfacción.

En lo concerniente a la dimensión fiabilidad, el análisis estadístico demuestra una relación efectiva y significativa con la satisfacción de los asociados, respaldada por un coeficiente Rho de Spearman de 0,389 y un nivel de significancia menor a 0,01. Este resultado permite inferir que el ejecutar adecuadamente las obligaciones contraídas por la institución influye favorablemente en la valoración de la satisfacción de los asociados.

Respecto a la capacidad de respuesta, los hallazgos muestran una relación positiva y significativa, aunque de grado bajo, con la satisfacción de los asociados, determinada por un coeficiente Rho de Spearman de 0,269 y un nivel de significancia menor a 0,01. Ello sugiere que la rapidez y disposición en la atención de los requerimientos aún requieren fortalecimiento para generar mayores niveles de satisfacción.

Respecto a la dimensión seguridad, los hallazgos confirman una relación positiva y significativa con la satisfacción de los asociados ($Rho = 0,241$; $p < 0,01$). Dicho resultado indica que la preparación, el trato cordial y la confianza que el personal transmite a los asociados inciden de forma moderada en su percepción de satisfacción.

En cuanto a la dimensión empatía, se asemejó una correlación positiva y significativa ($Rho = 0,200$; $p = 0,003$) con la satisfacción de los asociados, lo que indica que la atención personalizada es considerada aceptable, aunque insuficiente para producir una experiencia altamente satisfactoria.

Finalmente, los compendios visibles evidencian una correlación positiva y significativa ($Rho = 0,225$; $p < 0,01$) con la satisfacción de los asociados, reafirmando su contribución dentro del modelo de calidad del servicio. Esto sugiere que la infraestructura, los recursos físicos y la apariencia institucional cumplen parcialmente con las expectativas de los asociados, existiendo oportunidades de mejora en este aspecto.

Recomendaciones

- A la alta dirección de la CCPC, se sugiere diseñar un plan de acción sistemático orientado a la optimización permanente de la calidad del servicio, tomando en cuenta que los datos obtenidos demuestran una asociación positiva, aunque de grado bajo, entre la calidad del servicio y la satisfacción de los asociados.
- A la jefatura administrativa y al equipo a cargo de la asistencia prestada al asociado, se recomienda reforzar la fiabilidad del servicio a través de la estandarización y el seguimiento sistemático de los débitos institucionales, dado que esta dimensión presentó el mayor nivel de asociación con la satisfacción del asociado, pese a mantenerse en un grado bajo.
- A los responsables de las áreas de trato y prestación del servicio al cliente, se aconseja optimizar la capacidad de respuesta mediante la reducción de los tiempos de atención y la mejora de los canales de comunicación, considerando que, si bien existe una asociación comprobable y relevante con la satisfacción, los asociados perciben oportunidades de mejora en la rapidez y disponibilidad del servicio.
- A la gerencia y al área de recursos humanos, se propone fortalecer la dimensión de seguridad en la atención a través de programas de capacitación continua, enfocados en el dominio del servicio y en el trato profesional, debido a que esta dimensión se mantiene en un nivel regular y presenta una asociación comprobable y relevante con la satisfacción del asociado.

- Para el personal de atención al asociado, se le sugiere desarrollar y reforzar competencias vinculadas a la empatía y a la atención personalizada, tomando en cuenta que esta dimensión presenta una relación significativa, aunque de grado bajo, con la satisfacción, y que la mayoría de los asociados la percibe como regular.
- A la administración, se recomienda mejorar de manera progresiva los aspectos físicos del servicio, como las instalaciones, los recursos materiales y la imagen institucional, considerando que estos aspectos cumplen parcialmente con las expectativas de los asociados y se relacionan significativamente con su nivel de satisfacción.
- A la institución en general, se le recomienda realizar evaluaciones periódicas de la calidad del servicio y de la satisfacción del asociado, a fin de monitorear los avances alcanzados, identificar oportunamente aspectos susceptibles de mejora y potenciar la toma de decisiones basada en evidencia.
- Se sugiere implementar un buzón de sugerencias como una herramienta complementaria para identificar de manera directa las percepciones, opiniones y expectativas de los asociados. Este mecanismo permitirá recopilar información relevante para priorizar acciones de mejora, optimizar los procesos internos y fomentar un entorno organizacional comprometido con la optimización permanente del servicio y con la plena satisfacción de los usuarios.

Referencias

Bayas, M. B., & Ramos, S. P. (2024). *Análisis de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en los supermercados de Guayaquil* [Tesis de licenciatura, Universidad Politécnica Salesiana].

<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/27563/1/UPS-GT005044.pdf>

Cruz, A. R. (2021). *La calidad de servicio y satisfacción del cliente en el restaurant-picantería Acuña* [Tesis de licenciatura, Universidad Peruana de las Américas].

<http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/1930/1.%20TESIS-MERLO%20DE%20LA%20CRUZ%20ALEX%20RICHARD.pdf>

Delgado, H. C. (2011). *Desarrollo de una cultura de calidad*. McGraw-Hill.

<https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w19856w/cultura-de-calidad.pdf>

Flores Vega, C. J. (2022). *Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente en la empresa Casa Blanca, Huancayo* [Tesis de licenciatura, Universidad Continental].

https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/11329/1/IV_FCE_318_TE_Flores_Vega_2022.pdf

Philip, K. (2001). *Dirección de la Mercadotecnia, Análisis, Planeación, Implementación y Control* (Octava ed.). Pearson Education.

<https://fad.unsa.edu.pe/bancayseguros/wp-content/uploads/sites/4/2019/03/DIRECCION-DE-MERCADOTECNIA-PHILIP-KOTLER.pdf>

Malca, V. E. (2023). Influencia de la calidad del servicio en la satisfacción del usuario de la Oficina de Normalización Previsional (ONP), centro de atención Cajamarca, 2018 [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Cajamarca].

<https://repositorio.unc.edu.pe/handle/20.500.14074/5749>

Molocho Sánchez, A. O. (2023). *La calidad de servicio y su influencia en la satisfacción de los usuarios en la oficina registral de Cajamarca – SUNARP, 2022* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Cajamarca].

<https://repositorio.unc.edu.pe/handle/20.500.14074/6930>

Muga Quijano, V. J., & Castillo Velasco, J. G. (2022). *La calidad de servicio y la satisfacción* [Tesis de licenciatura, Universidad Señor de Sipán].

<https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/9996/Castillo%20Velasco%20Jose%20%26%20Muga%20Quijano%20V%C3%ADctor.pdf>

Oyola Arévalo, D. P. (2023). *Calidad del servicio y satisfacción de los usuarios, Centro de Servicios al Contribuyente SUNAT, Tumbes 2022* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Tumbes].

<https://repositorio.untumbes.edu.pe/handle/20.500.12874/64192>

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). *SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. Journal of Retailing*, 49(4), 41–50.

<https://www.researchgate.net/publication/200827786>

Rey Martín, C. (2000). La satisfacción del usuario: Un concepto en alza. *Anales de Documentación*.

<https://revistas.um.es/analesdoc/article/view/2451/2441>

Ríos, A. F. (2023). *Calidad del servicio y la satisfacción del usuario externo en el módulo de atención al usuario de la Corte Superior de Justicia Cajamarca, 2023* [Tesis de maestría, Universidad Nacional de Cajamarca].

<https://repositorio.unc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14074/6866/Tesis%20Alex%20Llanos.pdf>

Silva Siu, D. R., Guerrero Bejarano, M. A., & Solís Vera, K. G. (2017). La servucción y su importancia en los modelos de negocios actuales. *Revista mensual de la Universidad Internacional del Ecuador (UIDE), Extensión Guayaquil*, 2(8), 130–135.

[file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-LaServuccionYSuImportanciaEnLosModelosDeNegociosAc-6128432.pdf)

[LaServuccionYSuImportanciaEnLosModelosDeNegociosAc-6128432.pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-LaServuccionYSuImportanciaEnLosModelosDeNegociosAc-6128432.pdf)

Summers, D. (2016). *Administración de la calidad*. Pearson Prentice Hall.

https://www.academia.edu/42140364/Administraci%C3%B3n_de_la_Calidad

Treviño, J. G., Hernández, B. A., Leal, E. T., & Rivas, J. G. (2021). La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: Un estudio de caso de una empresa comercial de México. *Universidad Autónoma de Tamaulipas*.

https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-

[78582021000100085](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-78582021000100085)

Vásquez, H. G. (2020). *La calidad del servicio y la satisfacción del usuario del Gobierno Regional de Cajamarca, 2020* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Cajamarca].

<https://repositorio.unc.edu.pe/handle/20.500.14074/4477>

Zambrano Rodríguez, R. G. (2022). *Análisis de la calidad del servicio y nivel de satisfacción de los usuarios del transporte público de Manta* [Tesis de licenciatura, Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE]. <https://repositorio.espe.edu.ec/handle/21000/30721>

Apéndices

Apéndice I. Matriz de consistencia metodológica

<i>Formulación del problema</i>	<i>Objetivos</i>	<i>Hipótesis</i>	<i>Variables</i>	<i>Metodología</i>
<p>General ¿Cuál es la relación entre calidad del servicio y satisfacción de los asociados en la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, en el primer trimestre del año 2025?</p> <p>Específicos - ¿Cuál es la relación entre fiabilidad y la satisfacción de los asociados de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, en el primer trimestre del año 2025? - ¿Cuál es la relación entre capacidad de respuesta y la satisfacción de los asociados de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, en el primer trimestre del año 2025? - ¿Cuál es la relación entre seguridad y la satisfacción de los asociados de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, en el primer trimestre del año 2025? - ¿Cuál es la relación entre empatía y la satisfacción de los asociados de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, en el primer trimestre del año 2025? - ¿Cuál es la relación entre tangibilidad y la satisfacción de los asociados de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, en el primer trimestre del año 2025?</p>	<p>General Determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción de los asociados de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, en el primer trimestre del año 2025.</p> <p>Específicos - Determinar la relación entre la fiabilidad y la satisfacción de los asociados de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, en el primer trimestre del año 2025. - Determinar la relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los asociados de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, en el primer trimestre del año 2025. - Determinar la relación entre la seguridad y la satisfacción de los asociados de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, en el primer trimestre del año 2025. - Determinar la relación entre la empatía y la satisfacción de los asociados de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, en el primer trimestre del año 2025. - Determinar la relación entre la tangibilidad y la satisfacción de los asociados de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, en el primer trimestre del año 2025.</p>	<p>General Existe una relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción de los asociados de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, en el primer trimestre del año 2025.</p> <p>Específicas - Existe una relación significativa entre la fiabilidad y la satisfacción de los asociados de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, en el primer trimestre del año 2025. - Existe una relación significativa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los asociados de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, en el primer trimestre del año 2025. - Existe una relación significativa entre la seguridad y la satisfacción de los asociados de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, en el primer trimestre del año 2025. - Existe una relación significativa entre la empatía y la satisfacción de los asociados de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, en el primer trimestre del año 2025. - Existe una relación significativa entre la tangibilidad y la satisfacción de los asociados de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, en el primer trimestre del año 2025.</p>	<p>Variable 1: Calidad de Servicio</p> <p>Variable 2: Satisfacción del asociado</p>	<p>-Tipo de la Investigación: Básica</p> <p>-Nivel: Descriptivo y correlacional.</p> <p>-Diseño de investigación: No experimental y transversal.</p> <p>- Método de investigación: Deductivo y Analítico - Sistemático.</p>

Apéndice 2. Instrumento de recolección de datos

**CUESTIONARIO PARA MEDIR LA CALIDAD DE SERVICIO DIRIGIDA A
LOS ASOCIADOS DE LA CÁMARA DE COMERCIO Y PRODUCCIÓN DE
CAJAMARCA**

Estimado asociado, para mejorar nuestros servicios, califique la calidad de servicio que usted recibe de nuestra institución según su opinión:

EMPRESA:

REPRESENTANTE:

CALIDAD DE SERVICIO		No	A veces	Si
	FIABILIDAD			
Indicador: Habilidad				
1	Se encuentra conforme con la puntualidad del servicio que se le brinda			
2	El personal de nuestra institución cuenta con el conocimiento adecuado para realizar su trabajo			
Indicador: Ejecución				
3	Cuando el asociado tiene problemas el personal de nuestra institución muestra interés sincero en solucionarlo			
Indicador: Servicio				
4	El personal de nuestra institución, brinda un buen servicio desde la primera vez y mantiene éste accionar evitando cometer errores			
	CAPACIDAD DE RESPUESTA			
Indicador: Disposición				
5	El personal de nuestra institución, siempre tiene voluntad sincera en ayudar a sus usuarios.			
6	El personal de nuestra institución, está dispuesto y disponible durante la entrega del servicio.			
Indicador: Rapidez				
7	El personal de nuestra institución, promete a sus asociados brindan los servicios en plazos que ellos son capaces de cumplir			
8	El personal de nuestra institución es comunicativo y asertivo en el servicio que se le brinda			
	SEGURIDAD			
Indicador: Confianza				
9	El comportamiento del personal de nuestra institución, inspiran confianza en los usuarios			
10	Como asociado se sienten seguros al momento de hacer sus gestiones.			
Indicador: Cortesía				
11	El personal de nuestra institución trata con cortesía a sus asociados			

Indicador: Conocimiento				
12	El personal de nuestra institución, tiene información y conocimientos necesarios para responder las preguntas de los usuarios.			
	EMPATIA			
Indicador: Comunicación				
13	La cámara de comercio, tiene personal que brinda información clara y oportuna a sus asociados.			
Indicador: Acceso				
14	La cámara de comercio, ofrece horarios de funcionamiento convenientes para los usuarios			
Indicador: Compresión				
15	La cámara de comercio, muestra interés en sus asociados y los toman en cuenta en las decisiones, actividades y proyectos			
16	La cámara de comercio, entiende las necesidades específicas de sus asociados.			
	ELEMENTOS TANGIBLES			
Indicador: Infraestructura				
17	La cámara de comercio cuenta con equipos modernos y actualizados de acuerdo a los servicios que brinda			
18	La cámara de comercio, posee instalaciones físicas modernas, cómodas, limpias, agradables y atractivas.			
19	En la cámara de comercio los materiales relacionados con los servicios que brinda, son actualizados, confiables y acorde a sus necesidades			
Indicador: Aspecto personal				
20	En la cámara de comercio el personal se caracteriza por estar bien vestidos, limpios y aseados de acuerdo a su posición o cargo			

Fuente: Elaboración Propia

Apéndice 2. Instrumento de recolección de datos

**CUESTIONARIO PARA MEDIR LA SATISFACCIÓN DE LOS ASOCIADOS DIRIGIDA A LOS
ASOCIADOS DE LA CÁMARA DE COMERCIO**

Estimado asociado, para mejorar nuestros servicios, califique el servicio que usted recibe de nuestra institución según su opinión:

EMPRESA:

REPRESENTANTE:

SATISFACCION DEL ASOCIADO		No	A veces	Si
Factores positivos de satisfacción				
Indicador: Respuesta a necesidades				
1.	El personal de la CCPC, responde adecuadamente a las necesidades de sus asociados			
Indicador: Disponibilidad				
2.	El personal de la CCPC, muestra permanentemente disponibilidad para atender a sus asociados			
Indicador: Trato al asociado				
3.	El personal de la CCPC, trata bien a sus asociados			
Indicador: Nivel de servicio				
4.	El personal de la CCPC, ofrece a sus asociados las mejores atenciones			
Factores negativos de satisfacción				
Indicador: Confiabilidad				
5.	El personal de la CCPC, cumple de manera fiable y cuidadosa lo prometido a sus asociados			
Indicador: Seguridad				
6.	El personal de la CCPC cumple de manera segura lo prometido a sus asociados			
Indicador: Respuesta a errores				
7.	El personal de la CCPC se preocupa por dar respuesta y solucionar rápidamente sus errores en la prestación de servicio al asociado			
Indicador: Integridad				
8.	El personal de la CCPC, es integro en la atención a sus asociados			
Factores funcionales de soporte				
Indicador: Rapidez				
9.	El personal de la CCPC, atiende con rapidez a los usuarios			
Indicador: Profesionalismo del personal				
10.	El personal de la CCPC, es profesional en la atención de sus asociados, demostrando conocimientos adecuados para atender.			
Indicador: Presentación y adecuación del entorno				
11.	El personal de la CCPC, atiende en ambientes cómodos, limpios y organizados			
12.	El personal de la CCPC, refleja orden y profesionalismo en su aspecto personal.			

Fuente: *Elaboración Propia*

Anexos

Anexo 01. Población

Item	Ruc	Razón Social
1	20496115440	CALERA BENDICIÓN DE DIOS EIRL
2	20495660266	EMPRESA MINERA EL PROGRESO S.R.L
3	20453552846	GRIFO CONTINENTAL SAC
4	20453498299	GRIFOS CAJAMARCA SAC
5	20601160537	ATELEA S.A.C.
6	20529601345	CREATIVIDAPPS EIRL
7	20463225924	NEXUS DIGITAL S.R.L.
8	20601809541	TOTEM MULTIMEDIA E.I.R.L.
9	20600489284	ADISA PERÚ S.R.L.
10	20166717389	CAXAMARCA GAS S.A.
11	20131609371	FACTORIA INDUSTRIAL SAC
12	20510752938	MANTENIMIENTO INDUSTRIAL Y COMERCIAL SAC
13	20529579820	METAL INDUSTRIA HVA S.R.L.
14	20496040091	METALARC SRL
15	20491755238	MISQUIMAYO MAQUINARIAS S.R.L.
16	20453757227	MULTISERVICIOS FAYCE S.R.L.
17	20529648147	MANTENIMIENTO E INGENIERIA INDUSTRIAL S.R.L
18	20125865071	FABRICACIONES Y SERVICIOS ELECTRO ELECTRONICOS S.A.C.
19	20608507834	SOLMAIN S.R.L.
20	20605193260	ARMA CONSULTORIA EMPRESARIAL EIRL
21	20601826632	CONSULTORIA EN ASESORIA Y EMERGENCIA EMPRESARIAL SRL.
22	20601814308	EL ASESOR EMPRESARIAL E.I.R.L
23	20608498703	HORIZONTE JSQ E.I.R.L.
24	20606054166	J&L SERVICIOS TERCERIZACIÓN S.A.C.
25	10266197930	LEDEZMA INOSTROZA MIGUEL
26	10267296362	PABLO ROJAS DEYVI ANDRES
27	20560025611	PEREZ, MALLAP & TALLEDO ABOGADOS S.A.C.
28	10266883256	VICTOR HUAMAN ROJAS Y ASOCIADOS, ESTUDIO DE ABOGADOS
29	10417263026	MARCOS DIAZ PACHAMANGO
30	20605431934	INSUCO PERÚ S.A.C.
31	20602432450	MEJIA SAUCEDO ABOGADOS SAC
32	20606332336	SOLUCIONES MEDICAS CAJAMARCA PERU S.A.C.
33	20369071778	ASOCIACION FAMILIA SANA
34	20600175697	ATET ODONTOLOGOS SAC
35	20113711834	CLINICA LIMATAMBO CAJAMARCA SAC
36	20495666973	CLINICA SAN LORENZO SRL
37	20495799001	ELECON CONTRATISTAS S.R.L.

38	20516748983	HIDMOR SERVICIOS GENERALES SRL
39	20570621425	INGENIO Y SOLUCIONES S.A
40	20495707165	LABORATORIO LLONTOP SRL
41	20503742544	MEDSALUD SAC
42	20453503047	SERVICIOS DE SALUD LOS FRESNOS SAC
43	20495660347	TOMONORTE CAJAMARCA SAC
44	20529413344	TRANSRESOLS.R.L.
45	20453728120	MARIA BELEN S.R.L.
46	20606201681	J Y G SOLUTION PERU S.A.C.
47	20326110796	CAJAMARCA TRAVEL SRL
48	20491823098	CONSORCIO EL PORTAL DEL MARQUES SAC
49	20604131180	CONSORCIO HOTELERO J & M S.A.C.
50	20609413876	CONSORCIO KUNTUR WASI
51	20605314288	FUNDO EL CHOCHO S.A.C
52	20496150512	GRUPO COLLANTES SAC
53	20326331962	HOTEL LAGUNA SECA SA
54	20496091672	HOTEL SOL DE BELEN EIRL
55	20570673905	HOTELERIA & TURISMO LOS REYES S.R.L.
56	20484327948	INMOBILIARIA Y SERVICIOS MASARIS
57	20326229921	N.H.E.I.R. LTDA
58	20495932797	TURISMO Y SERVICIOS GENERALES SAN FRANCISCO SRL
59	20604893489	HOTEL CAJAMARCA TRES ESTRELLAS E.I.R.L
60	20606549998	GRUPO EMPRESARIAL SORIA S.A.C.
61	20600001397	MAXLIM OPERACIONES SRL
62	20600615140	PASANNI S.R.L.
63	20610068228	SERVICIOS HOTELEROS SIERRA VIVA E.I.R.L.
64	20100047218	BANCO DE CREDITO DEL PERU S.A.
65	20101036813	BANCO INTERAMERICANO DE FINANZAS
66	20570513371	CONSULTOR CORREDORES DE SEGUROS S.A.C.
67	20453715737	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO RONDESA
68	20207782964	FOGAPI
69	20570879945	GOLDEN PERU CORREDORES DE SEGUROS S.A.C
70	20608878085	GRUPO J.ILMAN S.A.C
71	20147129417	INSTITUTO DE DESARROLLO DEL SECTOR INFORMAL
72	20495687466	PROGRAMA DE GESTION DE RECURSOS SOCIALES
73	20601594464	ARTHUR J. GALLAGHER PERU CORREDORES DE SEGUROS S.A.
74	20601252661	BIARI SOLUCIONES EMPRESARIALES EIRL
75	20453801579	COMPUTRON S.R.L
76	20601430542	CONTRACT ADVISORS GROUP E.I.R.L.
77	20601311608	INSTITUCION EDUCATIVA PARTICULAR SAN ANDRES S.A.C
78	20131377810	SERVICIO NACIONAL DE CAPACITACIÓN PARA LA INDUSTRIA DE LA CONSTRUCCIÓN
79	20368745546	COMPLEJO DE SERVICIOS EDUCATIVOS MAGISTER S.R.L
80	20611028840	PYRAMID ACADEMY E.I.R.L.
81	20604990301	ESESPE-ESCUELA DE ESPECIALIZACIONES DEL PERU E.I.R.L.
82	20608041045	CETPROMIN CAJAMARCA E.I.R.L.
83	20611859270	ISG DESARROLLO INTERNACIONAL ESTUDIANTIL S.A.C.
84	20613298127	CONSORCIO AUDITOR MINERO CONAMIN
85	20397368298	A Y S CONTRATISTAS S.A.C
86	20148313041	ALDEAS INFANTILES SOS PERU - ASOCIACIÓN NACIONAL

87	20602651615	CENTRAL LI ONE E.I.R.L.
88	20481234574	CENTRO ECUMENICO DE PROMOCION Y ACCION SOCIAL NORTE
89	20453735177	COMERCIALIZADORA DE MINERALES NO METALICOS Y SERVICIOS GENERALES PERUVIAN ROCANOR S.R.L.
90	20453564348	COMPAÑIA DE VIGILANCIA Y SEGURIDAD SRL
91	20495617689	CONSORCIO A&A S.R.L.
92	20496107421	CONSULCONT SAC
93	20453830323	DEYFOR EIRL
94	20495720269	EMPRESA ANDINA COYMOLACHE SERVICIOS GENERALES SRL
95	20601133025	ENERGY & FIBER S.R.L.
96	20113733641	EPS SEDACAJ S.A.
97	20453724213	GARCIA E.I.R.L.
98	20507850091	GESTION DE SERVICIOS AMBIENTALES S.A.C.
99	20495615040	INGENIEROS EN TELECOMUNICACIONES Y SISTEMAS SAC
100	20391062057	INSTITUTO DE SEGURIDAD MINERA
101	20453308775	INVERSIONES GENERALES SAN LORENZO SAC
102	10266251039	PANADERIA MENDOZA
103	20601964393	OHM INGNIEROS S.R.L.
104	20495713564	OPERADOR LOGÍSTICO GASES INDUSTRIALES SAC
105	20600547306	PROJECTS & COMMISSIONING CONSULTANTS S.A.C
106	20602069801	RECICLADORA COMERCIAL ESTEBAN S.R.L.
107	20100982898	RECURSOS SAC
108	20600021380	RHE EMPRESA INTEGRAL EIRL
109	20529319755	SEGURIDAD INDUSTRIAL ALVI E.I.R.L.
110	20311439856	SERVICIOS GENERALES ROMA SAC
111	20496035331	SOLUCIONES TECNICAS INDUSTRIALES S.R.L.
112	20100027021	UNIMAQSA
113	20601156955	URANIO INGENIERIA SOLUCIONES GENERALES S.R.L.
114	10181148654	AGUA VIVA
115	20561185434	MEGA HIDRAULICA S.R.L.
116	20610741054	EBBA SERVICIOS AMBIENTALES S.A.C.
117	20495774865	TECNO SANPF
118	20607687651	J&L SERVICIOS DE SEGURIDAD Y PROTECCION SAC
119	20602845878	CEORZA S.A.C.
120	20132023540	EMPRESA REGIONAL DE SERVICIO PUBLICO DE ELECTRICIDAD ELECTRONORTEMEDIO SOCIEDAD ANONIMA - HIDRANDINA
121	20495795439	MAXUM SRL
122	20100114349	SGS DEL PERÚ SAC
123	20604266824	ORGANIZACIÓN DE DESARROLLO TECNOLÓGICO DISEÑO Y CONSTRUCCIÓN
124	20606382392	GARC ASESORIA EMPRESARIAL S.A.C.
125	20611742861	VO TECH MULTISERVICIOS GENERALES E.I.R.L.
126	20610017828	GRUPO CONITS.R.L.
127	20495891152	SERVICIOS MÚLTIPLES Y ALIMENTICIOS EL LUCERITO SRL
128	20605357041	MEF CONSULTING TRAINING AND DEVELOPMENT SAC
129	20606427639	ESTELAR COMPANY E.I.R.L.
130	20495905552	AUTOBLAD EIRL
131	20495635822	AUTONORT CAJAMARCA SAC
132	20100028698	FERREYROS S.A.
133	20495647324	MANNUCCI DIESEL CAJAMARCA SAC

134	20491781409	MSA AUTOMOTRIZ SAC
135	20491555140	SERVICIOS AUTOMOTRICES DEL NORTE S.R.L.
136	20496043783	WASHINGTON AUTOMOTRIZ EIRL
137	10266244458	CABANILLAS CHILON LUIS
138	20601845726	ECOLOGIA Y SERVICIOS AMBIENTALES S.A.C.
139	20311243285	EMPRESA DE TRANSPORTES DE SERVICIOS MULTIPLES 3M S.A
140	20529450380	GROUP AUTOGRUAS S. R. L.
141	20100077044	HERMES TRANSPORTE BLINDADOS S.A.
142	20495645038	HESAM S.R.L.
143	20600176294	MARK DA S.A.
144	20411056580	TAXI SUPER SEGURO S.R.L
145	20453556086	TRANSPORTES ACUARIO SAC
146	20438933272	TRANSPORTES LINEA SA
147	20495668089	TRANSPORTES Y GRUAS PATRON SAN MARCOS EIRL
148	20551262082	REENCAUCHADORA RUBBERS SRL
149	20602662528	SERVICIOS GENERALES MOSHAMAX S.A.
150	20453679757	EMPRESA DE TRANSPORTES Y SERVICIOS GENERALES SAGITARIO S.R.L
151	20529466979	SERVICIOS GENERALES ANITA TOURS S.A.C.
152	20101639275	IPESA SAC
153	20612975478	DHS TRANSPORTES PERU
154	20495735291	AGROPECUARIA CAXAMARCA SRL
155	20453660908	AGROVETERINARIA MEVELIN S. R. L.
156	20113716712	BACILIO CAMPOS ROJAS SRL
157	20453668631	DISTRIBUCIONES DON TEO SAC
158	20495657630	DISTRIBUIDORA DE ACEROS MEDINA SRL
159	20495673911	EL QUINDE SHOPPING PLAZA SAC
160	20495831176	FERRETERA SANTA TERESA SAC
161	20495746225	INSUMOS MEVICAR EIRL
162	20491576902	MILKA SUPERMERCADOS E. I. R. L.
163	10266109054	NELIDA ZOILA DE JESUS SANCHEZ DE SANCHEZ
164	20266409461	OPEN PLAZA S.A
165	20511315922	REAL PLAZA S.R.L
166	20529559713	REPUESTOS AUTO PERU CARS EIRL
167	20100128056	SAGA FALABELLA SA
168	20103365628	DISTRIBUCIONES OLANO SAC
169	20601018498	CHURRASQUERIA VR D&J S. A. C.
170	20495902022	RESTAURANT DON OCTAVIO SRL
171	20453680097	RESTAURANT SALAS SAC
172	20611850175	INVERSIONES LEON RUDAS S.A.C.
173	20604651701	GRUPO EXPRESS CAJAMARCA S. R. L.
174	10421325052	RAFAEL CAFÉ
175	20411211062	AGROINDUSTRIAS DEL VALLE EIRL
176	20113873141	COOPERATIVA AGRARIA ATAHUALPA JERUSALEN DE TRABAJADORES LTDA
177	20115996305	FONGAL
178	20605910794	FUSSION EXPRESS S. R. L.
179	20411257216	HELADERIA HOLANDA SRL
180	20453723322	INDUSTRIA DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS "EL ESTABLO LA COLPA" EIRL

181	20529398442	INELCOS SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA
182	20479062022	PERU CHEESE S.R.L
183	20100311331	PISAPIG'S S.A
184	20613004859	FINCA BOCA RATON E. I.R.L.
185	20611085410	EMPRESA LACTEA HUACARIZ S.A.C.
186	20570684770	2G SERVICIOS GENERALES S.R.L.
187	20491760151	AYQ INGENIERIA CONSTRUCCION Y SGG S.R.L.
188	20603629451	BECHTEL PERU S.R.L.
189	20529325488	CCA PERU S.A.C.
190	20311227913	CEYCA SERVICIOS GENERALES Y CONSTRUCCIÓN SAC
191	20453668984	COMIN S.A.C.
192	20602561357	COMPANY ARQUITECTURA & CONSTRUCCION S.R.L
193	20496188595	CONCELS.A.C
194	20491562782	CONSTRUCTORA CASME C&M SRL
195	20397228526	CONSTRUCTORA URTEAGA EIRL
196	20529499478	CVO INDUSTRIAL ELECTRICAL AND CONTROLSAC
197	20505018924	EAGLE CONSULTING S.A.C
198	20495772731	EYEPRO S.R.L
199	20491617358	FAST MEDIO AMBIENTE Y CONSTRUCCION SRL
200	20453774318	G&S SERVICIOS DE INGENIERÍA S.R.L.
201	20100135699	GEOTEC S.A
202	20603306296	GOLDSER SERVICIOS GENERALES S.R.L.
203	20477191941	GRUPO CONSTRUCTOR GASA SAC
204	20495790801	HALLPA PERU MINERIA Y CONSTRUCCION S.R.L.
205	20453782761	HERMANOS URTEAGA CONTRATISTAS SRL
206	20604228795	INGENIERIA & CONSTRUCCIÓN EL ALUMBRE S.R.L.
207	20529531541	INVERSIONES ROHUAYS S.R.L.
208	20445284107	IPSYCOM INGENIEROS S.A.C.
209	20453663753	J.C.M. PERU S.R.L.
210	20602308848	NORTE ALTO S.A.C
211	20491660440	RICSAM INGENIEROS S.R.L
212	20529601426	SERQ SAC
213	20603924470	WIÑAYQ S.R.L.
214	20609252775	EMPRESA DE SERVICIOS GENERALES JOTITAS S.R.L.
215	20609532646	PYRAMID STRUCTURES E.I.R.L.
216	20611780533	CORPORACIÓN DEYFOR S.R.L.
217	20453827454	DISTRIBUIDORA DINO ANGEL EIRL
218	10427081503	DISTRIBUIDORA PADRE ETERNO
219	20495623816	DIVINO SALVADOR S.A.
220	20602988024	GESTORA DE SERVICIOS VIALES S.A. - GESVIAS S.A.
221	20570793633	SERVICIOS GENERALES GAMARUNI S.R.L.
222	20612893510	PROYECTOS Y SERVICIOS COLUMBITO SRL
223	20603335181	A&A HSE CONSULTING SRL
224	20601984203	ANTA NORTE S.A.C
225	20109453057	ECOLOGÍA Y TECNOLOGÍA AMBIENTAL S.A.C.
226	20536878573	GASES DEL PACIFICO S.A.C.
227	20529615214	GEOCIV INGENIEROS S.A.C.
228	20507828915	GOLD FIELDS LA CIMA S.A.
229	20602719236	INNODEVEL S.A.C.
230	20529474211	JUCASA SERVICIOS GENERALES E.I.R.L

231	20137291313	MINERA YANACOCHA SRL
232	20601835984	REACTIUS INDUSTRIAL PERU S.A.C.
233	20491625458	DE LA CRUZ CAMPOS INVERSIONES E.I.R.L.
234	20602356371	ALSERI E.I.R.L.
235	20602129749	OVERAHUL MINING E.I.R.L.
236	20269764211	ICC PERU S.A.C
237	20496137419	MALON SERVICIOS GENERALES S.R.L.
238	20608995626	DANORTH COMPANY S.A.C.
239	20605971203	IVAC SERVICIOS GENERALES E.I.R.L.
240	20570777433	SEEIT SOLUCIONES INTEGRALES S.R.L
241	20607994171	PROTECCION M&B S.A.C.
242	20570518098	EMPRESA DE GESTORES EN TRAMITE VEHICULAR GENERAL MOTORS E.I.R.L.
243	20612421731	GREEN INNOV S.R.L.
244	20611420430	INGENIERIA CONSTRUCCION Y CAPACITACION E.I.R.L.
245	20600590783	DISPOSICIONES TRATAMIENTO Y SOLUCIONES AMBIENTALES S.A.C
246	20111025739	AHORRO DE ENERGIA Y MANTENIMIENTO INDUSTRIAL SAC
247	20602773354	CIA TIWINZA CHUGUR S.A.C
248	20609464632	GRUPO VICAF SAC
249	20611346728	ROBERTO ROJAS ARCHITECT S.A.C.
250	20496155158	SAN LORENZO INGENIERIA Y CONSTRUCCION SRL
251	20601215382	SEGURAMA CORREDORES DE SEGUROS SAC
252	20606112042	CONSULTORA DE DERECHO PATRIMONIAL Y SOCIETARIO S.A.C
253	20612872601	CONSORCIO RIO GRANDE
254	10062201474	QUIROZ CISNEROS ESTEBAN
255	20600441923	SCI COBRA S.R.L.
256	20610007521	VILLA HOSPEDAJES SAC
257	20603803915	CVR INGENIERIA Y CONSTRUCCION E.I.R.L.
258	20570826825	ERS ENTRENAMIENTO Y CAPACITACION - CAJAMARCA SAC
259	20603590601	GESTION E INGENIERIA CORPORATIVA DEL PERU S.A.C.
260	20100190797	GLORIA S.A
261	20529646101	HOTELES Y RESTAURANTES EL PURUAYS.A.C
262	10800878191	HUAMAN CERQUIN SEGUNDO MANUEL
263	20601817412	SILCONSULTING E.I.R.L.
264	20605883819	HURBEC INGENIERIA Y CONSTRUCCION E.I.R.L.
265	10429164279	R&V LUCES, SONIDO Y EVENTOS
266	20453715061	SERVICIOS MULTIPLES UNIDOS EMANUELS.R.L
267	20603631472	MULTINEGOCIOS ANDAGOTO S.A.C.
268	20496172168	TALENTUS TECHNOLOGY E.I.R.L.
269	20496195290	SERVICIOS E & N SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA
270	20453741908	GEOS INGENIEROS SRL
271	20453757812	MATIZADOS CAJAMARCA EIRL
272	20601092167	BALCONES PLAZA HOTEL EIRL
273	20601175020	PACO'S GRILL E.I.R.L.
274	20453683274	TRANSPORTES CATALAN S.R.L.
275	20514140040	MAURICIO HOCHSCHILD INGENIERIA Y SERVICIOS SUCURSAL PERU
276	20613348841	CONSORCIO TECNOFAC
277	20495961894	A.C.E. CONTRATISTAS GENERALES SCRL
278	20610382259	ACABADOS RUMI S.R.L.

279	20603826290	ASOCIACION CIVIL ESTRATEGIA SOCIAL
280	20538993400	AUTOMOTORES PAKATNAMÚ S.A.C.
281	20605808167	B&V CONSTRUCTORA HNOS S.R.L.
282	20453757146	CALERA EL ZASAL S.A.C.
283	20607497746	CARROCERIAS MAQUIPESA INGENIEROS E.I.R.L.
284	20601350263	COMPANIA DE SERVICIOS GENERALES EL CUMBE E.I.R.L.
285	20613258231	CONSORCIO EL LIRIO
286	20570770421	CONSTRUCTORA SEYCO EIRL
287	20601955467	DYHOSTING E.I.R.L.
288	20610369376	ERS SOLUTIONS PERU EIRL
289	20495658873	ESTRUCTURAS Y MONTAJE JOSÉ GALVEZ SRL
290	20411186289	GUVI SERVIS EIRL
291	20601990564	SAVI MOTORS S.A.C
292	20529465140	CODIMSUR INGENIEROS S.R.L
293	20611609362	GRUPO BDE S.A.C.
294	20508669802	GRUPO VIVARGO S.A.C.
295	20496038861	SERVICIOS GENERALES HUALTIPAMPA ALTA S.A.
296	10414200228	DIAZ IDROGO CHRISTIAN PORFIRIO
297	20610894781	LA FEMME AMOR POR TI
298	20602758541	TRANSMERGEN S.A.C.
299	20453537537	ANGELES MINERIA Y CONSTRUCCION SAC
300	20604411603	CLINICAR & COLORES E.I.R.L.
301	20539952413	ESCOBEDO MEDINA AUDITORES ASOCIADOS S.CIVIL DE RL
302	20496017359	J&R SERVICIOS MULTIPLES CHUGUR S.R.L.
303	20529420049	GRUPO ALVICOM TRADING S.R.L
304	20454276761	INGENIERIA MANTENIMIENTO CONSTRUCCION Y SERVICIOS S.A.C.- IMCO SERVICIOS S.A.C.
305	20529377950	SERVICIOS GENERALES QUIAVI S.A.C.
306	20600876229	INVERSIONES PIEDRAS COLORADAS S.R.L.
307	20613746766	CONSORCIO HASHEN & FADIM
308	20495648568	NUBE BLANCA E.I.R.L.
309	20612033987	YELLOWSTONE INVERSIONES BRISAS SRL
310	20605142266	INNOVACION TECNOLOGICA DE ELECTRICIDAD Y ELECTRONICA E.I.R.L.
311	20491808293	MISEMATH SERVICIOS GENERALES S.R.L.
312	20613661345	CONSORCIO DE INDUSTRIAS METALICAS CGP
313	20610493662	CORP GEINSA SAC
314	20612072923	GELECMIN PERU S.A.
315	20495700071	INVERSIONES 3MB S.R.L
316	20266777184	MEGAPACK TRADING SAC
317	20600815459	GRUPO MOYAN SRL
318	20608317610	CORPORACION LA PAMPA SAC
319	20491610850	COPYCENTRO SERVICIOS GENERALES SAC
320	20604851646	MASTER CUISINE PERUVIAN OFICIAL
321	20612639974	BLAO CAFE E.I.R.L.
322	20613977717	CONSORCIO LA SHACSHA
323	20613874934	CONSORCIO C & N
324	20612199117	GEOSYTHCH PERU S.A.C.
325	10266965899	LA NORIA RECREO CAMPESTRE
326	20601664161	TYM QUIROZ S.A.C.

327	10452998853	ACOSTA BRIONES ROSA ANGELICA
328	20600297563	CONPER PERÚ S.A.C
329	20369120817	TRANSPORTES M. CATALAN SAC
330	20610211578	CONSORCIO CERRO DORADO S.A.C
331	20601463246	MULTISERVICIOS ZENEN S.R.L.
332	20613287770	CONSORCIO PAQUIRUMI
333	20570783671	SECURITY H&W SRL
334	20601802628	EMPRESA DE SEGURIDAD INTEGRAL STRAKONZ SAC
335	20480505655	H + S HIDRAULICA S.A.C.
336	20608027981	PLANET TRAVEL VACATION CLUBS S.A.C
337	20604597081	GREEN LIFE SERVICIOS Y CONSULTORIA E.I.R.L.
338	20495730655	MAÑUCO C & S S.R.L.
339	20224983043	MINERA PHUYU YURAQ II E I R LTDA
340	20604092516	PREVENTYS PREVENCIÓN Y SALUD LABORAL S.A.C.
341	10220665335	SIVERONI MORALES JOSE ALFREDO
342	20607478857	VALERA CONTRATISTAS ASOCIADOS S.A.C.
343	20605119302	INVERSIONES SCALA PERU S.R.L.
344	20612344711	QAL PIRCA S.A.C
345	20608229273	MEGA FACILIDADES S.R.L.
346	20600177002	ALGAMARCA PERU S.A.C.
347	20602268137	LUANA Y CAPELLA CONSTRUCTORES E.I.R.L.
348	20491806754	CONSULTORA SOLUCIONES ESTRATEGICAS EMPRESARIALES SRL
349	20601193982	CORELACIÓN CONECTAMOS IDEAS S.R.L.
350	20495731031	PUBLIVENTURA S.A.C.
351	20602044077	TRAINING OPM S.R.L.
352	20100210909	LA POSITIVA SEGUROS Y REASEGUROS
353	20496080808	EMIM E.I.R.L.
354	20611294591	CIBER GRUPO HIERRO ENTERTAINMENT E.I.R.L.
355	20604279217	GEOMAQ DRILLING S.R.L.
356	20601798957	EMPRESA DE TRANSPORTES Y PLUS SERVICIOS CAJAMARCA S.R.L.
357	20613499912	INVERSIONES QUEVA S.R.L.
358	20601798957	EMPRESA DE TRANSPORTES Y PLUS SERVICIOS CAJAMARCA S.R.L.
359	20606433906	CONSORCIO GRUPO EMPRESARIAL UNIDOS
360	20495689914	CONSTRUCCION Y SANEAMIENTO SRL
361	20604255482	CORPORACION H&HJ S.R.L.
362	20529556889	DF CORPORATION GROUP S.A.C
363	20601280541	ADMINISTRACION DE EDIFICIOS SANTA ISABEL CAJAMARCA S.A.C
364	10417238251	INFOCUS
365	20605424482	CUERVO BLANCO EDITORES E.I.R.L.
366	20495706789	PERUVIAN SERVICES SRL
367	20131376503	SERVICIO NACIONAL DE ADIESTRAMIENTO EN TRABAJO INDUSTRIAL
368	20609770041	COLINAS MAQUI MAQUI S.R.L.
369	20491836319	XICATA S.A.C
370	20600313895	ACADEMIAS DEPORTIVAS INTERCECA EIRL
371	20608339141	ATLANTICO H&H S.R.L.
372	20559799956	C & A CONSULTORA S.A.C.
373	20600255917	COLEGIO ACUARELA S.A.C
374	20570697758	INSTITUTO DE GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA SRL

375	20495787339	JOYAS PARA CRISTO SRL
376	20606395125	SIGUE TU NORTE E.I.R.L.
377	20117592899	TECSUP N°1
378	20303063766	UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS SA
379	20570755201	VASQUEZ OCAMPO SERVICIOS GENERALES E.I.R.L.
380	20495960812	CALERA M.V. SRL
381	10275740280	BURGA ESTELA VICTOR BLADIMIR
382	20491654555	CALERA Y MULTISERVICIOS AM & RB S.R.L.
383	20600757688	SERVICIOS GENERALES SACAMAYO S.R.L.
384	20602034071	GOLDEN WOLF MINERALS S.A.C.
385	20606223146	ARPE CALEROS S.R.L.
386	20570836111	CALERA BAMBAMARCA S.A.C
387	20610331174	CHINALINDA C & R S.A.C.
388	20609250012	MAYAHUAS S.R.L.
389	20602307302	10 LUCAS SRL
390	20604850071	EL RESCATE S.R.L.
391	20570591178	GASTRONOMIA EL CANDIL SRL
392	20604706191	NOVACORP CATERING YHOTELERIA S.R.L.
393	20529451602	SANGUCHON.COM SRL
394	20570721721	TORTU CATERING E.I.R.L.
395	20605567674	INVERSIONES VETERINARIAS DISNORVE E.I.R.L.
396	20411003389	AMERICAN GENERAL SERVICE SRL
397	20486668688	BUSINESS MANAGEMENT SYSTEM SOCIEDAD ANONIMACERRADA
398	20491593238	DIPROFRES L&M S.R.L.
399	20602008267	DREAM ROSES S.R.L.
400	20600929004	GREEN IDEAS CORPORATION S.R.L.
401	20495805337	INDUSTRIA DE ALIMENTOS MACKKEY EIRL
402	20602328326	KAKTOS GARDEN PAISAJISMO Y JARDINERIA S.A.C.
403	20605149368	KUAYA E.I.R.L.
404	10464194482	MARIA DORILA CALDERÓN ALVARADO
405	10182107676	PAUL HENRY ESCALANTE PEREIRA
406	20453722351	PISCIFACTORIA PEÑA SAC
407	20495613349	PROCESOS ALIMENTARIOS SAN JOSE SRL
408	20495896464	VITIVINICOLA CAMPOS & ALVA EIRL
409	20492578305	G & N GRIFOS SOCIEDAD ANONIMA - G & N GRIFOS S.A.
410	20410999847	GRIFOS CRUZ BLANCA SAC
411	20453743439	GRIFOS LAYZON SAC
412	20100105862	BANCO PICHINCHA
413	20100130204	BBVA BANCO CONTINENTALS.A.
414	20103845328	CMAC MAYNAS SA
415	20542602881	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO LTDA MI FINANCIERA
416	20103534675	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO TUMAN
417	20202380621	MAPFRE PERU CIA DE SEGUROS Y REASEGUROS S.A
418	20510398158	PRIMA AFP SA
419	10266213293	RODRIGO SILVA SANTISTEBAN ROGER ADRIAN
420	20491741288	CONTELSAC SAC

421	20453516297	TECNOLOGIA EN SISTEMAS S.R.L.
422	20100017491	TELEFÓNICA DEL PERÚ SAA
423	20602128025	ALERTA CONTROLS.A.C.
424	20453753825	APUS GOLD SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA
425	20570614216	BLAI PUBLICIDAD Y SERVICIOS GENERALES S.R.L.
426	20543682242	E-NTERACTIVA S.A.C.
427	20570859758	GENERACION VIRTUAL SRL
428	20491714809	INVERSIONES JUFA E HIJOS S.R.L.
429	20392932420	IT CONSULTORES NAVASOFT S.A.C.
430	20601657610	MARCHENA & PINEDO SAC
431	20325979047	RADIO LAYZON SAC
432	20519594774	SCQ INGENIEROS EIRL
433	20553201013	SOLD MAX SRL
434	20605880984	TELCOMIN HOLDING PERU S.A.C.
435	20529690691	ZTEC S.R.L.
436	20606088770	BM SOLUCIONES INTEGRALES CAJAMARCA SRL
437	20600267117	CENTRO ESPECIALIZADO DE SALUD ASIRI S.R.L.
438	20171689245	CLINICA SAN FRANCISCO DE ASIS S.A
439	20603260296	CORPORACION COREACI S.A.C
440	20495837611	ESPECIALIDADES ODONTOLÓGICAS EIRL
441	20601122848	IMPERIO GYM CENTRO MEDICO DEPORTIVO S.R.L
442	20607787825	JEMA GENERAL SERVICES
443	20491615061	LOVATO EIRL
444	10705121023	MARILIA LIZETH VILLANUEVA ALIGA
445	20602851525	NOVADENS SERVICIOS GENERALES E.I.R.L.
446	20601474990	POLICLINICO LASER LOS NARANJOS E.I.R.L.
447	20496167679	RS CONSULTING GROUP - S.A.C.
448	20431080002	S.G NATCLAR S.A.C
449	20496108664	SOLUCIONES AMBIENTALES PERU E.I.R.L
450	20562703706	STEO INVERSIONES Y SERVICIOS GENERALES S.A.C.
451	20496175698	MEDICINA DE ESPECIALIDADES S.R.L
452	20453832377	EMPRESA DE SERVICIOS GENERALES ALEJANDRITA E.I.R.L.
453	20603369409	HVASCO S.A.C
454	20609568721	J&V SERVICIOS GENERALES CAJAMARCA E.I.R.L.
455	20610925112	PROMOTORA TURISTICA E INMOBILIARIA L & V S.R.L.
456	20496106963	RILEVE INGENIERIA & CONSTRUCCION EIRL
457	20601190410	RYA MANTENIMIENTO ESPECIALIZADO Y SERVICIOS GENERALES S.R.L
458	20570566068	A & R SERVICIOS GENERALES E INGENIERIA E.I.R.L
459	20609715911	AGEO CONSTRUCCION MONTAJE E INSTALACIONES Y SERVICIOS GENERLES
460	10413362771	AGUIRRE CHICOMA ROXANA BEATRIZ
461	20602858759	ANCOL INGENIEROS S.A.C.
462	20602875751	ANKA INGENIEROS S.R.L.
463	20602266860	ANVIB PERU S.A.C
464	20529382520	ARCADA CONSTRUCTORES SRL
465	20602455158	ASSUR INGENIEROS SRL

466	20602134891	ATR CONSTRUCCIONES E.I.R.L.
467	20482474315	BAEIRA S.A.C.
468	20529588144	BETELPYM & TRANSACCIONES S.R.L.
469	20529438762	BUILD PROJECT & QUALITY CONTROLE.I.R.L. - BP & QC E.I.R.L.
470	20225908631	C CO A CONSULTORES Y CONTRATISTAS ASOCIADOS EIRL
471	20496159811	CELENDINOS SRL
472	20601974445	CHILON PERU INGENIERIA Y CONSTRUCCION SAC
473	20570649192	COMPAÑIA DE SERVICIOS GENERALES ALFRED S.R.L.
474	20610192646	CONSORCIO ECAM & YADAXIR
475	20601708656	CONSORCIO CIELO CAJAMARQUINO GRUPO CAJAMARCA
476	20529451190	CONSORCIO FERRETERO VASQUEZ S.A.C.
477	20602191061	CONSORCIO PERU ANDINO
478	20529376805	CONSTRUCTOR ARTICULOS FERRETEROS E.I.R.L.
479	20529595353	CONSTRUCTORA CIELO CAJAMARQUINO SRL
480	20603632061	CONSTRUCTORA PASNIC E.I.R.L.
481	20600673581	CONSTRUCTORA VARU SAC
482	20608985248	CONSTRUCTORES & CONSULTORES LEON ASOCIADOS SRL
483	20605530851	CONTRATISTAS PAMPA LARGA S.R.L.
484	20491615908	CONZTRUYE E.I.R.L.
485	20570668812	CORPACE INGENIERIA Y SERVICIOS GENERALES SRL
486	20529670746	CORPORACION CIMA PERU SRL
487	20603158114	CORPORACIÓN CONSMAQS.A.C.
488	20563050099	CORPORACION MONTE DE LOS OLIVOS S.A.C. - CMO S.A.C.
489	20529467606	CORPORACION VILLANUEVACABALLERO S.A.
490	20570647904	DDH CONTRATISTAS GENERALES SRL
491	20570752872	ECAM'S INGENIEROS SRL
492	20228844251	EDCAR ING CONTRAT GRLS E I R L
493	20602654746	EMPRESA CORPORACION ECOMINSA MINERIA Y CONSTRUCCIÓN EIRL
494	20453775471	EMPRESA DE EXPROPIETARIOS SAN JOSE S.A.
495	20601570972	ENGINEERING AND PROJECTS CONSULTORIA SUMINISTROS FABRICACION Y MONTAJE S.A.C.
496	20601726379	EO BUILDER E.I.R.L.
497	20453708102	EQUIPORCS.R.L.
498	20600245415	F & F ZABDI SERVICIOS GENERALES EIRL
499	20496007043	FRADGOL SAC
500	20495749674	G Y N TRANSPORTES Y SERVICIOS GENERALES S.R.L.
501	20608687271	GENERA INGENIEROS S.A.C.
502	20601704448	GITACH S.A.C.
503	20491701901	GMR CONTRATISTAS SERVICIOS GENERALES EIRL
504	20496070756	GRUPO CAJAMARCA MINERIA Y CONSTRUCCION SAC
505	20604063630	GRUPO CALLE INGENIEROS & ASOCIADOS S.R.L.
506	20600179668	GRUPO CISSA S.R.L.
507	20608543725	HML INGENIERIA CONSTRUCCION Y SERVICIOS GENERALES E.I.R.L.
508	20570558120	HOK HNOS S.A.C
509	20570600771	INGEOSERVIC MINERIA Y CONSTRUCCIONE.I.R.L.
510	20608373277	INNOVA INMOBILIARIA PROPIEDADES S.R.L.
511	20495696961	INNOVACION EN GEOSINTETICOS Y CONSTRUCCION S.R.L.

512	20600044207	IRZA INGENIEROS S.R.L.
513	20602616585	JHYOS ENGINEERS S.A.C.
514	10266297161	LA TORRE CABANILLAS MARTHA FANNY
515	20495608850	LOS SAUCES MAQUINARIAS EIRL
516	20529688017	LUAL CONSTRUCCIONES S.A.C. - LUALCO S.A.C.
517	20453647049	MAF EIRL
518	20602233201	MANCOPER S.R.L.
519	20603408692	MAWERS GROUP S.R.L.
520	20602467211	MGM ESTRUCTURAS Y PROYECTOS S.A.C.
521	20491688026	MINING INTEGRAL SERVICES SA
522	20233011721	MMF CONTRATISTAS EIRL
523	20411053050	MULTISERVICIOS PUNRE SRLTDA
524	20495758231	N.H. SERVICIOS GENERALES E.I.R.L.
525	20606484284	NUEVO RENACER SERVICIOS GENERALES E.I.R.L.
526	20495636713	ORDENORTE SERVICIOS GENERALES SRL
527	20600696786	PERFORACIONES COLORADO S.A.
528	20570887379	PHES SERVICIOS GENERALES E.I.R.L.
529	20495700586	PROYECTOS Y MANTENIMIENTO INTEGRAL PERU SRL
530	20411423833	QUIROZ ROJAS HERMANOS CONTRATISTAS GENERALES SRL
531	20495866719	QUISPE TRANSPORTES SERVICIOS GENERALES S.R.L.
532	10423644201	RAMIREZ CAMIZAN WESLIN CARLOS
533	20570748760	RETOS J Y L SERVICIOS GENERALES S.R.L.
534	20603860978	RG INGENIEROS MINERÍA Y CONSTRUCCIÓN S.R.L.
535	20529566175	RHBM SERVICIOS GENERALES S.R.L.
536	20601798736	ROEDGUESA S.R.L.
537	20600744209	RUTA SERVICIOS GENERALES S.R.L.
538	20482658637	SAGITARIO CONSTRUCCION & MONTAJE S.A.C.
539	20529442956	SAN MIGUEL ARCANGEL CONTRATISTAS GENERALES S.R.L.
540	10275613261	SANTOS HONORIO GARCÍA ZAFRA
541	20491801019	SERRANOVA EIRL
542	20529437791	SERVEFER L & D S.R.L.
543	20600990862	SIERRA NORTE INGENIERIA & CONSTRUCCION SAC
544	20495787843	SOLUCIONES TECNICAS DE INGENIERIA SRL.
545	20600362373	STEEL BRICK S.R.L.
546	20570858433	TC INGENIEROS S.R.L.
547	20495692621	TEJADA & HERMANOS SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA
548	20609081920	TERRA URBANISMO Y CONSTRUCCION S.A.C
549	20529621371	TIKINTI S.R.L.
550	20607952265	MEDIAVISUAL E.I.R.L.
551	20491608952	VASQUEZ DISTRIBUIDORA FERRETERA SAC
552	20601510481	VIMOD - ARQUITECTURA Y DISEÑO E.I.R.L.
553	20601782821	WANG GLOBAL SERVICES S.A.
554	20606556099	ARENAS EPC E.I.R.L.
555	20529467193	JSC SRL
556	20495882838	SERVICIOS GENERALES EL CHOCHÉ E.I.R.L.
557	20495706355	JJR SERVICIOS GENERALES S.R.L.
558	20415721910	COMERCIALIZADORA Y DISTRIBUIDORA RACSER SA
559	20131644524	DISTRIBUIDORA NORTE PACASMAYO SRL

560	20603769326	ACCENCA SERVICIOS GENERALES S. A. C.
561	20601362130	AGREGADOS EMILY Y SG SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA
562	10267318030	ANA ELIZABETH BAZAN DIAZ
563	20495664768	BOBADILLA TORRES LUIS ALBERTO
564	20495776213	C & S CAJAMARCA EIRL
565	20453661114	CERAMICOS CAJAMARCA SRL
566	20604432511	CONSORCIO EMPRESARIAL FRANCMARK E.I.R.L.
567	20600709225	CONSULTORA 10 Y 10 S. A. C
568	20602698549	FAMIPASA S. R. L.
569	20453678947	FERRETERIA EL SOL SRL
570	20230874213	FERRETERIA LA PANAMEÑA S. R. L
571	20529338113	GRUPO MICASA M Y M S. A. C.
572	20411033458	H Y M ALMACENES GENERALES SRL
573	20172321004	JUSTINIANO SOTO VILLANUEVA SRL
574	20600721438	LOGISTICA INTEGRAL SERVICIOS GENERALES EIRL.
575	10266064018	MARIO BURGA VERGARA
576	20602117503	OZULY E. I. R. L.
577	20607404390	PETTIT CAMEL APPLE S. A. C.
578	20453698204	REPRESENTACIONES GOMEZ EIRL
579	10423094414	TERRONES TERAN ROSA MARILU
580	10266751139	URTEAGA DE ROMERO MARTA JULIA
581	20608995596	DIAMARIS BEUTY E. I. R. L
582	20601207410	SOLUCIONES INTEGRALES YANA SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA
583	20495640583	EL CLARIN CORPORACION SRL
584	20607587826	EL GRAN PATRIARCA J&M S. R. L
585	20601017807	EMPRESA DE SERVICIOS TURISTICOS EL PEROL S. A. C.
586	10413079239	FUENTES VASQUEZ SEGUNDO LEONIDAS
587	20113838401	HOSTAL PLAZA S. R. LTDA.
588	20600090519	HOTEL KRISANT S. R. L.
589	20491567822	JCC. INVERSIONES GENERALES EIRL
590	10266020959	LLANOS CARRASCO NESTOR
591	10266169669	LLAQUE CACHO WALTER NAPOLEON
592	10267034350	MARCO ANTONIO TAPIA CABANILLAS
593	10266218155	MARIN BOLAÑOS EBER
594	20368799981	MULTISERVICIOS ELINOR SRL
595	10401659345	OMAR CERNA ALVAREZ
596	20491778289	SERVICE CLEAN CAJAMARCA EIRL
597	20495611991	SERVICIOS TURISTICOS CAXA PERU EIRL
598	10266320723	SUCESIÓN MURILLO DE QUIROZ ZOILA ROSA
599	20604169616	TULLUME Y SANCHEZ TRAVELE. I. R. L.
600	20601778204	TURISMO Y HOTELERIA PARDI SAC
601	20603762399	VITO VIGIL TRADING E. I. R. L.
602	20611495715	ASOCIACIÓN DE TRANSPORTISTAS CAXAMARQUINOS
603	20453704611	AUTOCENTRO CAJAMARCA SRL
604	20113748592	AUTOMOTRIZ CAJAMARCA SAC
605	20495810250	C. M. D AUTOMOTORES SOCIEDAD ANONIMA CERRADA

606	20529527609	CLINICAR DIESEL S.A.C.
607	20570731361	CORPORACION EL MAGO EIRL
608	20543265056	MOTORED SOCIEDAD ANONIMA - MOTORED S.A.
609	20606963263	SEMANGRU NORTE E.I.R.L.
610	20603174705	SERVICE AND RENTAL COMPANY S.A.C.
611	20326212360	A&B EIRL
612	20491592690	CIELO ANDINO S.R.L.
613	20609014254	CONSORCIO ADR
614	20495835759	CONSORCIO C&T TRANSPORTISTAS ASOCIADOS S.A
615	20600913817	CONSTRACOM E.I.R.L
616	20605219951	CORPORACIÓN ALISO COLORADO S.A.C.
617	20529405082	CORPORACIÓN JALVA SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA
618	20490436783	ECO METROPOLI SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA - ECO METROPOLI S.R.L
619	20491832674	EMPRESA DE TRANSPORTE JUANJO SAC
620	20511265216	EMPRESA DE TRANSPORTES GRUPO HORNA SAC
621	20529527358	EMPRESA DE TRANSPORTES TRANSGROUP CAJAMARCA S.A
622	20496138814	MULTISERVICIOS COLLAR DE CERROS EIRL
623	20453811370	MUNDO TRANSPORTES & SERVICIOS E.I.R.L.
624	20345233041	PIRAMIDE AGENCIA DE ADUANAS S.A.
625	20537921464	RESITER PERU S.A.C.
626	20601319021	S & F MAQUINARIA Y EQUIPOS S.A.C.
627	20491555654	SAGITARIO, TRANSPORTE, MINERIA Y CONSTRUCCION EIRL
628	20529586796	SERVICIOS GENERALES INNOVACION CAJAMARCA SRL
629	20529589973	TRANS CART S.A.
630	20506050601	TRANSPORTES CARGOMAQ S.A.
631	20603633220	TRANSPORTES PAREDES ASOCIADOS E.I.R.L
632	20132062448	TRANSPORTES RODRIGO CARRANZA SAC
633	20495807976	TRANSPORTES Y MULTISERVICIOS LA RETAMA SCRL
634	20603062761	VICSOR INGENIEROS SERVICIOS GENERALES S.R.L
635	20491628040	GRUPO MULTISERVIS S.R.L.
636	20168002361	TRANSPORTES CHE GALVEZ SRL
637	20601835682	CADYR'S SOLUCIONES MULTIPLES S.R.L
638	20610187529	CERRO MINA DE ORO S.A.C.
639	20491682419	GEOWEB SRL
640	20611835371	ORANIO S.A.C.
641	20491651611	RESCUE TECH INTEGRAL SOLUTIONS S.R.L
642	20609683776	SERVICIOS GENERALES COREMAYO LA QUINUA S.A
643	20491585057	A.H.&H MINERIA Y CONSTRUCCION S.R.L.
644	20140688640	CIA MINERA COIMOLACHE S.A
645	20605449043	COIMOLACHE E.I.R.L
646	20511721912	COMPANÍA TRANSMISORA NORPERUANA S.R.L.
647	20609781646	CONSORCIO GARCIA & COREMAYO LA QUINUA
648	20609488957	CONSORCIO GARCIA & INNOVACION TECNICA
649	20609683580	CONSORCIO MINERIA PERUANA
650	20602974627	CONSTRUCTORA INMOBILIARIA B&G SERVICIOS GENERALES S.R.L.

Anexo 2.

Item	RUC	Razón Social
1	20496115440	CALERA BENDICIÓN DE DIOS EIRL
2	20495660266	EMPRESA MINERA EL PROGRESO S.R.L
3	20453552846	GRIFO CONTINENTAL SAC
4	20453498299	GRIFOS CAJAMARCA SAC
5	20601160537	ATELEA S.A.C.
6	20529601345	CREATIVIDADAPPS EIRL
7	20463225924	NEXUS DIGITAL S.R.L
8	20601809541	TOTEM MULTIMEDIA E.I.R.L.
9	20600489284	ADISA PERÚ S.R.L.
10	20166717389	CAXAMARCA GAS S.A.
11	20131609371	FACTORIA INDUSTRIAL SAC
12	20510752938	MANTENIMIENTO INDUSTRIAL Y COMERCIAL SAC
13	20529579820	METAL INDUSTRIA HVA S.R.L.
14	20496040091	METALARC SRL
15	20491755238	MISQUIMAYO MAQUINARIAS S.R.L
16	20453757227	MULTISERVICIOS FAYCE S.R.L.
17	20529648147	MANTENIMIENTO E INGENIERIA INDUSTRIAL S.R.L
18	20125865071	FABRICACIONES Y SERVICIOS ELECTRO ELECTRONICOS S.A.C.
19	20608507834	SOLMAIN S.R.L.
20	20605193260	ARMA CONSULTORIA EMPRESARIAL EIRL
21	20601826632	CONSULTORIA EN ASESORIA Y EMERGENCIA EMPRESARIAL SRL
22	20601814308	EL ASESOR EMPRESARIAL E.I.R.L
23	20608498703	HORIZONTE JSQ E.I.R.L
24	20606054166	J&L SERVICIOS TERCERIZACIÓN S.A.C.
25	10266197930	LEDEZMA INOSTROZA MIGUEL
26	10267296362	PABLO ROJAS DEYVI ANDRES
27	20560025611	PEREZ, MALLAP & TALLEDO ABOGADOS S.A.C.
28	10266883256	VICTOR HUAMAN ROJAS Y ASOCIADOS, ESTUDIO DE ABOGADOS
29	10417263026	MARCOS DIAZ PACHAMANGO
30	20605431934	INSUCO PERÚ S.A.C.
31	20602432450	MEJIA SAUCEDO ABOGADOS SAC
32	20606332336	SOLUCIONES MEDICAS CAJAMARCA PERU S.A.C.
33	20369071778	ASOCIACION FAMILIA SANA
34	20600175697	ATET ODONTOLOGOS SAC
35	20113711834	CLINICA LIMATAMBO CAJAMARCA SAC
36	20495666973	CLINICA SAN LORENZO SRL
37	20495799001	ELECON CONTRATISTAS S.R.L.
38	20516748983	HIDMOR SERVICIOS GENERALES SRL
39	20570621425	INGENIO Y SOLUCIONES S.A
40	20495707165	LABORATORIO LLONTOP SRL
41	20503742544	MEDSALUD SAC
42	20453503047	SERVICIOS DE SALUD LOS FRESNOS SAC
43	20495660347	TOMONORTE CAJAMARCA SAC
44	20529413344	TRANSRESOL S.R.L.
45	20453728120	MARIA BELEN S.R.L.

46	20606201681	J Y G SOLUTION PERU S.A.C.
47	20326110796	CAJAMARCA TRAVEL SRL
48	20491823098	CONSORCIO EL PORTAL DEL MARQUES SAC
49	20604131180	CONSORCIO HOTELERO J & M S.A.C.
50	20609413876	CONSORCIO KUNTUR WASI
51	20605314288	FUNDO EL CHOCHO S.A.C
52	20496150512	GRUPO COLLANTES SAC
53	20326331962	HOTEL LAGUNA SECA SA
54	20496091672	HOTEL SOL DE BELEN EIRL
55	20570673905	HOTELERIA & TURISMO LOS REYES SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA
56	20484327948	INMOBILIARIA Y SERVICIOS MASARIS
57	20326229921	N.H.E.I.R. LTDA
58	20495932797	TURISMO Y SERVICIOS GENERALES SAN FRANCISCO SRL
59	20604893489	HOTEL CAJAMARCA TRES ESTRELLAS E.I.R.L.
60	20606549998	GRUPO EMPRESARIAL SORIA S.A.C.
61	20600001397	MAXLIM OPERACIONES SRL
62	20600615140	PASANNI S.R.L.
63	20610068228	SERVICIOS HOTELEROS SIERRA VIVA E.I.R.L.
64	20100047218	BANCO DE CREDITO DEL PERU S.A.
65	20101036813	BANCO INTERAMERICANO DE FINANZAS
66	20570513371	CONSULTOR CORREDORES DE SEGUROS S.A.C.
67	20453715737	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO RONDESA
68	20207782964	FOGAPI
69	20570879945	GOLDEN PERU CORREDORES DE SEGUROS S.A.C
70	20608878085	GRUPO J.ILMAN S.A.C
71	20147129417	INSTITUTO DE DESARROLLO DEL SECTOR INFORMAL
72	20495687466	PROGRAMA DE GESTION DE RECURSOS SOCIALES
73	20601594464	ARTHUR J. GALLAGHER PERU CORREDORES DE SEGUROS SOCIEDAD ANONIMA
74	20601252661	BIARI SOLUCIONES EMPRESARIALES EIRL
75	20453801579	COMPUTRON S.R.L
76	20601430542	CONTRACT ADVISORS GROUP E.I.R.L.
77	20601311608	INSTITUCION EDUCATIVA PARTICULAR SAN ANDRES S.A.C
78	20131377810	SERVICIO NACIONAL DE CAPACITACION PARA LA INDUSTRIA DE LA CONSTRUCCION
79	20368745546	COMPLEJO DE SERVICIOS EDUCATIVOS MAGISTER S.R.L
80	20611028840	PYRAMID ACADEMY E.I.R.L.
81	20604990301	ESESPE-ESCUELA DE ESPECIALIZACIONES DEL PERU E.I.R.L.
82	20608041045	CETPROMIN CAJAMARCA E.I.R.L.
83	20611859270	ISG DESARROLLO INTERNACIONAL ESTUDIANTEL S.A.C.
84	20613298127	CONSORCIO AUDITOR MINERO CONAMIN
85	20397368298	A Y S CONTRATISTAS S.A.C
86	20148313041	ALDEAS INFANTILES SOS PERU - ASOCIACION NACIONAL
87	20602651615	CENTRAL UNO E.I.R.L.
88	20481234574	CENTRO ECUMENICO DE PROMOCION Y ACCION SOCIAL NORTE
89	20453735177	COMERCIALIZADORA DE MINERALES NO METALICOS Y SERVICIOS GENERALES PERUVIAN ROCANORS.R.L.
90	20453564348	COMPANIA DE VIGILANCIA Y SEGURIDAD SRL

91	20495617689	CONSORCIO A&A S.R.L
92	20496107421	CONSULCONT SAC
93	20453830323	DEYFOR EIRL
94	20495720269	EMPRESA ANDINA COYMOLACHE SERVICIOS GENERALES SRL
95	20601133025	ENERGY & FIBER S.R.L
96	20113733641	EPS SEDACAJ S.A.
97	20453724213	GARCIA E.I.R.L.
98	20507850091	GESTION DE SERVICIOS AMBIENTALES S.A.C.
99	20495615040	INGENIEROS EN TELECOMUNICACIONES Y SISTEMAS SAC
100	20391062057	INSTITUTO DE SEGURIDAD MINERA
101	20453308775	INVERSIONES GENERALES SAN LORENZO SAC
102	10266251039	PANADERIA MENDOZA
103	20601964393	OHM INGNIEROS S.R.L
104	20495713564	OPERADOR LOGÍSTICO GASES INDUSTRIALES SAC
105	20600547306	PROJECTS & COMMISSIONING CONSULTANTS S.A.C
106	20602069801	RECICLADORA COMERCIAL ESTEBAN S.R.L.
107	20100982898	RECURSOS SAC
108	20600021380	RHE EMPRESA INTEGRAL EIRL
109	20529319755	SEGURIDAD INDUSTRIAL ALVI E.I.R.L.
110	20311439856	SERVICIOS GENERALES ROMA SAC
111	20496035331	SOLUCIONES TECNICAS INDUSTRIALES S.R.L
112	20100027021	UNIMAQ SA
113	20601156955	URANIO INGENIERIASOLUCIONES GENERALES S.R.L
114	10181148654	AGUA VIVA
115	20561185434	MEGA HIDRAULICA S.R.L.
116	20610741054	EBBA SERVICIOS AMBIENTALES S.A.C.
117	20495774865	TECNO SANPF
118	20607687651	J&L SERVICIOS DE SEGURIDAD Y PROTECCION SAC
119	20602845878	CEORZA S.A.C.
120	20132023540	EMPRESA REGIONAL DE SERVICIO PUBLICO DE ELECTRICIDAD ELECTRONORTEMEDIO SOCIEDAD ANONIMA - HIDRANDINA
121	20495795439	MAXLIM SRL
122	20100114349	SGS DEL PERÚ SAC
123	20604266824	ORGANIZACIÓN DE DESARROLLO TECNOLÓGICO DISEÑO Y CONSTRUCCIÓN
124	20606382392	GARC ASESORIA EMPRESARIAL S.A.C.
125	20611742861	VO TECH MULTISERVICIOS GENERALES E.I.R.L.
126	20610017828	GRUPO CONIT S.R.L.
127	20495891152	SERVICIOS MÚLTIPLES Y ALIMENTICIOS EL LUCERITO SRL
128	20605357041	MEF CONSULTING TRAINING AND DEVELOPMENT SAC
129	20606427639	ESTELAR COMPANY E.I.R.L.
130	20495905552	AUTOBLAD EIRL
131	20495635822	AUTONORT CAJAMARCA SAC
132	20100028698	FERREYROS S.A.
133	20495647324	MANNUCCI DIESEL CAJAMARCA SAC
134	20491781409	MSA AUTOMOTRIZ SAC
135	20491555140	SERVICIOS AUTOMOTRICES DEL NORTE S.R.L.
136	20496043783	WASHINGTON AUTOMOTRIZ EIRL
137	10266244458	CABANILLAS CHILON LUIS
138	20601845726	ECOLOGIA Y SERVICIOS AMBIENTALES S.A.C.

139	20311243285	EMPRESA DE TRANSPORTES DE SERVICIOS MULTIPLES 3M S.A
140	20529450380	GROUP AUTOGRUAS S.R.L.
141	20100077044	HERMES TRANSPORTE BLINDADOS S.A.
142	20495645038	HESAM S.R.L.
143	20600176294	MARK DA S.A.
144	20411056580	TAXI SUPER SEGURO S.R.L.
145	20453556086	TRANSPORTES ACUARIO SAC
146	20438933272	TRANSPORTES LINEA SA
147	20495668089	TRANSPORTES Y GRUAS PATRON SAN MARCOS EIRL
148	20551262082	REENCAUCHADORA RUBBERS SRL
149	20602662528	SERVICIOS GENERALES MOSHAMAX S.A.
150	20453679757	EMPRESA DE TRANSPORTES Y SERVICIOS GENERALES SAGITARIO S.R.L
151	20529466979	SERVICIOS GENERALES ANITA TOURS S.A.C.
152	20101639275	IPESA SAC
153	20612975478	DHS TRANSPORTES PERU
154	20495735291	AGROPECUARIA CAXAMARCA SRL
155	20453660908	AGROVETERINARIA MEVELIN S.R.L.
156	20113716712	BACILIO CAMPOS ROJAS SRL
157	20453668631	DISTRIBUCIONES DON TEO SAC
158	20495657630	DISTRIBUIDORA DE ACEROS MEDINA SRL
159	20495673911	EL QUINDE SHOPPING PLAZA SAC
160	20495831176	FERRERERA SANTA TERESA SAC
161	20495746225	INSUMOS MEVICAR EIRL
162	20491576902	MILKA SUPERMERCADOS E.I.R.L.
163	10266109054	NELIDA ZOILA DE JESUS SANCHEZ DE SANCHEZ
164	20266409461	OPEN PLAZA S.A
165	20511315922	REAL PLAZA S.R.L
166	20529559713	REPUESTOS AUTO PERU CARS EIRL
167	20100128056	SAGA FALABELLA SA
168	20103365628	DISTRIBUCIONES OLANO SAC
169	20601018498	CHURRASQUERIA VR D&J S.A.C.
170	20495902022	RESTAURANT DON OCTAVIO SRL
171	20453680097	RESTAURANT SALAS SAC
172	20611850175	INVERSIONES LEON RUDAS S.A.C.
173	20604651701	GRUPO EXPRESS CAJAMARCA S.R.L.
174	10421325052	RAFAEL CAFE
175	20411211062	AGROINDUSTRIAS DEL VALLE EIRL
176	20113873141	COOPERATIVA AGRARIA ATAHUALPA JERUSALEN DE TRABAJADORES LTDA
177	20115996305	FONGAL
178	20605910794	FUSSION EXPRESS S.R.L.
179	20411257216	HELADERIA HOLANDA SRL
180	20453723322	INDUSTRIA DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS "EL ESTABLO LA COLPA" EIRL
181	20529398442	INELCOS SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA
182	20479062022	PERU CHEESE S.R.L.
183	20100311331	PISAPIG'S SA
184	20613004859	FINCA BOCA RATON E.I.R.L.
185	20611085410	EMPRESA LACTEA HUACARIZ S.A.C.

186	20570684770	2G SERVICIOS GENERALES S.R.L.
187	20491760151	AYQ INGENIERIA CONSTRUCCION Y SSGG S.R.L
188	20603629451	BECHTEL PERU S.R.L.
189	20529325488	CCA PERU S.A.C.
190	20311227913	CEYCA SERVICIOS GENERALES Y CONSTRUCCIÓN SAC
191	20453668984	COMIN S.A.C.
192	20602561357	COMPANY ARQUITECTURA & CONSTRUCCION S.R.L
193	20496188595	CONCELS.A.C
194	20491562782	CONSTRUCTORA CASME C&M SRL
195	20397228526	CONSTRUCTORA URTEAGA EIRL
196	20529499478	CVO INDUSTRIAL ELECTRICAL AND CONTROL SAC
197	20505018924	EAGLE CONSULTING S.A.C
198	20495772731	EYEPRO S.R.L
199	20491617358	FAST MEDIO AMBIENTE Y CONSTRUCCION SRL
200	20453774318	G&S SERVICIOS DE INGENIERÍA S.R.L.
201	20100135699	GEOTEC S.A
202	20603306296	GOLDSER SERVICIOS GENERALES S.R.L.
203	20477191941	GRUPO CONSTRUCTOR GASÀ SAC
204	20495790801	HALLPA PERU MINERIA Y CONSTRUCCION S.R.L.
205	20453782761	HERMANOS URTEAGA CONTRATISTAS SRL
206	20604228795	INGENIERIA & CONSTRUCCIÓN EL ALUMBRE S.R.L.
207	20529531541	INVERSIONES ROHUAYS S.R.L.
208	20445284107	IPSYCOM INGENIEROS S.A.C.
209	20453663753	J.C.M. PERU S.R.L.
210	20602308848	NORTE ALTO S.A.C
211	20491660440	RICSAM INGENIEROS S.R.L
212	20529601426	SERQ SAC
213	20603924470	WIÑAYQ S.R.L
214	20609252775	EMPRESA DE SERVICIOS GENERALES JOTITAS S.R.L
215	20609532646	PYRAMID STRUCTURES E.I.R.L.
216	20611780533	CORPORACIÓN DEYFOR S.R.L.
217	20453827454	DISTRIBUIDORA DINO ANGEL EIRL
218	10427081503	DISTRIBUIDORA PADRE ETERNO
219	20495623816	DIVINO SALVADOR S.A.
220	20602988024	GESTORA DE SERVICIOS VIALES S.A. - GESVIAS S.A.
221	20570793633	SERVICIOS GENERALES GAMARUNI S.R.L.
222	20612893510	PROYECTOS Y SERVICIOS COLUMBITO SRL
223	20603335181	A&A HSE CONSULTING SRL
224	20601984203	ANTA NORTE S.A.C
225	20109453057	ECOLOGÍA Y TECNOLOGÍA AMBIENTAL S.A.C.
226	20536878573	GASES DEL PACIFICO S.A.C.
227	20529615214	GEOCIV INGENIEROS S.A.C.
228	20507828915	GOLD FIELDS LA CIMA S.A.
229	20602719236	INNODEVELS.A.C.
230	20529474211	JUCASA SERVICIOS GENERALES E.I.R.L
231	20137291313	MINERA YANACOCCHA SRL
232	20601835984	REACTIUS INDUSTRIAL PERU S.A.C.
233	20491625458	DE LA CRUZ CAMPOS INVERSIONES E.I.R.L.
234	20602356371	ALSERI E.I.R.L.
235	20602129749	OVERAHUL MINING E.I.R.L.

236	20269764211	ICC PERU S.A.C
237	20496137419	MALON SERVICIOS GENERALES S.R.L.
238	20608995626	DANORTH COMPANY S.A.C.
239	20605971203	IVAC SERVICIOS GENERALES E.I.R.L.
240	20570777433	SEEIT SOLUCIONES INTEGRALES S.R.L
241	20607994171	PROTECCION M&B S.A.C.
242	20570518098	EMPRESA DE GESTORES EN TRAMITE VEHICULAR GENERAL MOTORS E.I.R.L.