



EN LA UAP
TÚ ERES PARTE
DEL CAMBIO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES

TESIS

“LA CALIDAD DEL SERVICIO Y SU RELACIÓN CON LA
SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN LA MUNICIPALIDAD
PROVINCIAL DE CAMANÁ, PERIODO 2021”

PRESENTADO POR:

BACH. VERÓNICA VANESSA ARAGÓN ÁLVAREZ

PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

ASESOR:

MG. ENRIQUE PINCHI UGARTE

AREQUIPA - PERÚ

2021

DEDICATORIA

En primer lugar, a Dios, por protegerme durante todo mi camino y darme fuerzas para superar obstáculos y dificultades a lo largo de toda mi vida. A mi madre, por ser el pilar más importante, por ser además de una excelente madre mi mejor amiga y por demostrarme siempre su amor, paciencia y apoyo incondicional. A mi padre, a pesar de nuestra distancia, siento que siempre estás conmigo y aunque nos faltaron muchas cosas por vivir juntos, sé que este momento hubiera sido tan especial para ti como lo es para mí.

A mi familia por estar siempre a mi lado preocupándose por mi bienestar.

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a Dios por permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional. A mi amada madre en especial le agradezco el impulsarme y aconsejarme siempre pensando en mi bien. A mis abuelitos maternos quienes me han brindado todo su amor. A mis padres quienes me han apoyado en mi formación académica. A mi mejor amigo por su motivación y el apoyo emocional que me ha brindado.

RECONOCIMIENTO

A mi universidad por haberme permitido formarme en sus aulas. A mis docentes, por las enseñanzas que me brindaron a lo largo de mi formación profesional.

A mis padres quienes hicieron posible mi formación académica y a todos los que brindaron su ayuda en este proyecto.

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
RECONOCIMIENTO.....	iv
ÍNDICE GENERAL.....	v
ÍNDICE DE TABLAS	vii
ÍNDICES DE GRÁFICOS	ix
ÍNDICE DE ANEXOS	xi
RESUMEN.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
INTRODUCCIÓN	xiii
CAPÍTULO I PLANEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	16
1.1. DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA	16
1.2. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	18
1.2.1. Delimitación Espacial.....	18
1.2.2. Delimitación Social.....	18
1.2.3. Delimitación Temporal	18
1.2.4. Delimitación Conceptual	18
1.3. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	19
1.3.1. Problema Principal.....	19
1.3.2. Problemas Específicos	19
1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	19
1.4.1. Objetivo General.....	19
1.4.2. Objetivo Específico	19
1.5. HIPÓTESIS Y VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN.....	20

1.5.1. Hipótesis General	20
1.5.2. Hipótesis Secundarias	20
1.6. VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN	21
1.7. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	22
1.7.1. Tipo y Nivel de Investigación	22
1.7.2. Método y Diseño de la Investigación.....	22
1.7.3. Población y Muestra de la Investigación	24
1.7.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de datos	25
1.7.5. Justificación, Importancia y Limitaciones de la Investigación	26
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO.....	28
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	28
2.2. BASES TEÓRICAS.....	34
2.2.1. Calidad del servicio.....	34
2.2.2. Satisfacción del usuario	41
2.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS.....	45
CAPÍTULO III PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	47
3.1. Análisis de Tablas y Gráficos	47
3.2. Discusión de Resultados.....	77
CONCLUSIONES	87
RECOMENDACIONES	89
FUENTES DE INFORMACIÓN	90
ANEXOS.....	98

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de Variables.....	21
Tabla 2 Escala de Likert	26
Tabla 3. Pregunta 1	47
Tabla 4. Pregunta 2	48
Tabla 5. Pregunta 3	49
Tabla 6. Pregunta 4	50
Tabla 7. Pregunta 5	51
Tabla 8. Pregunta 6	52
Tabla 9. Pregunta 7	53
Tabla 10. Pregunta 8	54
Tabla 11. Pregunta 9	55
Tabla 12. Pregunta 10	56
Tabla 13. Pregunta 11	57
Tabla 14. Pregunta 12	58
Tabla 15. Pregunta 13	59
Tabla 16. Pregunta 14	60
Tabla 17. Pregunta 15	61
Tabla 18. Pregunta 16	62
Tabla 19. Pregunta 17	63
Tabla 20. Pregunta 18	64
Tabla 21. Pregunta 19	65
Tabla 22. Pregunta 20	66
Tabla 23. Pregunta 21	67
Tabla 24. Pregunta 22	68

Tabla 25. Pregunta 23	69
Tabla 26. Pregunta 24	70
Tabla 27. Pregunta 25	71
Tabla 28. Pregunta 26	72
Tabla 29. Pregunta 27	73
Tabla 30. Pregunta 28	74
Tabla 31. Pregunta 29	75
Tabla 32. Pregunta 30	76
Tabla 33. Tabla cruzada de la hipótesis general.....	77
Tabla 34. Prueba de chi-cuadrado de la hipótesis general	78
Tabla 35. Tabla cruzada de la hipótesis específica 1.....	79
Tabla 36. Prueba de chi-cuadrado de la Hipótesis Específica 1	79
Tabla 37. Tabla cruzada de la hipótesis específica 2.....	81
Tabla 38. Prueba de chi-cuadrado de la Hipótesis Específica 2	81
Tabla 39. Tabla cruzada de la hipótesis específica 3.....	83
Tabla 40. Prueba de chi-cuadrado de la Hipótesis Específica 3	83
Tabla 41. Tabla cruzada de la hipótesis específica 4.....	85
Tabla 42. Prueba de chi-cuadrado de la Hipótesis Específica 4	85

ÍNDICES DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Ciclo del servicio al usuario	36
Gráfico 2. Triangulo de Servicio	38
Gráfico 3. Pregunta 1	47
Gráfico 4. Pregunta 2	48
Gráfico 5. Pregunta 3	49
Gráfico 6. Pregunta 4	50
Gráfico 7. Pregunta 5	51
Gráfico 8. Pregunta 6	52
Gráfico 9. Pregunta 7	53
Gráfico 10. Pregunta 8	54
Gráfico 11. Pregunta 9	55
Gráfico 12. Pregunta 10	56
Gráfico 13. Pregunta 11	57
Gráfico 14. Pregunta 12	58
Gráfico 15. Pregunta 13	59
Gráfico 16. Pregunta 14	60
Gráfico 17. Pregunta 15	61
Gráfico 18. Pregunta 16	62
Gráfico 19. Pregunta 17	63
Gráfico 20. Pregunta 18	64
Gráfico 21. Pregunta 19	65
Gráfico 22. Pregunta 20	66
Gráfico 23. Pregunta 21	67
Gráfico 24. Pregunta 22	68

Gráfico 25. Pregunta 23	69
Gráfico 26. Pregunta 24	70
Gráfico 27. Pregunta 25	71
Gráfico 28. Pregunta 26	72
Gráfico 29. Pregunta 27	73
Gráfico 30. Pregunta 28	74
Gráfico 31. Pregunta 29	75
Gráfico 32. Pregunta 30	76
Gráfico 33. Gráfico de distribución X^2 entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario	78
Gráfico 34. Gráfico de distribución X^2 entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario	80
Gráfico 35. Gráfico de distribución X^2 entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario	82
Gráfico 36. Gráfico de distribución X^2 entre los elementos tangibles y la satisfacción del usuario	84
Gráfico 37. Gráfico de distribución X^2 entre la empatía y la satisfacción del usuario	86

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia.....	98
Anexo 2. Cuestionario Variable Calidad del Servicio.....	99
Anexo 3. Cuestionario Variable Satisfacción del Usuario	100

RESUMEN

La presente investigación tuvo como finalidad determinar la relación entre la calidad de servicios y la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Provincial de Camaná, Periodo 2021. La metodología fue cuantitativa, de tipo aplicada, nivel correlativo-descriptivo, y diseño no experimental-transversal. Para la obtención de los resultados esperados se consideró tomar en cuenta como técnica una encuesta y como instrumento dos cuestionarios para ambas variables bajo escala Likert, y dirigidas a 100 colaboradores de la institución mencionada. A través de la prueba de Chi-cuadrado de Pearson, para medir la relación entre las variables estudiadas, se obtuvo una relación positiva y significativa ($X^2 = 111.960$, $gl = 4$, $p=0,000$) entre la calidad de servicios y la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Provincial de Camaná, Periodo 2021. De ello se concluye que un aumento de la calidad de servicios aumentaría la satisfacción de los usuarios de la institución pública mencionada en el periodo 2021.

Palabras claves: Calidad de servicio, Satisfacción del usuario, atención

ABSTRACT

The purpose of this research was to determine the relationship between the quality of services and user satisfaction in the Provincial Municipality of Camaná, Period 2021. The methodology was quantitative, applied, correlative-descriptive level, and non-experimental-transversal design. In order to obtain the expected results, a survey was considered as a technique and two questionnaires for both variables under a Likert scale, directed to 100 collaborators of the aforementioned institution. Through Pearson's Chi-square test, to measure the relationship between the variables studied, a positive and significant relationship was obtained ($X^2 = 111.960$, $gl = 4$, $p=0.000$) between the quality of services and user satisfaction in the Provincial Municipality of Camaná, Period 2021. From this, it is concluded that an increase in the quality of services would increase the satisfaction of the users of the mentioned public institution in the period 2021.

Key words: Quality of service, user satisfaction, customer service.

INTRODUCCIÓN

En un contexto de cambio y modernización de la sociedad, brindar una excelente calidad de servicio que resulte en un alto nivel de satisfacción del cliente es de suma importancia y un gran desafío para las organizaciones, mucho más para las instituciones públicas. Esto debido a que el aumento de las demandas y expectativas de los ciudadanos, ha contribuido que se inicie una fuerte reforma estatal para tener en cuenta las expectativas de los usuarios y colocarlas en el centro de las preocupaciones de la administración pública.

Por lo tanto, la importancia de desarrollar el estudio es que permitirá a la administración de la institución pública en estudio a realizar esfuerzos con el objetivo de modernizar los servicios públicos y generar competencia entre las administraciones públicas locales llegando a brindar un servicio de calidad.

El estudio está conformado por el Capítulo I: Planteamiento del problema, donde se contextualizó la realidad de las variables en un ámbito nivel internacional, nacional y local; así como también las delimitaciones que presentó la investigación, el problema, objetivos e hipótesis de investigación; de igual manera se especifica la metodología utilizada, la justificación, las técnicas e instrumentos utilizados, la población y la muestra.

En el Capítulo II: se comprende todo el marco teórico donde se expone la fundamentación teórica de las variables de interés, además de estudio previos como antecedentes de valor; base teórica y conceptos de las dimensiones e indicadores.

Capítulo III: se muestran los resultados, donde se exponen los hallazgos encontrados de la aplicación de los instrumentos, conteniendo el análisis y su interpretación respectiva. Así como también la discusión de los resultados.

Finalmente, se menciona las conclusiones y recomendaciones a las que llegó el estudio; así como también las referencias recolectadas y anexos que permitirán exponer los hallazgos más relevantes del estudio, y con ello, su respuesta a las hipótesis planteadas.

CAPÍTULO I

PLANEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA

Un servicio de calidad es un aspecto significativo para las entidades tanto públicas como privadas, actualmente nos encontramos a la gran mayoría de usuarios descontentos por lo que reciben en las entidades públicas. Satisfacción del usuario, surge de una necesidad que el usuario tiene el cual busca ser cubierta a medias o en su totalidad, de no hacerlo muestra su disconformidad generando molestia e incomodidad.

De tal modo, Mena (2018) manifestó que en el Municipio de Quibdó se encuentra con una calidad de servicio deficiente, donde el 50% de los ciudadanos mostraron disconformidad por la atención que prestaban a los pobladores, puesto que en determinadas veces se quedan sin energía eléctrica por horas y no podían ser atendidos, a pesar de que ya han manifestado su molestia ante el municipio y entidad eléctrica siguen sin solucionar los problemas.

Así mismo, Rojas et al., (2019), evidenciaron que en la actualidad la calidad de servicios en un municipio de Chile, se encuentra en un nivel bajo dado que los colaboradores tienen escasos de modales, buen trato al usuario, falta de interés para brindarle solución a las necesidades que tienen, acotando que su forma de responder es uno más de los factores que han causado que el usuario se incomode y reincida en reclamos sin respuesta alguna.

Por lo tanto, Mendoza et al., (2019), manifestaron que en la provincia de Manabí existe un buen potencial tecnológico para generar un buen servicio, pero los elementos tangibles que utilizan en los municipios no son compatibles con los sistemas, generando incidencias en la gestión de tecnología y nivel bajo de satisfacción al usuario.

Según Paiva y Meca (2018), evidenciaron que el municipio distrital de Piura presenta deficiencias en sus instalaciones, equipos de informática, los colaboradores no logran atender correctamente a los ciudadanos dado que en cada área no se cuenta con una buena organización y personal suficiente.

Tal como, Izquierdo (2021), manifestó que ofrecer servicios de calidad en entidades públicas ha ido deteriorándose al pasar de los años, por la falta de la empatía que tienen los colaboradores ante los usuarios, debido a que en su ambiente laboral no es adecuado entonces cuando el usuario acude a la entidad pública a que atiendan sus necesidades se encuentran con colaboradores indispuestos a brindarles soluciones, sin una buena aptitud para ayudarlos con los trámites, entre otros, generando un ambiente tenso entre ambos y que los usuarios se quejen por una mala atención recibida.

Por otro lado, Barrera y Ysuiza (2018), evidenciaron que la gestión administrativa tiene relación con la calidad de servicio, una inadecuada atención generó que los usuarios hagan un plantón fuera de la Municipalidad Provincial de Alto Amazonas solicitaban que brinden soluciones a sus problemas y que el personal este apto para brindar información requerida en el momento, el Gerente sub regional manifestó que todo se debía a los cambios de gestiones y era cuestión de semanas para que haya un mejor servicio.

La realidad problemática local recae en que los colaboradores de la Municipalidad Provincial de Camaná no cuentan con la calidad de servicio adecuado, al contrario brindan más incertidumbre por no encontrarse capacitados e informados para lo que se requiere en sus puestos de trabajo y los procesos que se tienen que realizar para hacer un reclamo y/o queja, además de que los elementos tangibles como las computadoras son muy lentas por la poca capacidad que cuentan, las instalaciones no son apropiadas para la espera, los colaboradores y su trato hacia los usuarios no es amable ni cortés lo cual hace que éstos se encuentren

disconformes con la atención recibida, si el problema persiste la población se mostrará desconfiada y además se considera que algunas personas por tener a familiares dentro de la institución pueden ser atendidas más rápido.

1.2. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.2.1. Delimitación Espacial

Su localización fue en la Municipalidad Provincial de Camaná, departamento de Arequipa.

1.2.2. Delimitación Social

En la investigación se consideraron el género, edades entre 20 y 50 años, grado de instrucción, entre otros, los cuales formaron parte de la unidad de recopilación de datos para el desarrollo de la investigación.

1.2.3. Delimitación Temporal

La presente investigación se realiza durante el periodo 2021, en los meses de septiembre – diciembre.

1.2.4. Delimitación Conceptual

Se cuenta con dos componentes del estudio que son la calidad de servicio y la satisfacción del usuario, por lo que ambas serán definidas conceptualmente en las bases teóricas con autores que respalden la investigación.

1.3. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.3.1. Problema Principal

¿Cuál es la relación entre la calidad de servicios y la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Provincial de Camaná, Periodo 2021?

1.3.2. Problemas Específicos

- a. ¿Cuál es la relación entre la confiabilidad y la satisfacción del usuario en la Municipalidad Provincial de Camaná, Periodo 2021?
- b. ¿Cuál es la relación entre la comunicación de los usuarios y la satisfacción del usuario en la Municipalidad Provincial de Camaná, Periodo 2021?
- c. ¿Cuál es la relación entre los elementos tangibles y la satisfacción del usuario en la Municipalidad Provincial de Camaná, Periodo 2021?
- d. ¿Cuál es la relación entre la empatía y la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Provincial de Camaná, Periodo 2021?

1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1. Objetivo General

Determinar la relación entre la calidad de servicios y la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Provincial de Camaná, Periodo 2021.

1.4.2. Objetivo Específico

- a. Identificar la relación entre la confiabilidad y la satisfacción del usuario en la Municipalidad Provincial de Camaná, Periodo 2021.
- b. Analizar la relación entre la comunicación y la satisfacción del usuario en la Municipalidad Provincial de Camaná, Periodo 2021.

- c. Detallar la relación entre los elementos tangibles y la satisfacción del usuario en la Municipalidad Provincial de Camaná, Periodo 2021.
- d. Establecer la relación entre la empatía y la satisfacción del usuario en la Municipalidad Provincial de Camaná, Periodo 2021.

1.5. HIPÓTESIS Y VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1. Hipótesis General

H1: Sí existe una relación entre calidad de servicio y la satisfacción del usuario en la Municipalidad Provincial de Camaná, Periodo 2021

H0: No existe una relación entre calidad de servicio y la satisfacción del usuario en la Municipalidad Provincial de Camaná, Periodo 2021

1.5.2. Hipótesis Secundarias

- a. La confiabilidad se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario en la Municipalidad Provincial de Camaná, Periodo 2021.
- b. La comunicación se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario en la Municipalidad Provincial de Camaná, Periodo 2021.
- c. Los elementos tangibles se relacionan significativamente con la satisfacción del usuario en la Municipalidad Provincial de Camaná, Periodo 2021.
- d. La empatía se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario en la Municipalidad Provincial de Camaná, Periodo 2021.

1.6. VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

Tabla 1. Operacionalización de Variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS
Calidad de Servicio	Es una necesidad que tiene un usuario y que pretende ser satisfecha en sus tiempos y expectativas.	Es un proceso mediante el cual se satisface las necesidades de los usuarios y por ende requieren de un servicio de percepción.	Fiabilidad	Confianza a los usuarios Cumplimiento de las necesidades Comunicación	Ítems N° 1,2
			Capacidad de respuesta	Servicio Rápido Disponibilidad	Ítems N° 3,4,5,6
			Elementos tangibles	Instalaciones físicas Equipos modernos Apariencia de los colaboradores	Ítems N° 7,8,9,10,11
			Empatía	Atención individualizada Buen trato	Ítems N° 12,13,14,15
			Expectativas	Interés y voluntad Servicio deseado	Ítems N° 1,2,3,4,5
			Satisfacción del usuario	Es importante para cualquier entidad, por lo tanto, esa satisfacción es clave para tener un buen desempeño a nivel institucional.	Es aquel en que se hayan cumplido los requerimientos deseados ante la actividad que se realice ante un servicio
Percepción	Amabilidad Tener iniciativa Respeto Apoyo	Ítems N° 11,12,13,14,15			
	Solución al problema Aptitud y Actitud				

Nota. Elaboración propia

Definición Conceptual de la variable

Bustamante et al. (2019), define a la calidad de servicio como una necesidad que tiene un usuario y que pretende ser satisfecha en sus tiempos y expectativas.

En lo que respecta a la satisfacción del usuario Torres (2018) evidencia que es importante para una compañía, por lo tanto, esa satisfacción es clave para tener un buen desempeño a nivel institucional.

1.7. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

1.7.1. Tipo y Nivel de Investigación

a) Tipo de investigación

Es aplicada, la cual busca conocimiento con una aplicación directa hacia los problemas que existe en la sociedad (Lozada, 2014). Por ello, en la presente investigación se aplicará la técnica de la encuesta directa a los usuarios.

b) Nivel de investigación

El correlacional pretende estar al tanto del grado de conexión existente entre dos o más variables (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018). De tal forma, se realizará una recopilación de datos y se analizaron de acuerdo a las dimensiones; con el fin de medir la relación de la calidad de servicio y satisfacción al usuario.

1.7.2. Método y Diseño de la Investigación

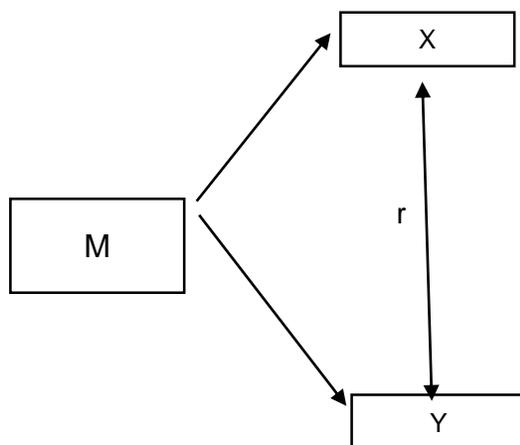
a) Método de la investigación

La investigación cuantitativa según Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) es aquella que requiere de datos, cantidades, magnitudes, cuestiones numéricas,

padrones, entre otros, como objeto de estudio. Por lo tanto, se requerirá datos del padrón de electores de la última elección del 2021.

b) Diseño de la Investigación

De tal modo, el diseño no experimental pretende establecer estudios sin la manipulación deliberada de las variables para analizarlos en su ambiente natural (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018). Por ello, permitirá observar situaciones ya existentes, sin manipular los resultados obtenidos durante el estudio de las variables.



M= Muestra

X= Calidad de servicio

Y= Satisfacción del usuario

r= Correlación

1.7.3. Población y Muestra de la Investigación

a) Población

Condori (2020), define a la población como la unidad de análisis que pertenece al ámbito especial y es donde se lleva a cabo el estudio. Por ello, se contará con los usuarios que asisten al municipio provincial de Camaná, que según su reporte son 135 usuarios que acuden a su establecimiento.

b) Muestra

Condori (2020), precisa que es el segmento representativo del universo, ésta debe estar configurada por las mismas características de la población en estudio. Para lo cual, la muestra se obtendrá será mediante la fórmula de población finita, como se detalla a continuación:

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

En donde:

$$n = \frac{135 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{(135 - 1) * 0.05^2 + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 100 \text{ usuarios}$$

$$N = 135$$

$$Z = 95\% = 1.96$$

$$p = 0.5$$

$$q = 0.5$$

$$E = 0.05$$

Se empleó el muestreo de tipo aleatorio simple, es decir, al azar; de ello, arrojó a 100 usuarios intervinientes en la jurisdicción de Camaná. Como juicio de

elección, los usuarios fueron elegidos entre las edades de 20 – 50 años que acuden al municipio a realizar trámites, u otros.

1.7.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de datos

a) Técnica de la Investigación

Hernández y Mendoza (2018) refieren a la encuesta como la técnica más utilizada para coleccionar información. La cual se le aplicará mediante un cuestionario a los usuarios intervinientes, es decir, a las 100 personas involucradas, donde se pretende obtener la averiguación directa con respecto a los temas de la investigación, mediante la perspectiva de los que utilizan los servicios.

b) Instrumento de la Investigación

Hernández- Sampieri y Mendoza (2018), manifiestan que es el instrumento que servirá para medir las variables, el cual debe ser elaborado con preguntas referentes a la investigación. Se aplicará dos cuestionarios, el primero se aplicará a los usuarios, el cual medirá la calidad de servicio y contará con 15 ítems.

El segundo cuestionario se aplicará a los usuarios, que brindará datos para una adecuada satisfacción del usuario, estuvo conformado por 15 ítems. Por lo tanto, ambos cuestionarios serán realizados con la escala de Likert, los cuales se detallarán a continuación:

Tabla 2*Escala de Likert*

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

Nota. Elaboración Propia

1.7.5. Justificación, Importancia y Limitaciones de la Investigación**a) Justificación de la investigación**

La justificación del estudio es que fue realizado porque se evidenciará el problema que existe en la Municipalidad Provincial de Camaná en la calidad de servicio y satisfacción del usuario, ya que ambos se encuentran deficientes, brindar posibles soluciones y ser aplicados a futuro no solo en la Municipalidad sino también para que sirva como objeto de estudio de otras entidades públicas o privadas, así evitar la problemática existente.

b) Importancia de la investigación

Es importante realizar el estudio ya que servirá para una mejora continua de las instituciones, y por ende aumentar la comodidad de las personas que llegan por los servicios estatales de la jurisdicción.

c) Limitaciones

Durante la investigación se obtuvo ciertas limitaciones en primera instancia los antecedentes y realidad problemática internacionales en otro idioma tornó a

ser tedioso para encontrarlos ya que eran investigaciones o artículos en entidades públicas, además que por el Covid – 19 solo se pudo realizar pocas visitas a la institución para evaluar la realidad problemática por la que pasaba.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Antecedentes Internacionales

Kansara (2020), en su investigación titulada “Modelado de la calidad del servicio de abastecimiento de agua: un estudio de caso de la corporación municipal” cuyo objetivo fue demostrar la posibilidad de aplicación del modelo especificado para medir la calidad del servicio y el análisis de contenido para mejorar el rendimiento laboral. Su tipo fue descriptivo – no experimental, se conformó por 162 participantes a los cuales se aplicó la escala de Likert como respuestas para la técnica de encuesta – cuestionario. Se alcanzó como resultado que la calidad estaba en 4.18 baja en relación a 10. Concluyó que existe una buena correlación entre ambas variables, se logró escuchar a los participantes con la finalidad de mejorar las características críticas que estaban causando discusión y mala calidad en su alcance.

Mustafa y Dris (2019), en su tesis titulada “El impacto de la planificación estratégica en los municipios palestinos sobre la calidad del servicio prestado a sus ciudadanos” cuyo objetivo fue determinar el impacto de la planificación en los municipios palestinos en la calidad de servicios prestados a los ciudadanos. La investigación fue de tipo no experimental, descriptiva, la población constó de 120 personas y se les empeló una encuesta. Los hallazgos encontrados se relacionan con la planificación estratégica, considerando que un 34% de los encuestados se encuentran en un bajo grado de satisfacción en su atención. Se Concluyó que se tiene que promover la cultura de calidad, para así mejorar los procesos y oportunidades laborales.

Castillo et al., (2020), en el artículo titulado “Calidad del servicio municipal desde la perspectiva del ciudadano”, se propuso identificar el servicio municipal desde el punto de vista del ciudadano. Fue de diseño descriptivo – no experimental, la cual se enfocó en 157 ciudadanos a los cuales se les aplicó la técnica de encuesta – cuestionario, con el fin de recolectar los datos suficientes para la investigación. Como resultados se obtuvo que el 42.2% de los ciudadanos se encuentran con un nivel bajo en lo que respecta al trato e información que reciben por parte del personal del municipio. Se concluyó que la atención por parte de los colaboradores es deficiente por lo que se recomienda emplear una propuesta innovadora en la gestión de la calidad del servicio municipal para que así tengan mejores resultados.

Arias (2019), realizó su investigación titulada “Plan de mejoramiento de la calidad del servicio y satisfacción de los usuarios del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Sucumbíos por el periodo septiembre 2018 - febrero 2019”, tuvo como objetivo recomendar un proyecto de mejora al municipio. Su enfoque fue no experimental, descriptiva y empleó a 196 usuarios. Obtuvo como evidencias que el 51% de los usuarios manifestaron que un factor que hacía deficiente la calidad del servicio era el lugar, que no era adecuado, pero un 3% de éstos comentó que si estaba bien el tamaño del lugar donde esperaban ser atendidos. Concluyó que los colaboradores no cuentan con la actitud y aptitud adecuada para la atención al usuario, por lo que la atención la mayoría de veces se torna grosera.

Parra et al., (2018) en el artículo titulado “La satisfacción laboral y su efecto en la satisfacción del cliente, un análisis teórico” tuvo como objetivo determinar los factores de satisfacción hace que el usuario tenga una buena actitud. El tipo de investigación fue básica – teórica ya que no se va a contrastar en forma práctica. Concluyó que se debe considerar a los colaboradores como si fuera alguien interno de la propia organización,

que puedan cumplir con sus necesidades y expectativas. Como recomendación se planteó brindarle constante capacitación al personal con la finalidad de que mejore y refuerce temas de buen trato a los clientes, para que así pueda volver o recomendar para usar los servicios brindados.

Antecedentes Nacionales

Bernuy y Meza (2019) realizaron su tesis titulada “Calidad de servicio y su relación con la satisfacción en los usuarios de la Municipalidad de Casma, 2019”, quiso establecer el vínculo entre los elementos del título. Tuvo un enfoque cuantitativo - descriptivo, y correlacional; se muestreó a 378 asistentes, a quienes se les aplicó un cuestionario. Como resultados de la investigación obtuvo que es buena en un 35.7% y deficiente en un 32.3%, en lo que respecta a la satisfacción se manifestó que es buena en un 36.2% y que es deficiente en un 32.8%. La conclusión fue, que existe sí existe tal vínculo, rechazando la hipótesis nula por lo tanto se acepta la hipótesis de la investigación.

Huancollo (2018) realizó su tesis titulada “Calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Distrital de Taraco - Huancané - Puno, 2017”, se centró en detectar la implicancia entre las variables de estudio. Su tipo fue aplicada, no experimental y evocó a 374 usuarios mediante un interrogatorio. Como resultados obtuvo que el 94.39% del total califican como un nivel medio de atención, y un 0.8% bajo, en cuanto a la satisfacción están en nivel medio el 95.19% de los usuarios, y 4.81% bajo. Se concluyó que la dependencia es positiva, debido a que existen factores los cuales influyen en los usuarios para que no estén totalmente satisfechos como la falta de empatía, buena atención, horarios, entre otros.

Huamán (2017) realizó su investigación titulada “Calidad de servicio y satisfacción del usuario en la Municipalidad Provincial de Corongo, 2015”, tuvo como objetivo primordial establecer la relación que existe entre calidad de servicio y satisfacción del usuario en la Municipalidad en estudio. El diseño de investigación es de tipo correlacional, la población estuvo constituida por 361 pobladores, a los cuales se les aplicó la encuesta para poder obtener los datos de la investigación. Obtuvo como resultados que el servicio de calidad es del 85.6% del total de los participantes, en cuanto a la satisfacción también se encuentra en un nivel moderado con un 89.8%. Se llegó a la conclusión que el 85% de los participantes expresaron que existe una relación entre ambas variables ya que el nivel en ambos era moderado.

Maguiña (2018) realizó tesis “Calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Pucusana, Lima – 2018”, se propuso a examinar la relación de las variables de estudio. El tipo fue no experimental transversal, descriptivo – correlacional, la muestra estuvo conformada por 183 participantes. Los resultados fueron que el 18.6% se encuentran en un nivel bajo en lo que respecta a la atención, y un 61.2% en un nivel medio, en cuanto al contentamiento se obtuvo que el 48.1% se encuentran en un nivel medio, y el 24.6% en el nivel bajo. Se concluyó que se manifestó una relación entre ambas variantes, por lo que se afirma que existe una anexión efectiva considerable.

Pérez (2021) realizó su investigación la cual estuvo titulada “La satisfacción laboral y la calidad de servicio al usuario en la Municipalidad Distrital de Baños del Inca, 2019”, pretendió determinar la dependencia del servicio mediante la satisfacción laboral en el municipio. El diseño de la investigación es no experimental – transversal ya que ninguna de las variables sufrirá modificaciones, la población se encontró conformada por 310 usuarios, para lo cual se aplicó la encuesta – cuestionario. Como resultados obtuvo que la satisfacción laboral se encuentra en un 72% en un nivel de disconformidad por lo cual

no se encuentran totalmente satisfechos, el servicio brindado se obtuvo que está en nivel regular en un 37.50%. Concluyó sí influye la satisfacción laboral en la calidad de servicio del usuario, ya que existen distintos factores que recaen en los usuarios y hace que éste se vea perjudicado.

Antecedentes Locales

Zultner (2018) realizó una investigación titulada “Evaluación de la percepción del desempeño y la satisfacción de los usuarios de servicios municipales en la ciudad de Arequipa, Caso: Municipalidad Distrital de José Luis Bustamante y Rivero”, quiso conocer la percepción de los usuarios con respecto a las actividades de los funcionarios. La investigación fue no experimental – descriptivo, la población estuvo conformada por 384 personas que habitan en la ciudad de Arequipa. Como resultados obtuvo que la satisfacción es de nivel alto, en un 4.86 puntos. Concluyó que al establecer la situación actual de la municipalidad en lo que corresponde a la calidad de servicio no se ha planificado la realización de estudios y la medición, pero en satisfacción se agrupó por categorías obteniendo que es importante para el desempeño de los colaboradores.

Ccalloca y Chipa (2019) en su tesis titulada “Valoración ciudadana sobre gestión municipal andina y calidad de servicios municipales en el distrito de Chivay provincia de Caylloma, Región Arequipa, 2019”, tomó como objetivo determinar la relación existente entre la gestión municipal y la calidad de los servicios municipales. El tipo fue observacional de estudio cuantitativo, como muestra obtuvo a 349 personas a las cuales les aplicó la técnica de encuesta. Obtuvo como resultados que la gestión municipal se ve afectada por el hecho que se registra una puntuación de 3.041 de 10, por lo que genera una deficiencia en cuanto a la calidad de servicios se encuentran en un 2.818 de 10, ya que por los factores que no cuentan con una buena gestión, uno de los factores que es el

recojo de basura se encuentra en un rango bueno ya que son puntuales. Se concluyó que existe relación entre la gestión municipal y la calidad de los servicios de manera positiva, por lo que se considera que si se mejora la gestión habrá mejor calidad de los servicios.

Villajuan (2019) en su tesis titulada “Relación del clima laboral y la calidad de servicio a los usuarios de la Municipalidad Distrital de Quilca 2019”, la cual tuvo como objetivo determinar los factores que influyen en el clima laboral y la calidad del servicio a los usuarios de la Municipalidad en estudio. La investigación fue de enfoque cuantitativo, tipo descriptiva – correlacional, la población que se tomó en cuenta para la investigación fue de 141 usuarios, a los cuales se les aplicó la ficha técnica. Como resultados se obtuvo que 45.4% se involucra mucho en el ambiente laboral y un 2.7% nunca se involucran, y la atención del servicio un 19.3% se encuentran en el nivel fuertemente en desacuerdo con la capacidad de contestación ya que no cumplen con sus expectativas y/o necesidades y por otro lado un 8.8% manifiesta que cada vez que han ido se les ha tratado de brindar soluciones a sus problemas. Se dedujo que hay correlación, por lo que están en niveles bajo según los resultados obtenidos.

Arana y Ramos (2017) en su tesis titulada “Influencia de la cultura organizacional en la calidad de servicio a los usuarios de la Municipalidad Distrital de Paucarpata, Arequipa de Junio a Agosto – 2017” se propuso reconocer la predominación de la cultura organizacional en la calidad de servicio de la jurisdicción de Paucarpata. Se utilizó el método no experimental, analítico, en donde se tuvo como población a 399 participantes a los cuales se les aplicó la encuesta – cuestionario para la recolección de datos. Obtuvo como resultados que la cultura organizacional es buena en un 11%, y mala en un 54%, en cuanto a la calidad opinan que es regular en un 49%, mala en un 28% y buena en un 23%. Se concluyó que la cultura organizacional es regular por lo que se ve manifestado

en la labor que realizan sus trabajadores y a su vez en la calidad de servicio que se les ofrece a los usuarios.

Valdivia y Serrano (2018) en su investigación titulada “Influencia del clima laboral en la satisfacción del usuario del área de administración tributaria de la Municipalidad Distrital de José Luis Bustamante y Rivero, Arequipa 2018”, su propósito fue determinar la influencia del clima laboral en el contentamiento del usuario. El tipo de investigación es descriptiva – no experimental, la población fue 320 personas a los cuales se les cuestionó. Se detectó que existe una correlación entre ambas variantes por lo que sí influye el clima laboral en la satisfacción del usuario. Concluyó planteando un manual de atención al usuario con la finalidad de mejorar y brindar una atención de calidad.

2.2. BASES TEÓRICAS

2.2.1. Calidad del servicio

Gil (2020) afirma que es aquella frecuencia que se desarrolla entre colaboradores de una organización y los usuarios que asisten a ésta en busca de resolver sus problemas presentados, o adquirir productos, los cuales deben de recibir un servicio aceptable, adecuado, confiable, de tal forma que los clientes externos se sientan seguros, comprendidos ante la atención recibida.

Por ello, Gil (2020) considera que es el punto clave de cualquier empresa sin importar su tipología, por lo que se considera una herramienta fundamental para que pueda existir una buena relación con los usuarios que asistan para satisfacer sus necesidades, a su vez menciona que para lograr una mayor calidad de servicio, se debe mejorar los hardware, software y talento humano.

Según Gil (2020) el servicio posee características preponderantes:

- a) Intangibilidad: por lo que no se puede ver o palpar, puesto que están metafóricamente figuradas hasta el momento de utilizarlos, ahí se podrán medir mediante la percepción de elementos susceptibles.
- b) Heterogeneidad: se da cuando se compara la atención o variación con otro proveedor, en la cual normalmente varía por diversas razones o por la sucesión de error o carencia de algo.
- c) Inseparabilidad: la percepción de un cliente se refleja en la producción y consumo de un bien o una prestación; por ende, al ofrecer un producto existe el trato directo con el usuario por lo que también depende de la habilidad al tratar a la persona.

Servicio al cliente, son determinados elementos que forman parte la satisfacción del cliente, los más significativos son: Cortesía y amabilidad de los colaboradores con los usuarios, dedicarle el tiempo apto a cada uno, capacidad de resolución de conflictos, amabilidad y rapidez (Aguirre, 2015).

Elementos del servicio al cliente según González (2019):

- a) Contacto cara a cara: Es fundamental que el vendedor o prestatario siempre sonría coloque toda su atención sobre la búsqueda del requerimiento.
- b) Relación con el cliente: El buen trato que se le manifieste le dará mayor confianza para establecer lazos como una amistad para que posteriormente compre continuamente los productos y servicios.
- c) Correspondencia: la relevancia inicia al responder todas sus inquietudes e incertidumbres, así mismo mantenerlo informado sobre el seguimiento de sus trámites.

- d) Reclamos y cumplidos: se refiere a la veracidad del ofrecimiento, al prometer cosas o beneficios y que estos se cumplan evitará futuras quejas que mitigaran la confianza poseída.
- e) Instalaciones: la infraestructura es importante y debe estar pulcra, ordenada y con un aroma agradable, produce confianza, confort y seguridad. Por ello debemos de acondicionar el lugar para causar esas impresiones.

La gestión de la atención al público, se basa en la retroalimentación al cliente sobre la satisfacción o frustración de los momentos en que se lleva a cabo el servicio, es importante que la entidad tenga en cuenta la gestión, dado que aquí se realiza el ciclo del servicio para identificar los niveles de desempeño con cada cliente (Aguirre, 2015).

Ciclo del servicio, Aguirre (2015) infiere que es una cadena continua que se realiza por parte de los usuarios que asisten a que les brinden un servicio y los colaboradores, cuya única finalidad es satisfacer sus necesidades; por ello es importante tener como propósito realizar un mapa del ciclo del servicio para identificar como es que pueden calificar los usuarios el servicio recibido, posteriormente se detallará:

Gráfico 1. *Ciclo del servicio al usuario*



Nota. El gráfico representa el ciclo del servicio, donde se muestra que todo se encuentra en forma continua (Aguirre, 2015).

Donde los factores que influyen en el servicio son: los controles, forman parte de la garantía de la satisfacción al cliente, sino generará quejas; los procedimientos, que se tienen que llevar a cabo para brindarle un servicio al personal; comportamiento, es un elemento importante que tiene en cuenta el cliente, para brindarle una buena atención se tiene en cuenta las herramientas que garantice la empresa tal como, internet, computadora, entre otros.

Arenal (2019) detalla que la parte crucial de la calidad de servicio radica en que los clientes a medida que pasa el tiempo se vuelven más exigentes, con estándares más altos, y ofrecer un producto o servicio de calidad casi nunca es suficiente, esto se debe a que la tecnología está evolucionando notablemente por lo que cada vez las personas desean realizar cualquier trámite virtual, teniendo en cuenta las condiciones de salud que se atraviesa en la actualidad, ir a algún establecimiento ya sea público o privado ya no genera confianza.

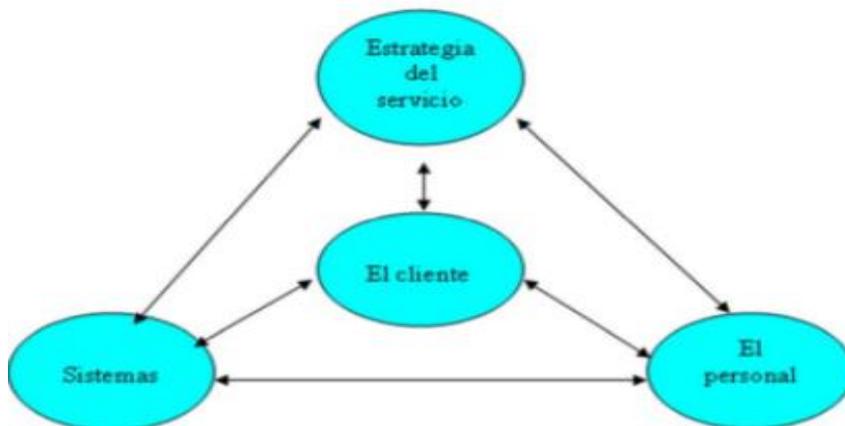
Se conoce como elemento de cualquier proceso de calidad a la relación que se forma entre los clientes y el colaborador, por lo cual es importante mencionar al triangulo de servicio, cuyos componentes son:

Clientes: Es quien solicita el servicio para satisfacer sus necesidades y debe estar cumpliendo las expectativas.

Estrategia del servicio: Se basa en las condiciones en las que se brinda el servicio para que se forme una fuente de eficiencia.

Sistemas: Se menciona a los mecanismos utilizados, los cuales van a servir para orientar al usuario.

Gráfico 2. *Triangulo de Servicio*



Nota. El gráfico representa al triángulo de servicio, donde se muestra la relación que existe entre cada elemento (Arenal, 2019).

Para Rodríguez (2016) un manual de calidad es aquel documento que detalla objetivos y procedimientos de una entidad ya sea pública o privada, para avalar el acatamiento de los requisitos de calidad en el servicio. Tiene como objetivo documentar el grado de compromiso de la entidad en relación a su sistema de gestión de calidad, el manual de calidad puede tener libre acceso a los ciudadanos o instituciones.

Clientes, son las personas que adquieren un servicio en la entidad que, al ser una dependencia del gobierno, significa que adquiere el servicio de otras empresas, para poder brindar el servicio público a la ciudadanía (Carrasco, 2019).

Sánchez (2016) menciona que los usuarios se apoyan en las siguientes dimensiones para valorar la calidad de los servicios:

Competencia: Habilidad adquirida por el colaborador basado en sus destrezas, aptitudes, actitudes, conocimientos que son fundamentales para el desarrollo del servicio.

Capacidad de respuesta: Habilidad de brindar respuestas rápidas a los clientes con soluciones antes sus posibles inquietudes.

Comunicación: Lenguaje fluido donde el colaborador y cliente puedan entenderse, expresarse ante lo que necesita.

Comprensión: Esfuerzo por conocer a los usuarios y sus necesidades; recepción de las necesidades latentes, atender las quejas y sugerencias.

Artículos tangibles: la infraestructura, maquinaria, equipo, personal y demás materiales físicos y palpables que generar comodidad.

García (2016) define al servicio como el conjunto de acciones que se crea entre la organización y el cliente, al orientarlo en lo que éste necesite, por lo que es importante que exista una buena relación entre ambos.

Así mismo el servicio al cliente, se basa en usar técnicas, estrategias, en base a los requerimientos del cliente, con la finalidad de entregarle un buen servicio en comparación con otras organizaciones.

Características del servicio de calidad, Allcahuamán (2015) desde la perspectiva del consumidor. Todos esperan ser bien atendidos, satisfacer sus carencias con eficiencia, eficacia y competencia del personal; sólo así volverá, de no ser así nunca más regresa; entre las más usuales:

1. Cumplir sus objetivos: el colaborador debe cumplir con la normativa y funciones encargadas por su entidad, sus intenciones deben ser precisos y cumplidos desde el primer momento que inicia sus actividades.
2. Servir para lo que se diseñó: una persona capacitada es asalariada para algo concreto, donde solo se debe dedicarse para lo que se le contrató.
3. Ser adecuado para el uso: desarrollar sus habilidades y destrezas que es dotado, pero siempre en constante capacitación para reforzar sus fortalezas.
4. Solucionar las necesidades: el servidor tiene que tener la pericia y el conocimiento necesario para poder resolver contingencias tanto del público como de sus compañeros.
5. Proporcionar resultados: es la cuestión de producir o brindar un buen servicio depende únicamente de él, puesto si su desempeño es aceptable se quedará laborando y no lo es se les separara su puesto laboral.

Un modelo de medición es la escuela americana el modelo servqual que es una práctica de indagación comercial que ha ido mejorando en el transcurso del tiempo, éste permite medir la calidad del servicio y a su vez la expectativa de los usuarios (Bustamante y Zerda, 2019).

Dimensiones del modelo SERVQUAL:

Fiabilidad: se enfoca en el debido cuidado al ejecutar el servicio de la mano con la habilidad que se posee.

Sensibilidad: es la forma de ser empático ya que se une a la adecuación y rapidez que se requiere para solucionar contingencias o atender requerimientos expuestos por el usuario.

Seguridad: Tranquilidad de sentirse en buenas manos. La seguridad no sólo es física; incluye también la confidencialidad de los datos.

Empatía: Es la consideración que se le brinda a los ciudadanos con la atención, amabilidad, respeto.

Elementos tangibles: Es la apariencia física en donde el ciudadano se sienta cómodo a la espera de ser atendido, computadoras que es utilizada por los colaboradores para poder realizar trámites u otros.

Un factor que influye en las expectativas del usuario es la eficacia, que dependerá mucho del trato que se le brinda al usuario, atenderlo y brindarle solución en el menor tiempo posible (Aguirre, 2015).

2.2.2. Satisfacción del usuario

Es el nivel resultante que tiene el usuario o cliente ante un servicio recibido que haya cumplido con sus expectativas, también lo define como el rango del estado de ánimo personal al rendimiento percibido de una atención (Torres, 2018).

Paride (2017) informa que comprende las exigencias que el cliente posee al momento de obtener un bien o servicio, existen riesgos y oportunidades que afectan directamente a éste para que la capacidad de satisfacción sea alta.

Gonzáles (2019) define como la percepción del cliente sobre el grado en que sean cumplido sus necesidades o expectativas que obtuvieron cuando acude a la organización.

La importancia que tiene la satisfacción del usuario para Paride (2017) es muy extenso, ya que abarca las medidas y niveles en donde el cliente se encuentra orgulloso con algún servicio recibido o producto adquirido.

Paride (2017) otra importancia que tiene la satisfacción del usuario, es que el usuario se debe sentir escuchado, para evitar conflictos entre ambos, ya que al no brindarle soluciones o atenderlos genera molestia a éstos.

Paride (2017) considera como elementos que forman parte de la complacencia al cliente al desempeño que ha obtenido luego de adquirir un servicio o producto a las perspectivas y finalmente los niveles de satisfacción que se dan en tres niveles, insatisfacción, satisfacción y complacencia, cada uno de éstos forma parte del grado de lealtad que adquiere la entidad.

La percepción de la satisfacción del cliente, recae en que se tiene que recepcionar las necesidades, creencias, motivaciones de cada colaborador para que se cuente con un buen ambiente laboral y tener una buena actitud para su día a día, así mismo con los clientes, que al saber sus necesidades vamos a poder enfocarnos e interesarnos en brindarle una solución (Paride, 2017).

Así mismo, el objetivo de la satisfacción del usuario, es brindar un servicio de calidad para que éstos puedan fidelizarse con la entidad, ya que sabrá que se le brindará soluciones, apoyo, seguimiento antes los trámites e inquietudes (Haro et al., 2016).

Expectativas del cliente, son aquellas que se debe conseguir de acuerdo con la satisfacción del cliente, para ello debemos saber cuáles son sus necesidades, como podríamos ayudarlo a que supere lo que desea, se dice que la auténtica calidad de servicio radica en la superación de las expectativas del cliente (Aguirre, 2015).

Aguirre (2015) muestra los factores influyentes en el contentamiento de los usuarios:

1. Factor Humano: aquí se incluye a al clima laboral que existe en la entidad, que influye en el desarrollo de las capacidades del colaborador, por lo que es prescindible para ofrecer confianza a los usufructuarios.

2. Factor procesos organizativos: abarca la empatía del cliente, es importante conversar entre colaboradores para realizar o utilizar estrategias para poder recopilar información sobre las necesidades que se puedan presentar, y tener posibles soluciones. Se emplean diferentes técnicas para ello, como planes de objetivos, aplicaciones de encuestas, formaciones, entre otras.

Haro et al., (2016) mencionan como factores que influyen en las expectativas del cliente en relación con el servicio a los siguientes:

Expectativas del servicio deseado: abarca las necesidades personales, intensificaciones permanentes del servicio

Características de la satisfacción (Haro et al., 2016):

a) Subjetiva: es la parte emocional y entusiasta, siendo una razón primordial para optar por tal producto o empresa que capte la atención en ese punto.

b) No es sencillamente modificable, significa que si en la primera impresión fue mala es indispensable que las consiguientes ocasiones sean experiencias positivas y si es mala se va a quejar.

c) No todos los clientes son iguales, se debe considerar la personalización por cada cliente, ya que se debe tener la capacidad para satisfacer a los usuarios de manera personal.

d) No está fija únicamente por los factores humanos, se centraliza en el componente humano, pero esta debe estar acompañada de herramientas comerciales para el éxito.

Las categorías de satisfacción desde el punto de vista de Mora (2011) son: insatisfacción, que ocurre cuando el servicio recibido no cumple con las expectativas del usuario por lo que el nivel es bajo; satisfacción, aquí sí se cumple con las expectativas del usuario por lo que su nivel de satisfacción es medio y la complacencia que se produce cuando el nivel es alto, ya que supera las expectativas del usuario.

Medición de la satisfacción: Aquí hablamos del equilibrio entre lo que se aspira y lo que se le brinda, en el caso de los servicios muestran totalmente su insatisfacción directa, ya que existe una interacción directa entre el colaborador y el usuario (Mora, 2011).

Quispe y Ayaviri (2016), identificaron a las siguientes dimensiones que se obtienen de la satisfacción del usuario:

a) Confianza: ya que mide en función al nivel alcanzado de la satisfacción, la apreciación del comprador y el desplazamiento al proporcionar un servicio eficaz.

b) Expectativas: es aquel prospecto que se espera de lo que adquiere, es crucial investigar las expectativas de las personas que frecuentan el establecimiento para atraerlos y mantenerlos en su lista de consumidores.

c) Seguridad: es el componente más importante en la captación, la cual se refiere al servicio que se le brinda, se sientan seguros que se le está brindando un servicio justo, adecuado, con trato amable.

2.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS

Calidad: Componente que el usuario tiene en cuenta para que cumpla sus expectativas ante el desarrollo de un servicio (Arellano, 2017).

Servicio: aquella acción o actividad que se realiza entre dos o más personas con el fin de satisfacer sus necesidades o deseos, ésta puede estar relacionada con servicios o la adquisición de productos, es necesario la interacción entre ellas para lograr una comunicación (Gil, 2020).

Cliente Interno: Es aquel que tiene una relación con la empresa, por situaciones laborales (Da Silva, 2021).

Cliente Externo: Es el cliente tradicional que va a un determinado lugar a adquirir un producto o solicitar algún tipo de servicio (Da Silva, 2021).

Organización: Es una asociación de personas que se relacionan entre ellas mismas, y están dirigidas a lograr metas y objetivos en conjunto (Roldán, 2017).

Software: Hace referencia a un programa o conjunto de éstos, ahí se almacena datos, procedimientos, pautas, que permiten realizar diferentes tareas en un sistema informático (Massarik, 2019).

Eficiencia: Es la manera de usar algo mediante la intersección de alguien para conseguir un propósito determinado (Real Academia Española, 2020).

Eficacia: Manifiesta que es la capacidad de una organización para cumplir objetivos predeterminados en condiciones ya establecidas, se asume retos de cumplimiento bajo parámetros (Sánchez, 2020).

Percepción del usuario: son las valoraciones subjetivas que el cliente forma u obtiene de un servicio que ha recibido, abarca la experiencia directa o indirecta que éste tuvo (Melara, 2020).

Fidelizar: Consiste en retener a los usuarios, que se sientan satisfechos gracias a las experiencias y servicios recibidos en la organización (Álvarez, 2020).

CAPÍTULO III

PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

3.1. Análisis de Tablas y Gráficos

Variable: Calidad de servicio

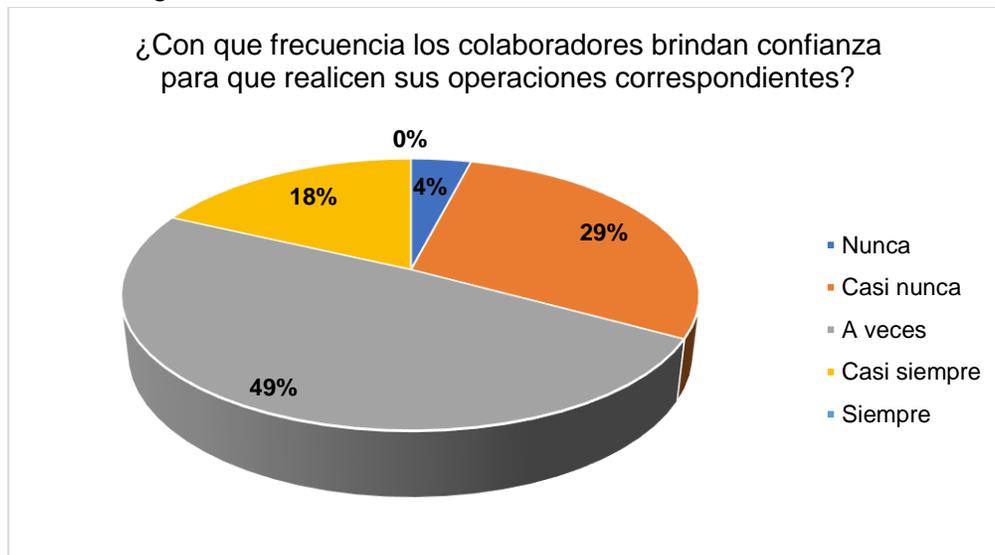
Tabla 3. Pregunta 1

¿Con que frecuencia los colaboradores brindan confianza para que realicen sus operaciones correspondientes?

	Frecuencia	Porcentaje	
Válidos	Nunca	4	4.0%
	Casi nunca	29	29.0%
	A veces	49	49.0%
	Casi siempre	18	18.0%
	Siempre	0	0.0%
	Total	100	100 %

Nota: Elaboración propia – Encuestas

Gráfico 3. Pregunta 1



Interpretación: Se observa en el gráfico que el mayor porcentaje de usuarios consideran que los colaboradores a veces brindan confianza para que realicen sus operaciones correspondientes, siendo el 49 % “A Veces”, para el 29% “Casi Nunca” y el 4% acota que “Nunca”.

Sin embargo, existen clientes que consideran que los colaboradores sí brindan confianza para que realicen sus operaciones correspondientes, siendo el 18 % “Casi siempre”; mientras que nadie señaló que siempre se brinda confianza.

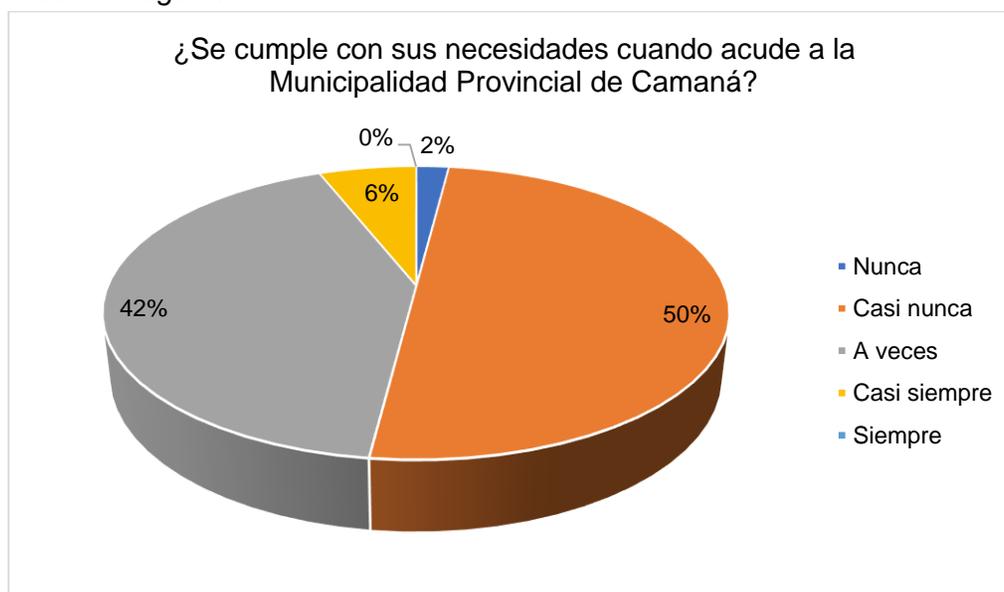
Tabla 4. Pregunta 2

¿Se cumple con sus necesidades cuando acude a la Municipalidad Provincial de Camaná?

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	2	2.0%
Casi nunca	50	50.0%
A veces	42	42.0%
Casi siempre	6	6.0%
Siempre	0	0.0%
Total	100	100.0

Nota: Elaboración propia – Encuestas

Gráfico 4. Pregunta 2



Interpretación: Se observa en el gráfico que el mayor porcentaje de clientes considera que la empresa NO cumple con sus necesidades cuando acude a la Municipalidad Provincial de Camaná, siendo el 50% “Casi Nunca” y el 2% “Nunca”.

Sin embargo, existen clientes que consideran que la empresa si cumple con sus necesidades, siendo el 6% “Casi siempre” y el 0% afirma que “Siempre”. Por otro lado, se observa que el 42% de los clientes responde “A veces”.

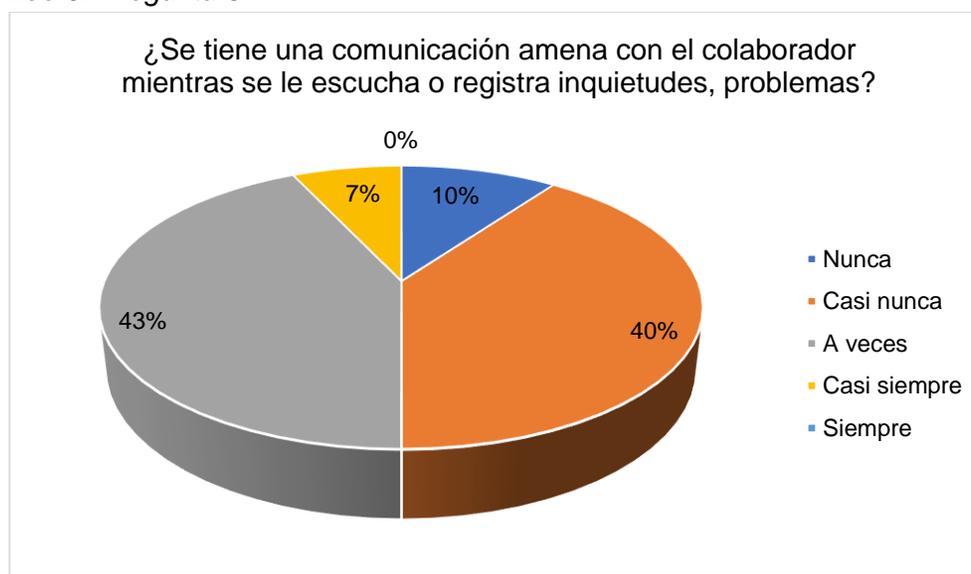
Tabla 5. Pregunta 3

¿Se tiene una comunicación amena con el colaborador mientras se le escucha o registra inquietudes, problemas?

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Nunca	10	10.0%
	Casi nunca	40	40.0%
	A veces	43	43.0%
	Casi siempre	7	7.0%
	Siempre	0	0.0%
	Total	100	100.0

Nota: Elaboración propia – Encuestas

Gráfico 5. Pregunta 3



Interpretación: Se observa en el gráfico que el mayor porcentaje de clientes considera que la empresa NO tiene una comunicación amena con el colaborador mientras se le escucha o registra inquietudes, problemas, siendo el 40% “Casi Nunca” y el 10% “Nunca”.

Sin embargo, existen clientes que consideran que la empresa si tiene una comunicación amena con el colaborador, siendo el 7% “Casi siempre” y nadie señaló que “Siempre”. Por otro lado, se observa que el 43% de los clientes responde “A veces”.

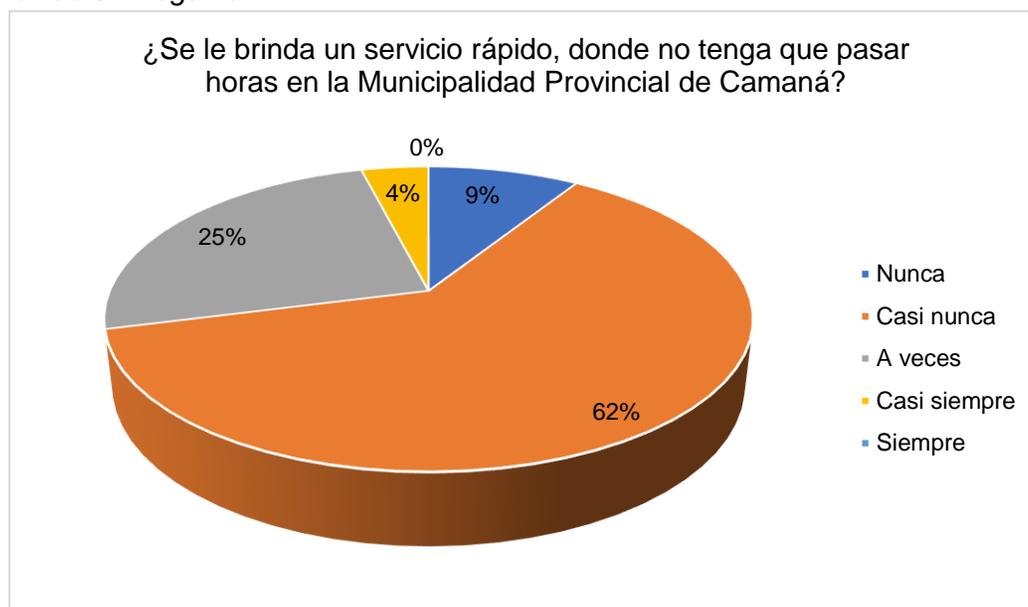
Tabla 6. Pregunta 4

¿Se le brinda un servicio rápido, donde no tenga que pasar horas en la Municipalidad Provincial de Camaná?

	Frecuencia	Porcentaje	
Válidos	Nunca	9	9.0%
	Casi nunca	62	62.0%
	A veces	25	25.0%
	Casi siempre	4	4.0%
	Siempre	0	0.0%
	Total	100	100.0%

Nota: Elaboración propia – Encuestas

Gráfico 6. Pregunta 4



Interpretación: Se observa en el gráfico que el mayor porcentaje de clientes considera que la empresa NO le brinda un servicio rápido, siendo el 62% “Casi Nunca” y el 9% “Nunca”.

Sin embargo, existen clientes que consideran que la empresa le brinda un servicio rápido, siendo el 4% “Casi siempre” y 0% “Siempre”. Por otro lado, se observa que el 25% de los clientes responde “A veces”.

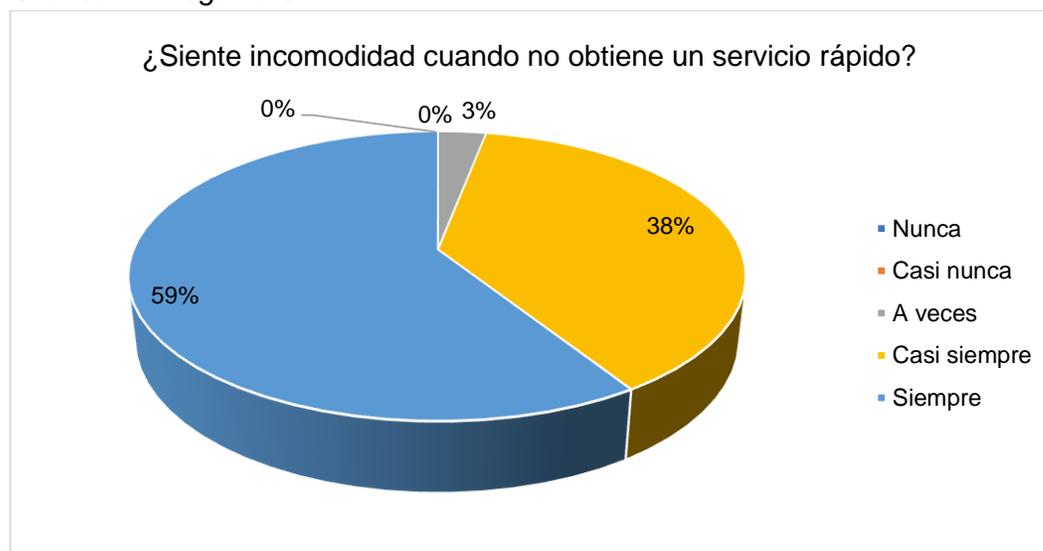
Tabla 7. Pregunta 5

¿Siente incomodidad cuando no obtiene un servicio rápido?

	Frecuencia	Porcentaje	
Válidos	Nunca	0	0.0%
	Casi nunca	0	0.0%
	A veces	3	3.0%
	Casi siempre	38	38.0%
	Siempre	59	59.0%
	Total	100	100.0%

Nota: Elaboración propia – Encuestas

Gráfico 7. Pregunta 5



Interpretación: Se observa en el gráfico que el mayor porcentaje de clientes considera que los colaboradores SI sienten incomodidad cuando no obtiene un servicio rápido, siendo el 38% “Casi siempre” y 59% “siempre”; sin embargo, un 3% de ellos consideró como repuesta la alternativa de “A Veces”.

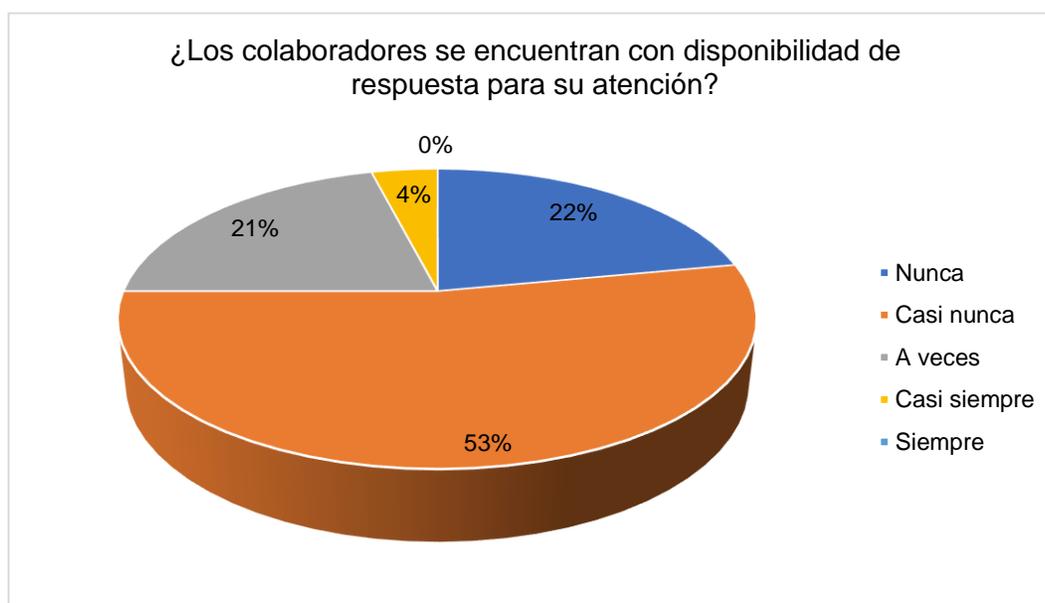
Tabla 8. Pregunta 6

¿Los colaboradores se encuentran con disponibilidad de respuesta para su atención?

	Frecuencia	Porcentaje	
Válidos	Nunca	22	22.0%
	Casi nunca	53	53.0%
	A veces	21	21.0%
	Casi siempre	4	4.0%
	Siempre	0	0.0%
	Total	100	100.0%

Nota: Elaboración propia – Encuestas

Gráfico 8. Pregunta 6



Interpretación: Se observa en el gráfico que el mayor porcentaje de clientes considera que los colaboradores NO se encuentran con disponibilidad de respuesta para su atención, siendo el 53% “Casi nunca” y 22% “nunca”.

Sin embargo, existen clientes que consideran que la empresa le brinda un servicio rápido, siendo el 4% “Casi siempre” y 0% “Siempre”. Por otro lado, se observa que el 21% de los clientes responde “A veces”.

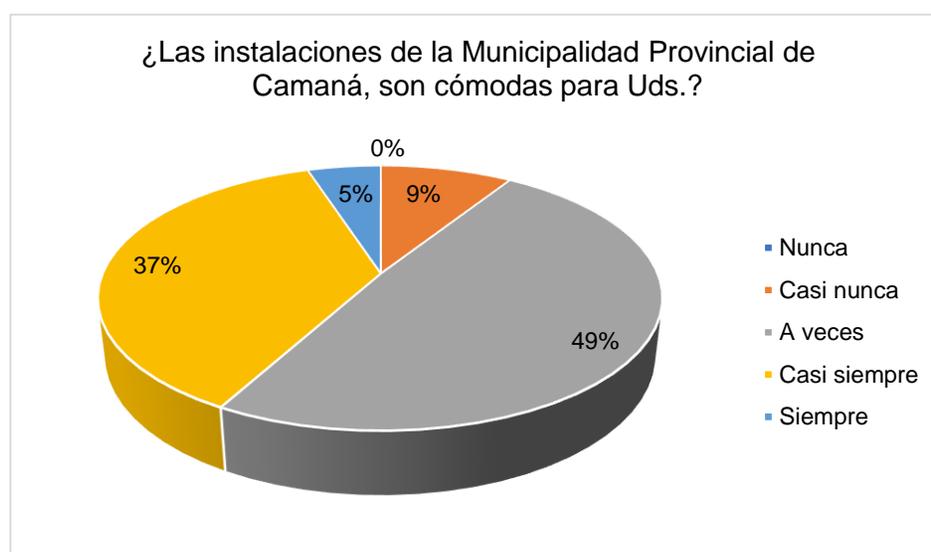
Tabla 9. Pregunta 7

¿Las instalaciones de la Municipalidad Provincial de Camaná, son cómodas para Uds.?

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0.0%
Casi nunca	9	9.0%
A veces	49	49.0%
Casi siempre	37	37.0%
Siempre	5	5.0%
Total	0	100.0%

Nota: Elaboración propia – Encuestas

Gráfico 9. Pregunta 7



Interpretación: Se observa en el gráfico que algunos clientes consideran que las instalaciones de la empresa Sí son cómodas, siendo el 37% “Casi Siempre” y 5% acotó que “siempre”.

Sin embargo, existen clientes que consideran que las instalaciones de la empresa NO son cómodas, siendo el 9% “Casi Nunca”. Por otro lado, se observa que el 49% de los clientes responde “A veces”.

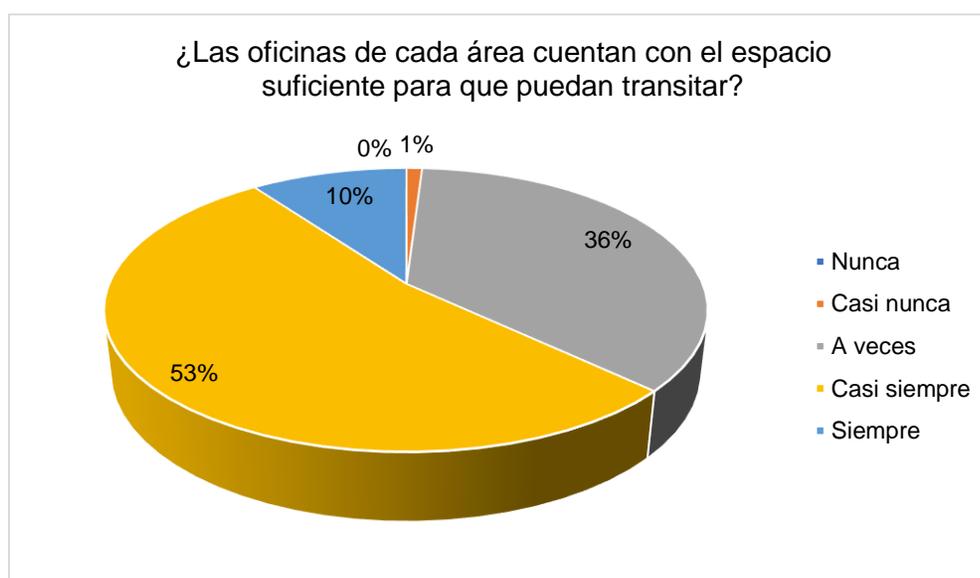
Tabla 10. Pregunta 8

¿Las oficinas de cada área cuentan con el espacio suficiente para que puedan transitar?

	Frecuencia	Porcentaje	
Válidos	Nunca	0	0.0%
	Casi nunca	1	1.0%
	A veces	36	36.0%
	Casi siempre	53	53.0%
	Siempre	10	10.0%
	Total	100	100.0%

Nota: Elaboración propia – Encuestas

Gráfico 10. Pregunta 8



Interpretación: Se observa en el gráfico que algunos clientes consideran que las oficinas de cada área NO cuentan con el espacio suficiente para que puedan transitar, siendo el 1% “Casi nunca”.

Sin embargo, existen clientes que consideran que las oficinas de cada área cuentan con el espacio suficiente para que puedan transitar, siendo el 53% “Casi siempre” y otro 10% “Siempre”. Por otro lado, se observa que el 36% de los clientes responde “A veces”.

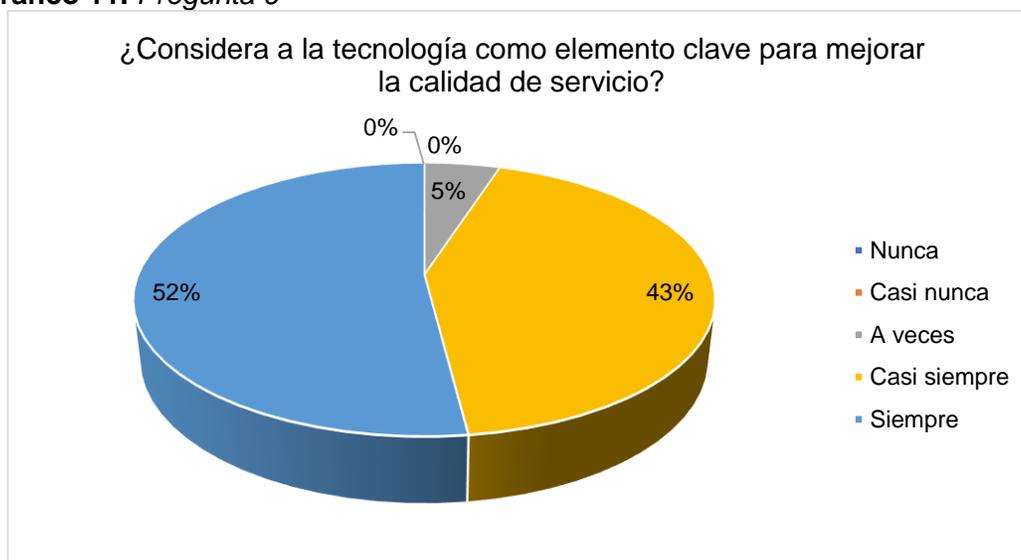
Tabla 11. Pregunta 9

¿Considera a la tecnología como elemento clave para mejorar la calidad de servicio?

	Frecuencia	Porcentaje	
Válidos	Nunca	0	0.0%
	Casi nunca	0	0.0%
	A veces	5	5.0%
	Casi siempre	43	43.0%
	Siempre	52	52.0%
	Total	100	100.0%

Nota: Elaboración propia – Encuestas

Gráfico 11. Pregunta 9



Interpretación: Se observa en el gráfico que los clientes consideran a la tecnología como elemento clave para mejorar la calidad de servicio, siendo el 43% “Casi siempre” y otro 52% “Siempre”. Por otro lado, se observa que el 5% de los clientes responde “A veces”.

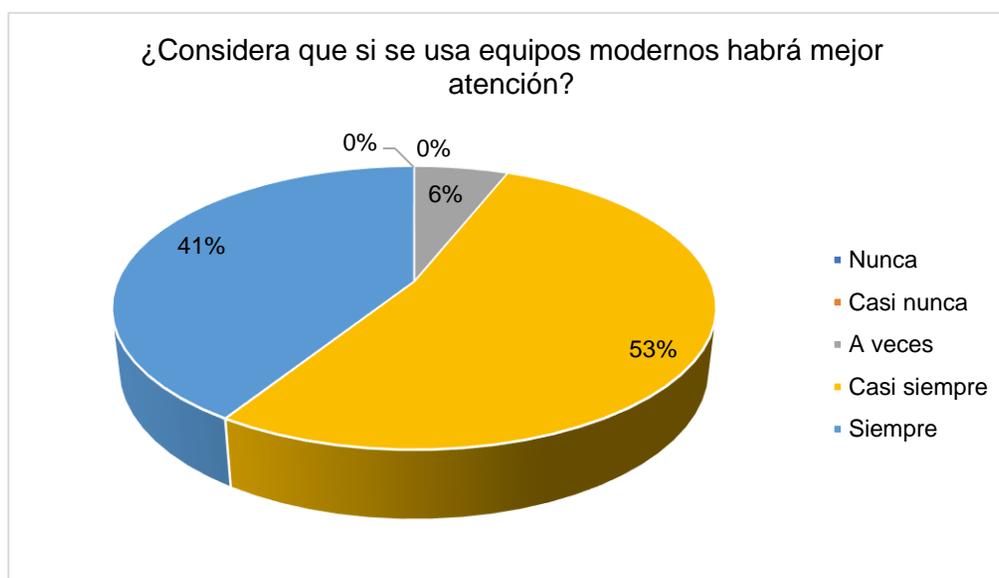
Tabla 12. Pregunta 10

¿Considera que si se usa equipos modernos habrá mejor atención?

	Frecuencia	Porcentaje	
Válidos	Nunca	0	0.0%
	Casi nunca	0	0.0%
	A veces	6	6.0%
	Casi siempre	53	53.0%
	Siempre	41	41.0%
	Total	100	100.0%

Nota: Elaboración propia – Encuestas

Gráfico 12. Pregunta 10



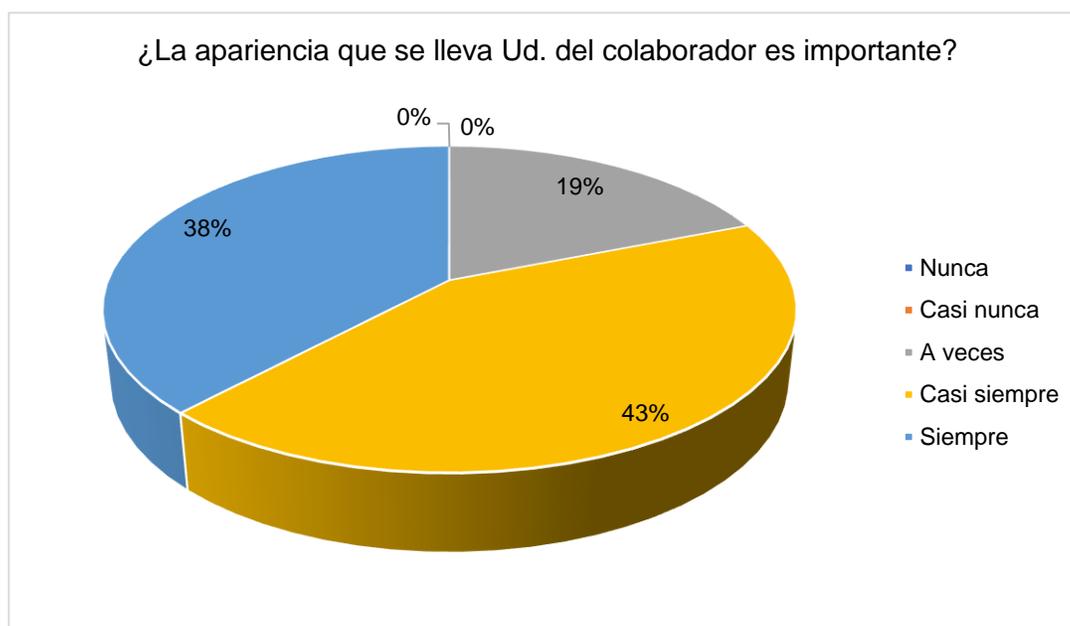
Interpretación: Se observa en el gráfico que los clientes consideran que si se usa equipos modernos habrá mejor atención, siendo el 53% “Casi siempre” y otro 41% “Siempre”. Por otro lado, se observa que el 6% de los clientes responde “A veces”.

Tabla 13. Pregunta 11

¿La apariencia que se lleva Ud. del colaborador es importante?

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Nunca	0	0.0%
	Casi nunca	0	0.0%
	A veces	19	19.0%
	Casi siempre	43	43.0%
	Siempre	38	38.0%
	Total	100	100.0%

Nota: Elaboración propia – Encuestas

Gráfico 13. Pregunta 11

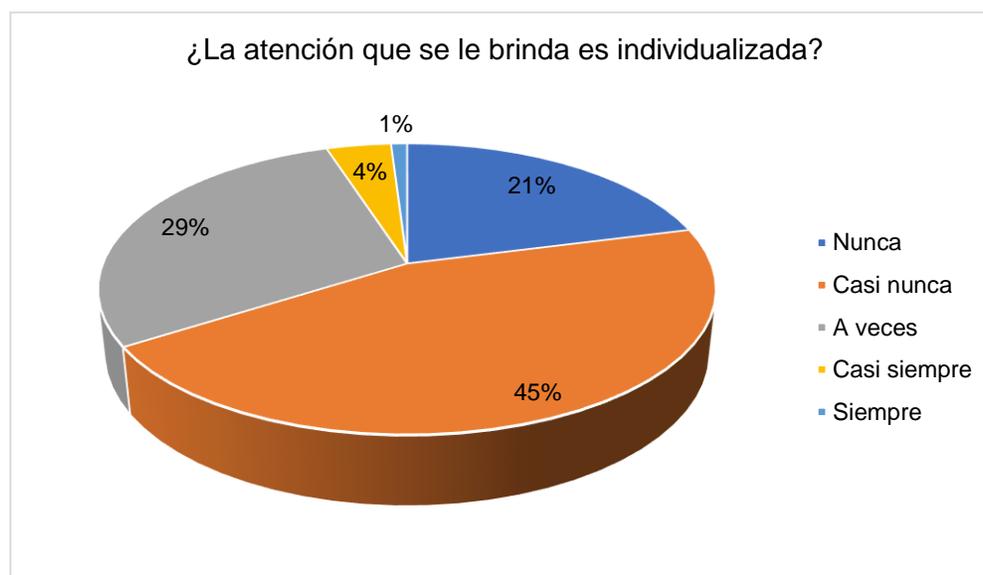
Interpretación: Se observa en el gráfico que los clientes que consideran que la apariencia que se lleva del colaborador si es importante, ya que para el 43% es “casi siempre” y para el 38% de ellos es “Siempre”. Por otro lado, se observa que el 19% de los clientes responde “A veces”.

Tabla 14. Pregunta 12

¿La atención que se le brinda es individualizada?

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Nunca	21	21.0%
	Casi nunca	45	45.0%
	A veces	29	29.0%
	Casi siempre	4	4.0%
	Siempre	1	1.0%
	Total	100	100.0%

Nota: Elaboración propia – Encuestas

Gráfico 14. Pregunta 12

Interpretación: Se observa en el gráfico que algunos clientes consideran que la atención que se le brinda NO es individualizada, siendo el 45% “Casi nunca” y 21% “nunca”.

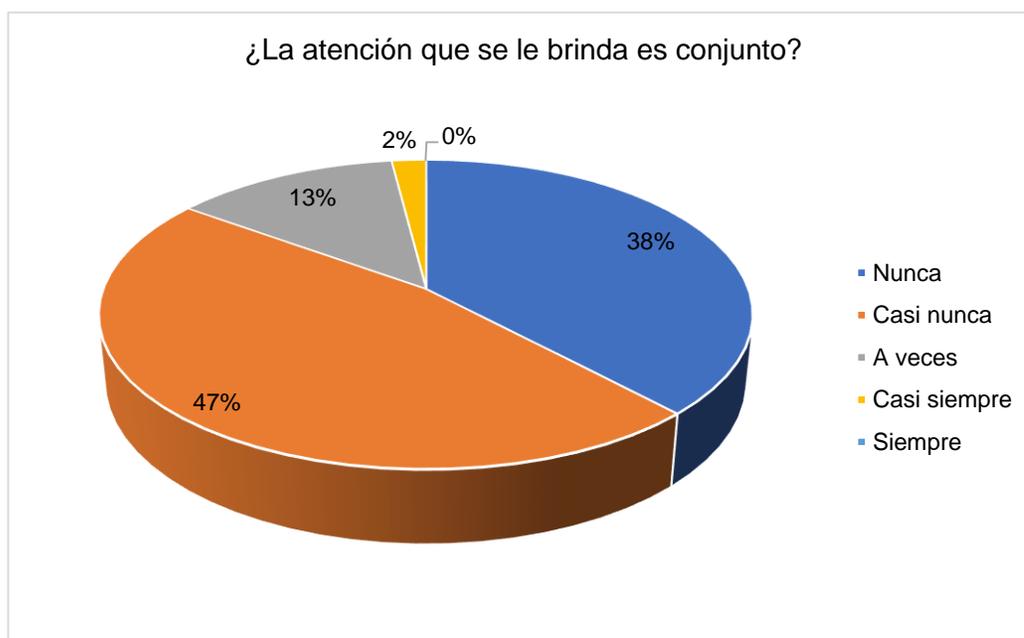
Sin embargo, existen clientes que consideran que la atención que se le brinda es individualizada, siendo el 4% “Casi siempre” y otro 1% “Siempre”. Por otro lado, se observa que el 29% de los clientes responde “A veces”.

Tabla 15. Pregunta 13

¿La atención que se le brinda es conjunto?

	Frecuencia	Porcentaje	
Válidos	Nunca	38	38.0%
	Casi nunca	47	47.0%
	A veces	13	13.0%
	Casi siempre	2	2.0%
	Siempre	0	0.0%
	Total	100	100.0%

Nota: Elaboración propia – Encuestas

Gráfico 15. Pregunta 13

Interpretación: Se observa en el gráfico que algunos clientes consideran que la atención que se le brinda NO es conjunta, siendo el 47% “casi nunca” y 38% “nunca”.

Sin embargo, existen clientes que consideran que la atención que se le brinda es conjunta, siendo el 2% “casi siempre”. Por otro lado, se observa que el 13% de los clientes responde “A veces”.

Tabla 16. Pregunta 14

¿Se prioriza el buen trato hacia el usuario?

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Nunca	19	19.0%
	Casi nunca	45	45.0%
	A veces	32	32.0%
	Casi siempre	3	3.0%
	Siempre	1	1.0%
	Total	100	100.0%

Nota: Elaboración propia – Encuestas

Gráfico 16. Pregunta 14

Interpretación: Se observa en el gráfico que algunos clientes consideran que NO se prioriza el buen trato hacia el usuario, siendo el 45% “Casi nunca” y 19% “nunca”.

Sin embargo, existen clientes que consideran que, si se prioriza el buen trato hacia el usuario, siendo el 1% “Siempre” y el 3% “Casi Siempre”. Por otro lado, se observa que el 32% de los clientes responde “A veces”.

Tabla 17. Pregunta 15

¿Con que frecuencia los colaboradores muestran interés y voluntad en las operaciones que va a realizar?

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	12	12.0%
Casi nunca	59	59.0%
A veces	25	25.0%
Casi siempre	3	3.0%
Siempre	1	1.0%
Total	100	100.0%

Nota: Elaboración propia – Encuestas

Gráfico 17. Pregunta 15

Interpretación: Se observa en el gráfico que algunos clientes consideran que los colaboradores NO muestran interés y voluntad en las operaciones que va a realizar, siendo el 59% “Casi nunca” y 12% “nunca”.

Sin embargo, existen clientes que consideran que los colaboradores si muestran interés y voluntad en las operaciones que va a realizar, siendo el 3% “Casi Siempre” y 1% “Siempre”. Por otro lado, se observa que el 25% de los clientes responde “A veces”.

Variable: Satisfacción del usuario

Tabla 18. Pregunta 16

¿El servicio que desea obtener por parte de los colaboradores de la Municipalidad Provincial de Camaná es satisfactorio?

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Nunca	0	0.0%
	Casi nunca	4	4.0%
	A veces	41	41.0%
	Casi siempre	44	44.0%
	Siempre	11	11.0%
	Total	100	100.0%

Nota: Elaboración propia – Encuestas

Gráfico 18. Pregunta 16



Interpretación: Se observa en el gráfico que algunos usuarios consideran que el servicio que desean obtener por parte de los colaboradores de la Municipalidad Provincial de Camaná es satisfactorio, siendo el 44 % “Casi siempre” y 11 % “Siempre”. Es decir, mayormente esperan recibir un servicio satisfactorio en la municipalidad.

Sin embargo, existen clientes que NO esperan que el servicio sea satisfactorio siendo el 4 % “casi nunca”. Por otro lado, se observa que el 41 % de los clientes responde “A veces”.

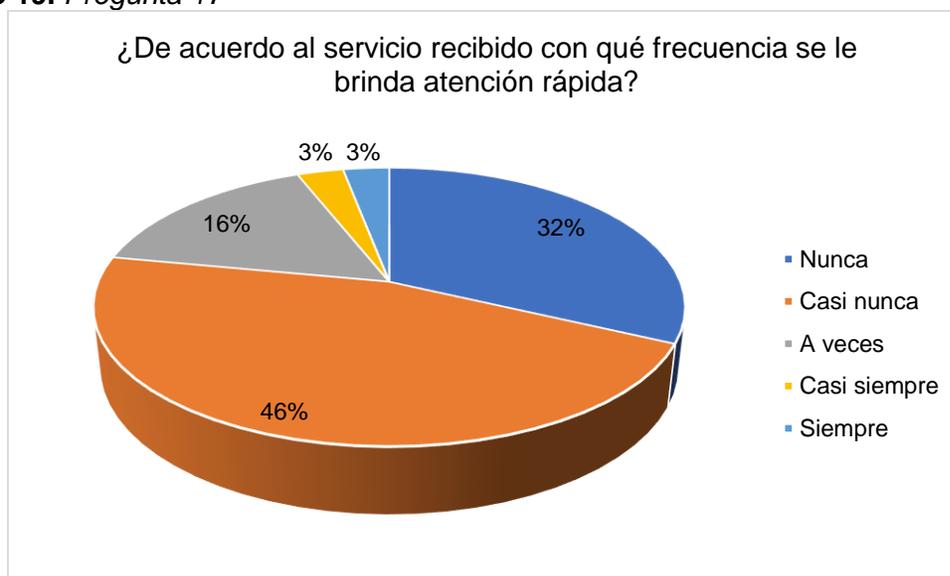
Tabla 19. Pregunta 17

¿De acuerdo al servicio recibido con qué frecuencia se le brinda atención rápida?

	Frecuencia	Porcentaje	
Válidos	Nunca	32	32.0%
	Casi nunca	46	46.0%
	A veces	16	16.0%
	Casi siempre	3	3.0%
	Siempre	3	3.0%
	Total	100	100.0%

Nota: Elaboración propia – Encuestas

Gráfico 19. Pregunta 17



Interpretación: Se observa en el gráfico que algunos clientes consideran que, de acuerdo al servicio que se le brinda NO es de atención rápida, siendo el 46% “Casi nunca” y 32% “nunca”.

Sin embargo, existen clientes que consideran que, si se brinda una atención rápida, siendo el 3 % “Casi Siempre” y 3% “Siempre”. Por otro lado, se observa que el 16 % de los clientes responde que “A veces” se le ha brindado atención rápida.

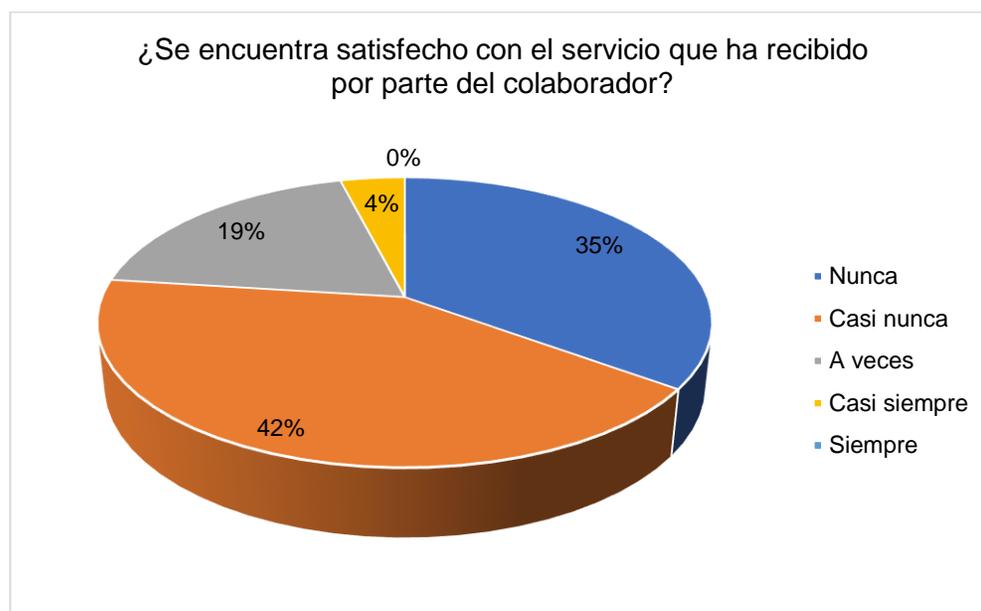
Tabla 20. *Pregunta 18*

¿Se encuentra satisfecho con el servicio que ha recibido por parte del colaborador?

	Frecuencia	Porcentaje	
Válidos	Nunca	35	35.0%
	Casi nunca	42	42.0%
	A veces	19	19.0%
	Casi siempre	4	4.0%
	Siempre	0	0.0%
	Total	35	35.0%

Nota: Elaboración propia – Encuestas

Gráfico 20. *Pregunta 18*



Interpretación: Se observa en el gráfico que algunos clientes consideran que NO se encuentran satisfechos con el servicio que han recibido por parte del colaborador, siendo el 42 % “Casi nunca” y 35 % “nunca”.

Sin embargo, existen clientes que consideran que sí se encuentran satisfechos con el servicio que han recibido por parte del colaborador, siendo el 4 % “Casi Siempre”. Por otro lado, el 19 % de clientes responde que “A veces” se han sentido satisfechos con el servicio.

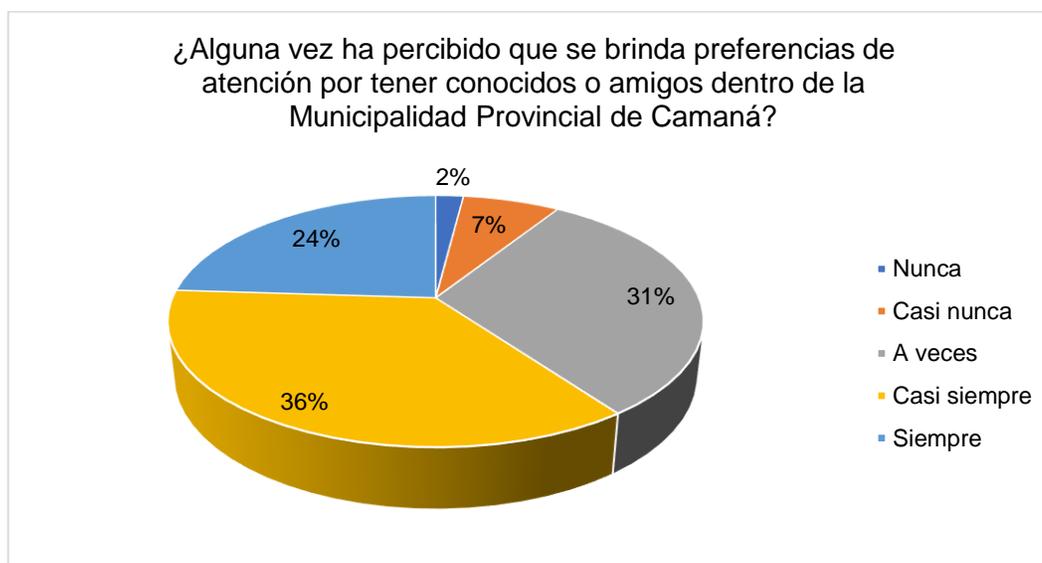
Tabla 21. *Pregunta 19*

¿Alguna vez ha percibido que se brinda preferencias de atención por tener conocidos o amigos dentro de la Municipalidad Provincial de Camaná?

	Frecuencia	Porcentaje	
Válidos	Nunca	2	2.0%
	Casi nunca	7	7.0%
	A veces	31	31.0%
	Casi siempre	36	36.0%
	Siempre	24	24.0%
	Total	100	100.0%

Nota: Elaboración propia – Encuestas

Gráfico 21. *Pregunta 19*



Interpretación: Se observa en el gráfico que algunos clientes consideran que Sí han percibido que se brinda preferencias de atención por tener conocidos o amigos dentro de la Municipalidad, siendo el 36 % “Casi siempre” y 24 % “siempre”.

Sin embargo, existen clientes que consideran que, no han percibido que se brinda preferencias de atención por tener conocidos o amigos, siendo el 7 % “Casi nunca” y 2 % “nunca”. Por otro lado, se observa que el 31% de los clientes responde “A veces”.

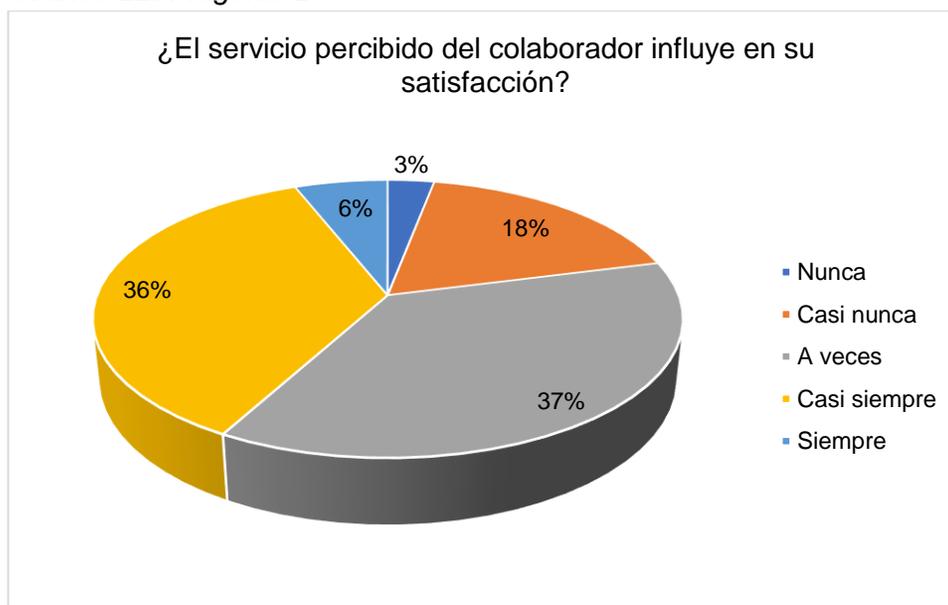
Tabla 22. *Pregunta 20*

¿El servicio percibido del colaborador influye en su satisfacción?

	Frecuencia	Porcentaje	
Válidos	Nunca	3	3.0%
	Casi nunca	18	18.0%
	A veces	37	37.0%
	Casi siempre	36	36.0%
	Siempre	6	6.0%
	Total	100	100.0%

Nota: Elaboración propia – Encuestas

Gráfico 22. *Pregunta 20*



Interpretación: Se observa en el gráfico que algunos clientes consideran que el servicio percibido del colaborador Sí influye en su satisfacción, siendo el 36 % “Casi siempre” y 6 % “siempre”.

Sin embargo, existen clientes que consideran que el servicio percibido del colaborador no influye en su satisfacción, siendo el 18 % “Casi nunca” y 3 % “nunca”. Por otro lado, se observa que el 37% de los clientes responde “A veces”.

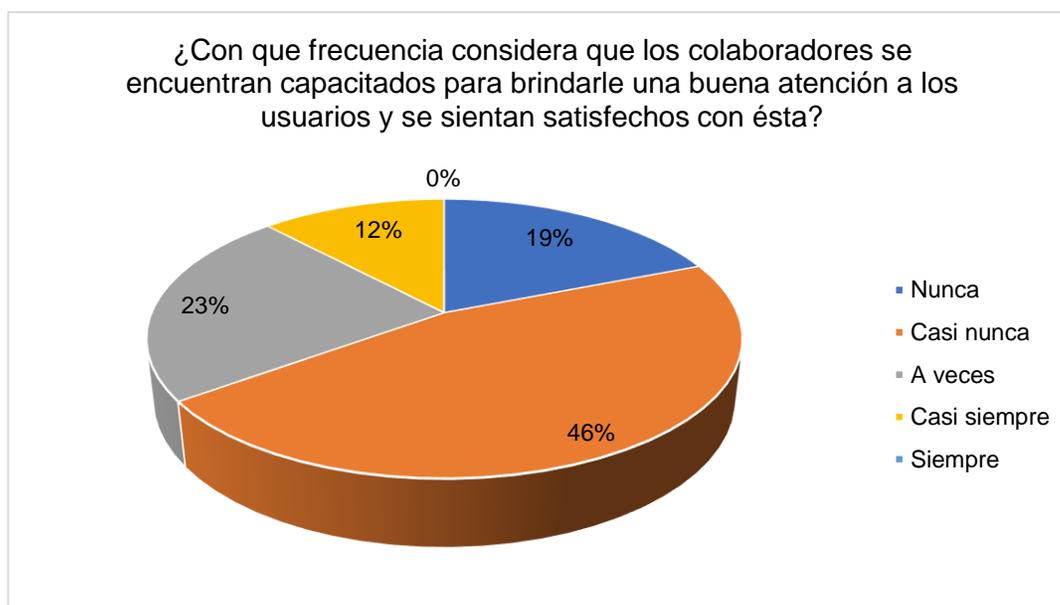
Tabla 23. *Pregunta 21*

¿Con que frecuencia considera que los colaboradores se encuentran capacitados para brindarle una buena atención a los usuarios y se sientan satisfechos con ésta?

	Frecuencia	Porcentaje	
Válidos	Nunca	19	19.0%
	Casi nunca	46	46.0%
	A veces	23	23.0%
	Casi siempre	12	12.0%
	Siempre	0	0.0%
Total	100	100.0%	

Nota: Elaboración propia – Encuestas

Gráfico 23. *Pregunta 21*



Interpretación: Se observa en el gráfico que algunos clientes consideran que los colaboradores NO se encuentran capacitados para brindarle una buena atención a los usuarios, siendo el 46 % “Casi nunca” y 19 % “nunca”.

Sin embargo, existen clientes que consideran que los colaboradores se encuentran capacitados para brindarle una buena atención, siendo el 12 % “Casi Siempre”. Por otro lado, el 23 % de los clientes responde “A veces”.

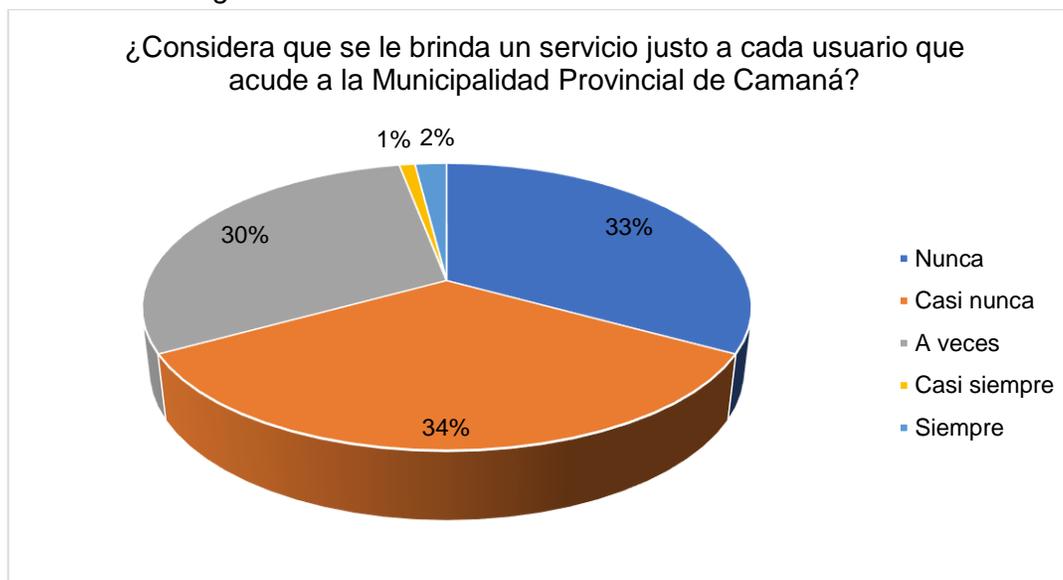
Tabla 24. *Pregunta 22*

¿Considera que se le brinda un servicio justo a cada usuario que acude a la Municipalidad Provincial de Camaná?

	Frecuencia	Porcentaje	
Válidos	Nunca	33	33.0%
	Casi nunca	34	34.0%
	A veces	30	30.0%
	Casi siempre	1	1.0%
	Siempre	2	2.0%
	Total	100	100.0%

Nota: Elaboración propia – Encuestas

Gráfico 24. *Pregunta 22*



Interpretación: Se observa en el gráfico que algunos clientes consideran que NO se le brinda un servicio justo a cada usuario que acude a la municipalidad, siendo el 34% “Casi nunca” y 33% “nunca”.

Sin embargo, existen clientes que consideran que se le brinda un servicio justo a cada usuario, siendo el 1% “Casi Siempre” y 2% “Siempre”. Por otro lado, se observa que el 30% de los clientes responde “A veces”.

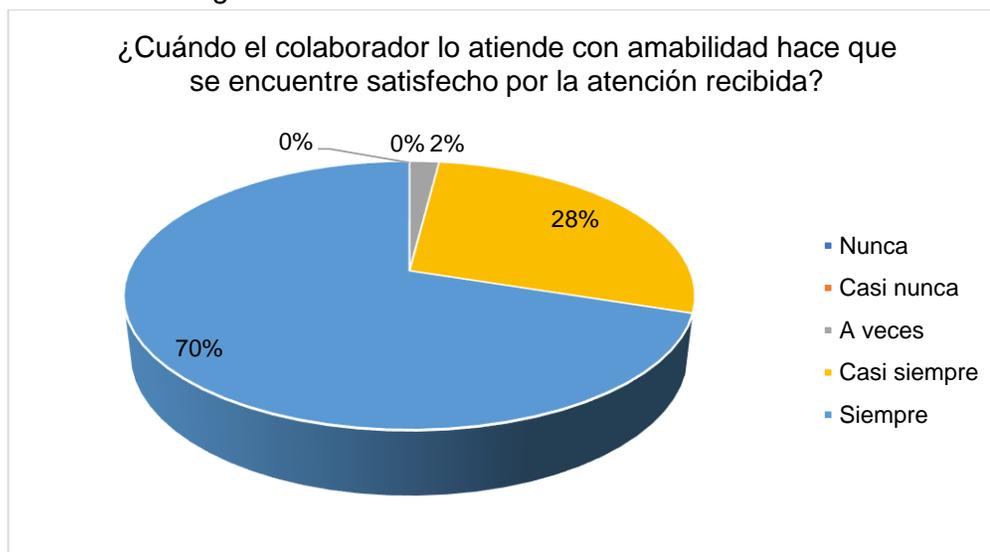
Tabla 25. Pregunta 23

¿Cuándo el colaborador lo atiende con amabilidad hace que se encuentre satisfecho por la atención recibida?

	Frecuencia	Porcentaje	
Válidos	Nunca	0	0.0%
	Casi nunca	0	0.0%
	A veces	2	2.0%
	Casi siempre	28	28.0%
	Siempre	70	70.0%
	Total	100	100.0%

Nota: Elaboración propia – Encuestas

Gráfico 25. Pregunta 23



Interpretación: Se observa en el gráfico que algunos clientes consideran que cuando el colaborador lo atiende con amabilidad se sienten satisfechos por la atención recibida, siendo el 70 % “siempre” y 28 % “Casi Siempre”. Por otro lado, se observa que el 2 % de los clientes responde “A veces”.

Tabla 26. Pregunta 24

¿Con que frecuencia el colaborador toma iniciativa para que otras áreas resuelvan sus quejas?

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Nunca	27	27.0%
	Casi nunca	31	31.0%
	A veces	31	31.0%
	Casi siempre	6	6.0%
	Siempre	5	5.0%
	Total	100	100.0%

Nota: Elaboración propia – Encuestas

Gráfico 26. Pregunta 24

Interpretación: Se observa en el gráfico que algunos clientes consideran que el colaborador NO toma iniciativa para que otras áreas resuelvan sus quejas, siendo el 31 % “Casi nunca” y 27 % “Nunca”. Sin embargo, existen clientes que consideran que el colaborador toma iniciativa para que otras áreas resuelvan sus quejas, siendo el 6 % “Casi Siempre” y 5 % “Siempre”. Por otro lado, se observa que el 31% de los clientes responde “A veces”.

Tabla 27. Pregunta 25

¿Influye en su satisfacción que el colaborador tenga iniciativa de brindarle soluciones inmediatas?

	Frecuencia	Porcentaje	
Válidos	Nunca	1	1.0%
	Casi nunca	1	1.0%
	A veces	2	2.0%
	Casi siempre	40	40.0%
	Siempre	56	56.0%
	Total	100	100.0%

Nota: Elaboración propia – Encuestas

Gráfico 27. Pregunta 25

Interpretación: Se observa en el gráfico que algunos clientes consideran que Sí influye en su satisfacción que el colaborador tenga iniciativa de brindarle soluciones inmediatas, siendo el 56 % “siempre” y 40% “casi siempre”.

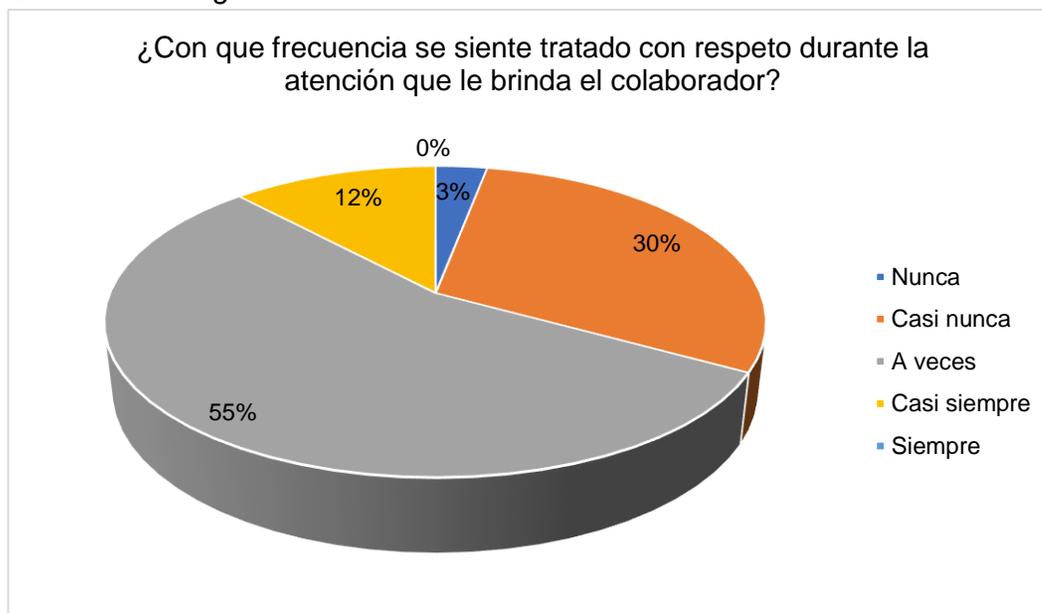
Sin embargo, existen clientes que consideran que no influye en su satisfacción que el colaborador tenga iniciativa de brindarle soluciones inmediatas, siendo el 1% “Casi nunca” y 1% “nunca”. Por otro lado, se observa que el 2 % de los clientes responde “A veces”.

Tabla 28. Pregunta 26

¿Con que frecuencia se siente tratado con respeto durante la atención que le brinda el colaborador?

	Frecuencia	Porcentaje	
Válidos	Nunca	3	3.0%
	Casi nunca	30	30.0%
	A veces	55	55.0%
	Casi siempre	12	12.0%
	Siempre	0	0.0%
	Total	100	100.0%

Nota: Elaboración propia – Encuestas

Gráfico 28. Pregunta 26

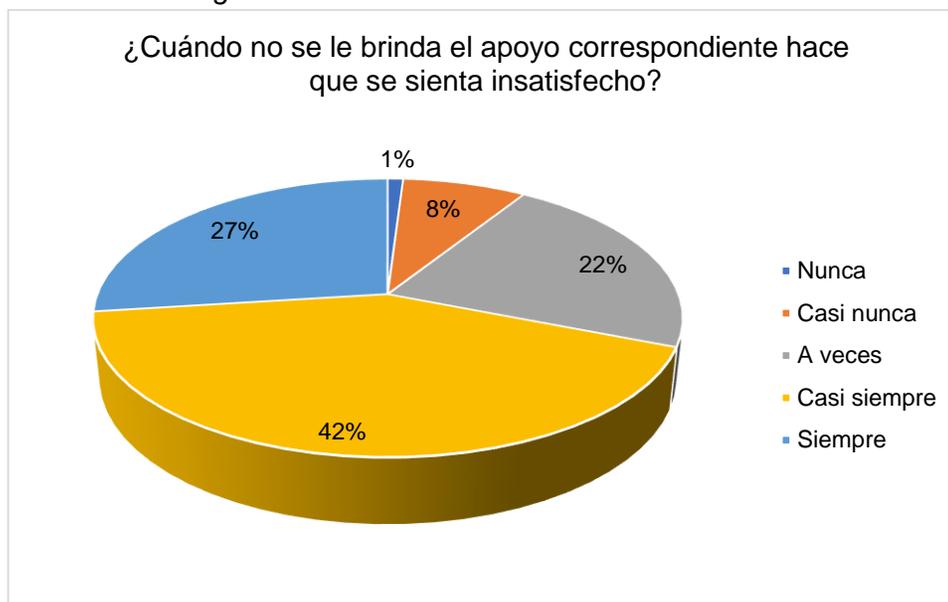
Interpretación: Se observa en el gráfico que algunos clientes consideran que con frecuencia NO se sienten tratados con respeto durante la atención que le brinda el colaborador, a lo cual el 30 % menciona que “Casi nunca” y 3 % “nunca”. Por otro lado, se observa que el 12 % de los clientes responde “casi siempre” sentirse respetado en la atención. Y el 55 % considera que “a veces” se sienten tratados con respeto mientras son atendidos.

Tabla 29. Pregunta 27

¿Cuándo no se le brinda el apoyo correspondiente hace que se sienta insatisfecho?

	Frecuencia	Porcentaje	
Válidos	Nunca	1	1.0%
	Casi nunca	8	8.0%
	A veces	22	22.0%
	Casi siempre	42	42.0%
	Siempre	27	27.0%
	Total	100	100.0%

Nota: Elaboración propia – Encuestas

Gráfico 29. Pregunta 27

Interpretación: Se observa en el gráfico que algunos clientes consideran que cuándo no se les brinda el apoyo correspondiente hace que se sientan insatisfechos, siendo el 42 % “Casi siempre” y 27 % “siempre”.

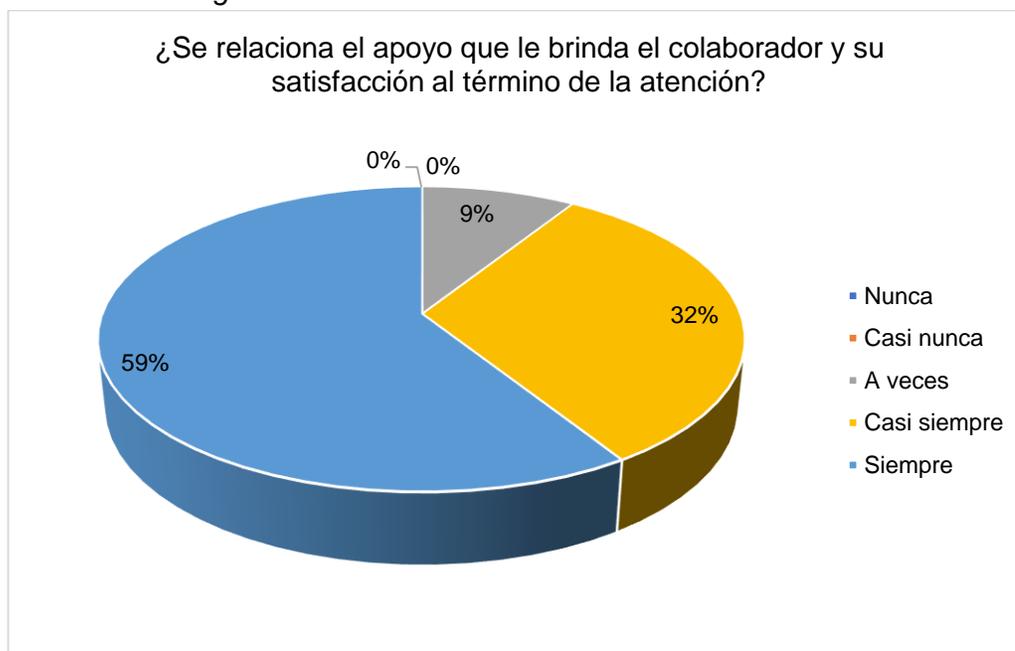
Por el contrario, existen clientes que consideran que cuándo no se les brinda el apoyo correspondiente no hace que se sientan insatisfechos, siendo el 8 % “Casi nunca” y 1% “nunca”. Por otro lado, se observa que el 22 % de los clientes responde “A veces” sentirse insatisfechos cuando no les brinda el apoyo adecuado.

Tabla 30. Pregunta 28

¿Se relaciona el apoyo que le brinda el colaborador y su satisfacción al término de la atención?

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Nunca	0	0.0%
	Casi nunca	0	0.0%
	A veces	9	9.0%
	Casi siempre	32	32.0%
	Siempre	59	59.0%
	Total	100	100.0%

Nota: Elaboración propia – Encuestas

Gráfico 30. Pregunta 28

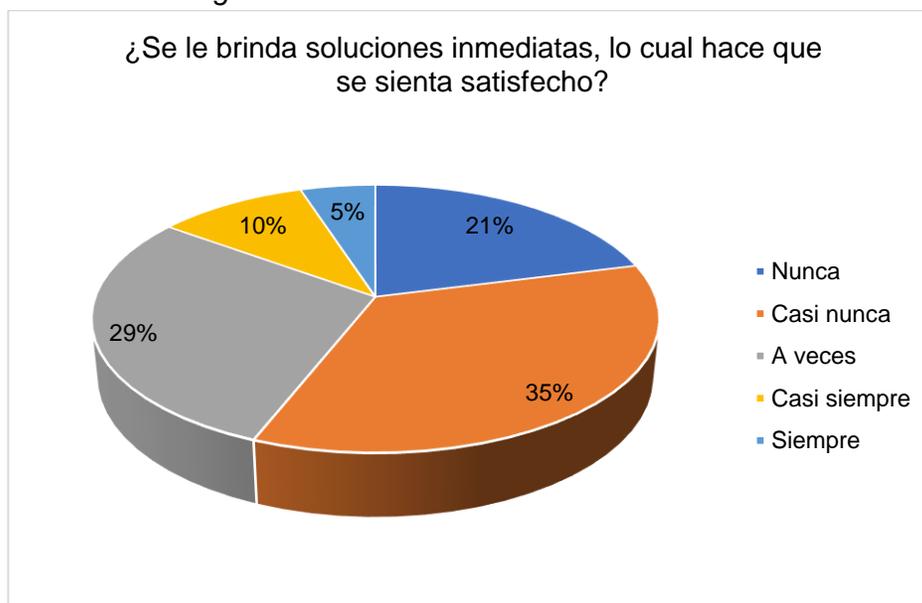
Interpretación: Se observa en el gráfico que existen clientes que consideran que Sí se relaciona el apoyo que le brinda el colaborador y su satisfacción al término de la atención, siendo el 59 % “Siempre” y 32 % “casi siempre”. Por otro lado, se observa que el 9 % de los clientes responde “A veces” relacionar el apoyo que le brindan con su satisfacción al culminar la atención.

Tabla 31. Pregunta 29

¿Se le brinda soluciones inmediatas, lo cual hace que se sienta satisfecho?

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Nunca	21	21.0%
	Casi nunca	35	35.0%
	A veces	29	29.0%
	Casi siempre	10	10.0%
	Siempre	5	5.0%
	Total	100	100.0%

Nota: Elaboración propia – Encuestas

Gráfico 31. Pregunta 29

Interpretación: Se observa en el gráfico que algunos clientes consideran que NO se le brinda soluciones inmediatas, lo cual hace que se sientan insatisfechos, siendo el 35 % “Casi nunca” y 21 % “Nunca”.

Por el contrario, existen clientes que consideran que se les brinda soluciones inmediatas, lo cual hace que se sientan satisfechos, siendo el 10 % “Casi Siempre” y 5 % “siempre”.

Por otro lado, se observa que el 29 % de los clientes responde que “A veces” se les ha brindado soluciones inmediatas que les ha hecho sentirse satisfechos.

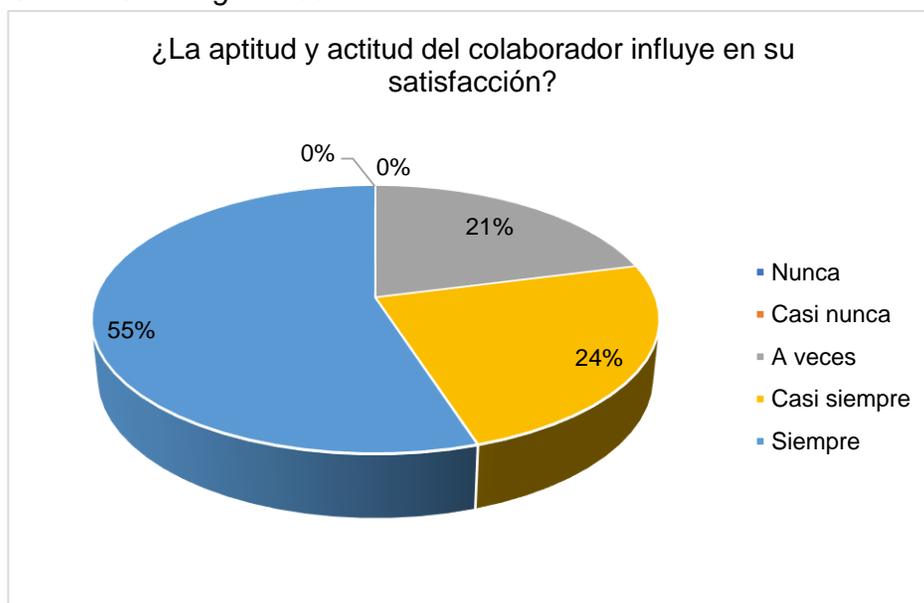
Tabla 32. Pregunta 30

¿La aptitud y actitud del colaborador influye en su satisfacción?

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Nunca	0	0.0%
	Casi nunca	0	0.0%
	A veces	21	21.0%
	Casi siempre	24	24.0%
	Siempre	55	55.0%
	Total	100	100.0%

Nota: Elaboración propia – Encuestas

Gráfico 32. Pregunta 30



Interpretación: Se observa en el gráfico que los clientes consideran que la aptitud y actitud del colaborador influye en su satisfacción, siendo el 55 % “Siempre” y el 24 % “Casi Siempre”. Por otro lado, el 21 % señala que “a veces” la aptitud y actitud del colaborador influye en su satisfacción.

3.2. Discusión de Resultados

Si el valor encontrado (X^2_c) es mayor que el valor crítico (X^2_t), entonces se acepta la hipótesis alterna (H_1) y se rechaza la hipótesis nula (H_0); caso contrario, que X^2_t fuese mayor que X^2_c se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna.

Nivel de Significancia (p)=0.05

Del Chi cuadrado de Pearson entre una variable independiente representativa y la variable dependiente representativa tenemos que:

El valor de Chi cuadrado de Pearson (X^2) = 0.000 < 0.05

Prueba de hipótesis general

H_1 : Sí existe una relación entre calidad de servicio y la satisfacción del usuario en la Municipalidad Provincial de Camaná, Periodo 2021.

H_0 : No existe una relación entre calidad de servicio y la satisfacción del usuario en la Municipalidad Provincial de Camaná, Periodo 2021

Tabla 33. *Tabla cruzada de la hipótesis general*

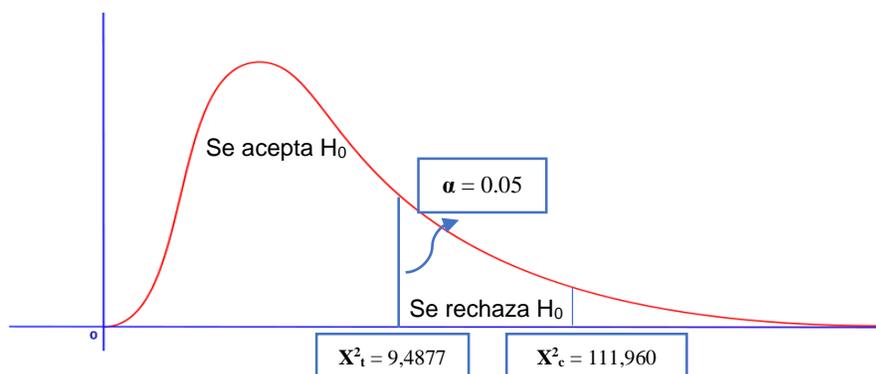
			Satisfacción del usuario (Agrupada)			
			Bajo	Medio	Alto	Total
Calidad de servicio (Agrupada)	Bajo	Recuento	64	22	0	86
		% del total	64,0%	22,0%	0,0%	86,0%
	Medio	Recuento	1	6	0	7
		% del total	1,0%	6,0%	0,0%	7,0%
	Alto	Recuento	0	0	7	7
		% del total	0,0%	0,0%	7,0%	7,0%
Total		Recuento	65	28	7	100
		% del total	65,0%	28,0%	7,0%	100,0%

Nota: Elaboración propia – Encuestas

Tabla 34. Prueba de chi-cuadrado de la hipótesis general

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	111,960 ^a	4	.000
Razón de verosimilitud	60,971	4	.000
Asociación lineal por lineal	53,492	1	.000
N de casos válidos	100		

Nota: Elaboración propia – Encuestas

Gráfico 33. Gráfico de distribución χ^2 entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario**Interpretación:**

Como se observa el valor encontrado de $\chi^2 = 111,960 > X^2_t = 9,4877$, y $p = 0.000$ al ser de significancia < 0.05 , podemos determinar que la hipótesis nula (H_0) es rechazada y la hipótesis (H_1) es aceptada, lo cual quiere decir que las variables presentan una relación entre sí en la Municipalidad Provincial de Camaná, 2021.

Prueba de Hipótesis Específica 1

H1: La confiabilidad se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario en la Municipalidad Provincial de Camaná.

H0: La confiabilidad no se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario en la Municipalidad Provincial de Camaná.

Tabla 35. *Tabla cruzada de la hipótesis específica 1*

		Satisfacción del usuario (Agrupada)				
		Bajo	Medio	Alto	Total	
Fiabilidad (Agrupada)	Bajo	Recuento	64	25	0	89
		% del total	64,0%	25,0%	0,0%	89,0%
	Medio	Recuento	1	3	1	5
		% del total	1,0%	3,0%	1,0%	5,0%
	Alto	Recuento	0	0	6	6
		% del total	0,0%	0,0%	6,0%	6,0%
Total	Recuento	65	28	7	100	
	% del total	65,0%	28,0%	7,0%	100,0%	

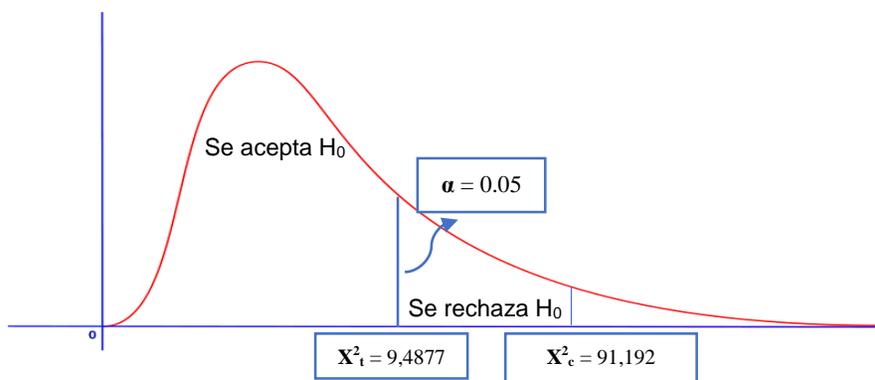
Nota: Elaboración propia – Encuestas

Tabla 36. *Prueba de chi-cuadrado de la Hipótesis Específica 1*

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	91,192 ^a	4	.000
Razón de verosimilitud	49,318	4	.000
Asociación lineal por lineal	47,233	1	.000
N de casos válidos	100		

Nota: Elaboración propia – Encuestas

Gráfico 34. Gráfico de distribución χ^2 entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario



Interpretación:

Como se observa el valor encontrado de $\chi^2_1 = 9,4877 < \chi^2_c = 91,192$, y $p=0.000$ al ser de significancia < 0.05 , podemos determinar que la hipótesis nula (0) es rechazada y la hipótesis (1) es aceptada, lo cual quiere decir que las variables presentan una relación entre la dimensión confiabilidad y la variable satisfacción del usuario de la Municipalidad Provincial de Camaná, 2021.

Prueba de Hipótesis Específica 2

H1: La capacidad de respuesta se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario en la Municipalidad Provincial de Camaná.

H0: La capacidad de respuesta no se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario en la Municipalidad Provincial de Camaná.

Tabla 37. *Tabla cruzada de la hipótesis específica 2*

		Satisfacción del usuario (Agrupada)			Total	
		Bajo	Medio	Alto		
Capacidad de respuesta (Agrupada)	Bajo	Recuento	55	21	0	76
		% del total	55,0%	21,0%	0,0%	76,0%
	Medio	Recuento	10	7	0	17
		% del total	10,0%	7,0%	0,0%	17,0%
	Alto	Recuento	0	0	7	7
		% del total	0,0%	0,0%	7,0%	7,0%
Total		Recuento	65	28	7	100
		% del total	65,0%	28,0%	7,0%	100,0%

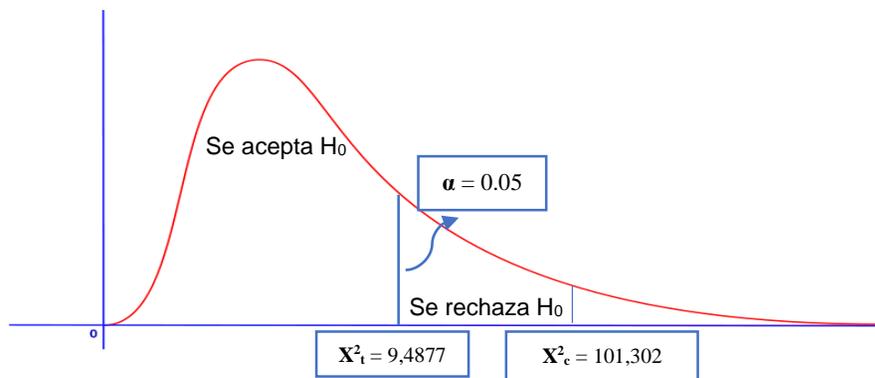
Nota: Elaboración propia – Encuestas

Tabla 38. *Prueba de chi-cuadrado de la Hipótesis Específica 2*

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	101,302 ^a	4	.000
Razón de verosimilitud	51,888	4	.000
Asociación lineal por lineal	35,232	1	.000
N de casos válidos	100		

Nota: Elaboración propia – Encuestas

Gráfico 35. Gráfico de distribución χ^2 entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario



Interpretación:

Como se observa el valor encontrado de $\chi^2 = 101.302 > \chi^2_{9.4877}$, y $p=0.000$ al ser de significancia < 0.05 , podemos determinar que la hipótesis nula (0) es rechazada y la hipótesis (1) es aceptada, lo cual quiere decir que la capacidad de respuesta tiene una relación con la satisfacción del usuario de la Municipalidad Provincial de Camaná, 2021.

Prueba de Hipótesis Específica 3

H1: Los elementos tangibles se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario en la Municipalidad Provincial de Camaná.

H0: Los elementos tangibles no se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario en la Municipalidad Provincial de Camaná.

Tabla 39. *Tabla cruzada de la hipótesis específica 3*

		Satisfacción del usuario (Agrupada)			Total	
		Bajo	Medio	Alto		
Elementos tangibles (Agrupada)	Bajo	Recuento	10	7	0	17
		% del total	10,0%	7,0%	0,0%	17,0%
	Medio	Recuento	44	14	2	60
		% del total	44,0%	14,0%	2,0%	60,0%
	Alto	Recuento	11	7	5	23
		% del total	11,0%	7,0%	5,0%	23,0%
Total		Recuento	65	28	7	100
		% del total	65,0%	28,0%	7,0%	100,0%

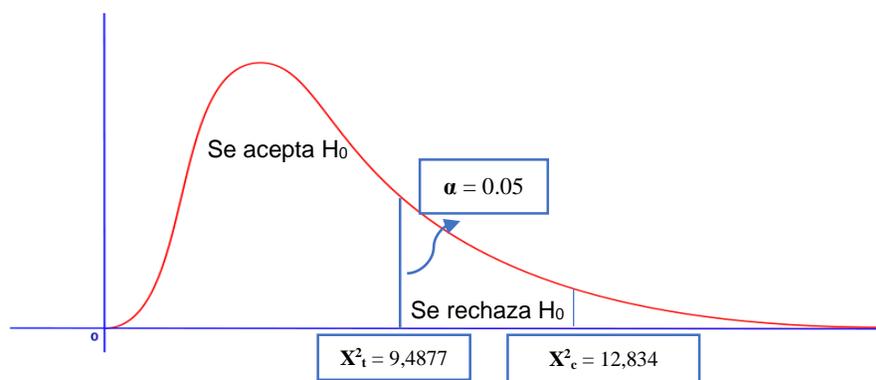
Nota: Elaboración propia – Encuestas

Tabla 40. *Prueba de chi-cuadrado de la Hipótesis Específica 3*

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	12,834 ^a	4	,012
Razón de verosimilitud	11,694	4	,020
Asociación lineal por lineal	3,643	1	,056
N de casos válidos	100		

Nota: Elaboración propia – Encuestas

Gráfico 36. Gráfico de distribución χ^2 entre los elementos tangibles y la satisfacción del usuario



Interpretación:

Como se observa el valor encontrado de $\chi^2 = 12.834 > \chi^2_t = 9.4877$, y $p=0.000$ al ser de significancia < 0.05 , podemos determinar que la hipótesis nula (H_0) es rechazada y la hipótesis (H_1) es aceptada, lo cual quiere decir que los elementos tangibles tienen una relación con la satisfacción del usuario de la Municipalidad Provincial de Camaná, 2021.

Prueba de Hipótesis Específica 4

H1: La empatía se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario en la Municipalidad Provincial de Camaná.

H0: La empatía no se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario en la Municipalidad Provincial de Camaná.

Tabla 41. *Tabla cruzada de la hipótesis específica 4*

		Satisfacción del usuario (Agrupada)			Total	
		Bajo	Medio	Alto		
Empatía (Agrupada)	Bajo	Recuento	56	16	0	72
		% del total	56,0%	16,0%	0,0%	72,0%
	Medio	Recuento	9	11	0	20
		% del total	9,0%	11,0%	0,0%	20,0%
	Alto	Recuento	0	1	7	8
		% del total	0,0%	1,0%	7,0%	8,0%
Total		Recuento	65	28	7	100
		% del total	65,0%	28,0%	7,0%	100,0%

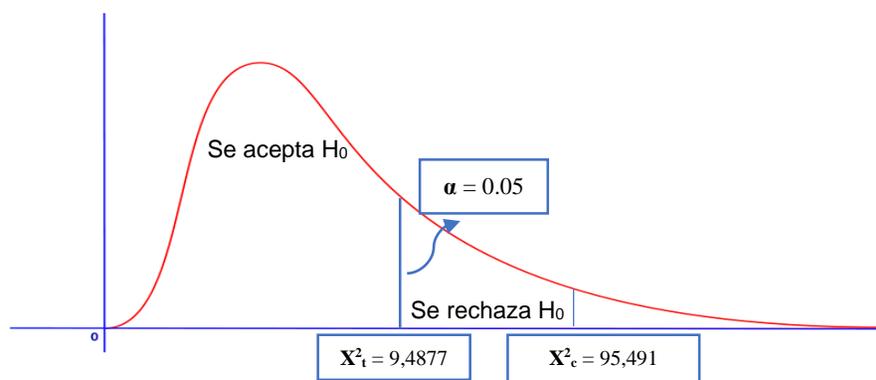
Nota: Elaboración propia – Encuestas

Tabla 42. *Prueba de chi-cuadrado de la Hipótesis Específica 4*

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	95,491 ^a	4	.000
Razón de verosimilitud	54,686	4	.000
Asociación lineal por lineal	44,277	1	.000
N de casos válidos	100		

Nota: Elaboración propia – Encuestas

Gráfico 37. Gráfico de distribución χ^2 entre la empatía y la satisfacción del usuario



Interpretación:

Como se observa el valor encontrado de $\chi^2 = 95.491 > \chi^2_t = 9.4877$, y $p=0.000$ al ser de significancia < 0.05 , podemos determinar que la hipótesis nula (0) es rechazada y la hipótesis (1) es aceptada, lo cual quiere decir que la empatía tiene una relación con la satisfacción del usuario de la Municipalidad Provincial de Camaná, 2021.

CONCLUSIONES

1era. Teniendo en cuenta la hipótesis general, se demostró a través del Chi cuadrado un resultado de $X_2 = 111.960$, $gl = 4$, $p=0,00$, lo cual se acepta la hipótesis alternativa planteada, determinando una relación positiva y significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción; es decir, a más calidad de servicio mayor satisfacción tendrán los usuarios en la Municipalidad Provincial de Camaná, Periodo 2021.

2da. Teniendo en cuenta la hipótesis específica 1, se demostró a través del Chi cuadrado un resultado de $X_2 = 91.192$, $gl = 4$, $p=0,00$, lo cual se acepta la hipótesis alternativa planteada, determinando una relación positiva y significativa entre la fiabilidad y la satisfacción; es decir, a más confiabilidad del servicio mayor satisfacción tendrán los usuarios en la Municipalidad Provincial de Camaná, Periodo 2021.

3era. Teniendo en cuenta la hipótesis específica 2, se demostró a través del Chi cuadrado un resultado de $X_2 = 101.302$, $gl = 4$, $p=0,00$, lo cual se acepta la hipótesis alternativa planteada y determina una relación positiva y significativa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción; es decir, a más capacidad de respuesta tenga el servicio, mayor satisfacción tendrán los usuarios en la Municipalidad Provincial de Camaná, Periodo 2021.

4ta. Teniendo en cuenta la hipótesis específica 3, se demostró a través del Chi cuadrado un resultado de $X_2 = 12.834$, $gl = 4$, $p=0,12$, lo cual se acepta la hipótesis alternativa planteada y determina una relación positiva y significativa entre los elementos tangibles y la satisfacción; es decir, a mayores elementos tangibles tenga el servicio, mayor satisfacción tendrán los usuarios en la Municipalidad Provincial de Camaná, Periodo 2021.

5ta. Teniendo en cuenta la hipótesis específica 4, se demostró a través del Chi cuadrado un resultado de $X_2 = 95.491$, $gl = 4$, $p=0,00$, lo cual se acepta la hipótesis alternativa planteada y determina una relación positiva y significativa entre la empatía y la satisfacción; es decir, a mayor empatía se desarrolle en el servicio, mayor satisfacción tendrán los usuarios en la Municipalidad Provincial de Camaná, Periodo 2021.

RECOMENDACIONES

- Se sugiere a la gerencia de la Municipalidad que tomen en cuenta la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios planteada en el estudio para la mejora continua en cada periodo del servicio que se brinda a la población.
- Así mismo se recomienda plantear actividades y acciones de imagen institucional que permitan reforzar la confianza entre los colaboradores y los usuarios, y con ello se pueda satisfacer sus necesidades.
- Se sugiere revisar y mejorar los flujogramas de los procesos administrativos que abarcan el servicio, de manera que se garantice una buena comunicación, respuesta rápida y atención eficiente.
- Por otro lado, se recomienda realizar mejoras a las instalaciones, oficinas de atención al público y mobiliario con un diseño ergonómico; de igual manera, se debe mejorar los equipos con las que el colaborador trabaja e implementarla de tecnología.
- Por último, debe realizarse capacitaciones a los colaboradores donde puedan reforzar conocimientos y habilidades de atención a los usuarios, garantizando una atención eficiente, individualizada y con buen trato.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Aguirre, R. (2015). *Calidad en el servicio*. Tamaulipas: CmicVictoria.
<http://capacitacion.cmicvictoria.org/wp-content/uploads/2015/08/2015-GU%C3%8DA-CALIDAD-EN-EL-SERVICIO.pdf>
- Allcahuamán, M. (2015). *Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la municipalidad distrital de Pacucha, Andahuaylas 2015*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional José María Arguedas] Repositorio Institucional Unajima.
<https://repositorio.unajma.edu.pe/bitstream/handle/123456789/225/15-2015-EPAE-Inca%20Allcahuaman-Calidad%20de%20servicio%20uarios.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Álvarez, M. (16 de 09 de 2020). *La importancia de fidelizar al cliente*.
<https://tecnohotelnews.com/2020/09/16/importancia-fidelizar-cliente-alojapro/>
- Arana, K., & Ramos, P. (2017). *Influencia de la cultura organizacional en la calidad de servicio a los usuarios de la Municipalidad Distrital de Paucarpata, Arequipa de Junio a Agosto - 2017*. [Tesis de Pregrado, Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa] Repositorio Institucional UNSA.
<http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/5147/CCarmekm.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Arellano, H. (2017). La calidad en el servicio como ventaja competitiva. *Dominio de las ciencias*, 3(3), 72-83. doi:10.23857/dc.v3i3 mon.627
- Arenal, C. (2019). *Guía de la atención al cliente*. Tutor Formación.
https://books.google.com.pe/books?id=F2-_DwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=calidad+de+servicio+importancia&hl=es-

419&sa=X&ved=2ahUKEwichZ_7puyvAhXOSjABHbEfB_IQ6AF6BAgGEAI#v=onepage
&q&f=true

Arias, E. (2019). *Plan de mejoramiento de la calidad del servicio y satisfacción de los usuarios del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Sucumbíos por el periodo septiembre 2018 - febrero 2019*. [Tesis de Pregrado, Universidad Central del Ecuador]

Repositorio Institucional DSPACE.

<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/19168/1/T-UCE-0003-CAD-131.pdf>

Barrera, A., & Ysuiza, M. (2018). Gestión administrativa y calidad de servicio de la Municipalidad Provincial de Alto Amazonas, Loreto 2018. *Revista Gobierno y Gestión Pública*, 5, 1-20.

<https://revistagobiernoygestionpublica.usmp.edu.pe/index.php/RGGP/article/view/145/132>

Bermey, K., & Meza, L. (2019). *Calidad de Servicio y su relación con la satisfacción en los usuarios de la municipalidad provincial de Casma, 2019*. [Tesis de Pregrado, Universidad

Cesar Vallejo] Repositorio UCV.

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/36869/Bernuy_MKA-Meza_OLM.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Bustamante, M., Zerda, E., Obando, F., & Tello, M. (2019). Fundamentos de la calidad del servicio el modelo SERVQUAL. *Revista empresarial*, 13(2), 1-15.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7361518>

Carrasco, S. (2019). *Atención al cliente en el proceso comercial*. Madrid: Paraninfo S.A.

https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=LjehDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=cliente&ots=-eqsVBcDAJ&sig=kJdTlWb5oaLU71kvc20k38XI_ZE#v=onepage&q&f=true

Castillo, R., Cárdenas, M., & Palomino, G. (2020). Calidad del servicio municipal desde la perspectiva del ciudadano. *Ciencia Latina - Revista Multidisciplinar*, 4(2), 898 - 913.

https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v4i2.130

- Ccallocca, A., & Chipa, J. (2019). *Valoración ciudadana sobre gestión municipal andina y calidad de servicios municipales en el distrito de Chivay provincia de Caylloma, Región Arequipa, 2019*. [Tesis de Pregrado, Universidad Nacional de San Agustín] Repositorio Institucional UNSA.
<http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/10704/SOccccai.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Condori, P. (2020). Universo, población y muestra. *Acta académica*, 1-15.
<https://www.aacademica.org/cporfirio/18.pdf>
- Da Silva, D. (2021). ¿Qué es un cliente interno y externo, como se mejora su satisfacción? *Content y Seo associate*, 1-10. <https://www.zendesk.com.mx/blog/cliente-interno-que-es/>
- García, A. (2016). Cultura de servicio en la optimización del servicio al cliente. *Revista Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín*, 18(3), 381-398.
<https://www.redalyc.org/pdf/993/99346931003.pdf>
- Gil, J. (2020). *Fundamentos de Atención al cliente* (1 ed.). Editorial Elearning S.L.
<https://books.google.com.pe/books?id=VGzoDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=calidad+de+servicio&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwio5cCmueryAhU2CTQIHSMJAXoQ6AF6BAgFEAI#v=onepage&q&f=true>
- González, H. (2019). Satisfacción del cliente ISO 9001:2015. *Calidad y Gestión - Consultoría*, 4(5), 1-10. <https://calidadgestion.wordpress.com/2019/07/20/satisfaccion-del-cliente-segun-iso-9001-2015/>
- Haro, F., Córdova, N., & Chong, T. (2016). Modelos de satisfacción: fundamentación teórica y criterios de aplicación. *Innova Research Journal*, 1(10), 145-155.
 doi:10.33890/innova.v1.10.2016.64
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill Interamericana Editores.

https://mega.nz/file/53BF0KiB#OmVYc4cPAWL5Dk_R9w8Zvupd45J1BZJsCMONn_EUwuY

Huamán, R. (2017). *Calidad de servicio y satisfacción del usuario en la Municipalidad Provincial de Corongo, 2015*. [Tesis de posgrado, Universidad Cesar Vallejo] Repositorio Institucional UCV.

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/11990/huaman_br.pdf?sequence=1

Huancollo, J. (2018). *Calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Distrital de Taraco - Huancané - Puno, 2017*. [Tesis de Pregrado, Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión] Repositorio Institucional UNJFSC.

<http://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/UNJFSC/1864/TFCE-03-02.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Izquierdo, J. (2021). The Quality of service in Public Administration. *Revista Universidad Tecnológica del Perú*, 8(1), 426 - 437. <https://doi.org/10.26495/rce.v8i1.1648>

Kansara, S. (2020). Modelling the water supply service quality: a case study of the municipal corporation [Modelado de la calidad del servicio de abastecimiento de agua: un estudio de caso de la corporación municipal]. *Int. J. Productivity and Quality Management*, 29(1), 94-108. <http://www.inderscience.com/storage/f521294711810361.pdf>

Lozada, J. (2014). Investigación Aplicada: Definición, Propiedad Intelectual e Industria. *CienciAmérica: Revista de divulgación científica de la Universidad Tecnológica Indoamérica*, 3(1), 47-50. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6163749>

Maguiña, Y. (2018). *Calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Pucusana, Lima - 2018*. [Tesis de Pregrado, Universidad Autónoma del Perú] Repositorio Institucional Autónoma.

<https://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/20.500.13067/866>

- Massarik, W. (1 de 08 de 2019). *Significados*. Tecnología e innovación:
<https://www.significados.com/software/>
- Melara, M. (26 de 03 de 2020). *Service Design*. <https://marlonmelara.com/que-es-la-percepcion-del-cliente/#:~:text=La%20percepci%C3%B3n%20del%20cliente%20define,percepci%C3%B3n%20negativa%20sobre%20la%20marca.>
- Mena, A. (2018). Análisis del impacto del proceso de tercerización en la percepción de calidad del servicio público domiciliario de energía eléctrica en el municipio de Quibdó. *Revista CES Derecho*, 9(1), 34-58. <https://doi.org/10.21615/cesder.9.1.3>
- Mendoza, H., Mendoza, K., & Mendoza, J. (2019). Incidencia del uso de nuevas tecnologías en la calidad de servicio en instituciones públicas de Manabí, Ecuador. *Revista Universidad Laica Eloy Alfaro*, 22(89), 88-95.
<https://uctunexpo.autanabooks.com/index.php/uct/article/view/36/39>
- Ministerio de economía y finanzas. (2019). *Norma técnica para la gestión de la calidad de servicios en el sector público*. Lima. <https://sgp.pcm.gob.pe/wp-content/uploads/2019/02/Norma-T%C3%A9cnica-para-Calidad-de-Servicios.pdf>
- Mora, C. (2011). La calidad del servicio y la satisfacción del consumidor. *Revista brasilera de marketing*, 10(2), 146-162. <https://www.redalyc.org/pdf/4717/471747525008.pdf>
- Mustafa, M., & Dris, A. (2019). The Impact of Strategic Planning in Palestinian Municipalities on the Quality of Service Provided to Its Citizens [El impacto de la planificación estratégica en los municipios palestinos sobre la calidad del servicio prestado a sus ciudadanos]. *International Business Research*, 12(5), 69-85.
<https://www.ccsenet.org/journal/index.php/ibr/article/view/0/39169>
- Paiva, O., & Meca, J. (2018). Gestión de la calidad y su contribución a la mejora a la satisfacción del usuario de una Municipalidad de Piura - 2018. *Revista Científica Institucional ZHOECOEN*, 10(4), 686-697. <http://revistas.uss.edu.pe/index.php/tzh/article/view/959>

- Paride, B. (2017). *La satisfacción del cliente*. THEMA. <https://www.thema-med.com/wp-content/uploads/2017/10/LA-SATISFACCI%C3%93N-DEL-CLIENTE.pdf>
- Pérez, C. (2021). *La satisfacción laboral y la calidad de servicio al usuario en la Municipalidad Distrial de Baños del Inca, 2019*. [Tesis de Posgrado, Universidad Nacional de Cajamarca] Repositorio Institucional UNC. <https://repositorio.unc.edu.pe/bitstream/handle/UNC/4033/Tesis%20Claudia%20P%c3%a9rez.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Quispe, G., & Ayaviri, V. (2016). Medición de la satisfacción del cliente en organizaciones no lucrativas de cooperación al desarrollo. *Revista Empresarial*, 10(37), 168-188. <https://www.uv.mx/iiesca/files/2016/11/15CA201601.pdf>
- Real Academia Española*. (10 de 08 de 2020). https://www.google.com/search?q=eficiencia&rlz=1C1CHBD_esPE969PE969&sxsrf=AOaemvIDPhzmv6_V3ODPBH_qyVbsbJMqNQ%3A1631800098224&ei=IktDYcaMDauFwbkP7L2asA4&oq=eficiencia&gs_lcp=Cgdnd3Mtd2l6EAMyBAgjECcyBwgAELEDEEMyBAgAEEMyBAgAEEMyCAgAEIAEELEDmGgIABCABBCxAzIICA
- Richard, P., Arce, M., & Guerrero, M. (2018). Job satisfaction and its effect on customer satisfaction, a theoretical analysis [La satisfacción laboral y su efecto en la satisfacción del cliente, un análisis teórico]. *Innova Research Journal*, 3(8), 140 - 146. <https://doi.org/10.33890/innova.v3.n8.2018.879>
- Rodríguez, C. (2016). *Calidad y servicios de proximidad en el pequeño comercio*. Editorial CEP S.L. <https://books.google.com.pe/books?id=38U-DwAAQBAJ&pg=PA82&dq>manual+de+calidad+de+servicios&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwiX2dPMie3yAhXBSDABHceYBfAQ6AF6BAgGEAI#v=onepage&q&f=true>
- Rojas, J., Arancibia, S., Andrade, C., & Ramírez, A. (2019). Una propuesta para medir la calidad de imagen percibida y su efecto sobre la satisfacción de usuarios en instituciones

- públicas. *Revista Estudios de Políticas Públicas*, 5(1), 33-49.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7390662>
- Roldán, P. (07 de 01 de 2017). *Economipedia*. Organización:
<https://economipedia.com/definiciones/organizacion.html>
- Sanchez, C. (2016). Satisfacción de usuarios y profesionales en la evaluación de programas sociales. *Revista de Evaluación de Programas y Políticas Públicas*, 1(7), 116-140.
<https://doi.org/10.5944/reppp.7.2016.16352>
- Sánchez, J. (04 de 03 de 2020). *Economipedia*. Eficacia:
<https://economipedia.com/definiciones/eficacia.html>
- Torres, C. (2018). *Gestión de la atención al cliente*. IC editorial.
<https://books.google.com.pe/books?id=aVlpEAAAQBAJ&pg=PT86&dq=satisfacci%C3%B3n+del+cliente&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjAr5f2sO3yAhUQSTABHVdsCSwQ6AF6BAgJEAI#v=onepage&q&f=true>
- Valdivia, O., & Serrano, A. (2018). *Influencia del clima laboral en la satisfacción del usuario del área de administración tributaria de la Municipalidad Distrital de Jose Luis Bustamante y Rivero, Arequipa 2018*. [Tesis de pregrado, Universidad Católica San Pablo] Repositorio Institucional UCSP. <http://repositorio.ucsp.edu.pe/handle/UCSP/15956>
- Villajuan, L. (2019). *Relación del clima laboral y la calidad de servicio a los usuarios de la Municipalidad Distrital de Quilca 2019*. Arequipa: [Tesis de Pregrado, Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa] Repositorio Institucional UNSA. <http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/11202/ADvidelk.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Zultner, J. (2018). *Evaluación de la percepción del desempeño y la satisfacción de los usuarios de servicios municipales en la ciudad de Arequipa. Caso: Municipalidad Distrital de José Luis Bustamante y Rivero*. Arequipa: [Tesis de Posgrado, Universidad Nacional de San

Agustin de Arequipa] Repositorio Institucional UNSA.

<http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/6835/IIMqumozzj.pdf?sequence=1>

&isAllowed=y

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA – PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

“La calidad del servicio y su relación con la satisfacción del usuario en la Municipalidad Provincial de Camaná, Periodo 2021”

PROBLEMA	OBJETIVOS	MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
<p>Problema Principal</p> <p>¿Cuál es la relación entre la calidad de servicios y la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Provincial de Camaná, Periodo 2021?</p> <p>Problemas Secundarios</p> <p>¿Cuál es la relación entre la confiabilidad y la satisfacción del usuario en la Municipalidad Provincial de Camaná, Periodo 2021?</p> <p>¿Cuál es la relación entre la comunicación de los usuarios y la satisfacción del usuario en la Municipalidad Provincial de Camaná, Periodo 2021?</p> <p>¿Cuál es la relación entre los elementos tangibles y la satisfacción del usuario en la Municipalidad Provincial de Camaná, Periodo 2021?</p> <p>¿Cuál es la relación entre la empatía y la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Provincial de Camaná, Periodo 2021?</p>	<p>Objetivo General</p> <p>Determinar la relación entre la calidad de servicios y la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Provincial de Camaná, Periodo 2021.</p> <p>Objetivos Específicos</p> <p>Identificar la relación entre la confiabilidad y la satisfacción del usuario en la Municipalidad Provincial de Camaná, Periodo 2021.</p> <p>Analizar la relación entre la comunicación y la satisfacción del usuario en la Municipalidad Provincial de Camaná, Periodo 2021.</p> <p>Detallar la relación entre los elementos tangibles y la satisfacción del usuario en la Municipalidad Provincial de Camaná, Periodo 2021.</p> <p>Establecer la relación entre la empatía y la satisfacción del usuario en la Municipalidad Provincial de Camaná, Periodo 2021.</p>	<p>Calidad de servicios: Gil (2020) lo define como aquella frecuencia que se desarrolla entre colaboradores de una organización y los usuarios que asisten a ésta en busca de resolver sus problemas presentados, o adquirir productos, los cuales deben de recibir un servicio aceptable, adecuado, confiable, de tal forma que los clientes externos se sientan seguros, comprendidos ante la atención recibida.</p> <p>Satisfacción de los usuarios: Es el nivel resultante que tiene el usuario o cliente ante un servicio recibido que haya cumplido con sus expectativas, también lo define como el nivel del estado de ánimo de una persona al rendimiento percibido de una atención (Torres, 2018).</p>	<p>Hipótesis General</p> <p>H1: Si existe una relación entre calidad de servicio y la satisfacción del usuario en la Municipalidad Provincial de Camaná, Periodo 2021.</p> <p>Hipótesis Específicos</p> <p>La confiabilidad se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario en la Municipalidad Provincial de Camaná.</p> <p>La comunicación se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario en la Municipalidad Provincial de Camaná.</p> <p>Los elementos tangibles se relacionan significativamente con la satisfacción del usuario en la Municipalidad Provincial de Camaná.</p> <p>La empatía se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario en la Municipalidad Provincial de Camaná, Periodo 2021.</p>	<p>Variable independiente</p> <p>Calidad del servicio</p> <p>Indicadores:</p> <p>Confianza a los usuarios</p> <p>Cumplimiento de las necesidades</p> <p>Comunicación</p> <p>Servicio rápido</p> <p>Disponibilidad</p> <p>Instalaciones físicas</p> <p>Equipos modernos</p> <p>Apariencia de los colaboradores</p> <p>Atención individualizada</p> <p>Buen trato</p> <p>Interés y voluntad</p> <p>Variable Dependiente</p> <p>Satisfacción del usuario</p> <p>Indicadores:</p> <p>Servicio deseado</p> <p>Servicio recibido</p> <p>Servicio percibido</p> <p>Servicio justo</p> <p>Amabilidad</p> <p>Tener iniciativa</p> <p>Respeto</p> <p>Apoyo</p> <p>Solución al problema</p> <p>Aptitud y Actitud</p>	<p>TIPO</p> <p>Aplicada</p> <p>ALCANCE</p> <p>Correlacional</p> <p>MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN</p> <p>Alfa de Cronbach</p> <p>Spss</p> <p>DISEÑO</p> <p>Correlacional</p> <p>MUESTREO</p> <p>383 USUARIOS</p> <p>TÉCNICAS E INSTRUMENTOS</p> <p>Encuesta – Cuestionario</p>

CUESTIONARIO N°01

“La calidad del servicio y su relación con la satisfacción del usuario en la Municipalidad

Provincial de Camaná, Periodo 2021”

Encuesta para recolectar los datos necesarios de la variable Calidad del Servicio.

Participantes: Usuarios

Instrucciones: Se le solicita responder una serie de preguntas, por favor sírvase marcar con una X la respuesta que usted crea conveniente.

SIEMPRE	CASI SIEMPRE	A VECES	CASI NUNCA	NUNCA
5	4	3	2	1

N°	ÍTEMS	S	CS	A	CN	N
FIABILIDAD		5	4	3	2	1
1	¿Con que frecuencia los colaboradores brindan confianza para que realicen sus operaciones correspondientes?					
2	¿Se cumple con sus necesidades cuando acude a la Municipalidad Provincial de Camaná?					
CAPACIDAD DE RESPUESTA						
3	¿Se tiene una comunicación amena con el colaborador mientras se le escucha o registra inquietudes, problemas?					
4	¿Se le brinda un servicio rápido, donde no tenga que pasar horas en la Municipalidad Provincial de Camaná?					
5	¿Siente incomodidad cuando no obtiene un servicio rápido?					
6	¿Los colaboradores se encuentran con disponibilidad de respuesta para su atención?					
ELEMENTOS TANGIBLES						
7	¿Las instalaciones de la Municipalidad Provincial de Camaná, son cómodas para Uds.?					
8	¿Las oficinas de cada área cuentan con el espacio suficiente para que puedan transitar?					
9	¿Considera a la tecnología como elemento clave para mejorar la calidad de servicio?					
10	¿Considera que si se usa equipos modernos habrá mejor atención?					
11	¿La apariencia que se lleva Ud. del colaborador es importante?					
EMPATÍA						
12	¿La atención que se le brinda es individualizada?					
13	¿La atención que se le brinda es conjunto?					
14	¿Se prioriza el buen trato hacia el usuario?					
15	¿Con que frecuencia los colaboradores muestran interés y voluntad en las operaciones que va a realizar?					

CUESTIONARIO N.º 02

“La calidad del servicio y su relación con la satisfacción del usuario en la Municipalidad Provincial de Camaná, Periodo 2021”

Encuesta para recolectar datos necesarios de la variable Satisfacción del usuario.

Participantes: Usuarios

Instrucciones: Se le solicita responder una serie de preguntas, por favor sírvase marcar con una X la respuesta que usted crea conveniente.

SIEMPRE	CASI SIEMPRE	A VECES	CASI NUNCA	NUNCA
5	4	3	2	1

N.º	ÍTEMES	S	CS	A	CN	N
EXPECTATIVAS		5	4	3	2	1
1	¿El servicio que desea obtener por parte de los colaboradores de la Municipalidad Provincial de Camaná es satisfactorio?					
2	¿De acuerdo al servicio recibido con qué frecuencia se le brinda atención rápida?					
3	¿Se encuentra satisfecho con el servicio que ha recibido por parte del colaborador?					
4	¿Alguna vez ha percibido que se brinda preferencias de atención por tener conocidos o amigos dentro de la Municipalidad Provincial de Camaná?					
5	¿El servicio percibido del colaborador influye en su satisfacción?					
SEGURIDAD						
6	¿Con que frecuencia considera que los colaboradores se encuentran capacitados para brindarle una buena atención a los usuarios y se sientan satisfechos con ésta?					
7	¿Considera que se le brinda un servicio justo a cada usuario que acude a la Municipalidad Provincial de Camaná?					
8	¿Cuándo el colaborador lo atiende con amabilidad hace que se encuentre satisfecho por la atención recibida?					
9	¿Con que frecuencia el colaborador toma iniciativa para que otras áreas resuelvan sus quejas?					
10	¿Influye en su satisfacción que el colaborador tenga iniciativa de brindarle soluciones inmediatas?					
PERCEPCIÓN						
11	¿Con que frecuencia se siente tratado con respeto durante la atención que le brinda el colaborador?					
12	¿Cuándo no se le brinda el apoyo correspondiente hace que se sienta insatisfecho?					
13	¿Se relaciona el apoyo que le brinda el colaborador y su satisfacción al término de la atención?					
14	¿Se le brinda soluciones inmediatas, lo cual hace que se sienta satisfecho?					
15	¿La aptitud y actitud del colaborador influye en su satisfacción?					

Anexo 4. FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

- 1.1 Apellidos y nombres del experto: MEDINA REVILLA EUGENIO
- 1.2 Grado académico: MAGISTER
- 1.3 Cargo e institución donde labora: DOCENTE UAP FILIAL AREQUIPA
- 1.4 Título de la Investigación: LA CALIDAD DEL SERVICIO Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CAMANÁ, PERIODO 2021
- 1.5 Autor del instrumento: VERÓNICA VANESSA ARAGÓN ÁLVAREZ
- 1.6 Licenciatura/Maestría/Doctorado: LICENCIATURA
- 1.7 Nombre del instrumento: CUESTIONARIO

INDICADORES	CRITERIOS CUALITATIVOS/CUANTITATIVOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					x
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					x
3. ACTUALIDAD	Adecuado al alcance de ciencia y tecnología.					x
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					x
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad.					x
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del estudio.					x
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos Teóricos-Científicos y del tema de estudio.					x
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores, dimensiones y variables.					x
9. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del estudio.					x
10. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas en la investigación y construcción de teorías.					x
SUB TOTAL						x
TOTAL (PROMEDIO)						85%

VALORACION CUANTITATIVA (Total x 0.20): 0.17

VALORACION CUALITATIVA: APLICABLE

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: SI ES APLICABLE

Lugar y fecha: Arequipa, 20.10.2021


 MG. EUGENIO MEDINA REVILLA
 DOCENTE UNIVERSITARIO
 Posfirma
 DNI 29207426

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO
I. DATOS GENERALES

- 1.1 Apellidos y nombres del experto: GUTIERREZ MERCADO JOE OLGER
 1.2 Grado académico: DR. EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
 1.3 Cargo e institución donde labora: DOCENTE UAP
 1.4 Título de la Investigación: LA CALIDAD DEL SERVICIO Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CAMANÁ, PERIODO 2021
 1.5 Autor del instrumento: VERÓNICA VANESSA ARAGÓN ÁLVAREZ
 1.6 Licenciatura/Maestría/Doctorado: LICENCIATURA
 1.7 Nombre del instrumento: CUESTIONARIO

INDICADORES	CRITERIOS CUALITATIVOS/CUANTITATIVOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
11. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					x
12. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					x
13. ACTUALIDAD	Adecuado al alcance de ciencia y tecnología.				x	
14. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					x
15. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad.					x
16. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del estudio.					x
17. CONSISTENCIA	Basados en aspectos Teóricos-Científicos y del tema de estudio.					x
18. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores, dimensiones y variables.				x	
19. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del estudio.					x
20. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas en la investigación y construcción de teorías.					x
SUB TOTAL						x
TOTAL (PROMEDIO)						82%

VALORACION CUANTITATIVA (Total x 0.20): 0.164

VALORACION CUALITATIVA: APLICABLE

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: SI ES APLICABLE

Lugar y fecha: AREQUIPA 01/11/2021



Posfirma
DNI 2964901

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

- 1.1 Apellidos y nombres del experto: CHAMBI GUTIERREZ GERMAN DAVID
- 1.2 Grado académico: MAGISTER
- 1.3 Cargo e institución donde labora: COORDINADOR UAP
- 1.4 Título de la Investigación: LA CALIDAD DEL SERVICIO Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CAMANÁ, PERIODO 2021
- 1.5 Autor del instrumento: VERÓNICA VANESSA ARAGÓN ÁLVAREZ
- 1.6 Licenciatura/Maestría/Doctorado: LICENCIATURA
- 1.7 Nombre del instrumento: CUESTIONARIO

INDICADORES	CRITERIOS CUALITATIVOS/CUANTITATIVOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
21. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					x
22. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					x
23. ACTUALIDAD	Adecuado al alcance de ciencia y tecnología.					x
24. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					x
25. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad.					x
26. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del estudio.					x
27. CONSISTENCIA	Basados en aspectos Teóricos-Científicos y del tema de estudio.					x
28. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores, dimensiones y variables.					x
29. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del estudio.					x
30. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas en la investigación y construcción de teorías.					x
SUB TOTAL						x
TOTAL (PROMEDIO)						89%

VALORACION CUANTITATIVA (Total x 0.20): 0.178

VALORACION CUALITATIVA: APLICABLE

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: SI ES APLICABLE

Lugar y fecha: *AREQUIPA, 20-10-2021.*

[Handwritten Signature]
 Posfirma
 DNI *29627325*
 C.A.D. *4538*