



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

TESIS

**"CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL ÁREA
DE ATENCIÓN AL USUARIO DE LA MUNICIPALIDAD
PROVINCIAL MARISCAL NIETO, MOQUEGUA 2019"**

**PRESENTADO POR EL BACHILLER:
RAMOS MAMANI, MAX JONATHAN**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**ASESOR:
MG. EDUARDO YGNACIO ARRAYA CELIS**

TACNA - PERÚ

2021

DEDICATORIA

Quiero dedicar esta tesis a Dios por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación y así culminar con éxito mi tan anhelada carrera, por darme fuerzas ante las adversidades, salud y fortaleza en todo momento.

A todas las personas que me han apoyado y han hecho que el trabajo se realice con éxito en especial a aquellos que me abrieron las puertas y compartieron sus conocimientos.

AGRADECIMIENTO

A mi familia, por haberme dado la oportunidad de formarme como profesional y haber sido mi apoyo durante todo este tiempo.

De forma especial a mis mentores, por haberme guiado, no solo en la elaboración de este trabajo de titulación, sino a lo largo de mi carrera universitaria con su paciencia y su rectitud, brindándome el apoyo en mi crecimiento como persona, desarrollo profesional y así seguir cultivando valores.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación, titulado “Calidad de servicio y satisfacción del área de Atención al Usuario de la Municipalidad Provincial Mariscal Nieto, Moquegua 2019”, se ha desarrollado durante el período 2019, el cual tuvo como objetivo: Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del área de Atención al Usuario de la Municipalidad Provincial Mariscal Nieto 2019, mediante pruebas de cumplimiento de normas, revisión de documentos de gestión, aplicación de encuestas a los funcionarios y servidores. La metodología empleada fue: a) selección de instrumentos encuesta de percepción y construcción del cuestionario de verificación de normas; b) validación de los instrumentos descritos; c) realización de prueba piloto de los instrumentos; d) ejecución y desarrollo del estudio; y, e) análisis de datos. Los métodos utilizados fueron de acuerdo a la naturaleza de las variables cualitativas de la presente investigación, que corresponde a la observación, el análisis de contenido y para el contraste de la primera, segunda, tercera y cuarta hipótesis, una prueba de Chi cuadrado, por las características del estudio. Finalmente como resultado de la contrastación de las hipótesis se concluye que el nivel de satisfacción del área de Atención al Usuario, están asociados a la calidad de servicios en base a las dimensiones de capacidad de respuesta, cortesía y competencias personales de los trabajadores de la Municipalidad Provincial Mariscal Nieto, en consecuencia el cumplimiento total del procesamiento de atención ante el usuario es medianamente satisfactorio; obteniéndose una perspectiva clara de la situación actual sobre la calidad de servicio.

PALABRAS CLAVES

Calidad de servicio, satisfacción del área de Atención al Usuario, capacidad, cortesía, competencias.

ABSTRACT

This research work, entitled “Quality of service and satisfaction of the Customer Service area of the Mariscal Nieto Provincial Municipality, Moquegua 2019”, was developed during the 2019 period, which aimed to: Determine the relationship between the quality of service and satisfaction of the Customer Service area of the Mariscal Nieto Provincial Municipality 2019, through compliance tests, review of management documents, application of surveys to officials and servers. The methodology used was: a) selection of perception survey instruments and construction of the standards verification questionnaire; b) validation of the instruments described; c) pilot test of the instruments; d) execution and development of the study; and, e) data analysis. The methods used were according to the nature of the qualitative variables of the present investigation, which corresponds to the observation, content analysis and for the contrast of the first, second, third and fourth hypotheses, a Chi-square test, by The characteristics of the study. Finally, as a result of the hypothesis test, it is concluded that the level of satisfaction of the Customer Service area is associated with the quality of services based on the dimensions of responsiveness, courtesy and personal skills of the Municipality's workers. Provincial Mariscal Nieto, consequently the total fulfillment of the processing of attention to the user is moderately satisfactory; obtaining a clear perspective of the current situation on the quality of service.

KEY WORDS

Service quality, user satisfaction, ability, courtesy, skills.

ÍNDICE

| | |
|--|------|
| DEDICATORIA | i |
| AGRADECIMIENTO | ii |
| RESUMEN..... | iii |
| ABSTRACT..... | iv |
| ÍNDICE..... | v |
| ÍNDICE DE TABLAS | vii |
| ÍNDICE DE FIGURAS..... | viii |
| INTRODUCCIÓN..... | 1 |
| CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA | 3 |
| 1.1. Descripción de la realidad problemática | 3 |
| 1.2. Formulación del problema..... | 7 |
| 1.3. Objetivos de la investigación..... | 8 |
| 1.4. Justificación de la investigación | 9 |
| 1.5. Limitaciones del estudio | 11 |
| CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO | 12 |
| 2.1. Antecedentes de la Investigación..... | 12 |
| 2.2. Bases Teóricas | 19 |
| 2.3. Marco Conceptual | 36 |

| | |
|--|----|
| CAPÍTULO III: HIPÓTESIS Y VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN..... | 38 |
| 3.1. Hipótesis de la investigación | 38 |
| 3.2. Variables e indicadores | 39 |
| CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN..... | 42 |
| 4.1. Diseño metodológico..... | 42 |
| 4.2. Diseño Muestral | 43 |
| 4.3. Técnicas e instrumentos de la recolección de datos | 44 |
| 4.4. Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información | 45 |
| 4.5. Aspectos éticos | 46 |
| CAPÍTULO V: RESULTADOS | 47 |
| 5.1. Presentación de Resultados | 47 |
| REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 85 |
| ANEXOS..... | 89 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|--|----|
| Tabla 1: Servicio en plazo adecuado | 48 |
| Tabla 2: Recursos materiales suficientes | 49 |
| Tabla 3: Información de servicios..... | 50 |
| Tabla 4: Confianza y disposición de atención | 51 |
| Tabla 5: Lenguaje comprensible | 52 |
| Tabla 6: Trato respetuoso | 53 |
| Tabla 7: Dispuesto a ayudar a la gestión..... | 54 |
| Tabla 8: Trato cordial en la atención..... | 55 |
| Tabla 9: Preparación para solucionar situaciones de conflictos | 56 |
| Tabla 10: Honestidad y confianza | 57 |
| Tabla 11: Preparación de desempeño | 58 |
| Tabla 12: Dominio en el puesto de trabajo | 59 |
| Tabla 13: Resolución o priorización | 60 |
| Tabla 14: Solución satisfactorio..... | 61 |
| Tabla 15: Burocracia..... | 62 |
| Tabla 16: Servicio adecuado | 63 |
| Tabla 17: Solicitud atendida | 64 |
| Tabla 18: Necesidades y expectativas esperadas | 65 |
| Tabla 19: Conocimiento de necesidades prioritarias..... | 66 |
| Tabla 20: Soluciones a las necesidades..... | 67 |
| Tabla 21: Calidad de Servicio y Satisfacción Usuario | 68 |
| Tabla 22: Prueba chi-cuadrado v1 y v2 | 68 |

| | |
|---|----|
| Tabla 23: Capacidad de Respuesta y Satisfacción Usuaría | 70 |
| Tabla 24: Prueba chi-cuadrado d1 y v2 | 70 |
| Tabla 25: Cortesía y Satisfacción Usuaría | 72 |
| Tabla 26: Prueba chi-cuadrado d2 y v2 | 72 |
| Tabla 27: Competencias Personales y Satisfacción Usuaría..... | 74 |
| Tabla 28: Prueba chi-cuadrado d3 y v2 | 74 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| Figura 1: Servicio en plazo adecuado | 48 |
| Figura 2: Recursos materiales suficientes | 49 |
| Figura 3: Información de servicios | 50 |
| Figura 4: Confianza y disposición de atención | 51 |
| Figura 5: Lenguaje comprensible..... | 52 |
| Figura 6: Trato respetuoso | 53 |
| Figura 7: Dispuesto a ayudar a la gestión..... | 54 |
| Figura 8: Trato cordial en la atención..... | 55 |
| Figura 9: Preparación para solucionar situaciones de conflictos | 56 |
| Figura 10: Honestidad y confianza..... | 57 |
| Figura 11: Preparación de desempeño..... | 58 |
| Figura 12: Dominio en el puesto de trabajo | 59 |
| Figura 13: Resolución o priorización..... | 60 |
| Figura 14: Solución satisfactorio | 61 |

| | |
|--|----|
| Figura 15: Burocracia..... | 62 |
| Figura 16: Servicio adecuado | 63 |
| Figura 17: Solicitud atendida..... | 64 |
| Figura 18: Necesidades y expectativas esperadas | 65 |
| Figura 19: Conocimiento de necesidades prioritarias | 66 |
| Figura 20: Soluciones a las necesidades..... | 67 |
| Ilustración 21: Calidad de Servicio y Satisfacción Usuario..... | 69 |
| Ilustración 22: Capacidad de Respuesta y Satisfacción Usuaría..... | 71 |
| Ilustración 23: Cortesía y Satisfacción Usuaría | 73 |
| Ilustración 24: Competencias Personales y Satisfacción Usuaría | 75 |

INTRODUCCIÓN

La presente investigación, se ha realizado con el fin de mejorar la calidad de servicio y satisfacción del área de Atención al Usuario de la Municipalidad Provincial Mariscal Nieto, Moquegua 2019; el contenido de esta investigación y su propósito general, consiste en: Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del área de Atención al Usuario de la Municipalidad Provincial Mariscal Nieto, mediante pruebas de cumplimiento de normas, revisión de documentos de gestión, aplicación de encuestas y entrevistas a los funcionarios y servidores, su relevancia y aporte al conocimiento radican en evaluar sus efectos y proponer a los órganos de carácter público un instrumento idóneo que permita mejorar la calidad de servicio, ya que el procedimiento de atención y gestión representan un resultado indispensable para toda institución pública y su personal, ya que les permite cumplir con sus tareas de una forma objetiva, por ende, apegadas al principio de legalidad, fundamento que prevalece en el ejercicio de la función pública.

Con la finalidad de cumplir los objetivos planteados en el presente trabajo, dicha investigación se encuentra estructurada en capítulos que a manera de síntesis se desarrollan de la siguiente forma:

Inicialmente se presenta el Capítulo I que contempla, el problema de investigación, la formulación de problemas, los objetivos de la investigación y, por ende, la justificación del estudio y las limitaciones de la investigación. En el Capítulo II, contiene el marco teórico, en el cual se incluyen contenidos relevantes que sustentan la investigación, tales como: los antecedentes de la investigación, las bases teóricas y legales, así como las bases teóricas,

definición de términos, la formulación de hipótesis, y finalmente la determinación de variables.

En el Capítulo III, con el tipo y nivel de investigación establecido, el cual sustenta la estructuración y descripción de la metodología empleada en esta investigación, así como la población y muestra del estudio; establecido la observación, la entrevista y el cuestionario como principales técnicas e instrumentos para la recolección de datos; con lo cual el subsiguiente desarrollo de la investigación depende del procesamiento y análisis de datos producto generado por esta técnica e instrumento investigativo, para el logro de los objetivos planteados.

Por su parte el Capítulo IV, que corresponde a la presentación y análisis de los resultados, el cual contiene los resultados obtenidos mediante la aplicación de los instrumentos de recolección de datos, que responde a una especificidad metodológica tal, que el uso de listas de cotejo y de observación, denotan buena parte del reflejo tabulado de la información. Y en el Capítulo V que corresponde a las conclusiones y recomendaciones derivadas del trabajo de investigación, con los cuales se logran los objetivos de la investigación. Se incluye las referencias bibliográficas que soportan el marco teórico y los anexos donde se detallan los resultados de la investigación.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática

En un país como el nuestro, muchas empresas tanto públicas y privadas descuidan que los clientes queden satisfechos de los servicios que se ofrecen no solo empresas privadas si no también empresas públicas.

La calidad en los servicios públicos es una exigencia constitucional y una obligación indispensable de la Municipalidad. Esta tarea es una responsabilidad en conjunto tanto de todos los servidores públicos, en especial el Área de Atención al Usuario de toda Municipalidad, tiene un compromiso con la comunidad de brindar servicio de calidad y en un plazo adecuado, esto implica la mejora de las condiciones de atención al público que acude a la Municipalidad.

Los trabajadores deben tomar en cuenta que los usuarios son lo más importante de una institución, porque sin ellos no existiría organización, pongamos un ejemplo; de qué pasaría cuando un usuario deja de pagar impuestos, arbitrios municipales y otros,

simplemente la Municipalidad estaría en un déficit; es por eso de suma importancia brindar servicios de calidad a los usuarios y satisfacer todas sus expectativas.

Hoy los ciudadanos han dejado de ser los administrados, más o menos conformes con los servicios que les daba la administración pública y han pasado a ser ciudadanos clientes, que saben que pagan; en consecuencia, exigen además servicios de calidad. Así, la administración pública se convierte en proveedora de servicios para un mercado de ciudadanos que le demanda calidad.

Cuando la Municipalidad se plantea la mejora de un servicio determinado, desde la creación del Área de Atención al Usuario, partió desde su propia información y criterios, programa una determinada calidad para el servicio; por ejemplo, el horario de atención, el espacio físico; la cual denominaremos calidad programada. De la misma manera, los ciudadanos usuarios que reciben el servicio, también se forman una idea sobre la calidad de servicio que tendrían que recibir; lo que llamaremos la calidad esperada. Cuando, estas dos calidades, la programada por la institución pública y la esperada por el usuario, no coinciden podemos llamar "insatisfacción del área de Atención al Usuario" y si coinciden diremos que se ha satisfecho las necesidades y expectativas del área de Atención al Usuario.

Si lo observamos desde el punto de vista del ciudadano, lo que se ve al final del proceso de la calidad ejecutada y también la calidad tomada por los usuarios. A pesar de muchos esfuerzos que haya hecho la Municipalidad, para hacer coincidir la calidad tomada, con lo que había programado; y si ésta no satisface la demanda de calidad que exigen los usuarios de nada serviría que hablemos de la satisfacción, porque no se cubrió las necesidades y requerimientos del área de Atención al Usuario. No siempre puede ocurrir

que la calidad tomada coincida con la esperada, porque cada vez que se atiende una necesidad surge otra necesidad.

Para la municipalidad, lo más importante es justamente conseguir que la calidad de servicio finalmente tomada por los usuarios coincida con la que ellos esperaban; a esto se le llama "satisfacción". La mejora de la calidad en la institución pública actualmente ya no se puede basar únicamente en mejoras de planificación, organización, dirección y control, como se observó, si no hay que mejorar desde el Área de Atención al Usuario, como el talento humano, materiales de trabajo, infraestructura, preparación psicológica de los trabajadores, trato a los usuarios y procurando de hacer coincidir todo lo ejecutado con lo que habíamos programado y asegurarse que el usuario reciba servicio de calidad como los que él esperaba. Para hacer esto es evidente; primero conocer qué es lo que esperan los ciudadanos, conocer su expectativa y sus necesidades. Solamente así podremos adaptar nuestra programación a su calidad esperada.

Se observó mucha insatisfacción del área de Atención al Usuario porque no se prioriza sus necesidades importantes que aquejan al distrito; pues que seguramente habrá buenas razones para no hacerlo tal vez presupuestarias, técnicas, de valores; y se tienen que comunicar estas razones para ajustar la expectativa del área de Atención al Usuario; es decir, no generar o crear una falsa expectativa, solo ofrecer lo que está al alcance de la Municipalidad. Si se consigue, hacer coincidir la calidad programada con la que los usuarios esperan, en ese caso consideraremos se cumplió con la calidad programada, quiere decir que la dirección por objetivos, control de gestión, se consiguió exactamente todo lo que teníamos programado; seguro que al final del proceso la calidad tomada por los ciudadanos estará muy próxima a la que ellos esperaban. Es decir, estarán satisfechos

y se habrá conseguido el objetivo de satisfacer las necesidades del área de Atención al Usuario.

En la Municipalidad Provincial Mariscal Nieto de la Región Moquegua, el desempeño profesional específicamente en la Municipalidad de esta Provincia, es un tanto deficiente ya que muchos señalan que el área de Atención al Usuario finalmente sus necesidades no fueron atendidas, y si fueron atendidas también les demoró mucho tiempo. Se observó también que algunos servidores públicos o trabajadores, desconocen sus funciones, no están capacitados en el área que se desempeñarán, porque en realidad actualmente, los trabajadores de las instituciones públicas como la municipalidad y otras, son contratados por favores políticos, y no así por una adecuada selección de personal.

En la Municipalidad de la Provincia de Mariscal Nieto, la situación es preocupante, porque tenemos usuarios insatisfechos con el servicio prestado, porque no se brinda la calidad de servicio al usuario y mucho menos los trabajadores tienen conocimiento de la atención al público (el trato y la amabilidad) que tienen que brindar a cada usuario que viene a resolver o solicitar su demanda a la Municipalidad, lo cual es muy importante y primordial para hablar de calidad de servicio. Se observó a los ciudadanos salir de la municipalidad, quejándose de la demora, el trato, que no fueron atendidos sus demandas y consideran que el servicio que se brinda es inadecuado en la municipalidad, manifiestan que hay muchos trámites burocráticos de sus documentos la cual no contribuye a la rápida atención de las demandas esperadas desde el Área de Atención al Usuario y también a lograr satisfacer las expectativas o demandas del usuario.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema principal

¿Cómo se relaciona la calidad de servicio y la satisfacción del área de Atención al Usuario de la Municipalidad Provincial Mariscal Nieto de Moquegua, 2019?

1.2.2. Problemas específicos

- ¿Existe relación entre la capacidad de respuesta de los trabajadores y la satisfacción del área de Atención al Usuario en la Municipalidad Provincial de Mariscal Nieto de Moquegua, 2019?
- ¿Existe relación entre la cortesía y la satisfacción del área de Atención al Usuario en la Municipalidad Provincial Mariscal Nieto de Moquegua, 2019?
- ¿Existe relación entre las competencias personales y la satisfacción del área de Atención al Usuario en la Municipalidad Provincial Mariscal Nieto, 2019?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo general

Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del área de Atención al Usuario de la Municipalidad Provincial Mariscal Nieto, 2019.

1.3.2. Objetivos específicos

- Determinar la relación entre la capacidad de respuesta de los trabajadores y la satisfacción del área de Atención al Usuario en la Municipalidad Provincial Mariscal Nieto, 2019.

- Determinar la relación entre la cortesía y la satisfacción del área de Atención al Usuario en la Municipalidad Provincial Mariscal Nieto, 2019.

- Determinar la relación entre las competencias personales y la satisfacción del área de Atención al Usuario en la Municipalidad Provincial de Mariscal Nieto, 2019.

1.4. Justificación de la investigación

1.4.1. Importancia de la investigación

En la presente investigación, se determinará la relación que existe de la calidad de servicio y satisfacción del usuario. El interés por el estudio de este tema surgió ante el acontecimiento frecuente de problemas por obras inconclusas, mala calidad de materiales, malos estudios no acorde a la necesidad de la población, otras y deficiente atención a los usuarios de la Municipalidad; es por ello que la institución, tiene que preocuparse por brindar un servicio de calidad para poder generar niveles altos de satisfacción de usuarios desde el Área de Atención al Usuario. En caso contrario, como se observó, habrá muchos usuarios insatisfechos y esto puede repercutir en la conducta o comportamiento de los mismos.

En la actualidad en nuestro país podemos ver a diario ciudadanos quejándose de los malos servicios que recibieron y que sus demandas no son satisfechas como ellos desean y necesitan. Está sucede cuando el gobierno no consulta y programa las necesidades de acorde a las demandas de los ciudadanos. Porque la calidad de servicio es un sistema orientado a los procesos construido desde el momento del requerimiento del usuario y hasta lograr satisfacer las necesidades de acorde a lo programado y sin desviaciones. Estos requerimientos pueden medirse y las desviaciones durante el proceso de prestación de servicios, pueden prevenirse mediante procesos de mejoras o

rediseños. Se busca la excelencia en todos los procesos de gestión, en las operaciones y en los procesos administrativos, y hasta llegar a satisfacer al usuario final sus demandas.

La satisfacción desde el área de Atención al Usuario es la sensación que tienen de que sus necesidades han sido cubiertas, también se puede decir, es el grado de cumplimiento por parte de la municipalidad, respecto a las expectativas que ellos esperan.

La finalidad de la investigación será conocer la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del área de Atención al Usuario, cuál se podrá tomar en cuenta por la Municipalidad Provincial Mariscal Nieto, y de esa manera, mejorar la calidad de los servicios, buena atención, dentro de la Municipalidad a todos los usuarios que a diario acuden a solicitar sus necesidades y resolver sus problemas que le aquejan.

1.4.2. Viabilidad de la investigación

La viabilidad de la presente investigación, es de factibilidad alta, ya que se dispone de los recursos financieros, materiales y humanos garantizados por el investigador, que es el más interesado en que se desarrolle el trabajo planteado.

Referente a los recursos financieros, ellos serán asumidos íntegramente y exclusivamente por el autor de la tesis, los cuales tienen disponibilidad inmediata.

Los recursos materiales necesarios, como papel bond, lapiceros, folders, memoria portátil, baja lenguas y otros, asimismo los servicios de tipeo e impresión, equipo de cómputo, internet, movilidad, telefonía; todos ellos están asegurados y de disponibilidad inmediata.

En lo referente a los recursos humanos disponibles, se tiene en cuenta al investigador, quien se encuentra muy dispuesto a la realización de la tesis, un Asesor de investigación el cual será otorgado por la Universidad “Alas Peruanas”, un asesor estadístico, un asesor gramatical y otro de figuras de apoyo. Todos ellos se encuentran disponibles y con el tiempo suficiente que requiera la ejecución.

1.5. Limitaciones del estudio

Hasta el momento el estudio no ha tenido limitaciones, por lo que la Municipalidad Provincial Mariscal Nieto de Moquegua, el jefe de área de personal, como el personal del Área de Atención del Usuario, como el personal en general, están interesados por la realización de la investigación, ya que se le explicó los objetivos que persigue el trabajo.

La reunión de información sobre la programación y ejecución de la tesis se hará posteriormente en reunión convocada, considerando el total de usuarios que se consideraron en la población.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

El desarrollo del presente capítulo presenta los antecedentes relacionados a la investigación, que se organizó por efecto de la revisión de diversas fuentes bibliográficas, mediante la búsqueda, selección y consulta, se realizó la extracción y recopilación de las citas correspondientes, el cual tiene como propósito dar a la investigación un sistema coordinado y coherente de conceptos y proposiciones que permiten abordar el problema planteado, así como las bases teóricas correspondientes a las variables e indicadores en estudio, aportados por diferentes autores especialistas en la temática referida.

2.1. Antecedentes de la Investigación

2.1.1. Antecedentes internacionales

Según Ros (2016) en su investigación titulada “Calidad percibida y satisfacción del usuario en los servicios prestados del área de asesoría de proyectos”

En este trabajo de investigación presentan las conclusiones obtenidas en el análisis empírico y se discuten los resultados. En primer lugar, se señalan las

conclusiones relativas a la validación de los instrumentos de medida empleados en esta investigación considerando una mediana satisfacción de usuarios del área de asesoría de proyectos. En segundo lugar, se muestran las conclusiones en relación a la valoración que los usuarios realizan sobre los distintos aspectos del servicio entre la atención y confianza en el servicio. En tercer lugar y último lugar, se reflejan las conclusiones sobre las relaciones que se producen entre las variables analizadas con el fin de mejora.

Según Armada (2015) en su investigación titulado “La Satisfacción del Usuario como indicador de Calidad en el Servicio Municipal de deportes, percepción, análisis y evolución”.

En general el valor medio de satisfacción percibida por los usuarios de las instalaciones deportivas del ayuntamiento de Cartagena es alto. Apreciándose pequeñas diferencias a favor de los usuarios en el año 1991 que lo perciben de forma superior a los usuarios de 2015.

Las variables edad y profesión presentan un índice elevado de satisfacción, constatando que la valoración de la actividad realizada en el servicio municipal es ligeramente superior en la actualidad, aunque no se aprecian diferencias estadísticamente significativas con el ejercicio 1991.

Los resultados sobre la información recibida de las actividades deportivas nos indican mejores niveles de satisfacción percibida en los alumnos de 1991, siendo un aspecto en el que existen diferencias significativas con el que están en

desacuerdo la generalidad de los ciudadanos que usan el servicio es con la información que se les ofrece desde las instalaciones municipales.

Según Álvarez (2004). en su investigación titulado “Calidad en el Servicio de Atención al Cliente en una Empresa Química Industrial”; llega a las siguientes conclusiones:

Se puede consumir este trabajo mencionado, algo nada espectacular y que todos sabemos la calidad en el servicio a clientes, es indispensable y es necesario medirla, ya que lo que no se puede medir, no se puede controlar, también es imprescindible recalcar que la calidad si bien no es fácil de obtenerla, tampoco es difícil, y que ciertamente el no tenerla les perjudica cuantiosa suma de dinero, y obviamente esto va en contra de los objetivos de cualquier organización.

Según Álvarez (2012). en su investigación titulado “Satisfacción de clientes y usuarios con el servicio ofrecido en redes de supermercados gubernamentales, llegó a la siguiente principal conclusión:

El cliente percibe que el servicio supera lo esperado en cuanto a la dimensión Fiabilidad, ya que la visualización de los precios de los productos es clara y atractiva, informando puntualmente las promociones u ofertas existentes y destacándose en la entrega de tickets de compra claros y detallados.

Para esta dimensión los clientes perciben que el servicio es peor al esperado en relación a las transacciones de venta, es decir el tiempo de espera para acudir a la cancelación en las cajas de salida.

2.1.2. Antecedentes nacionales.

Según Ramirez (2016) En su investigación titulado “Calidad de servicio y satisfacción del usuario del área de Farmacia del Hospital Santa Gema de Yurimaguas, 2016”, llegó a las siguientes conclusiones:

Se determina que existe una relación directa y positiva con un coeficiente de 0.2705 entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario del área de Farmacia del hospital Santa Gema de Yurimaguas, 2016 es decir cuanto mejor es el servicio brindado, mayor es la satisfacción de los pacientes, permitiendo así la relación entre la empatía, seguridad, tangibilidad y confiabilidad de la calidad de servicio, evidenciando que a mayor confianza brindada a través de la solución de los problemas de salud que aquejan al usuario, mayor será la satisfacción que posean.

Según Ñahuirima (2015) En su investigación titulado: Calidad de servicio y satisfacción del cliente de las pollerías del distrito de Andahuaylas, provincia de Andahuaylas, región Apurímac, llegó a las siguientes conclusiones:

Que existe relación significativa entre las variables calidad de servicio y satisfacción del cliente de las pollerías del distrito de Andahuaylas, provincia de Andahuaylas, región Apurímac, considerando la evidencia física del servicio, fiabilidad, capacidad de respuesta como la empatía.

Según Luján (2011). En su investigación titulado “Nivel de satisfacción según expectativas y percepciones de la calidad de servicio de salud en los usuarios externos de la unidad de cuidados intensivos del instituto nacional de salud del niño 2011”, llegó a las siguientes conclusiones:

- Se determinó que el nivel de satisfacción global es poco satisfactorio, lo que ocasiona un nivel de baja calidad de servicio de salud.
- Se identificó que los elementos tangibles, brinda poca satisfacción, lo que ocasiona un nivel de baja calidad de servicio de salud.
- Se precisa que el grado de fiabilidad, es de poca fiabilidad para el usuario externo por el servicio prestado, lo que ocasiona un nivel de baja calidad de servicio de salud.
- Se observó que el personal de la Institución, tienen adecuada disposición, en la atención rápida al usuario externo, ocasionando un nivel de alta calidad de servicio de salud
- Se identificó, que, al usuario externo, le inspira poca seguridad, en la atención de su paciente crítico, lo que ocasiona un nivel de baja calidad de servicio de salud.

Según Monchón (2013). En su investigación titulada “Nivel de calidad del cuidado enfermero desde la percepción del usuario, servicio de emergencia. Hospital III- Es salud Chiclayo-2013”, llegó a las siguientes conclusiones:

- Queda evidenciado que el Nivel de Calidad del Cuidado Enfermero, desde la percepción del usuario en el servicio de Emergencia del H.N.A.A.A es bajo con un resultado de 64,18%; es decir que existe una clara insatisfacción del usuario por tanto las expectativas del paciente no han sido superadas.
- De las 5 dimensiones propuestas por Donavedian para medir el nivel de calidad, la dimensión empatía presentó el mayor porcentaje en cuanto a nivel de calidad BAJO y la dimensión seguridad obtuvo el mayor porcentaje en cuanto a nivel de calidad ALTO
- En la Dimensión de Fiabilidad existe un bajo nivel de calidad del cuidado enfermero con una brecha de -0,92, además de todos los ítems pertenecientes a esta dimensión el ítem “el enfermero brinda información clara” mostró el mayor porcentaje de usuarios insatisfechos.
- En la Dimensión de Seguridad existe un bajo nivel de calidad del cuidado enfermero con una brecha de -0.98, además de todos los ítems pertenecientes a esta dimensión el ítem “El enfermero protege y cuida la intimidad del paciente” mostró el mayor porcentaje de usuarios insatisfechos.
- En la Dimensión de Capacidad de respuesta existe un bajo nivel de calidad del cuidado enfermero con una brecha de -0,92, además de todos los ítems pertenecientes a esta dimensión el ítem “El enfermero acude cuando el paciente lo necesita” mostró el mayor porcentaje de usuarios insatisfechos.

- En la Dimensión de Empatía existe un bajo nivel de calidad del cuidado enfermero con una brecha de -1,01, además de todos los ítems pertenecientes a esta dimensión el ítem “El enfermero es capaz de entablar una relación de confianza con el familiar” mostró el mayor.

Según Huisa (2003). En su investigación titulada “Satisfacción del usuario externo sobre la calidad de atención de salud en el hospital de la base naval Callao”, llegó a las siguientes conclusiones:

- La mayoría del área de Atención al Usuario externos estuvieron satisfechos con respecto a la dimensión humana de la calidad de atención de salud de la consulta externa en el Hospital de la Base Naval del Callao. Los ítems relacionados con el correcto uso del uniforme por el personal de salud (que favorece la interacción entre los proveedores y usuarios) y el respeto a la privacidad del paciente, tuvieron un impacto positivo en la satisfacción del usuario externo en esta dimensión.
- La mayoría del área de Atención al Usuario no estuvieron satisfechos con respecto a la dimensión técnico-científica de la calidad de atención de salud de la consulta externa en este nosocomio. Los resultados relacionados con la provisión de Farmacia de todos los medicamentos recetados por el médico y el tiempo de espera tuvieron un impacto muy negativo en esta dimensión.
- La mayoría del área de Atención al Usuario estuvieron satisfechos con respecto a la dimensión del entorno de la calidad de atención de salud de

la consulta externa en este hospital. La limpieza y orden del consultorio, y la limpieza de la sala de espera son los ítems que tuvieron un impacto positivo en la satisfacción del usuario externo en esta dimensión.

En relación con el objetivo de este estudio, los resultados de este trabajo concluyen que la mayoría del área de Atención al Usuario externos se encuentran satisfechos con la calidad de atención de salud de la consulta externa en el Hospital de la Base Naval del Callao. Esta satisfacción estuvo influenciada positivamente por los ítems relacionados con la limpieza y orden del consultorio, y por la limpieza de la sala de espera; y, negativamente por la provisión en Farmacia de todos los medicamentos recetados por el médico y el tiempo de espera.

2.2. Bases Teóricas

Esta segunda sección presenta los contenidos teóricos obtenidos a través del análisis exhaustivo de los enfoques, teorías o conocimientos afines que se relacionan con el problema investigado, estos fundamentos teóricos permiten respaldar, conceptualizar, analizar y explicar los diferentes postulados teóricos que sustentan este estudio y, por ende, con las variables existentes.

2.2.1. Calidad de servicio

Teoría de William Edwards Deming registrado como fuente Deming (2009) define a la calidad como la base de una economía sana, ya que las mejoras a la calidad crean una reacción en cadena que al final genera crecimiento en el nivel del empleo. Para el control de calidad como “la aplicación de principios y técnicas estadísticas en todas las etapas de producción para lograr una manufactura económica con máxima utilidad del producto por parte del usuario” enfocándose en descubrir mejoras en la calidad de los productos y servicios.

Según Deming: A Mayor Calidad, Menores Costos = Mayor Productividad. Mejoró el círculo de calidad, propuesto por Shewhart donde transforma en un proceso de mejora continua, ya que se analiza cada parte del proceso para ver cuál es la problemática y atacarlo de raíz, a través de 4 etapas las cuales son “Planear, Hacer, Verificar y Actuar” y de esta manera mejorar y evitar futuros errores, y una vez que se logren los objetivos del primer esfuerzo hay que seguirlo estableciendo, y no dejar de seguir el proceso.

Aporto una serie de puntos como el desarrollo de los 14 principios para que la administración conduzca a la empresa a una posición de productividad y competitividad, los cuales son:

1. Cree una constancia del propósito para el mejoramiento del producto y del servicio.
2. Adopte la nueva filosofía.

3. Deje de depender de la inspección para lograr calidad.
4. Minimice el coste total operando con un solo proveedor; termine con la práctica de asignar operaciones sólo sobre la base del precio.
5. Mejore constantemente y para siempre cada proceso.
6. Instituya la capacitación en la función.
7. Adopte e instituya el liderazgo.
8. Elimine el temor.
9. Derribe las barreras entre las áreas del personal.
10. Elimine los eslóganes, las exhortaciones y los objetivos para la plantilla.
11. Elimine las cuotas numéricas para los trabajadores y las metas numéricas para la dirección.
12. Elimine las barreras que impiden que el personal experimente orgullo por la tarea. Elimine el sistema de calificación anual.
13. Instituya un vigoroso programa de capacitación y auto superación para todo el personal.
14. Haga trabajar a todo el personal de la compañía para lograr la transformación.

2.2.2. Calidad de servicio al usuario

Según Schneider y White. (2004) , indica que la calidad es la habilidad para alcanzar la excelencia innata dentro de un proceso de producción siguiendo especificaciones y lineamientos estandarizados, sin embargo, en el ámbito

de los servicios de comida rápida , esta se vuelve un poco más subjetiva dado que para brindarla, los establecimientos necesitan identificar primero las necesidades, deseos y expectativas de sus clientes. En vista de que el cliente es el único que puede juzgar la calidad del servicio que recibe, es importante que los administradores de los establecimientos tomen en cuenta las percepciones que los clientes forman gracias a la experiencia, el proceso y el resultado del servicio que reciben durante su visita.

Kotler (2005), mencionan que la calidad en el servicio de un restaurant debe ser funcional, a la hora de la entrega del servicio, y técnica, en el momento en que el comensal percibe la calidad de los alimentos que recibe durante la transacción del servicio.

2.2.3. Calidad

Según Riveros (2007). Manifiesta que “para lograr una mayor calidad las empresas deben mejorar su software, hardware y el talento humano.

El hardware se mejora mediante aportes de capital para comprar los equipos, sistemas y materiales que permitan contar con la tecnología apropiada

El software se refiere a los procedimientos en general y se puede mejorar a través de las personas. El talento humano puede asumir nuevos procedimientos o desarrollarlos, de acuerdo con su nivel de conocimiento, pericia y creatividad

El talento humano se mejora solamente mejorando el nivel de conocimientos de las personas y buscando la mejor actitud en el desempeño de las funciones”

Según Evans & Lindsay (2000). Menciona sobre calidad:

Es una mezcla de perfección, consistencia, eliminación de desperdicio, rapidez de entrega, cumplimiento de políticas y procedimientos, proporcionar un producto bueno y utilizable, hacerlo bien a la primera, agradar o satisfacer a los clientes, servicio total al cliente.

Según Sosa (2006). Establece que la calidad no es un atributo de los productos ni de los servicios, sino una característica de las personas, se puede asegurar que: donde haya una persona haciendo algo, lo podrá hacer con calidad, la gente de calidad produce artículos de calidad y ofrece servicios de calidad.

Según Jhon (2012). Menciona sobre calidad de servicio: “Hechos, actividades o desempeño”

Actitud formada por medio de una evaluación general a largo plazo del desempeño de una empresa.

La calidad del servicio ofrece una manera de alcanzar el éxito entre los servicios en competencia. En particular, cuando un número reducido de empresas ofrece servicio casi idéntico y compiten en un área pequeña, establecer la calidad en el servicio es la única manera de distinguirse

Según Kurtz (2012). “Se refiere a la calidad esperada y tomada de una oferta de servicio, y tiene un efecto considerable sobre la competitividad en una empresa”

2.2.4. Características del servicio de calidad

Según Anierte, (2013). Algunas de las características que se deben seguir y cumplir para un correcto servicio de calidad, son las siguientes:

2.2.5. Dimensiones de la Calidad

Según (Sandoval., 2006). Dimensiones de la calidad.

- **Confiabilidad:** Consiste en respetar lo prometido al cliente, así como los niveles de exactitud requeridos, otorgando el producto o servicio de acuerdo con lo previsto y estipulado. Se obtiene al cumplir al cliente con lo que el producto o servicio ofrece.
- **Comprensión:** Implica la realización de esfuerzos serios para proveer atención esmerada e individual.
- **Capacidad de respuesta:** Es la voluntad o disponibilidad para brindar servicio en el tiempo asignado, procesando operaciones rápidamente y respondiendo rápidamente a las demandas.
- **Competencia:** Consiste en poseer las habilidades y conocimientos requeridos para desempeñar el servicio, como destrezas del personal que atiende a los clientes, conocimientos y habilidades del

personal de soporte y, por supuesto, capacidad de los directivos.

- **Accesibilidad:** Se refiere a la facilidad de contacto y acercamiento, a no hacer esperar a los usuarios. Se logra con una atención expedita al cliente, una ubicación conveniente y el establecimiento de horas adecuadas de atención.
- **Credibilidad:** Desempeñarse con veracidad y honestidad, con objeto de lograr la satisfacción de las necesidades de los clientes. Comprende el producto o servicio, la reputación de la empresa y las características del producto. El cliente debe poseer la seguridad de que su elección realmente fue correcta.
- **Cortesía:** Se refiere a la amabilidad con que se trata a los clientes, lo que infunde confianza. La cortesía sin eficiencia o la eficiencia sin cortesía no tienen el impacto positivo que puede tener la combinación de estas características.
- **Tangibilidad:** Evidencia de los beneficios que obtuvo el cliente al comprar el producto o servicio.
- **Empatía:** La empatía va más allá de la cortesía: consiste en ponerse en el lugar del cliente para satisfacer sus expectativas. Es un compromiso con el cliente, es el deseo de comprender sus necesidades y encontrar la respuesta más adecuada. La empatía implica un servicio esmerado e individualizado.
- **Responsabilidad:** Servir al cliente pronto y eficazmente. Cuando los clientes no pueden comunicarse con la empresa debido a la

burocracia, o cuando sus necesidades no son atendidas, perciben escasa responsabilidad.

Según Llovera (2007). Menciona a Edwards Deming y conceptualiza la calidad como:

La calidad es tangible, medible y es clave para la competitividad ya que induce directamente en el aumento de productividad y reducción de costo.

La filosofía se caracteriza por los siguientes aspectos: la calidad aumenta y por lo tanto bajan los costos y los ahorros se le pueden pasar al consumidor.

- Debe iniciarse en la alta dirección.
- Todo el personal de la organización debe participar.
- Está basado en proceso continuo de mejoras.
- Es de bases científicas.
- Tiene por objeto servir siempre mejor al cliente.

Su metodología contempla la investigación del consumidor por medio de las encuestas periódicas y evaluación de cambios de mercado. Presentado el Ciclo de Deming (14 puntos de Deming para transformar la empresa).

- Ser consistentes.

- Adoptar una filosofía.
- Incorporar la calidad desde la primera operación
- Reducir costo.
- Capacitación.
- Liderazgo.
- Elimine el temor y la incertidumbre.
- Crear grupos de trabajo.
- Elimine objetivos numéricos.
- Elimine cuotas de trabajo.
- Elimine la administración por objetivos.
- Promover la responsabilidad en el trabajador y los directivos.
- Elaborar un programa de auto desarrollo.
- Mejorar la empresa mediante la integración y mejora continua.

2.2.6. Servicio

Según Sanguesa (2006). Menciona sobre el servicio que son un tipo especial de producto. Un servicio es el resultado de llevar a cabo necesariamente al menos una actividad en la interfaz entre el proveedor y el cliente y generalmente es intangible.

Según Betancourt (2010). Menciona que: “El termino servicio proviene de latín servitum y define a la acción y efecto de servir. También permite referirse a la prestación humana que satisface alguna necesidad social y que no consiste en la producción de bienes materiales”

Según Stanton (2000). Menciona sobre el servicio, “Son actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades”.

2.2.7. Características del servicio

La característica básica de los servicios, consiste en que éstos no pueden verse, probarse, sentirse, oírse ni olerse antes de la compra.

Según Berry (1989). Detallan que el servicio tiene cuatro características:

- a) **Intangibilidad:** Los servicios son intangibles. Al contrario de los artículos, no se le puede tocar, probar, oler o ver. Los consumidores que van a comprar servicios, generalmente no tienen nada tangible que colocar en la bolsa de la compra. Cosas tangibles como las tarjetas de crédito plásticas o los cheques pueden representar el servicio, pero no son el servicio en sí mismas.
- b) **Heterogeneidad:** Los servicios varían al tratarse de una actuación normalmente llevada a cabo por seres humanos, los servicios son difíciles de generalizar, incluso los cajeros más corteses y competentes pueden tener días malos por muchas razones, e

inadvertidamente pasar malas vibraciones al cliente o cometer errores.

- c) **Inseparabilidad:** Un servicio generalmente se consume mientras se realiza, con el cliente implicado a menudo en el proceso. Una deliciosa comida de restaurante puede estropearla un servicio lento o malhumorado, y una transacción financiera rutinaria puede echarse a perder por una cola de espera inacabable o un personal sin preparación.
- d) **Imperdurabilidad:** La mayoría de los servicios no se pueden almacenar. Si un servicio no se usa cuando está disponible, la capacidad del servicio se pierde.

Según Web.net (2018) define el servicio:

Esta característica dificulta una serie de acciones que pudieran ser deseables de hacer: los servicios no se pueden inventariar ni patentar, explicados o representados fácilmente, etc., o incluso medir su calidad antes de la prestación.

- a) **Intangibles:** No se conoce su calidad y resultado hasta que se recibe, no se pueden sentir, percibir, oler y oírse. Esta es la característica más básica de los servicios. Consiste en que éstos no pueden verse, probarse, sentirse, oírse, ni olerse antes de la compra. Esta característica dificulta una serie de acciones que pudieran ser deseables de hacer: los servicios no se pueden inventariar ni

patentar, ser explicados o representados fácilmente, etc. incluso medir su calidad antes de la prestación.

- b) **Simultaneidad:** Se consumen en el mismo momento en que se producen
- c) **Personales:** Lo que genera que ningún servicio prestado es exactamente igual, depende de su emisor como de su receptor, y de las necesidades de cada uno, el servicio no siempre es diferente conforme se encuentre el estado de la persona que lo percibe o la que se dirige.
- d) **Intransferibles:** Un servicio prestado no permite ser transferido a otro.
- e) **Heterogeneidad (o variedad):** Dos servicios similares nunca serán idénticos o iguales. Esto por varios motivos: Las entregas de un mismo servicio son realizadas por diferentes personas a otras personas, en momentos y lugares distintos. Cambiando uno solo de estos factores, el servicio ya no es el mismo, incluso cambiando sólo el estado de ánimo de la persona que entrega o la que recibe el servicio. Por esto es necesario prestar atención a las personas que prestarán los servicios a nombre de la empresa.
- f) **Inseparabilidad:** En la producción y el consumo son parcial o totalmente simultáneos. A estas funciones muchas veces se puede agregar la función de venta. Esta inseparabilidad también se da con la persona que presta el servicio. No se pueden separar los servicios

de los mismos servicios. En los servicios la producción y el consumo son parcial o totalmente simultáneos. A estas funciones muchas veces se puede agregar la función de venta. Esta inseparabilidad también se da con la persona que presta el servicio.

Según Riveros (2007). La calidad del servicio que se brinda a los clientes depende de los métodos utilizados para satisfacer sus necesidades y superar sus expectativas. Por ser el cliente el punto focal del sistema, todos los elementos de éste deben orientarse al cliente

Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo.

Elementos del Servicio al Cliente:

- Contacto cara a cara
- Relación con el cliente
- Correspondencia
- Reclamos y cumplidos
- Instalaciones

Según Ivancev (1996). El servicio, es la conformidad del servicio con las especificaciones y expectativas del usuario. Tal solo satisfaciendo

las expectativas del cliente se podrá la organización prestar servicios de calidad.

2.2.8. Elementos del servicio al cliente

Según Mejia (2009). Elementos del servicio al cliente

- a) **Contacto cara a cara.** Es importante que la persona que atenderá al cliente, siempre presente una sonrisa y ponga toda su atención en lo que le dirá.
- b) **Relación con el cliente.** Una buena relación que se ofrezca, le dará más confianza para establecer lazos con la empresa y a consecuencia de ello, adquirir más frecuentemente los productos y servicios que se ofrezcan por la organización.
- c) **Correspondencia.** Es importante mantener comunicado al cliente, como responder todas sus inquietudes y dudas.
- d) **Reclamos y cumplidos.** Cuando se promete algo se debe de cumplir, de lo contrario se perderá la credibilidad y confianza en la organización.
- e) **Instalaciones.** Cuando se acude a un lugar limpio, ordenado, que huele bien y es agradable, ocasiona confianza, confort y seguridad. Por ello pensemos que se debe de acondicionar el lugar para producir esas sensaciones.

2.2.9. Satisfacción

Según Zambrano (2007). Expresa que “los indicadores de calidad, miden el nivel de satisfacción del área de Atención al Usuario o de los clientes, con respecto a un producto. En este caso se aplican encuestas dirigidas a la obtención de dicha información”. La medición de calidad para este caso es una relación de tipo externa que viene dada por el nivel de satisfacción del área de Atención al Usuario del servicio o de los consumidores de un bien público.

Según ISO (2008). La satisfacción se define como “la percepción del cliente sobre el grado en que sean cumplido sus necesidades o expectativas establecidas”.

Los diferentes, han escrito sobre el concepto de satisfacción presentando un abanico de criterios y puntos de vista.

Según Mayo y Loredo (2009). Definen que la satisfacción es la respuesta de saciedad del cliente. Es un juicio acerca de un rasgo del producto o servicio, la satisfacción refleja el cumplimiento de la expectativa; es decir, proporciona una respuesta al acto del consumo del servicio.

Según Kotler (2001). Define la satisfacción del cliente como el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus experiencias. Expresa que luego de la adquisición de un producto o servicio, los clientes experimentan uno de estos tres niveles o grados de satisfacción.

- a) **Insatisfacción.** Se produce cuando el desempeño percibido del producto no alcanza las expectativas del cliente.
- b) **Satisfacción.** Se produce cuando el desempeño percibido del producto o servicio coincide con las expectativas del cliente.
- c) **Complacencia.** Se produce cuando el desempeño percibido excede a las expectativas del cliente.

Según Reyes (2009). Afirma que el cliente puede experimentar diferentes grados de satisfacción. Si la actuación del producto no llega a complementar sus expectativas, el cliente o usuario queda insatisfecho. Si la actuación está a la altura de sus expectativas, el cliente estará muy satisfecho. Si la actuación supera las expectativas, el cliente estará muy satisfecho o encantado.

Según RAE. define la satisfacción, “Es el sentimiento de bienestar que se obtiene cuando se ha cubierto una necesidad”, en este caso es la respuesta acertada hacia una queja, consulta o duda.

Según Oliver (2009). “La satisfacción, es la respuesta de saciedad del cliente”.

El concepto de satisfacción, se ha matizado a lo largo del tiempo según el avance de su investigación, enfatizando distintos aspectos y variando su concepto. Satisfacción, es la evaluación que realiza el cliente respecto de

un producto o servicio, en términos de si ese producto o servicio responde a sus necesidades y expectativas.

La satisfacción del cliente es influida por las características específicas del producto o servicio y las percepciones de la calidad, también actúan sobre la satisfacción las respuestas emocionales. Es el juicio acerca de los rasgos del producto o servicio en sí mismo, que proporciona un nivel placentero del consumo actuando también las emociones del cliente.

Tengamos en cuenta que la satisfacción no solo depende de la calidad del servicio sino también de las expectativas del cliente; el cliente está satisfecho cuando los servicios cubren o exceden sus expectativas.

2.2.10. Usuario

Según Curzel (2008) . Afirma que usuario es:

La persona que tiene derecho de usar una cosa ajena con cierta limitación.

Según Aurora (2005). Es el protagonista indiscutible del estudio de cualquier proceso informativo porque sus características individuales y su contexto de referencia laboral, social, económica o político, son aspectos que determinarán su comportamiento con relación a la información.

Según Carmen (2009). Menciona que hay tres tipos de clientes:

- a) **Ciente interno:** El personal de la organización. Recibe insumos y le da un valor agregado.

- b) **Cliente externo:** Los intermediarios que directamente tienen relación con la organización.
- c) **El cliente final:** Los usuarios del producto o servicio, quienes validarán todo cuanto de éste se diga o se anuncie (promesa).

2.3. Marco Conceptual

En esta sección se desarrolla el significado preciso según el contexto, a los conceptos, expresiones y variables involucradas en el presente estudio.

- **Calidad esperada:** Es la expectativa de la calidad que quieren recibir los usuarios, si coincide la calidad programada, con la calidad esperada, esto es igual a satisfacción del área de Atención al Usuario. Con la calidad esperada se puede medir la satisfacción del área de Atención al Usuario y si se cumplió con las expectativas de las mismas. (Fuente: propia)
- **Calidad programada:** Es la calidad que se quiere ofrecer, con el fin de responder a las necesidades y expectativas que tienen los usuarios.
- **Calidad:** Se refiere a la calidad esperada y tomada de una oferta de servicio, y tiene un efecto considerable sobre la competitividad en una empresa según Kurtz (2012)
- **Expectativas:** Esperanza de realizar o conseguir algo según RAE.

- **Satisfacción:** Razón, acción o modo con que se sosiega y responde enteramente a una queja, sentimiento o razón contraria, según RAE.
- **Servicio:** Un servicio es el resultado de llevar a cabo necesariamente al menos una actividad en la interfaz entre el proveedor y el cliente y generalmente es intangible según Sangüesa (2006)
- **Usuario:** Es la persona que tiene derecho de usar una cosa ajena con cierta limitación. según Curzel (2008)
- **Cortesía:** Se refiere a la amabilidad con que se trata a los clientes, lo que infunde confianza según Sandoval (2006)
- **Competencias personales:** Consiste en poseer las habilidades y conocimientos requeridos para desempeñar el servicio, como destrezas del personal según Sandoval (2006)
- **Empatía:** Consiste en ponerse en el lugar del cliente para satisfacer sus expectativas Según Sandoval (2006)
- **Confiabledad:** Es un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto, produce resultados iguales según Hernández (2003)

CAPÍTULO III: HIPÓTESIS Y VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Hipótesis de la investigación

3.1.1. Hipótesis general

Existe relación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción del área de Atención al Usuario de la Municipalidad Provincial Mariscal Nieto de Moquegua, 2019.

3.1.2. Hipótesis secundarias

- Existe relación significativa entre la capacidad de respuesta de los trabajadores y la satisfacción del área de Atención al Usuario en la Municipalidad Provincial Mariscal Nieto de Moquegua, 2019.
- Existe relación significativa entre la cortesía y la satisfacción del área de Atención al Usuario en la Municipalidad Provincial, 2019.

- Existe relación significativa entre las competencias personales y la satisfacción del área de Atención al Usuario en la Municipalidad Provincial, 2019.

3.2. Variables e indicadores

Variable Independiente:

3.2.1. Variable 1: Calidad De Servicio

Indicadores

- Capacidad de respuesta
- Cortesía
- Competencias personales

Variables Dependientes:

3.2.2. Variable 2: Satisfacción del área de Atención al Usuario

Indicadores

- Confianza en el servicio
- Trato recibido

3.2.4. Operacionalización de las variables

| Variables | | Dimensiones | Indicadores | Escala de Medición |
|---------------------------|--|---|---|--|
| 1. Variable Independiente | <p>Calidad de servicio</p> <p>Es la discrepancia entre las expectativas de los clientes sobre un servicio concreto y las percepciones o creencias que se forman los directivos sobre lo que espera el consumidor de ese servicio. Ruiz (2001)</p> | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Capacidad de respuesta Es la probabilidad media de producir, frente a una demanda, una respuesta de calidad aceptable, dentro de un margen de tiempo aceptable y a un costo aceptable. ▪ La cortesía En este sentido, la amabilidad es fundamental para relacionarnos de una manera positiva y satisfactoria con los otros, bien sea en la familia, en el trabajo, en la escuela, en nuestra comunidad. ▪ Competencias personales. Posesión y el desarrollo de | <p>Consistencia del servicio</p> <p>Seguridad</p> <p>Trato personal</p> <p>Amabilidad</p> | <p>Nunca</p> <p>Casi nunca</p> <p>Algunas veces</p> <p>Casi siempre</p> <p>Siempre</p> |

| | | | | |
|--------------------------|---|--|---|--|
| | | destrezas, conocimientos, actitudes adecuadas y la experiencia suficiente para desarrollar sus funciones designadas. | Personalidad Experiencia laboral | |
| 2. Variable Dependientes | <p>Satisfacción del área de Atención al Usuario La satisfacción es como un juicio a raíz de una experiencia de consumo, que es el juicio del consumidor que un producto, siempre o está proporcionando un nivel de placer de cumplimiento relacionados con el consumo. Oliver (1997)</p> | <p>Confianza en el servicio. Es la seguridad o esperanza firme que el usuario tiene del servicio. También se trata de la presunción de uno mismo y del ánimo o vigor para obrar.</p> <p>Trato recibido. Es la acción y efecto de trato que recibe los usuarios o personas a solicitar el servicio.</p> | <p>Ausencia de necesidad. Valoración del servicio</p> <p>Buen servicio Percepción</p> | <p>Nunca Casi nunca Algunas veces Casi siempre Siempre</p> |

CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. Diseño metodológico

4.1.1. Tipo de la investigación

La presente investigación está enmarcada dentro del *Tipo descriptivo*, debido a que se describieron los hechos tal como fueron observados en la unidad de análisis, es decir los componentes de control interno, por esta situación se empleó métodos descriptivos como el análisis de contenido de documentos de gestión para la obtención de datos, y para el análisis de los datos cualitativos, las técnicas de encuesta.

4.1.2. Diseño de la investigación

Debido a que no se controló las variables independientes, corresponde a una Investigación "*Transversal*", dado que se recolectó la información, datos en un solo momento y en un tiempo único, es decir se describió las

variables en un momento dado, ya que el estudio se basó en analizar eventos ya ocurridos de manera natural.

4.2. Diseño Muestral

4.2.1. Población

La población aproximada de la presente investigación es de 2919 personas, (entre las edades de 25 a 44 años) que acuden a la Municipalidad Provincial Mariscal Nieto de Moquegua a hacer sus trámites.

4.2.2. Muestra

Considerando a la población para la proyección del presente trabajo de investigación de estudio, se trabajó en base a la fracción de la población considerada como muestra, aplicando un muestreo probabilístico, es decir con 2919 trabajadores como población de la Municipalidad Provincial de Moquegua, minimizar la cantidad de muestra de 291 usuarios.

Para hallar el tamaño de muestra se aplicó la fórmula siguiente:

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

En donde:

N: 2919 población

p: 0,70 correspondientes a la probabilidad de pacientes satisfechos.

q: 0,30. correspondientes a la probabilidad insatisfechos.

E: 0,05 intervalo bajo los que se considera q (+-5%)

Z: 1,96 para un nivel de confianza del 95%

$$n = \frac{(1,96)^2 \times 0,70 \times 0,30 \times 2919}{(2919-1) \times (0,05)^2 + (1,96)^2 \times 0,70 \times 0,30}$$

$$n = 291$$

La muestra de estudio es de 291 usuarios.

4.3. Técnicas e instrumentos de la recolección de datos

La técnica de investigación que se utilizará en el presente trabajo de investigación será la encuesta y la observación. En la encuesta, el instrumento es el cuestionario, la cual mediante preguntas adecuadamente formuladas se aplicarán a los sujetos materia de investigación, es decir a los usuarios de la municipalidad Provincial Mariscal Nieto de Moquegua. En cuanto a la observación se evaluará el comportamiento y el estado de ánimo con que se retiran los usuarios de la Municipalidad.

El cuestionario se conforma por 20 preguntas, doce ítems para la primera variable (calidad de servicio) y ocho ítems para la segunda variable (satisfacción del área de Atención al Usuario). Las alternativas de los ítems de las dos variables tendrán la siguiente valoración:

Nunca, (02) Casi nunca, (03) Algunas veces, (04) Casi siempre y (05) Siempre

Para la validación de los instrumentos se recurrirá a 03 especialistas expertos en la materia, quienes emitirán su juicio respecto a la redacción y al contenido del cuestionario.

La recolección de la información se realizará en el mismo provincia Mariscal Nieto a los usuarios después, de realizar su solicitud dentro de la Municipalidad Provincial Mariscal Nieto de Moquegua.

La encuesta, por técnica de investigación es probabilística intencional o por conveniencia; es decir que la muestra se selecciona en base a la conveniencia de accesibilidad y proximidad del investigador.

4.4. Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información

El procesamiento de los datos se llevó a cabo en un software, en este caso se utilizó el programa SPSS versión 25, y el análisis correspondiente se realizó mediante la aplicación de estadística descriptiva e inferencial, tomando los estadísticos apropiado para el tipo de variable en estudio y determinar el grado de desarrollo de cada uno de los indicadores del componente de control interno.

4.5. Aspectos éticos

Se utilizará el consentimiento informado para la participación de los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Moquegua, el cual será autorizado por el personal autorizado y responsable, previamente se informará los objetivos de la investigación y el propósito de la misma. La información recabada se manejará con carácter de anónimo y se guardará especial reserva de ello. Durante la atención que recibirá el trabajador se actuará con respeto, empatía, y resguardando la integridad durante su tiempo libre.

CAPÍTULO V: RESULTADOS

5.1. Presentación de Resultados

En este capítulo se presenta y analizan los resultados de la investigación de acuerdo a los objetivos e hipótesis planteados. En este sentido, se realizó la aplicación de la encuesta a una muestra poblacional de 291 usuarios, (entre las edades de 25 a 44 años) que acuden a la Municipalidad Provincial Mariscal Nieto de Moquegua a hacer sus trámites; cuyos resultados se reflejan en las tablas de este capítulo y para el análisis respectivo se empleó estadística descriptiva e inferencial, conforme a los métodos estipulados en la metodología.

Tabla 1: Servicio en plazo adecuado

| Item N° 1: Se realizó el servicio solicitado en un plazo adecuado. | FRECUENCIA | PORCENTAJES |
|--|------------|-------------|
| Nunca | 16 | 5% |
| Casi Nunca | 77 | 26% |
| Algunas Veces | 88 | 30% |
| Casi Siempre | 98 | 34% |
| Siempre | 12 | 4% |
| TOTAL | 291 | 100% |

Autoría propia

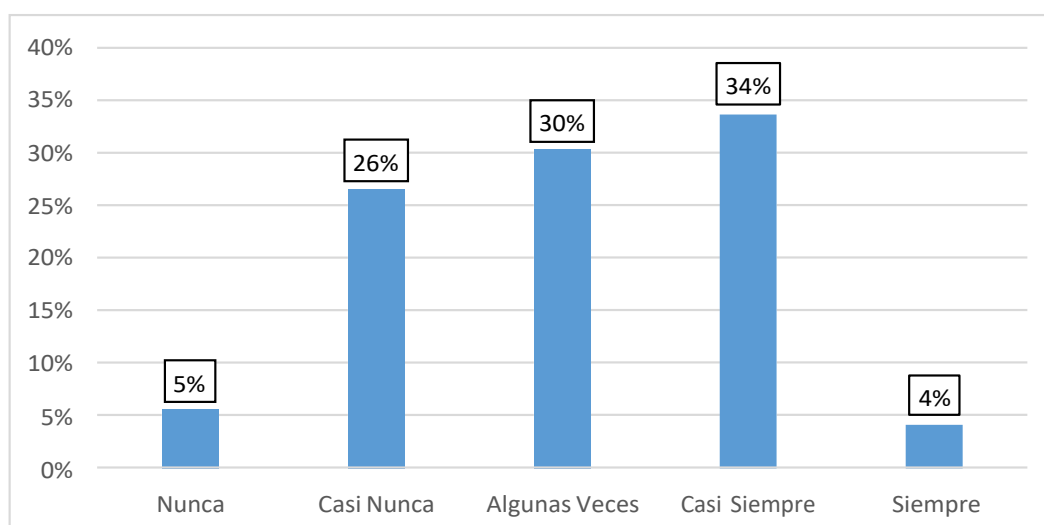


Figura 1: Servicio en plazo adecuado

Interpretación: Los usuarios revelan en referencia al servicio solicitado en un plazo adecuado, se obtuvo mayor frecuencia en la categoría de Casi Siempre con un 34.0% y un 30.0% que A veces. Por lo tanto la mayoría de los usuarios tienen satisfacción aceptable del área de atención al usuario de la Municipalidad Provincial Mariscal Nieto.

Tabla 2: Recursos materiales suficientes

| Item N° 2: Ha tenido la oportunidad de ver que el personal cuenta con recursos materiales suficientes para llevar a cabo su trabajo. | FRECUENCIA | PORCENTAJES |
|--|------------|-------------|
| Nunca | 20 | 7% |
| Casi Nunca | 81 | 28% |
| Algunas Veces | 99 | 34% |
| Casi Siempre | 83 | 29% |
| Siempre | 8 | 3% |
| TOTAL | 291 | 100% |

Autoría propia

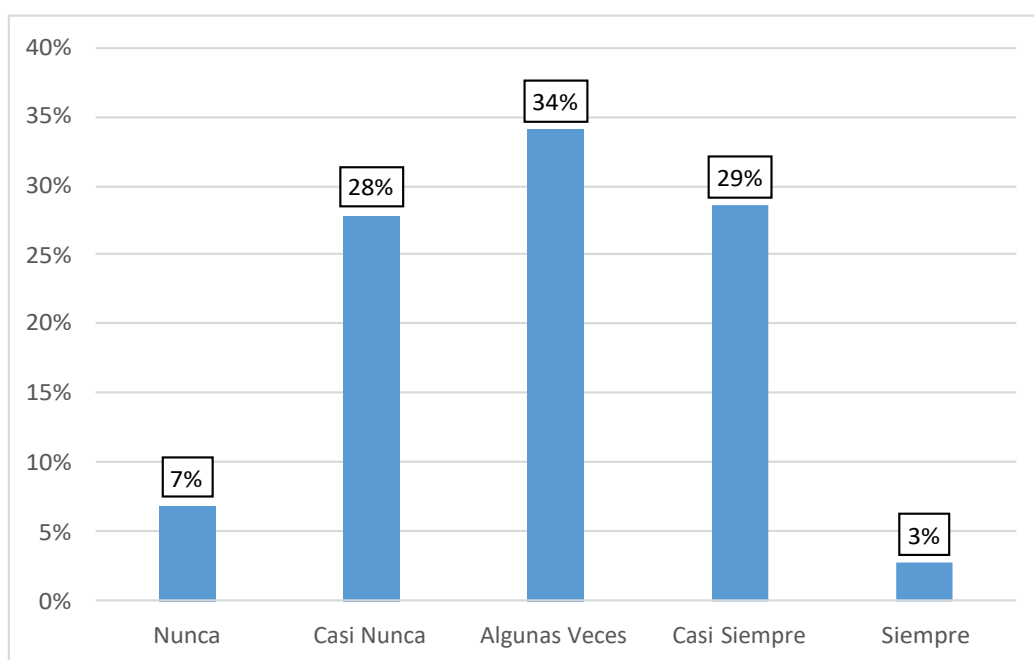


Figura 2: Recursos materiales suficientes

Interpretación: Los usuarios revelan en referencia recursos materiales del personal, se obtuvo mayor frecuencia en la categoría de algunas veces con un 34.0% y un 29.0% que casi siempre. Por lo tanto la mayoría de los usuarios tienen satisfacción regular del área de atención al usuario de la Municipalidad Provincial Mariscal Nieto.

Tabla 3: Información de servicios

| Item N° 3: El personal le informa adecuadamente de los servicios que ofrecen. | FRECUENCIA | PORCENTAJES |
|---|------------|-------------|
| Nunca | 34 | 12% |
| Casi Nunca | 87 | 30% |
| Algunas Veces | 103 | 35% |
| Casi Siempre | 63 | 22% |
| Siempre | 4 | 1% |
| TOTAL | 291 | 100% |

Autoría propia

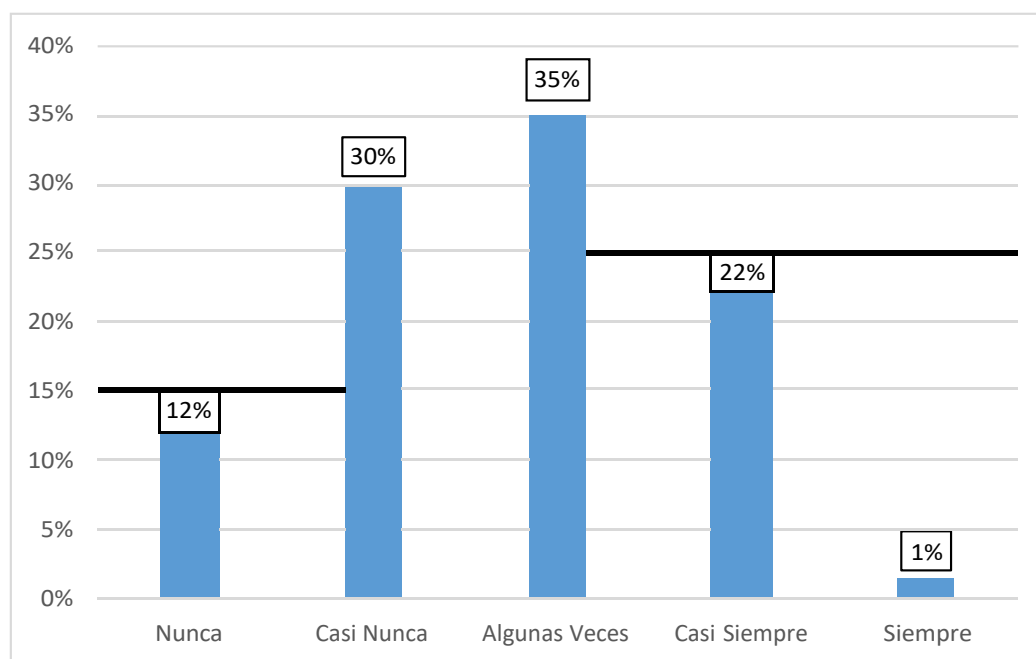


Figura 3: Información de servicios

Interpretación: Los usuarios revelan en referencia a la información adecuada de los servicios, se obtuvo mayor frecuencia en la categoría de algunas veces con un 35.0% y un 35.0% que casi nunca. Por lo tanto la mayoría de los usuarios tienen satisfacción regular del área de atención al usuario de la Municipalidad Provincial Mariscal Nieto.

Tabla 4: Confianza y disposición de atención

| Item N° 4: Considera que el personal que lo atendió le inspira confianza y muestra buena disposición para atenderlo. | FRECUENCIA | PORCENTAJES |
|--|------------|-------------|
| Nunca | 43 | 15% |
| Casi Nunca | 88 | 30% |
| Algunas Veces | 98 | 34% |
| Casi Siempre | 59 | 20% |
| Siempre | 3 | 1% |
| TOTAL | 291 | 100% |

Autoría propia

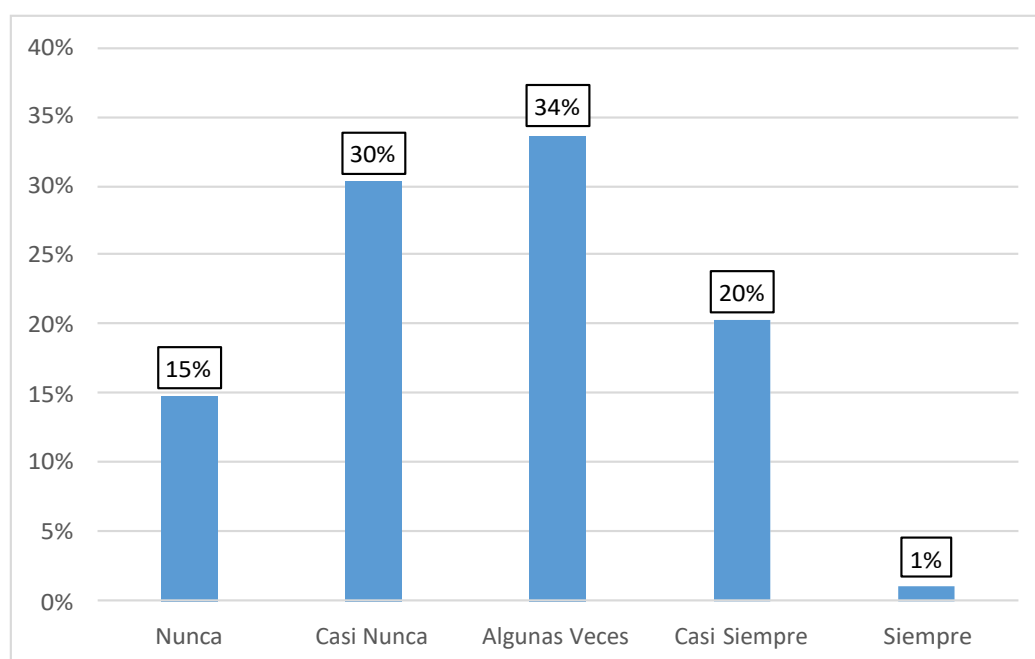


Figura 4: Confianza y disposición de atención

Interpretación: Los usuarios revelan en referencia a la confianza y disposición de atención, se obtuvo mayor frecuencia en la categoría de algunas veces con un 34.0% y un 30.0% que casi nunca. Por lo tanto la mayoría de los usuarios tienen satisfacción regular del área de atención al usuario de la Municipalidad Provincial Mariscal Nieto.

Tabla 5: Lenguaje comprensible

| Item N° 5: El personal que lo atendió se expresa en un lenguaje comprensible que usted pueda entender. | FRECUENCIA | PORCENTAJES |
|--|------------|-------------|
| Nunca | 9 | 3% |
| Casi Nunca | 75 | 26% |
| Algunas Veces | 97 | 33% |
| Casi Siempre | 99 | 34% |
| Siempre | 11 | 4% |
| TOTAL | 291 | 100% |

Autoría propia

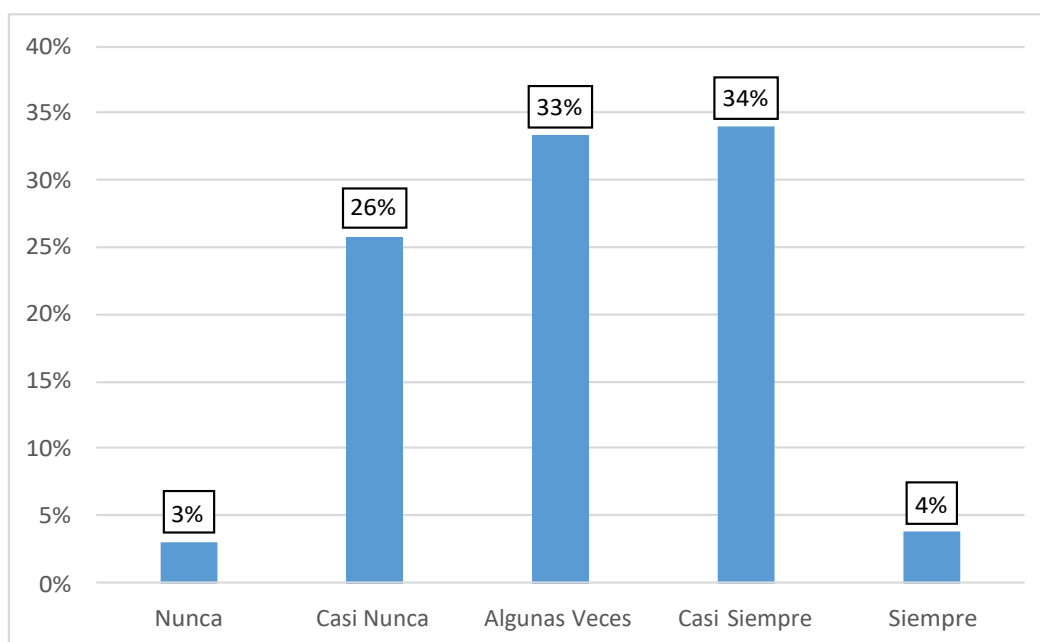


Figura 5: Lenguaje comprensible

Interpretación: Los usuarios revelan en referencia al lenguaje comprensible, se obtuvo mayor frecuencia en la categoría de casi siempre con un 34.0% y un 33.0% que algunas veces. Por lo tanto la mayoría de los usuarios tienen satisfacción aceptable del área de atención al usuario de la Municipalidad Provincial Mariscal Nieto.

Tabla 6: Trato respetuoso

| Item N° 6: El personal que lo atendió muestra un trato respetuoso hacia usted. | FRECUENCIA | PORCENTAJES |
|--|------------|-------------|
| Nunca | 13 | 4% |
| Casi Nunca | 61 | 21% |
| Algunas Veces | 115 | 40% |
| Casi Siempre | 99 | 34% |
| Siempre | 3 | 1% |
| TOTAL | 291 | 100% |

Autoría propia

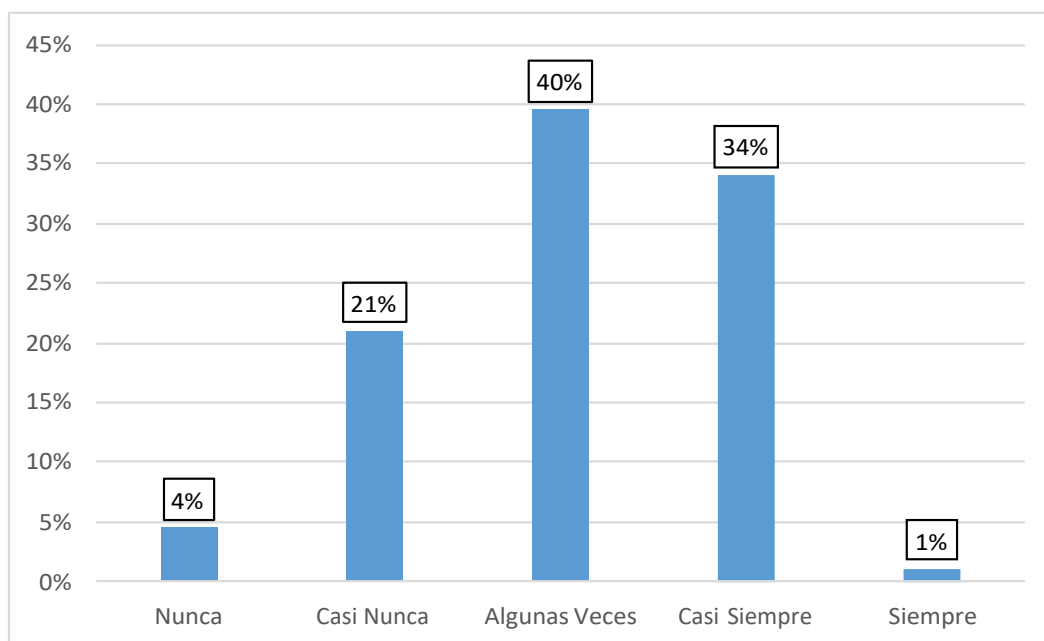


Figura 6: Trato respetuoso

Interpretación: Los usuarios revelan en referencia al trato respetuoso, se obtuvo mayor frecuencia en la categoría de algunas veces con un 40.0% y un 34.0% que casi siempre. Por lo tanto la mayoría de los usuarios tienen satisfacción regular del área de atención al usuario de la Municipalidad Provincial Mariscal Nieto.

Tabla 7: Dispuesto a ayudar a la gestión

| Item N° 7: El personal que le atendió se muestra dispuesto a ayudarle con su gestión que está realizando usted. | FRECUENCIA | PORCENTAJES |
|---|------------|-------------|
| Nunca | 5 | 2% |
| Casi Nunca | 53 | 18% |
| Algunas Veces | 89 | 31% |
| Casi Siempre | 126 | 43% |
| Siempre | 18 | 6% |
| TOTAL | 291 | 100% |

Autoría propia

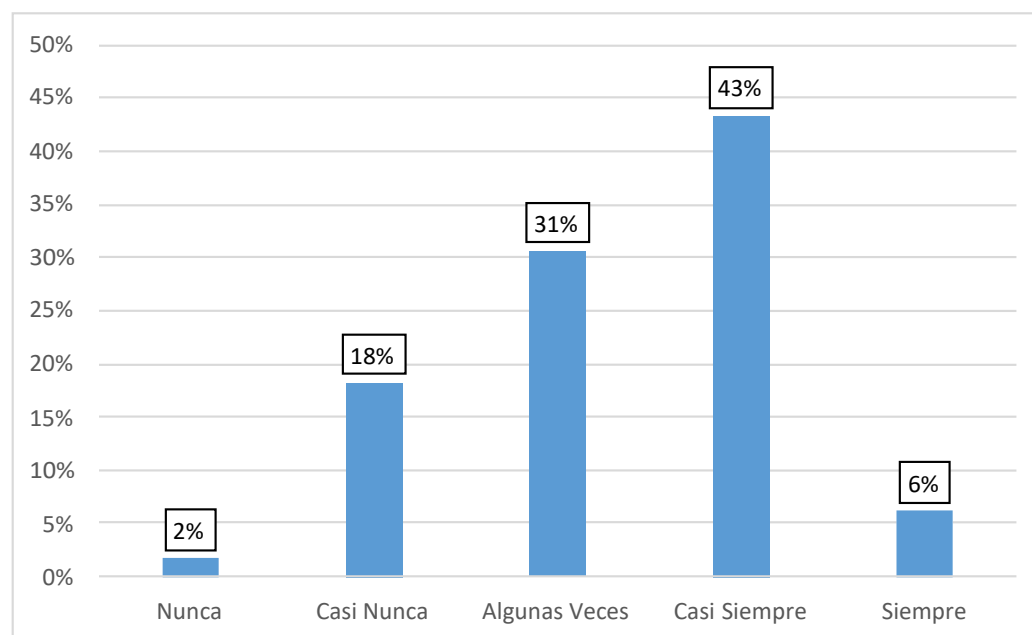


Figura 7: Dispuesto a ayudar a la gestión

Interpretación: Los usuarios revelan en referencia del personal que muestra dispuesto a ayudar con la gestión, se obtuvo mayor frecuencia en la categoría de casi siempre con un 43.0% y un 31.0% que algunas veces. Por lo tanto la mayoría de los usuarios tienen satisfacción aceptable del área de atención al usuario de la Municipalidad Provincial Mariscal Nieto.

Tabla 8: Trato cordial en la atención

| Item N° 8: El personal, muestra un trato cordial en la atención al usuario. | FRECUENCIA | PORCENTAJES |
|---|------------|-------------|
| Nunca | 26 | 9% |
| Casi Nunca | 88 | 30% |
| Algunas Veces | 93 | 32% |
| Casi Siempre | 66 | 23% |
| Siempre | 18 | 6% |
| TOTAL | 291 | 100% |

Autoría propia

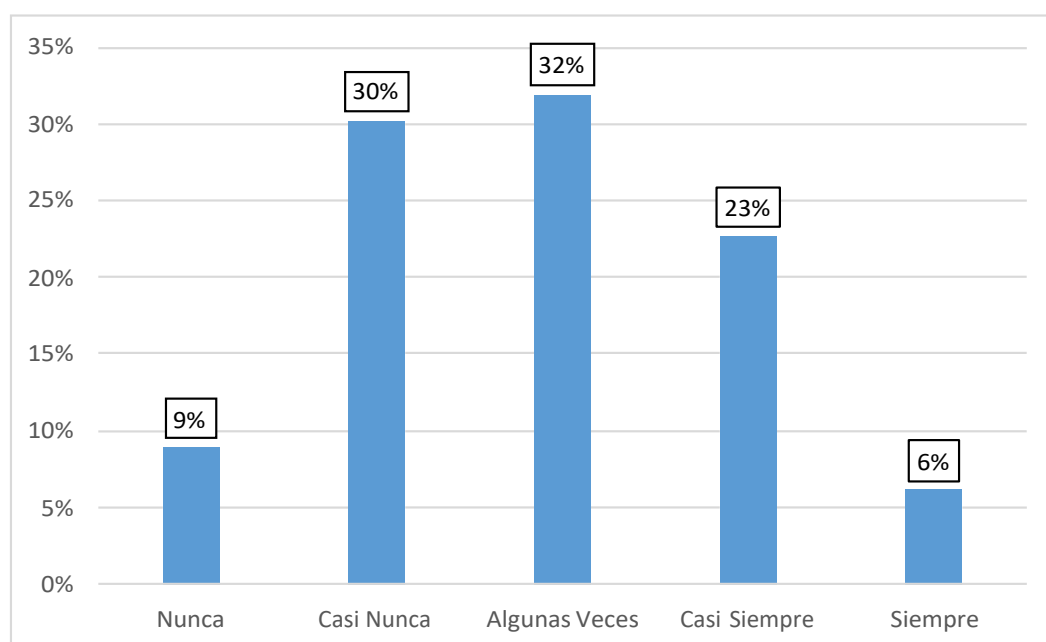


Figura 8: Trato cordial en la atención

Interpretación: Los usuarios revelan en referencia al trato cordial en la atención, se obtuvo mayor frecuencia en la categoría de algunas veces con un 32.0% y un 30.0% que casi nunca. Por lo tanto la mayoría de los usuarios tienen satisfacción regular del área de atención al usuario de la Municipalidad Provincial Mariscal Nieto.

Tabla 9: Preparación para solucionar situaciones de conflictos

| Item N° 9: Los trabajadores muestran que están preparados para solucionar situaciones de conflictos que pueda surgir con los ciudadanos. | FRECUENCIA | PORCENTAJES |
|--|------------|-------------|
| Nunca | 36 | 12% |
| Casi Nunca | 99 | 34% |
| Algunas Veces | 99 | 34% |
| Casi Siempre | 41 | 14% |
| Siempre | 16 | 5% |
| TOTAL | 291 | 100% |

Autoría propia

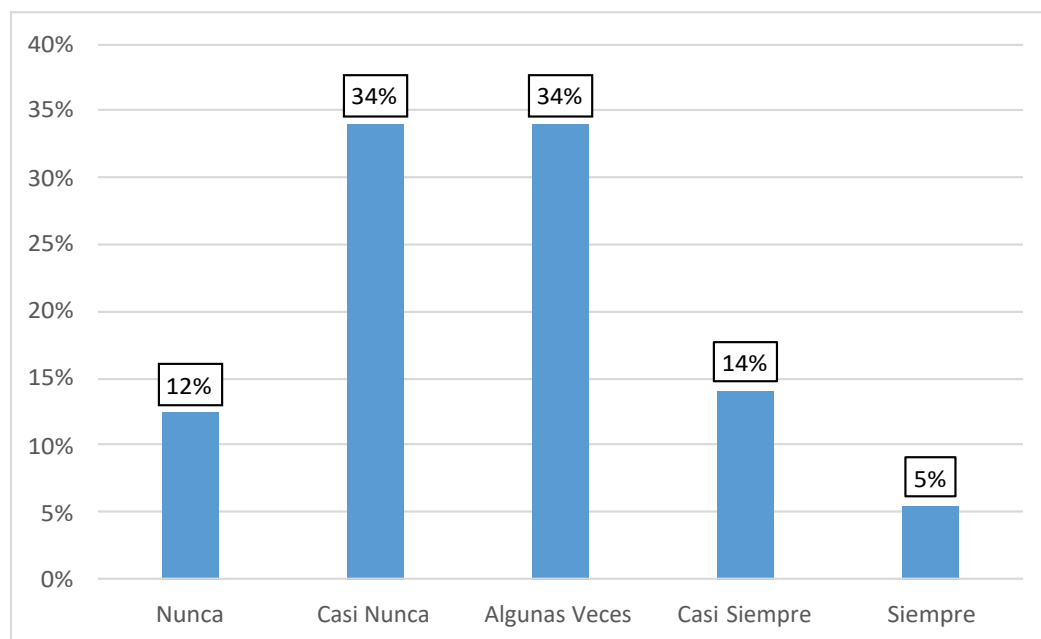


Figura 9: Preparación para solucionar situaciones de conflictos

Interpretación: Los usuarios revelan en referencia a la preparación para solucionar situaciones de conflictos, se obtuvo mayor frecuencia en la categoría de algunas veces con un 34.0% y un 34.0% que casi nunca. Por lo tanto la mayoría de los usuarios tienen satisfacción regular baja del área de atención al usuario de la Municipalidad Provincial Mariscal Nieto.

Tabla 10: Honestidad y confianza

| Item N° 10: El personal da una imagen de honestidad y confianza. | FRECUENCIA | PORCENTAJES |
|--|------------|-------------|
| Nunca | 32 | 11% |
| Casi Nunca | 100 | 34% |
| Algunas Veces | 111 | 38% |
| Casi Siempre | 40 | 14% |
| Siempre | 8 | 3% |
| TOTAL | 291 | 100% |

Autoría propia

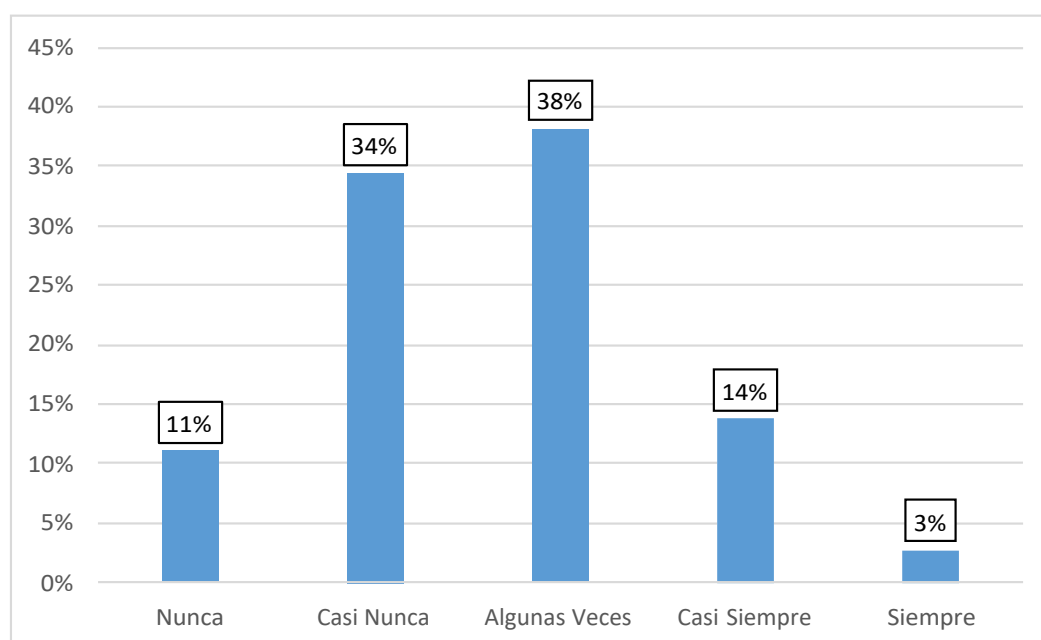


Figura 10: Honestidad y confianza

Interpretación: Los usuarios revelan en referencia a la honestidad y confianza del personal, se obtuvo mayor frecuencia en la categoría de algunas veces con un 38.0% y un 34.0% que casi nunca. Por lo tanto la mayoría de los usuarios tienen satisfacción regular del área de atención al usuario de la Municipalidad Provincial Mariscal Nieto.

Tabla 11: Preparación de desempeño

| Item N° 11: El personal que lo atendió muestra que está suficientemente preparado para desempeñarse en el cargo que ocupa actualmente. | FRECUENCIA | PORCENTAJES |
|--|------------|-------------|
| Nunca | 24 | 8% |
| Casi Nunca | 87 | 30% |
| Algunas Veces | 132 | 45% |
| Casi Siempre | 40 | 14% |
| Siempre | 8 | 3% |
| TOTAL | 291 | 100% |

Autoría propia

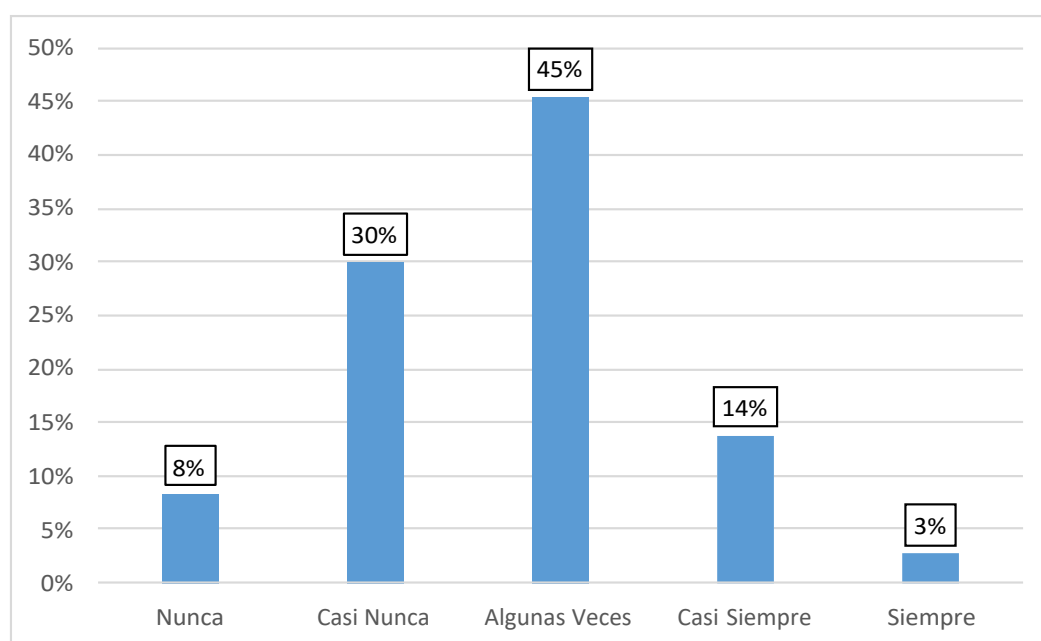


Figura 11: Preparación de desempeño

Interpretación: Los usuarios revelan en referencia a la preparación del personal, se obtuvo mayor frecuencia en la categoría de algunas veces con un 45.0% y un 30.0% que casi nunca. Por lo tanto la mayoría de los usuarios tienen satisfacción regular del área de atención al usuario de la Municipalidad Provincial Mariscal Nieto.

Tabla 12: Dominio en el puesto de trabajo

| Item N° 12: El personal que lo atendió muestra dominio en su puesto de trabajo. | FRECUENCIA | PORCENTAJES |
|---|------------|-------------|
| Nunca | 39 | 13% |
| Casi Nunca | 90 | 31% |
| Algunas Veces | 121 | 42% |
| Casi Siempre | 33 | 11% |
| Siempre | 8 | 3% |
| TOTAL | 291 | 100% |

Autoría propia

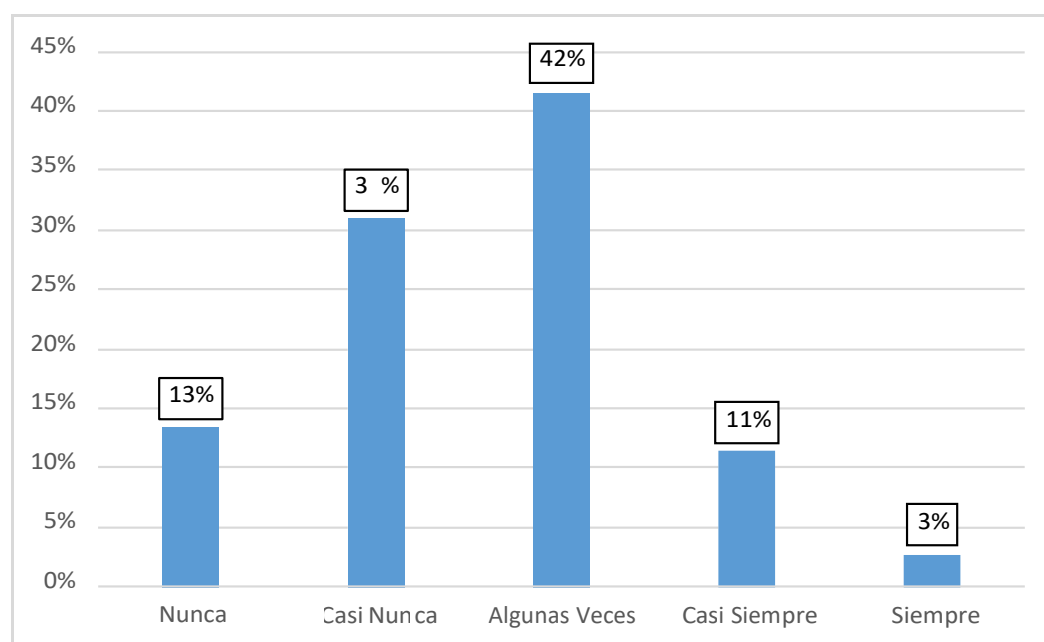


Figura 12: Dominio en el puesto de trabajo

Interpretación: Los usuarios revelan en referencia al dominio en el puesto de trabajo, se obtuvo mayor frecuencia en la categoría de algunas veces con un 42.0% y un 31.0% que casi nunca. Por lo tanto la mayoría de los usuarios tienen satisfacción regular del área de atención al usuario de la Municipalidad Provincial Mariscal Nieto.

Tabla 13: Resolución o priorización

| Item N° 13: Se resuelve o se prioriza la necesidad solicitada por usted. | FRECUENCIA | PORCENTAJES |
|--|------------|-------------|
| Nunca | 44 | 15% |
| Casi Nunca | 98 | 34% |
| Algunas Veces | 122 | 42% |
| Casi Siempre | 22 | 8% |
| Siempre | 5 | 2% |
| TOTAL | 291 | 100% |

Autoría propia

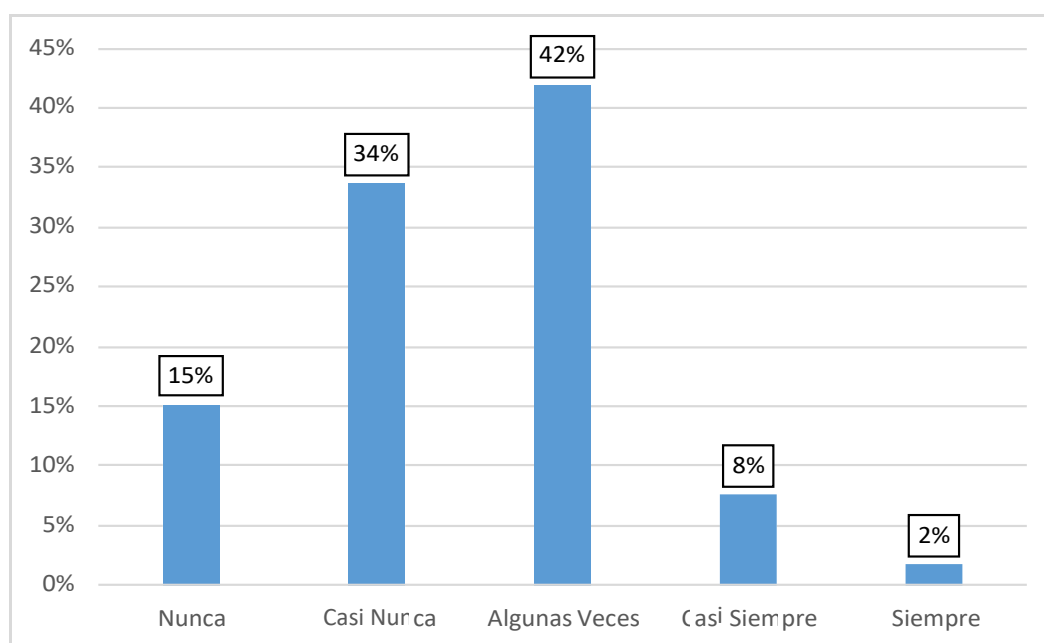


Figura 13: Resolución o priorización

Interpretación: Los usuarios revelan en referencia a la resolución o priorización de lo solicitado, se obtuvo mayor frecuencia en la categoría de algunas veces con un 42.0% y un 34.0% que casi nunca. Por lo tanto la mayoría de los usuarios tienen satisfacción regular del área de atención al usuario de la Municipalidad Provincial Mariscal Nieto.

Tabla 14: Solución satisfactorio

| Item N° 14: Se han solucionado satisfactoriamente tus demandas en ocasiones pasadas. | FRECUENCIA | PORCENTAJES |
|--|------------|-------------|
| Nunca | 44 | 15% |
| Casi Nunca | 98 | 33% |
| Algunas Veces | 99 | 33% |
| Casi Siempre | 44 | 15% |
| Siempre | 13 | 4% |
| TOTAL | 298 | 100% |

Autoría propia

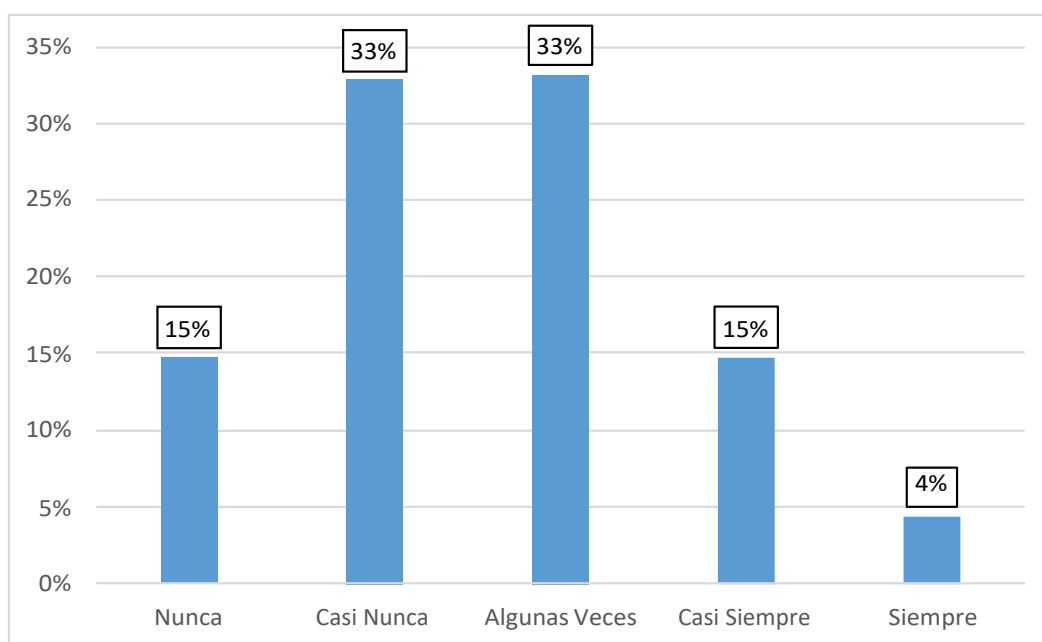


Figura 14: Solución satisfactorio

Interpretación: Los usuarios revelan en referencia a la solución satisfactorio las demandas, se obtuvo mayor frecuencia en la categoría de algunas veces con un 33.0% y un 33.0% que casi nunca. Por lo tanto la mayoría de los usuarios tienen satisfacción regular baja del área de atención al usuario de la Municipalidad Provincial Mariscal Nieto.

Tabla 15: Burocracia

| Item N° 15: La prestación del servicio en la Municipalidad es muy burocrática. (hay mucha demora). | FRECUENCIA | PORCENTAJES |
|--|------------|-------------|
| Nunca | 11 | 4% |
| Casi Nunca | 44 | 15% |
| Algunas Veces | 80 | 27% |
| Casi Siempre | 89 | 31% |
| Siempre | 67 | 23% |
| TOTAL | 291 | 100% |

Autoría propia

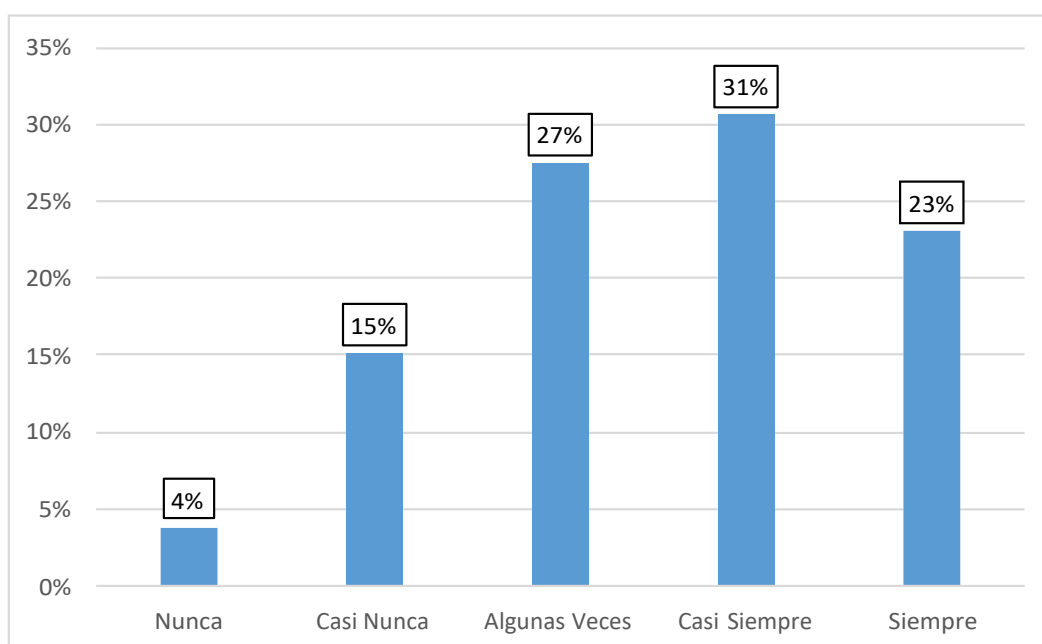


Figura 15: Burocracia

Interpretación: Los usuarios revelan en referencia a la parte burocrática, se obtuvo mayor frecuencia en la categoría de casi siempre con un 31.0% y un 27.0% que algunas veces. Por lo tanto la mayoría de los usuarios tienen satisfacción aceptable del área de atención al usuario de la Municipalidad Provincial Mariscal Nieto.

Tabla 16: Servicio adecuado

| Item N° 16: El servicio que recibe le parece lo adecuado por parte de los trabajadores de la municipalidad. | FRECUENCIA | PORCENTAJES |
|---|------------|-------------|
| Nunca | 12 | 4% |
| Casi Nunca | 55 | 19% |
| Algunas Veces | 151 | 52% |
| Casi Siempre | 55 | 19% |
| Siempre | 18 | 6% |
| TOTAL | 291 | 100% |

Autoría propia

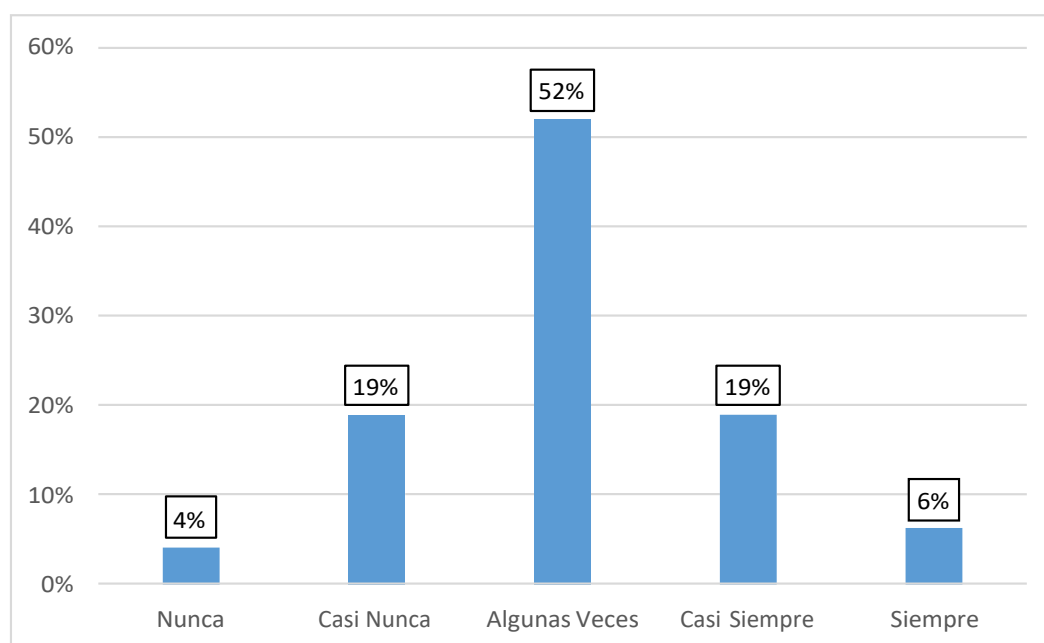


Figura 16: Servicio adecuado

Interpretación: Los usuarios revelan en referencia al servicio adecuado, se obtuvo mayor frecuencia en la categoría de algunas veces con un 52.0% y un 19.0% que casi siempre y casi nunca. Por lo tanto la mayoría de los usuarios tienen satisfacción regular del área de atención al usuario de la Municipalidad Provincial Mariscal Nieto.

Tabla 17: Solicitud atendida

| Item N° 17: Considera que su solicitud es atendida en todas las oportunidades. | FRECUENCIA | PORCENTAJES |
|--|------------|-------------|
| Nunca | 39 | 13% |
| Casi Nunca | 92 | 32% |
| Algunas Veces | 132 | 45% |
| Casi Siempre | 22 | 8% |
| Siempre | 6 | 2% |
| TOTAL | 291 | 100% |

Autoría propia

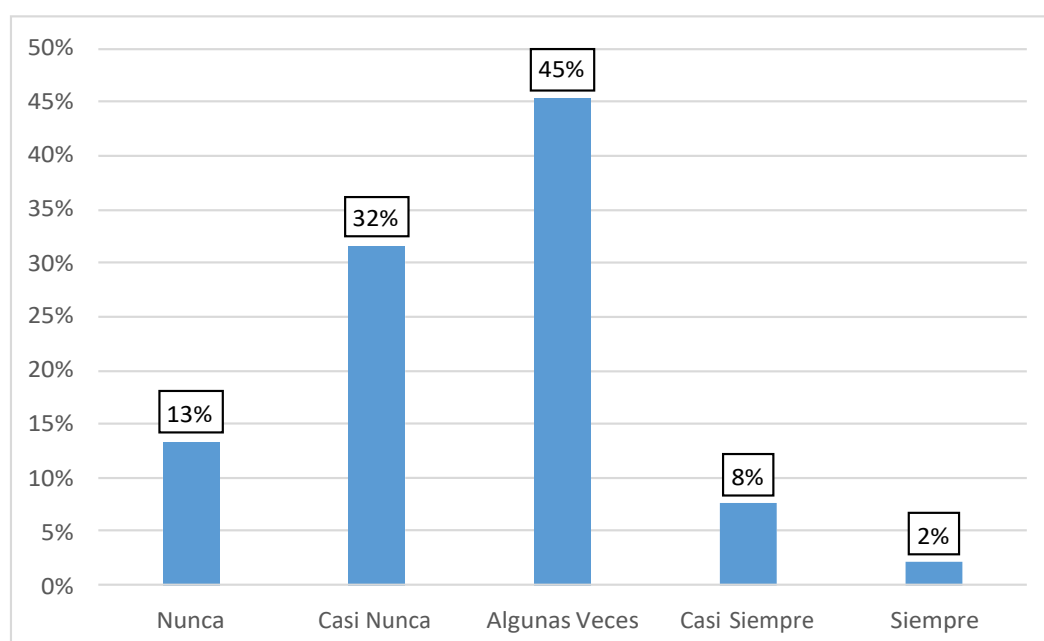


Figura 17: Solicitud atendida

Interpretación: Los usuarios revelan en referencia a la solicitud atendida, se obtuvo mayor frecuencia en la categoría de algunas veces con un 45.0% y un 32.0% que casi nunca. Por lo tanto la mayoría de los usuarios tienen satisfacción regular del área de atención al usuario de la Municipalidad Provincial Mariscal Nieto.

Tabla 18: Necesidades y expectativas esperadas

| Item N° 18: El servicio otorgado cumplió con las necesidades y expectativas esperadas por usted | FRECUENCIA | PORCENTAJES |
|---|------------|-------------|
| Nunca | 20 | 7% |
| Casi Nunca | 66 | 23% |
| Algunas Veces | 132 | 45% |
| Casi Siempre | 66 | 23% |
| Siempre | 7 | 2% |
| TOTAL | 291 | 100% |

Autoría propia

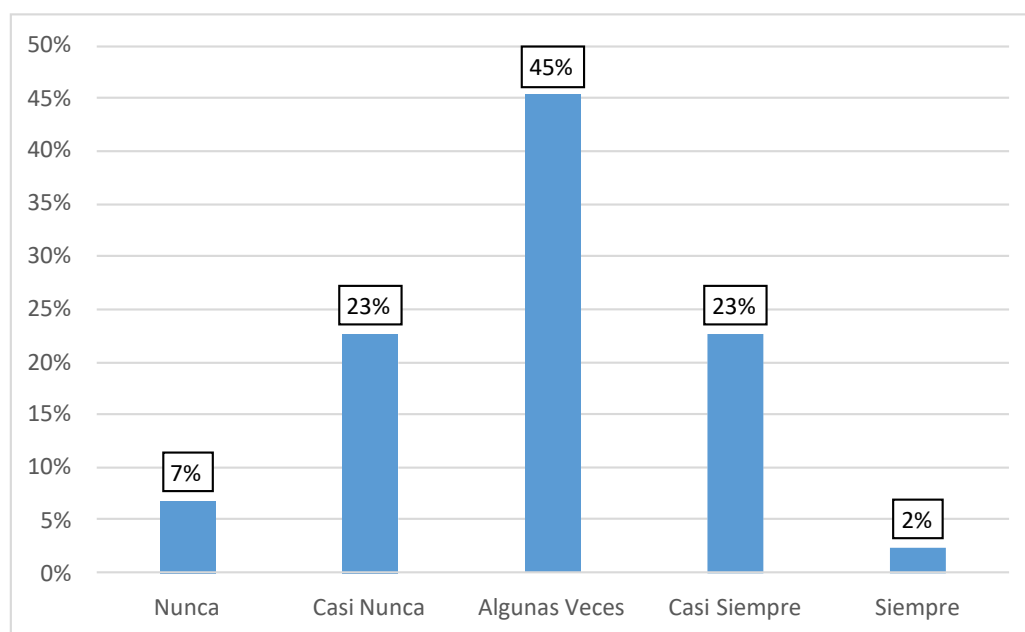


Figura 18: Necesidades y expectativas esperadas

Interpretación: Los usuarios revelan en referencia a las necesidades y expectativas esperadas, se obtuvo mayor frecuencia en la categoría de algunas veces con un 45.0% y un 23.0% que casi siempre como casi nunca. Por lo tanto la mayoría de los usuarios tienen satisfacción regular del área de atención al usuario de la Municipalidad Provincial Mariscal Nieto.

Tabla 19: Conocimiento de necesidades prioritarias

| Item N° 19: El personal que labora en la municipalidad muestra que conoce las necesidades prioritarias que aquejan a los usuarios. | FRECUENCIA | PORCENTAJES |
|--|------------|-------------|
| Nunca | 32 | 11% |
| Casi Nunca | 77 | 26% |
| Algunas Veces | 122 | 42% |
| Casi Siempre | 55 | 19% |
| Siempre | 5 | 2% |
| TOTAL | 291 | 100% |

Autoría propia

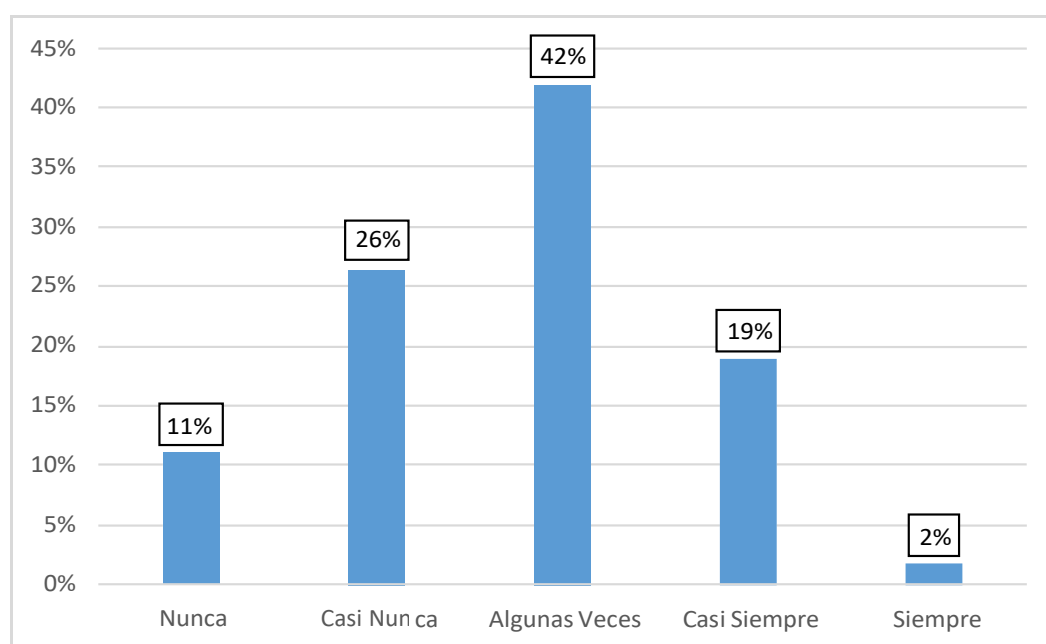


Figura 19: Conocimiento de necesidades prioritarias

Interpretación: Los usuarios revelan en referencia al conocimiento de necesidades prioritarias, se obtuvo mayor frecuencia en la categoría de algunas veces con un 42.0% y un 26.0% que casi nunca. Por lo tanto la mayoría de los usuarios tienen satisfacción regular del área de atención al usuario de la Municipalidad Provincial Mariscal Nieto.

Tabla 20: Soluciones a las necesidades

| Item N° 20: Encuentras mejores soluciones a tus necesidades. | FRECUENCIA | PORCENTAJES |
|--|------------|-------------|
| Nunca | 18 | 6% |
| Casi Nunca | 60 | 21% |
| Algunas Veces | 112 | 38% |
| Casi Siempre | 93 | 32% |
| Siempre | 8 | 3% |
| TOTAL | 291 | 100% |

Autoría propia

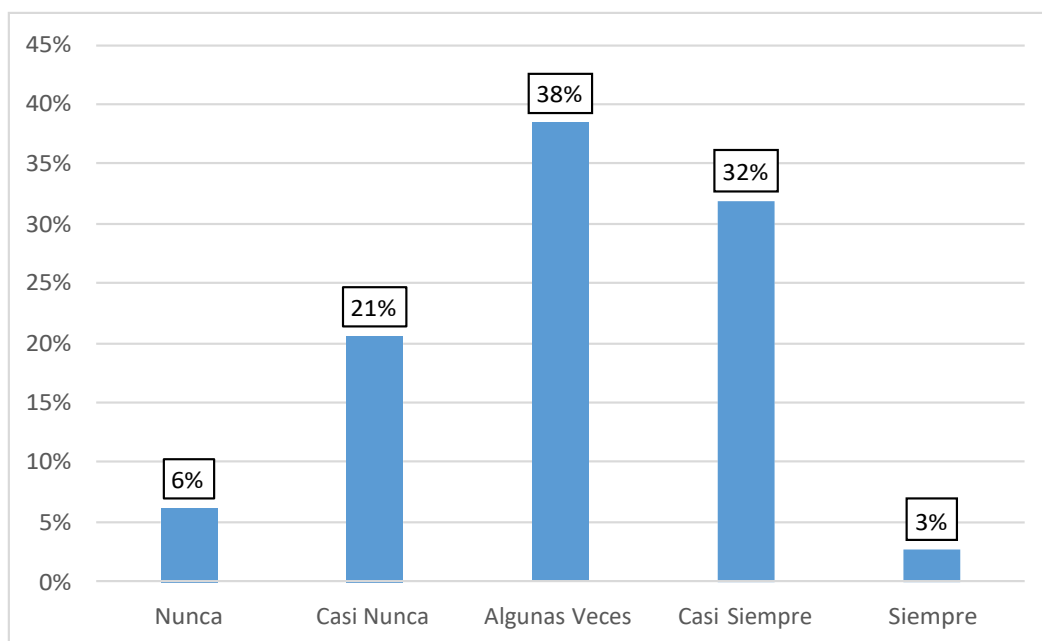


Figura 20: Soluciones a las necesidades

Interpretación: Los usuarios revelan en referencia a las soluciones de las necesidades, se obtuvo mayor frecuencia en la categoría de algunas veces con un 38.0% y un 32.0% que casi siempre. Por lo tanto la mayoría de los usuarios tienen satisfacción regular del área de atención al usuario de la Municipalidad Provincial Mariscal Nieto.

Tabla 21: Calidad de Servicio y Satisfacción Usuario

| | | | SatUsu | | | Total |
|---------------|------------|------------|--------|---------|-------|-------|
| | | | Baja | Regular | Alta | |
| CalSer | Básico | Recuento | 26 | 22 | 18 | 66 |
| | | Frecuencia | 8.9% | 7.6% | 6.2% | 22.7% |
| | Competente | Recuento | 28 | 48 | 49 | 125 |
| | | Frecuencia | 9.6% | 16.5% | 16.8% | 43.0% |
| | Destacado | Recuento | 25 | 31 | 44 | 100 |
| | | Frecuencia | 8.6% | 10.7% | 15.1% | 34.4% |
| Total | | Recuento | 79 | 79 | 102 | 110 |
| | | Frecuencia | 27.1% | 27.1% | 35.1% | 37.8% |

Fuente: Salida de procesamiento con software estadístico.

Tabla 22: Prueba chi-cuadrado v1 y v2

| | Valor | gl | Sig. Asintótica (bilateral) |
|------------------------------|---------------------|----|-----------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson | 12,946 ^a | 4 | ,012 |
| Razón de verosimilitudes | 13,013 | 4 | ,011 |
| Asociación lineal por lineal | 9,441 | 1 | ,002 |
| N de casos válidos | 291 | | |

Fuente: Salida de procesamiento con software estadístico.

| | | Valor | Sig. aproximada |
|---------------------|------------------------------|-------|-----------------|
| Nominal por nominal | Coefficiente de contingencia | ,295 | ,012 |
| N de casos válidos | | 291 | |

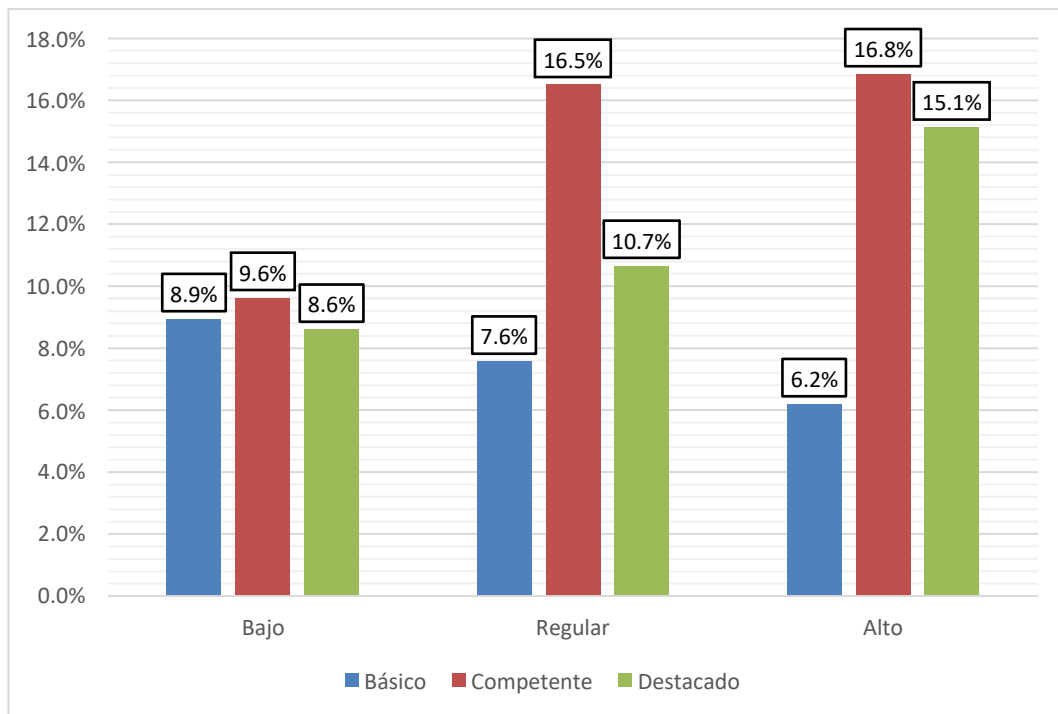


Ilustración 21: Calidad de Servicio y Satisfacción Usuario

Fuente: Tabla 21

Interpretación:

El nivel más frecuente de calidad de servicio encontrado fue el Competente con el 43.0% de usuarios que tienen esta percepción; asimismo el 35.1% de usuarios percibe una satisfacción usuaria alta. Un mayoritario 16.8% de usuarios perciben un desempeño competente de calidad de servicios y satisfacción usuaria alta. Como se puede apreciar en la tabla 21, ratificado en la ilustración 21.

La prueba chi cuadrado tuvo una significación = 0.012 menor a 0.05, lo que indica que existe una relación significativa entre las variables Calidad de Servicio y Satisfacción del área de atención al usuario de la Municipalidad Provincial Mariscal Nieto, Moquegua 2019; en la percepción de los usuarios; asimismo la prueba del coeficiente de contingencia con un valor

de significación = 0.012 menor a 0.05, indicó que existe una correlación significativa entre dichas variables; es decir, a medida que mejora la calidad de servicio, mejora la satisfacción usuaria, en la percepción de los usuarios.

Tabla 23: Capacidad de Respuesta y Satisfacción Usuaría

| | | | SatUsu | | | Total |
|--------|------------|------------|--------|---------|-------|--------|
| | | | Baja | Regular | Alta | |
| CapRes | Básico | Recuento | 27 | 23 | 17 | 67 |
| | | Frecuencia | 9.3% | 7.9% | 5.8% | 23.0% |
| | Competente | Recuento | 34 | 42 | 43 | 119 |
| | | Frecuencia | 11.7% | 14.4% | 14.8% | 40.9% |
| | Destacado | Recuento | 19 | 35 | 51 | 105 |
| | | Frecuencia | 6.5% | 12.0% | 17.5% | 36.1% |
| Total | | Recuento | 80 | 100 | 111 | 291 |
| | | Frecuencia | 27.5% | 34.4% | 38.1% | 100.0% |

Fuente: Salida de procesamiento con software estadístico.

Tabla 24: Prueba chi-cuadrado d1 y v2

| | Valor | gl | Sig. Asintótica (bilateral) |
|------------------------------|---------------------|----|-----------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson | 16,589 ^a | 2 | ,000 |
| Razón de verosimilitudes | 18,700 | 2 | ,000 |
| Asociación lineal por lineal | 15,007 | 1 | ,000 |
| N de casos válidos | 291 | | |

Fuente: Salida de procesamiento con software estadístico.

| | | Valor | Sig. aproximada |
|---------------------|------------------------------|-------|-----------------|
| Nominal por nominal | Coefficiente de contingencia | ,330 | ,000 |
| N de casos válidos | | 291 | |

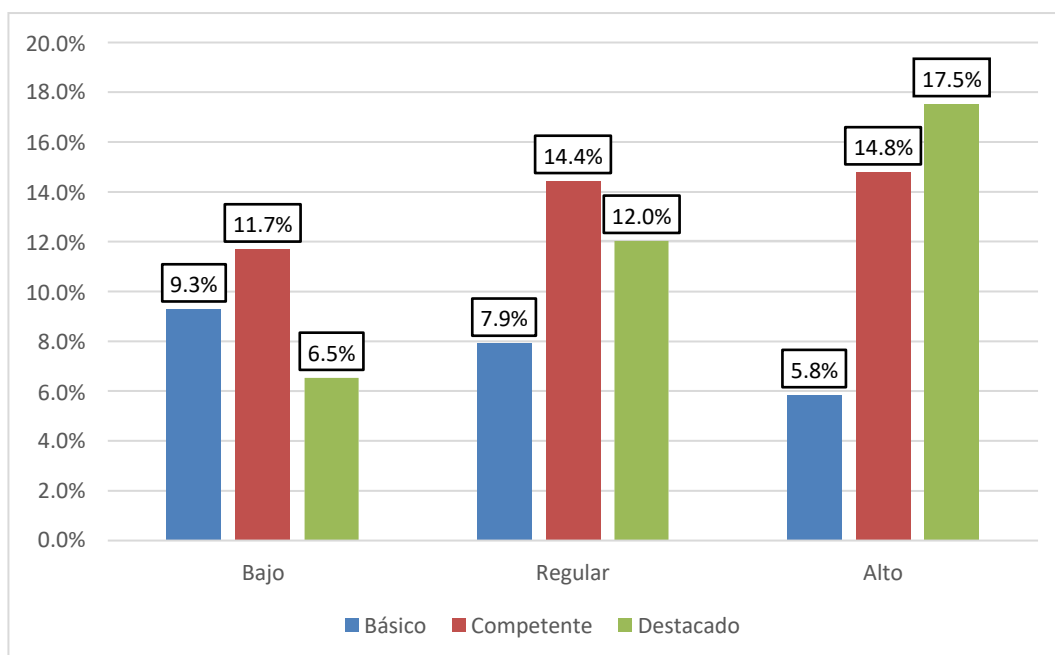


Ilustración 22: Capacidad de Respuesta y Satisfacción Usuaría

Fuente: Tabla 23

Interpretación:

El nivel más frecuente de capacidad de respuesta encontrado fue el Competente con el 40.9% de usuarios que tienen esta percepción; asimismo el 38.1% de usuarios percibe una satisfacción usuaria alta. Un mayoritario 17.5% de usuarios perciben un desempeño destacado de capacidad de respuesta y satisfacción usuaria alta. Como se puede apreciar en la tabla 23, ratificado en la ilustración 22.

La prueba chi cuadrado tuvo una significación = 0.000 menor a 0.01, lo que indica que existe una relación altamente significativa entre la dimensión Capacidad de Respuesta y Satisfacción del área de atención al usuario de la Municipalidad Provincial Mariscal Nieto, Moquegua 2019; en la percepción de los usuarios; asimismo la prueba del coeficiente de contingencia con un valor de significación = 0.000 menor a 0.01, indicó que existe una

correlación altamente significativa entre la primera dimensión y la segunda variable; es decir, a medida que mejora la capacidad de respuesta, mejora la satisfacción usuaria, en la percepción de los usuarios.

Tabla 25: Cortesía y Satisfacción Usuaría

| | | | SatUsu | | | Total |
|--------------|------------|------------|--------|---------|--------|-------|
| | | | Baja | Regular | Alta | |
| Cort | Básico | Recuento | 27 | 17 | 12 | 56 |
| | | Frecuencia | 9.3% | 5.8% | 4.1% | 19.2% |
| | Competente | Recuento | 31 | 40 | 49 | 120 |
| | | Frecuencia | 10.7% | 13.7% | 16.8% | 41.2% |
| | Destacado | Recuento | 28 | 34 | 53 | 115 |
| | | Frecuencia | 9.6% | 11.7% | 18.2% | 39.5% |
| Total | Recuento | 86 | 91 | 114 | 291 | |
| | Frecuencia | 29.6% | 31.3% | 39.2% | 100.0% | |

Fuente: Salida de procesamiento con software estadístico.

Tabla 26: Prueba chi-cuadrado d2 y v2

| | Valor | gl | Sig. Asintótica (bilateral) |
|------------------------------|---------------------|----|-----------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson | 13,816 ^a | 2 | ,001 |
| Razón de verosimilitudes | 14,991 | 2 | ,001 |
| Asociación lineal por lineal | 12,823 | 1 | ,000 |
| N de casos válidos | 291 | | |

Fuente: Salida de procesamiento con software estadístico.

| | | Valor | Sig. aproximada |
|---------------------|----------------------------|-------|-----------------|
| Nominal por nominal | Coficiente de contingencia | ,304 | ,001 |
| N de casos válidos | | 291 | |

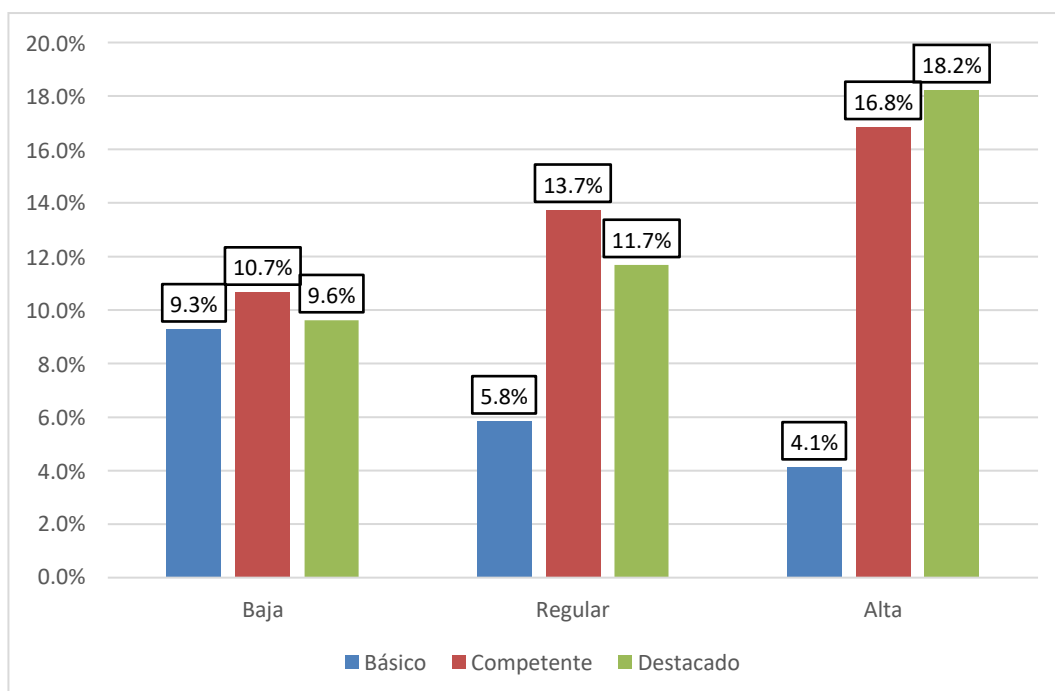


Ilustración 23: Cortesía y Satisfacción Usuaría

Fuente: Tabla 25

Interpretación:

El nivel más frecuente de cortesía encontrado fue el Competente con el 41.2% de usuarios que tienen esta percepción; asimismo el 39.2% de usuarios percibe una satisfacción usuaria alta. Un mayoritario 18.2% de usuarios perciben un desempeño destacado de cortesía y satisfacción usuaria alta. Como se puede apreciar en la tabla 25, ratificado en la ilustración 23.

La prueba chi cuadrado tuvo una significación = 0.001 menor a 0.01, lo que indica que existe una relación altamente significativa entre la dimensión Cortesía y Satisfacción del área de atención al usuario de la Municipalidad Provincial Mariscal Nieto, Moquegua 2019; en la percepción de los usuarios; asimismo la prueba del coeficiente de contingencia con un valor

de significación = 0.001 menor a 0.01, indicó que existe una correlación altamente significativa entre la segunda dimensión y la segunda variable; es decir, a medida que mejora la cortesía, mejora la satisfacción usuaria, en la percepción de los usuarios.

Tabla 27: Competencias Personales y Satisfacción Usuaría

| | | | SatUsu | | | Total |
|--------------|------------|------------|--------|---------|-------|--------|
| | | | Baja | Regular | Alta | |
| CompPer | Básico | Recuento | 25 | 19 | 12 | 56 |
| | | Frecuencia | 8.6% | 6.5% | 4.1% | 19.2% |
| | Competente | Recuento | 33 | 38 | 47 | 118 |
| | | Frecuencia | 11.3% | 13.1% | 16.2% | 40.5% |
| | Destacado | Recuento | 29 | 33 | 55 | 117 |
| | | Frecuencia | 10.0% | 11.3% | 18.9% | 40.2% |
| Total | | Recuento | 87 | 90 | 114 | 291 |
| | | Frecuencia | 29.9% | 30.9% | 39.2% | 100.0% |

Fuente: Salida de procesamiento con software estadístico.

Tabla 28: Prueba chi-cuadrado d3 y v2

| | Valor | gl | Sig. Asintótica (bilateral) |
|------------------------------|---------------------|----|-----------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson | 17,506 ^a | 4 | ,002 |
| Razón de verosimilitudes | 18,975 | 4 | ,001 |
| Asociación lineal por lineal | 14,188 | 1 | ,000 |
| N de casos válidos | 291 | | |

Fuente: Salida de procesamiento con software estadístico.

| | | Valor | Sig. aproximada |
|---------------------|----------------------------|-------|-----------------|
| Nominal por nominal | Coficiente de contingencia | ,338 | ,002 |
| N de casos válidos | | 291 | |

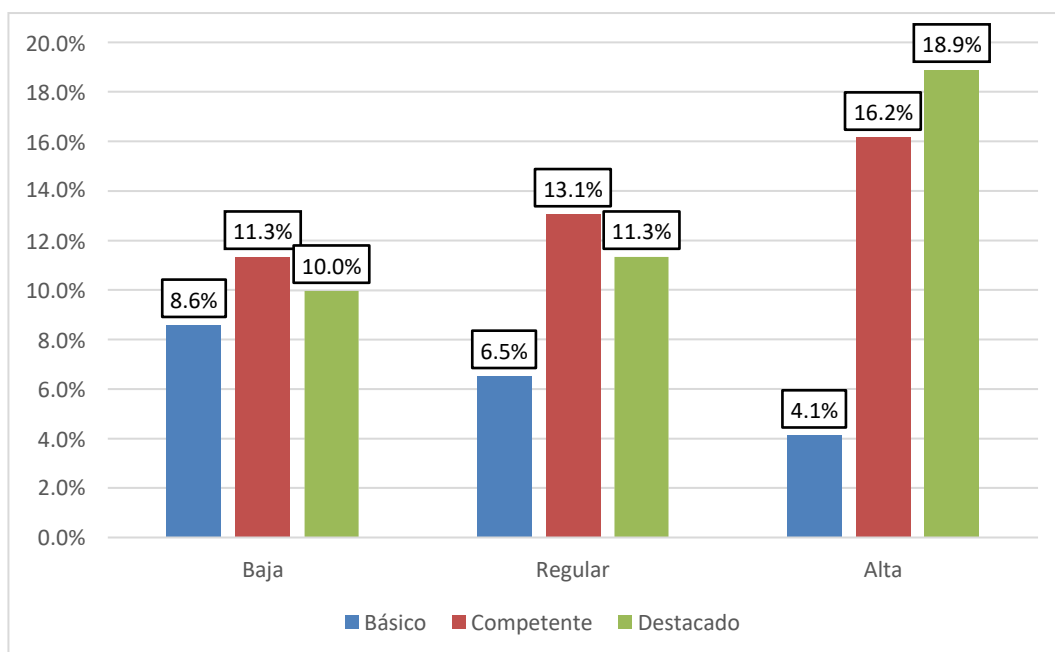


Ilustración 24: Competencias Personales y Satisfacción Usuaría

Fuente: Tabla 27

Interpretación:

El nivel más frecuente de Competencia Personal encontrado fue el Competente con el 40.5% de usuarios que tienen esta percepción; asimismo el 39.2% de usuarios percibe una satisfacción usuaria alta. Un mayoritario 18.9% de usuarios perciben un desempeño destacado de competencia personal y satisfacción usuaria alta. Como se puede apreciar en la tabla 27, ratificado en la ilustración 24.

La prueba chi cuadrado tuvo una significación = 0.002 menor a 0.01, lo que indica que existe una relación altamente significativa entre la dimensión Competencias Personales y Satisfacción del área de atención al usuario de la Municipalidad Provincial Mariscal Nieto, Moquegua 2019; en la percepción de los usuarios; asimismo la prueba del coeficiente de contingencia con un valor de significación = 0.002 menor a 0.01, indicó que existe una

correlación altamente significativa entre la tercera dimensión y la segunda variable; es decir, a medida que mejora la competencia personal, mejora la satisfacción usuaria, en la percepción de los usuarios.

5.2. Discusión

- Como se aprecia en la tabla 22, tuvo una significación = 0.012 menor a 0.05, lo que indica que existe una relación significativa entre las variables Calidad de Servicio y Satisfacción del área de atención al usuario de la Municipalidad Provincial Mariscal Nieto, Moquegua 2019; en la percepción de los usuarios; asimismo la prueba del coeficiente de contingencia con un valor de significación = 0.012 menor a 0.05, indicó que existe una correlación significativa entre dichas variables; es decir, a medida que mejora la calidad de servicio, mejora la satisfacción usuaria, en la percepción de los usuarios.

La razón de ser de las instituciones públicas es servir a los usuarios, como menciona en el Capítulo IV, Artículo N° 39 de la Constitución Política del Perú, porque sin los usuarios no existirían. Para ello se debe atender las necesidades prioritarias de los usuarios y para la cual, se debe establecer las funciones y los procesos de gestión que permitan responder más y mejor a esas necesidades con los recursos y capacidades disponibles.

Los trabajadores públicos deben servir a los intereses de los usuarios, procurar aumentar la eficiencia, para brindar una mejor atención a los ciudadanos y actuar con idoneidad, lealtad y respeto frente al usuario.

- Como se aprecia en la tabla 24, tuvo una significación = 0.000 menor a 0.01, lo que indica que existe una relación altamente significativa entre la dimensión Capacidad de Respuesta y Satisfacción del área de atención al usuario de la Municipalidad Provincial Mariscal Nieto, Moquegua 2019; en la percepción de los usuarios;

asimismo la prueba del coeficiente de contingencia con un valor de significación = 0.000 menor a 0.01, indicó que existe una correlación altamente significativa entre la primera dimensión y la segunda variable; es decir, a medida que mejora la capacidad de respuesta, mejora la satisfacción usuaria, en la percepción de los usuarios.

La capacidad de respuesta de parte del trabajador tiene que ser de forma idónea, rápida, ágil, eficaz y oportuna, para ello la municipalidad debe contar con materiales suficientes para el buen desempeño del trabajador, por lo cual, Riveros P.E, 2007; plantea lo siguiente: "Para lograr una mayor calidad las empresas deben mejorar su software, hardware y el talento humano.

El hardware se mejora mediante aportes de capital para comprar los equipos, sistemas y materiales que permitan contar con la tecnología apropiada.

El software se refiere a los procedimientos en general y se puede mejorar a través de las personas. El talento humano puede asumir nuevos procedimientos o desarrollarlos, de acuerdo con su nivel de conocimiento, pericia y creatividad.

El talento humano se mejora solamente elevando el nivel de conocimientos de las personas y buscando la mejor actitud en el desempeño de las funciones.

En tal sentido solo así las entidades podrán desarrollar una gestión ágil, eficaz, eficiente y oportuna y así responder oportunamente a las necesidades de los usuarios.

- Como se aprecia en la tabla 26, tuvo una significación = 0.001 menor a 0.01, lo que indica que existe una relación altamente significativa entre la dimensión Cortesía y Satisfacción del área de atención al usuario de la Municipalidad Provincial Mariscal Nieto, Moquegua 2019; en la percepción de los usuarios; asimismo la prueba del coeficiente de contingencia con un valor de significación = 0.001 menor a 0.01, indicó que existe una correlación altamente significativa entre la segunda dimensión y la segunda variable; es decir, a medida que mejora la cortesía, mejora la satisfacción usuaria, en la percepción de los usuarios.

Según (Sandoval, 2006) plantea 10 dimensiones entre la cual está considerado la cortesía que significa el trato amable, amistoso, respetuoso y solidario hacia a los clientes o usuarios. La cortesía genera confianza en el servicio brindado y a su vez contribuye a la mejor satisfacción de los usuarios.

Es importante tomar en cuenta este aspecto por todos los trabajadores que están en contacto con el cliente, ya que también favorece a la buena imagen de la institución ante la sociedad. Para lograr una convivencia armoniosa con los usuarios debe existir un buen trato, a pesar de las contradicciones de ideas entre las personas, se realiza un esfuerzo para lograr un ambiente de comprensión y sincero interés en el bien común; que es la satisfacción de los usuarios.

- Como se aprecia en la tabla 28, tuvo una significación = 0.002 menor a 0.01, lo que indica que existe una relación altamente significativa entre la dimensión Competencias Personales y Satisfacción del área de atención al usuario de la Municipalidad Provincial Mariscal Nieto, Moquegua 2019; en la percepción de los usuarios; asimismo la prueba del coeficiente de contingencia con un valor de

significación = 0.002 menor a 0.01, indicó que existe una correlación altamente significativa entre la tercera dimensión y la segunda variable; es decir, a medida que mejora la competencia personal, mejora la satisfacción usuaria, en la percepción de los usuarios.

La competencia personal de los trabajadores, tiene que ver con la idoneidad, las destrezas y habilidades, actitud frente al usuario, liderazgo, adaptación de cambios y entre otras que son muy importantes para la satisfacción de los usuarios, como plantea (Sandoval, 2006), las competencias personales, es decir, habilidades y conocimientos de los trabajadores ayudan a ofrecer mayor calidad de servicio, además entre ellas también la accesibilidad, que refiere a la facilidad de contacto y acercamiento a los usuarios.

Las competencias personales de los trabajadores, como la experiencia del personal; las personalidades de los mismos pueden repercutir en la satisfacción de los usuarios de acuerdo a este trabajo de investigación, se tiene que tomar en cuenta este aspecto muy importante y primordial para lograr satisfacer mejor a los usuarios en todas sus expectativas.

Finalmente considero que esta investigación es un aporte que permitirá contribuir a futuras investigaciones y para que las instituciones públicas como la municipalidad, quienes promuevan una adecuada calidad de servicio, a través de los diferentes procesos como la capacidad de respuesta, cortesía y competencias personales y así pueda repercutir mejor en la satisfacción de los usuarios de la municipalidad distrital de Samegua.

CONCLUSIONES

- Con relación al objetivo general: determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del área de Atención al Usuario, el valor de significación = 0.012 menor a 0.05, entonces se acepta la hipótesis, por lo tanto, se puede afirmar, que existe relación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios, y lo mismo, luego de someterse al coeficiente de Spearson nos permite observar una correlación 0.012, lo que significa que existe una correlación positiva entre las variables de calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Provincial Mariscal Nieto, 2019, lo que indica, cuanto mayor sea la calidad de servicio ofrecida a los usuarios, será mejor las satisfacción de los mismos, por otro lado a una mala calidad de servicio ofrecida será menor la satisfacción de los usuarios.
- Con relación al primer objetivo específico: determinar la relación entre la capacidad de respuesta de los trabajadores y la satisfacción del área de Atención al Usuario, tuvo una significación = 0.000 menor a 0.01, entonces se acepta la hipótesis, por lo tanto, se puede afirmar, que existe relación significativa entre la capacidad de respuesta de los trabajadores y la satisfacción de los usuarios, del mismo modo, luego de someterse al coeficiente de Spearson arroja una correlación de 0.000, lo que significa que hay una correlación positiva entre las variables capacidad de respuesta y satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Provincial Mariscal Nieto, 2019.

- Con relación al segundo objetivo específico: Determinar la relación entre la cortesía y la satisfacción del área de Atención al Usuario, tuvo una significación = 0.001 menor a 0.01, entonces se acepta la hipótesis, por lo tanto, se puede afirmar, que existe relación significativa relación entre la cortesía y la satisfacción de los usuarios, del mismo modo, luego de someterse al coeficiente de Spearson arroja una correlación de 0.001, lo que significa que hay una correlación positiva entre las variables de cortesía y satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Provincial Mariscal Nieto, 2019.

- Con relación al tercer objetivo específico: Determinar la relación entre las competencias personales y la satisfacción del área de Atención al Usuario, tuvo una significación = 0.002 menor a 0.01, entonces se acepta la hipótesis, por lo tanto, se puede afirmar, que existe relación significativa entre las competencias personales y la satisfacción de los usuarios del mismo modo , luego de someterse al coeficiente al Spearson arroja una correlación de 0.002, lo que significa que hay una correlación positiva en la Municipalidad Provincial de Mariscal Nieto, 2019.

RECOMENDACIONES

- Realizar una convocatoria multisectorial anualmente en cada anexo o comunidad que conforma el provincia Mariscal Nieto; donde se pueda escuchar las necesidades prioritarias de los usuarios y así priorizar las necesidades principales que aquejan a los usuarios, ya que en los resultados de la investigación reflejan que los trabajadores están preparados y conocen las necesidades prioritarias de la población en forma regular de satisfacción; también se tiene que instalar un buzón de sugerencias donde los usuarios puedan dar a conocer y sugerir sus necesidades primordiales.
- Se tiene que proveer de los materiales apropiados a los trabajadores de la Municipalidad (renovación de equipos tecnológicos); ya que se pudo observar que aún se está trabajando con tecnología desfasadas, que no están funcionando eficientemente la cual genera una demora y perjudica la rápida atención de las necesidades de los usuarios en un plazo adecuado y desempeñar correctamente en el puesto que se les asignó.
- Realizar una instrucción y orientación psicológica anual a los trabajadores de la Municipalidad en temas de (trato cortés, amable, respetuoso, tolerante con la petición de los usuarios a pesar que no tengan la razón); ya que los usuarios se quejan de la mala atención que recibieron, además de ello se tiene que socializar la visión, misión, objetivos y políticas institucionales para que los trabajadores estén comprometidos a lograrlos y esto mejore la calidad de servicio a través del trato cortés a los usuarios.

- Las personas que ocupan el cargo necesariamente tienen que contar con la experiencia suficiente (se tiene que seleccionar el personal), para el desempeño correcto en su área respectiva, por otro lado, la preparación psicológica de cada uno para que así se pueda solucionar los conflictos posibles que pueda ocurrir con los usuarios al momento de la prestación del servicio. Porque se observó que hay personal que no cuenta con suficiente experiencia debido a que no se realiza una selección adecuada; ya que ocupan cargos de confianza.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez (2012). Realizó la investigación: Satisfacción de clientes y usuarios con el servicio ofrecido en redes de supermercados gubernamentales. . En Universidad Católica Andrés Bello. Venezuela.
- Álvarez (2004). Realizó la investigación: "Calidad en el Servicio de Atención al Cliente en una Empresa Química Industrial" . En la Universidad Veracruzana. México.
- Aniorte. (20 de agosto de 2013). Servicios de Calidad. Recuperado el 28 de julio de 2018, de http://www.aniorte-nic.net/apunt_gest_serv_sanit_4.htm
- Armado (2015) Realizó la investigación: "La satisfacción del usuario como indicador de calidad en el servicio municipal de deportes, percepción, análisis y evolución" de la Universidad de Murcia – España.
- Aurora. (2005). Los estudios de necesidades y uso de información: fundamentos y perspectivas actuales. España: TREA S.L.
- Berry. (1989). Calidad de Servicio: una ventaja estratégica para instituciones financieras. Madrid: Díaz de Santos S. A.
- Betancourt. (2010). "La evaluación de la calidad de servicio " en contribuciones a la economía. Recuperado el 22 de agosto de 2018, de <http://www.eumed.net/ce/2010a/>
- C., A. P. (1995). Satisfacción. Recuperado el 01 de setiembre de 2018, de http://www.unac.edu.pe/documentos/organización/vri/cdcitra/Informes_Finales_Investigación/Noviembre_2011/IF_HERNAN%20AVILA_FCA/CONTENIDO.
- Carmen (2009). Técnicas para perfeccionar la actitud en el servicio a clientes coordinación. México : María Carmen Lira Mejía.
- Carrasco. (2009). Metodología de la Investigación Científica. Lima: San Marcos.
- Curzel (2008). Usuarios de la información, formación y desafíos. Buenos Aires: Alfagrama.

- Evans & Lindsay. (2000). "Administración y control de la calidad". Washington: Thomson Editores.
- Huisa. (2003). Realizó la investigación: "Satisfacción del usuario externo sobre la calidad de atención de salud en el hospital de la base naval Callao. En la Universidad Mayor de San Marcos. Lima.
- INEI. (2013). Censos Nacionales: XI de Población y VI de Vivienda. ISO. (2008). Normas de ISO 9000.
- Ivancev (1996). Gestión Calidad y Competitividad. España: cargraphics S.A.
- Jhon (2012). Marketing de servicios, conceptos, estrategias y casos. México: Cengage Learning.
- Kotler (2001). Dirección de Mercadotecnia. México : Pearson educación .
- Kurtz (2012). Marketing Contemporáneo. México: Cengage Learning.
- Llovera. (2007). Plan de calidad para la atención y el servicio al usuario de la Unidad de Patología Cervical del Hospital Universitario de coro Dr. Alfredo Van Grieken. Universidad católica Andrés de Bello. Facultad de Ciencias Administrativas.
- Luján (2011). Realizó la investigación: "Nivel de satisfacción según expectativas y percepciones de la calidad de servicio de salud en los usuarios externos de la unidad de cuidados intensivos del Instituto Nacional de Salud del Niño 2011. En la Universidad Inca Garcilazo de la vega. Lima- Peru.
- Mejia (2009). Técnicas para perfeccionar la actitud en el servicio a clientes Coordinación. México: María Carmen Lira Mejía.
- Monchón (2013). Realizó la investigación: Nivel de calidad del cuidado enfermero desde la percepción del usuario, servicio de emergencia. Hospital III-Essalud Chiclayo-2013". En Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Chiclayo- Perú.
- Naresh (1997). Investigación de Mercados Un Enfoque Práctico. México: Prentice Hal.

- Ñahuirima (2015) trabajo de investigación: Calidad de servicio y satisfacción del cliente de las pollerías del distrito de Andahuaylas, provincia de Andahuaylas, región Apurímac.
- Oliver (1997). Satisfacción. Recuperado el 2018 de julio de 24, de <http://lexicon.ft.com/Term?term=customer-satisfaction>
- Oliver (2009). Satisfacción. Recuperado el 01 de setiembre de 2018, de http://www.unac.edu.pe/documentos/organización/vri/cdcitra/Informes_Finales_Investigación/Noviembre_2011/IF_HERNAN%20AVILA_FCA/CONTENIDO
- Pacucha (2018). Oficina de Recursos Humanos.
- Philip. (2001). Dirección de Mercadotecnia. México: Pearson Educación. 8va Edición.
- Ramirez (2016) trabajo de investigación: Calidad de servicio y satisfacción del usuario del área de Farmacia del Hospital Santa Gema de Yurimaguas,
- Reyes . (2009). Recuperado el 30 de Julio de 2018, de La evaluación de la calidad de servicios a partir de la satisfacción de los clientes: <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/cu/2009/bac.htm>.
- Riveros (2007). Sistema de Gestión. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Ros (2016) trabajo de investigación: “Calidad percibida y satisfacción del usuario en los servicios prestados del área de asesoría de proyectos” Universidad Católica San Antonio – España.
- Ruiz (2001). Gestión de la calidad de servicio. Recuperado el 23 de agosto de 2018, de <http://ciberconta.unizar.es/lección/calidadserv/100.HTM>
- Mayo. y Loredo (2009). Recuperado el 8 de Agosto de 2018, de La evaluación de la calidad de servicios a partir de la satisfacción de los clientes: <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/cu/2009/bac.htm>.
- Sampieri (2010). Metodología de la investigación. México: Mc Graw Hill.
- Sánchez (2009). Metodología y Diseños en la Investigación Científica. Lima: Vision. 4ta edición.
- Sandhusen (2002). Mercadotecnia. México: Continental.

- Sandoval., L. M. (2006). Nuevos Fundamentos de Mercadotecnia. Trillas. Sanguesa, S. M. (2006). Teoría y Práctica de la Calidad. España: Paraninfo. SILVA, F. y. (1979). Psicología y Ciencias de la Educación. Madrid: Santillana. Sosa, P. D. (2006). Administración por Calidad. México: Limusa.
- Stanton, E. y. (2000). Fundamentos de Marketing. México: McGraw Hil.
- Web.net, C. (2012). Características de los servicios. Recuperado el 21 de agosto de 2018, de <http://www.conocimientosweb.net/descargas/article1087.html>
- Zambrano, A. (2007). Planificación estratégica, presupuesto y control, 237.

ANEXOS

ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO: CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL ÁREA DE ATENCIÓN AL USUARIO DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL MARISCAL NIETO DE LA, REGIÓN MOQUEGUA 2019.

| PROBLEMA | OBJETIVOS | HIPÓTESIS | VARIABLES Y DIMENSIONES |
|--|--|--|--|
| <p>GENERAL:</p> <p>¿Cómo se relaciona la calidad de servicio y satisfacción del área de Atención al Usuario de la Municipalidad Provincial Mariscal Nieto de Moquegua 2019?</p> <p>ESPECÍFICOS:</p> <p>- ¿Existe relación entre la capacidad de respuesta de los trabajadores y la satisfacción del área de Atención al Usuario en la Municipalidad Provincial</p> | <p>GENERAL:</p> <p>Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Provincial Mariscal Nieto de Moquegua, 2019.</p> <p>ESPECÍFICOS:</p> <p>- Determinar la relación entre la capacidad de respuesta de los trabajadores y la satisfacción del área de Atención al Usuario</p> | <p>GENERAL:</p> <p>Existe relación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción del área de Atención al Usuario de la Municipalidad Provincial Mariscal Nieto de Moquegua, 2019.</p> <p>ESPECÍFICOS:</p> <p>-Existe relación significativa entre la capacidad de respuesta de los trabajadores y la satisfacción del área de Atención al Usuario en la</p> | <p>VARIABLE INDEPENDIENTE:</p> <p>Calidad de servicio</p> <p>DIMENSIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Capacidad de respuesta ▪ La cortesía ▪ Competencias personales |

| | | | |
|---|---|---|--|
| <p>Mariscal Nieto de Moquegua, 2019?</p> <p>- ¿Existe relación entre la cortesía y la satisfacción del área de Atención al Usuario en la Municipalidad Provincial Mariscal Nieto de Moquegua, 2017?</p> <p>- ¿Existe relación entre las competencias personales y la satisfacción del área de Atención al Usuario en la Municipalidad Provincial Mariscal Nieto de Moquegua.2019?</p> | <p>en la Municipalidad Provincial Mariscal Nieto de Moquegua, 2019.</p> <p>- Determinar la relación entre la cortesía y la satisfacción del área de Atención al Usuario en la Municipalidad Provincial Mariscal Nieto, de Moquegua 2019.</p> <p>- Determinar la relación entre las competencias personales y la satisfacción del área de Atención al Usuario en la Municipalidad Provincial Mariscal Nieto de Moquegua, 2019.</p> | <p>Municipalidad Provincial Mariscal Nieto de Moquegua, 2019</p> <p>-Existe relación significativa relación entre la cortesía y la satisfacción del área de Atención al Usuario en la Municipalidad Provincial Mariscal Nieto de Moquegua, 2019.</p> <p>-Existe relación significativa entre las competencias personales y la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Provincial Mariscal Nieto de Moquegua, 2019.</p> | <p>VARIABLE DEPENDIENTE:</p> <p>Satisfacción del área de Atención al Usuario</p> <p>DIMENSIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Confianza en el servicio. ▪ Trato recibido |
|---|---|---|--|

| MÉTODO Y DISEÑO | POBLACIÓN Y MUESTRA | TÉCNICAS E INSTRUMENTOS | |
|---|--|---|---|
| <p>MÉTODO: No experimental - sustantiva</p> <p>NIVEL: Descriptivo correlacional</p> | <p>POBLACIÓN: La población de la presente investigación es la cantidad de 2919 usuarios,</p> <p>MUESTRA: La muestra a tomar en cuenta en la presente investigación es de 291 usuarios.</p> | <p>TÉCNICAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Encuesta. ✓ Observación. <p>TRATAMIENTO ESTADÍSTICO: Distribución de frecuencias</p> | <p>INSTRUMENTO:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Cuestionario ✓ Trato directo ✓ Ficha de observación |

ANEXO 2: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

| VARIABLE DE ESTUDIO | DIMENSIONES | INDICADORES |
|--|---|---|
| <p>VARIABLE INDEPENDIENTE</p> <p>Calidad de servicio</p> <p>Es la discrepancia entre las expectativas de los clientes sobre un servicio concreto y las percepciones o creencias que se forman los directivos sobre lo que espera el consumidor de ese servicio.</p> <p>Ruiz (2001)</p> | <p>DIMENSIÓN 1</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Capacidad de respuesta. <p>Es la probabilidad media de producir, frente a una demanda, una respuesta de calidad aceptable, dentro de un margen de tiempo aceptable y a un costo aceptable.</p> | <p>1.3 Consistencia del servicio</p> <p>1.4 Seguridad</p> |
| | <p>DIMENSIÓN 2</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ La cortesía <p>En este sentido, la amabilidad es fundamental para relacionarnos de una manera positiva y satisfactoria con los otros, bien sea en la familia, en el trabajo, en la escuela, en nuestra comunidad</p> | <p>2.3 Trato personal</p> <p>2.4 Amabilidad</p> |

| | | |
|---|--|--|
| | <p>DIMENSIÓN 3</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Competencias personales. Son la forma de ser de cada persona y las cualidades con las cuales cuenta cada una de ellas en particular. | <p>3.3 Personalidad</p> <p>3.4 Experiencia laboral</p> |
| <p>VARIABLE DEPENDIENTE</p> <p>Satisfacción del área de Atención al Usuario</p> <p>La satisfacción es como un juicio a raíz de una experiencia de consumo, que es el juicio del consumidor que un producto, siempre o está proporcionando un nivel de placer de cumplimiento relacionados con el consumo. Oliver (1997)</p> | <p>DIMENSIÓN 1</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Confianza en el servicio. Es la seguridad o esperanza firme que el usuario tiene del servicio. También se trata de la presunción de uno mismo y del ánimo o vigor para obrar. | <p>1.3 Ausencia de necesidad.</p> <p>1.4 Valoración del servicio</p> |
| | <p>DIMENSIÓN 2</p> <p>Trato recibido. Es la acción y efecto de trato que recibe los usuarios o personas a solicitar el servicio.</p> | <p>2.3 Buen servicio</p> <p>2.4 Percepción</p> |

ANEXO 3: MATRIZ DEL INSTRUMENTO DE RECOJO DE DATOS (USUARIOS)

| VARIABLES | DIMENSIONES | INDICADORES | PESO | N° ITEMS | ÍTEMS |
|----------------------------|--|--|-------------|-----------------|---|
| VARIABLE 1 | DIMENSIÓN 1 | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Consistencia del servicio ▪ Seguridad | 20% | 4 | <ol style="list-style-type: none"> 1. Se realizó el servicio solicitado en un plazo adecuado. 2. Ha tenido la oportunidad de ver que el personal cuenta con recursos materiales suficientes para llevar a cabo su trabajo. 3. El personal le informa adecuadamente de los servicios que ofrecen. 4. Considera que el personal que lo atendió le inspira confianza y muestra buena disposición para atenderlo. |
| | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Capacidad de respuesta | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Trato personal ▪ Amabilidad | | | 20% |
| CALIDAD DE SERVICIO | DIMENSIÓN 2 | | | | |

| | | | | | |
|--------------------------|---|---|-----|---|---|
| | <p>DIMENSIÓN 3</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Competencias personales | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Personalidad ▪ Experiencia laboral | 20% | 4 | <p>9. Los trabajadores se encuentran preparados para solucionar situaciones de conflictos que pueda surgir con los ciudadanos (por ejemplo si un ciudadano viene alterado o en forma prepotente a solicitar un servicio)</p> <p>10. El personal da una imagen de honestidad y confianza</p> <p>11. El personal que lo atendió muestra que está suficientemente preparado para desempeñarse en el cargo que ocupa actualmente.</p> <p>12. El personal que lo atendió muestra dominio en el puesto que se desempeña</p> |
| <p>VARIABLE 2</p> | <p>DIMENSIÓN 1</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Confianza en el servicio. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ausencia de necesidad. ▪ Valoración del servicio | 20% | 4 | <p>13. Se resuelve o se prioriza la necesidad solicitada por usted.</p> <p>14. Se han solucionado satisfactoriamente tus demandas en ocasiones pasadas</p> <p>15. La prestación del servicio en la Municipalidad es muy burocrática. (hay mucha demora)</p> <p>16. El servicio que recibe le parece lo adecuado por</p> |

| | | | | | |
|---|--------------------|---|-----|---|---|
| SATISFACCIÓN DEL ÁREA DE ATENCIÓN AL USUARIO | | | | | parte de los trabajadores de la municipalidad. |
| | DIMENSIÓN 2 | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Buen servicio ▪ Percepción | 20% | 4 | <ul style="list-style-type: none"> 17. Considera que su solicitud es atendida en todas las oportunidades 18. El servicio otorgado cumplió con las necesidades y expectativas esperadas por Ud. 19. El personal que labora en la municipalidad muestra que conoce las necesidades prioritarias que aquejan a los usuarios de la Provincia Mariscal Nieto. 20. Encuentras mejores soluciones a tus necesidades. |

ANEXO 4: INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS

Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales

ENCUESTA A USUARIOS

Estimado Señor (a):

Le agradecemos anticipadamente por su colaboración, dar su opinión sobre la Municipalidad Provincial Mariscal Nieto, para el trabajo de investigación titulado: **“CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL ÁREA DE ATENCIÓN AL USUARIO DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL MARISCAL NIETO, GUA, MOQUEGUA, 2019”**.

Por favor no escriba su nombre, es anónimo y confidencial.

Responda las alternativas de respuesta según corresponda. Marque con una “X” la alternativa de respuesta que se adecue a su criterio.

Sexo:

 M F

| | | | | |
|----------|---------------|------------------|-----------------|------------|
| 1. Nunca | 2. Casi nunca | 3. Algunas veces | 4. Casi siempre | 5. Siempre |
|----------|---------------|------------------|-----------------|------------|

En las veces que acude usted a la municipalidad..... (Tomar en cuenta para todas preguntas)

| N° | ITEMS | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----|---|---|---|---|---|---|
| | VARIABLE 1: CALIDAD DE SERVICIO | | | | | |
| | DIMENSIÓN: CAPACIDAD DE RESPUESTA | | | | | |
| 1 | Se realizó el servicio solicitado en un plazo adecuado. | | | | | |
| 2 | Ha tenido la oportunidad de ver que el personal cuenta con recursos materiales suficientes para llevar a cabo su trabajo. | | | | | |
| 3 | El personal le informa adecuadamente de los servicios que ofrecen. | | | | | |
| 4 | Considera que el personal que lo atendió le inspira confianza y muestra buena disposición para atenderlo. | | | | | |
| | DIMENSIÓN: LA CORTESÍA | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 5 | El personal que lo atendió se expresa en un lenguaje comprensible que usted. Pueda entender. | | | | | |

| | | | | | | |
|----|--|----------|----------|----------|----------|----------|
| 6 | El personal que lo atendió muestra un trato respetuoso hacia usted. | | | | | |
| 7 | El personal que le atendió se muestra dispuesto a ayudarlo con su gestión que está realizando usted. | | | | | |
| 8 | El personal, muestra un trato cordial en la atención al usuario. | | | | | |
| | DIMENSIÓN: COMPETENCIAS PERSONALES | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 9 | Los trabajadores muestran que están preparados para solucionar situaciones de conflictos que pueda surgir con los ciudadanos (por ejemplo, si un ciudadano viene alterado o en forma prepotente a solicitar un servicio) | | | | | |
| 10 | El personal da una imagen de honestidad y confianza | | | | | |
| 11 | El personal que lo atendió muestra que está suficientemente preparado para desempeñarse en el cargo que ocupa actualmente. | | | | | |
| 12 | El personal que lo atendió muestra dominio en su puesto de trabajo. | | | | | |
| | VARIABLE 2: SATISFACCION DEL ÁREA DE ATENCIÓN AL USUARIO | | | | | |
| | DIMENSIÓN: CONFIANZA EN EL SERVICIO | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 13 | Se resuelve o se prioriza la necesidad solicitada por usted. | | | | | |
| 14 | Se han solucionado satisfactoriamente tus demandas en ocasiones pasadas | | | | | |
| 15 | La prestación del servicio en la Municipalidad es muy burocrática. (hay mucha demora) | | | | | |
| 16 | El servicio que recibe le parece lo adecuado por parte de los trabajadores de la municipalidad. | | | | | |
| | DIMENSIÓN: TRATO RECIBIDO | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 17 | Considera que su solicitud es atendida en todas las oportunidades. | | | | | |
| 18 | El servicio otorgado cumplió con las necesidades y expectativas esperadas por usted. | | | | | |
| 19 | El personal que labora en la municipalidad muestra que conoce las necesidades prioritarias que aquejan a los usuarios de Municipalidad Provincial Mariscal Nieto. | | | | | |
| 20 | Encuentras mejores soluciones a tus necesidades. | | | | | |

**GRACIAS POR SU
APOYO.....**

EVIDENCIAS VISUALES

