



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN

Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales

TESIS

**CULTURA ORGANIZACIONAL EN LA ATENCIÓN AL
USUARIO DE LA MUNICIPALIDAD DE CORONEL
PORTILLO: 2018**

Presentada por:

Bach. María Estela Candela Tananta

Para optar el Título Profesional de:

Licenciada en Administración y Negocios Internacionales

PUCALLPA – PERÚ

2018

DEDICATORIA

A Dios, porque sin El nada hubiera sido posible, por todas las bendiciones que me ha dado en la vida.

A mis padres Jorge y Gladis, por haberme forjado como la persona que soy en la actualidad; por sus sabios consejos y su apoyo incondicional. Mis logros, mis triunfos, mi camino al éxito se los debo a ellos. Me formaron con reglas y con algunas libertades, pero al final de cuentas, me motivan constantemente para alcanzar mis anhelos.

A mis abuelos, Jorge y Estila por su amor incondicional en mi vida. Gracias por llevarme en sus oraciones, porque estoy segura de que siempre lo hacen. Y en especial a mi abuelo Elgi Alberto, que siempre tuvo fe en mí, aunque en estos momentos él no puede estar aquí, pero yo sé que desde el cielo está muy feliz de mis logros.

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Alas Peruanas, por darme las herramientas necesarias para competir en el ámbito laboral y enseñarme a ser una profesional con valores.

A todos mis Profesores, que son personas de gran sabiduría y que se han esforzado para ayudarme a llegar al punto en el que ahora me encuentro.

Finalmente a todas aquellas personas, colegas y amigos que me brindaron su apoyo, tiempo e información para el logro de mis objetivos.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre la cultura organizacional y la atención al usuario de la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo: 2018.

La metodología tiene un enfoque cuantitativo, es decir se usó la recolección de datos para probar las hipótesis formuladas, asimismo según el objetivo y la profundidad de la investigación es de tipo aplicada y nivel descriptivo respectivamente, el diseño es correlacional de corte transversal, debido que examina la relación de la variable 1: cultura organizacional con respecto a la variable 2: atención al usuario. La muestra lo constituyen 347 usuarios, donde se seleccionó por conveniencia en base a la accesibilidad y proximidad de los mismos, seguidamente el instrumento que se utilizó para el recojo de datos es el cuestionario que consta de 19 preguntas de acuerdo a los indicadores. Para la aplicación del instrumento se tiene en consideración la opinión de dos profesionales que arrojó una aceptabilidad, y cuando se obtuvieron los datos se analizó la fiabilidad mediante el alfa de Cronbach que determinó el valor de 0.901 siendo excelente para la investigación.

El análisis descriptivo determinó una correlación positiva alta de 82.1% que existe entre la cultura organizacional y la atención al usuario de la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo: 2018.

Palabras claves: cultura organizacional, atención al usuario, innovación, resultados, compromiso, trato entregado y competencias del personal.

ABSTRACT

The objective of this research was to determine the relationship between the organizational culture and the user service of the Provincial Municipality of Coronel Portillo: 2018.

The methodology has a quantitative approach, that is to say, the data collection was used to test the hypotheses formulated, also according to the objective and the deepening of the research is of applied type and descriptive level respectively, the design is cross-sectional correlation, due to the fact that examines the relationship of variable 1: organizational culture with respect to variable 2: user attention. The sample consists of 347 users, where it was selected for convenience based on the accessibility and proximity of the same, then the instrument that was used to collect data is the questionnaire consisting of 19 questions according to the indicators. For the application of the instrument the opinion of two professionals is taken into account that showed an acceptability, and when the data were obtained the reliability was analyzed by Cronbach's alpha which determined the value of 0.901 being excellent for the investigation.

The descriptive analysis determined a high positive correlation of 82.1% that exists between the organizational culture and the attention to the user of the Provincial Municipality of Coronel Portillo: 2018.

Keywords: organizational culture, user attention, innovation, results, commitment, treatment delivered and skills of the staff.

ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
RESUMEN	iv
ABSTRACT	v
ÍNDICE DE CONTENIDO	vi
LISTA DE TABLAS	x
LISTA DE GRÁFICOS	xi
INTRODUCCIÓN	xii
CAPÍTULO I	13
EL PLANTEAMIENTO DE INVESTIGACIÓN.....	13
1.1. Planteamiento del problema.....	13
1.2. Formulación del problema.....	16
1.2.1. Problema general	16
1.2.2. Problemas específicos	16
1.3. Objetivos de la investigación.....	16
1.3.1. Objetivo general	16
1.3.2. Objetivos específicos.....	16
1.4. Justificación del estudio	17
1.5. Limitaciones	17
CAPÍTULO II.....	18
MARCO TEÓRICO	18

2.1. Antecedentes del estudio	18
2.1.1. A nivel internacional	18
2.1.2. A nivel nacional	20
2.2. Bases teóricas.....	24
2.2.1. Cultura organizacional.....	24
2.2.2. Importancia de la cultura organizacional.....	24
2.2.3. Características de la cultura organizacional	25
2.2.4. Factores que influyen en la cultura organizacional	26
2.2.5. Atención al usuario	27
2.2.6. Características de atención al usuario	27
2.2.7. Factores de la atención al usuario.....	28
2.2.8. Actitudes adecuadas en atención al usuario.....	29
2.2.9. Actitudes adecuadas en atención al usuario.....	29
2.3. Definición de términos.....	30
2.4. Hipótesis	33
2.4.1. Hipótesis general.....	33
2.4.2. Hipótesis específicas.....	33
2.5. Variables	34
2.5.1. Definición conceptual de la variable	34
2.5.2. Definición operacional de la variable	34
2.5.3. Operacionalización de la variable	35
CAPÍTULO III	36

METODOLOGÍA	36
3.1. Tipo y nivel de investigación.....	36
3.1.1. Tipo de investigación	36
3.1.2. Nivel de investigación	36
3.2. Diseño y descripción del ámbito de la investigación.....	37
3.2.1. Diseño de la investigación	37
3.2.2. Descripción del ámbito de la investigación	37
3.3. Población y muestra	39
3.3.1. Población	39
3.3.2. Muestra	39
3.4. Técnicas e instrumentos para la recolección de datos	40
3.5. Validez y confiabilidad del instrumento.....	40
3.5.1. Validez del instrumento	40
3.5.2. Confiabilidad del instrumento.....	40
3.6. Plan de recolección y procesamiento de datos	41
3.6.1. Plan de recolección de datos.....	41
3.6.2. Procesamiento de datos	41
CAPÍTULO IV.....	42
RESULTADOS.....	42
4.1. Análisis de tablas y gráficos	42
4.2. Prueba de hipótesis.....	49
CAPÍTULO V.....	53

DISCUSIÓN	53
CONCLUSIONES	55
RECOMENDACIONES	56
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	57
ANEXO	59

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Variables, dimensiones e indicadores	35
Tabla 2. Expertos que validaron el instrumento	40
Tabla 3. Plan de recolección y procesamiento de datos	41
Tabla 4. Análisis descriptivo de la dimensión: Innovación.....	42
Tabla 5. Análisis descriptivo de la dimensión: Resultados	43
Tabla 6. Análisis descriptivo de la dimensión: Compromiso.....	44
Tabla 7. Análisis descriptivo de la variable: Cultura organizacional	45
Tabla 8. Análisis descriptivo de la dimensión: Trato entregado.....	46
Tabla 9. Análisis descriptivo de la dimensión: Competencias del personal	47
Tabla 10. Análisis descriptivo de la variable: Atención al usuario.....	48
Tabla 11. Correlación entre las variables cultura organizacional y la atención al usuario	50
Tabla 12. Correlación entre la innovación y la atención al usuario.....	50
Tabla 13. Correlación entre los resultados y la atención al usuario	51
Tabla 14. Correlación entre el compromiso y la atención al usuario	52

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Ubicación de la provincia de Coronel Portillo.....	38
Gráfico 2. Ubicación de la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo.....	38
Gráfico 3. Análisis descriptivo de la dimensión: Innovación	42
Gráfico 4. Análisis descriptivo de la dimensión: Resultados	43
Gráfico 5. Análisis descriptivo de la dimensión: Compromiso	44
Gráfico 6. Análisis descriptivo de la variable: Cultura organizacional.....	45
Gráfico 7. Análisis descriptivo de la dimensión: Trato entregado	46
Gráfico 8. Análisis descriptivo de la dimensión: Competencias del personal	47
Gráfico 9. Análisis descriptivo de la variable: Atención al usuario	48

INTRODUCCIÓN

Alcanzar la satisfacción de los usuarios, a través del servicio que brinda el personal administrativo en la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo, es una meta de la institución pública.

Por eso, la cultura organizacional permite que todos los miembros de la municipalidad tengan una conducta social apropiada llena de valores y actitudes para la atención a las diferentes solicitudes e inquietudes de los usuarios, que recurren a realizar distintos trámites en el municipio.

Los capítulos que comprende la tesis son los siguientes: Capítulo I – El planteamiento de investigación, se explica la problemática con respecto a la atención a los usuarios en el municipio y como la variable cultura organizacional influye positivamente, asimismo se realiza la formulación, objetivos, justificación y limitaciones de la investigación. El Capítulo II – Marco teórico, tiene como fin realizar los antecedentes del estudio, las bases teóricas y la definición de términos básicos en función a las variables, asimismo se formula la hipótesis y como se ejecuta la operacionalización de las variables. En el Capítulo III – Metodología, se determina el tipo, nivel, diseño y población de la investigación, y se calcula la muestra mínima para aplicar la técnica e instrumento para el recojo de datos, y posteriormente se valida el instrumento. El Capítulo IV – Resultados, se analiza mediante tablas y gráficos el resultado estadístico de las dimensiones, también se realiza el análisis inferencial de las hipótesis formuladas. Y por último el Capítulo V – Discusión de los resultados emitidos.

Finalmente se realiza las conclusiones, recomendaciones, referencias bibliográficas y anexos respectivos.

CAPÍTULO I

EL PLANTEAMIENTO DE INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema

La municipalidad es la encargada de satisfacer toda necesidad suscitada en la sociedad, por lo que deben de estar sistemáticamente organizadas y dirigidas de manera eficiente, con fin de lograr un compromiso con los trabajadores para el buen desarrollo de objetivos institucionales, hoy en día las instituciones desconocen que los recursos de mayor importancia son las personas, puesto que son ellas con la que se pueden realizar metas definidas. Asimismo aclara que las municipalidades también se encargan de los gobiernos locales el cual brinda una serie de servicios cumpliendo ciertas necesidades.

La Municipalidad Provincial de Coronel Portillo es una institución de gobierno local que tiene el objeto de administrar los ingresos económicos, desarrollando labores en beneficio de la comunidad. Por otro lado, se desconoce el compromiso organizacional que tienen con los trabajadores, por lo que se puede observar poco compromiso con la institución debido a la falta de cultura organizacional, lo cual empleado de la manera correcta llevará al éxito de la organización.

La Municipalidad, se encuentra ligada al ambiente laboral y a la cultura de todos los miembros de la institución, siendo un reflejo directo hacia la población, quienes finalmente reciben los servicios. Del mismo modo los trabajadores de la municipalidad se encuentran desmotivados a consecuencia de los salarios bajos, incremento de horas, falta de comunicación, etc.; lo cual lleva a que no se sientan identificados con la institución, por lo que no comparten visiones, ni objetivos siendo un serio problema para la institución, debemos tener en cuenta que la alta dirección no descentraliza las funciones y decisiones adecuadas para el municipio, todo lo citado con anterioridad refleja la atención al cliente interno, en caso que no se encuentre satisfecho, repercute a la atención del mismo.

Dentro del ámbito institucional es de suma importancia conocer las necesidades de los individuos, con fin de crear herramientas para la satisfacción de necesidades, del mismo modo formar cadenas que desarrollen un servicio externo excelente, lo que permitirá el trabajo evolutivo de la institución. Cabe destacar que las instituciones encaminadas al éxito poseen culturas organizacionales ordenadas, teniendo en cuenta al profesional del área atención al público, que debe ser el de más alta identificación con su organización, la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo, es una institución pública, el cual tiene como objeto brindar servicios de calidad, por tal motivo las personas necesitan una atención adecuada lo que conlleva a procesos en las cuales la clave del éxito es la tolerancia, empatía y comprensión, características que deben tener en cuenta para el desarrollo de las grandes expectativas de servicio.

La mejora de atención al cliente es un reto para todas las instituciones, es por tal motivo que implementan programas de capacitación y motivación, para que los trabajadores que laboran en dicha institución puedan desempeñar mejor sus funciones; las competencias laborales hacen necesario la adquisición de conocimientos, habilidades, y experiencias, para el logro de los resultados. Es por ello que la cultura organizacional de una institución tiene que ser dirigida por los colaboradores para el buen funcionamiento, cabe destacar que se trata de

integrar todas las acciones que se llevan a cabo, siendo un factor determinante en la eficacia en los recursos humanos, de la cual depende los niveles de calidad que se ofrezca.

La cultura organizacional es un pilar importante para apoyar a todas aquellas organizaciones competitivas, es fundamental realizar mejoras en la gestión de recursos, lo cual causa a las organizaciones a cambiar su cultura, tener un compromiso organizacional es un tema de mera importancia en la actualidad, puede que nos llevara a una respuesta global y duradera sobre la organización como un todo, cabe resaltar que la cultura organizacional se entiende como el conjunto de hábitos, valores y tradiciones que existen en una organización, o como la conciencia colectiva, el cual se expresa en el sistema. La cultura está relacionada con el proceso sistemático de socialización que se encuentra dentro de una organización.

Es por esto que la cultura organizacional se considera como un elemento clave para lograr un servicio de calidad en el proceso, es necesario buscar todas las vías posibles para conocer la necesidad del cliente, su satisfacción con el servicio y desempeño. Un buen servicio puede lograrse después de poner orden dentro de la institución, es aquí donde radica la importancia del trabajador, el desarrollo de la cultura organizacional permite ciertas conductas e inhibe otras, asimismo la participación abierta motiva la responsabilidad.

Los consumidores internos se sentirán motivación por lo que apoyaran las decisiones de la institución, colaborando con la organización para el logro de los objetivos en común, lo cual transmitirán empuje a los compañeros para que en forma conjunta colaboren con el desempeño, convirtiéndose en colaboradores y aliados de la organización.

Partiendo de estas afirmaciones, se pretende orientar, sustentar y fundamentar la investigación, enfatizando la importancia de la cultura organizacional como el motor que conduce al éxito a una organización, aplicado dentro de la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Cuál es la relación entre la cultura organizacional y la atención al usuario de la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo: 2018?

1.2.2. Problemas específicos

- a) ¿Cuál es la relación entre la innovación y la atención al usuario de la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo?
- b) ¿Cuál es la relación entre los resultados y la atención al usuario de la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo?
- c) ¿Cuál es la relación entre el compromiso y la atención al usuario de la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo general

Determinar la relación entre la cultura organizacional y la atención al usuario de la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo: 2018.

1.3.2. Objetivos específicos

- a) Determinar la relación entre la innovación y la atención al usuario de la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo.
- b) Determinar la relación entre los resultados y la atención al usuario de la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo.

- c) Determinar relación entre el compromiso y la atención al usuario de la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo.

1.4. Justificación del estudio

El presente trabajo de investigación, sobre la cultura organizacional se basa en la actitud del personal que labora en la institución, se han evidenciado los comportamientos, los cuales reflejan la falta de adaptación al medio laboral por parte de un grupo del personal nombrado y contratado en la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo, los cuales se encuentran insatisfechos, lo que repercute en la calidad de servicio.

El mejoramiento de la cultura organizacional tiene un impacto positivo dentro de las instituciones, ya que fomenta en los trabajadores normas y valores los cuales destacan una conducta positiva aumentando la productividad y dejando que se sientan satisfechos con el servicio. Teniendo en cuenta lo descrito anteriormente el trabajo citado, contribuirá a las próximas investigaciones a identificar sus debilidades y fortalezas y del mismo modo enfrentarse a los cambios mejorando la cultura organizacional alcanzando un buen servicio.

1.5. Limitaciones

El acceso a los datos históricos sobre la atención a los usuarios en la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo es reservado, debido a las políticas internas que manejan.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes del estudio

2.1.1. A nivel internacional

Beltran (2015) en su investigación: “La atención al cliente en la Administración Municipal de la Calera”, para optar un diplomado en alta gerencia a distancia en la Universidad Militar Nueva Granada, tiene por objetivo conocer si el servicio que ofrece las administraciones municipales a los ciudadanos (clientes) es adecuado o por el contrario existen inconformidades por parte de los usuarios. Teniendo como conclusiones: (a) se pudo evidenciar que los ciudadanos (clientes) cuentan con mecanismos para garantizar que la información sea suministrada de una manera oportuna o cuando sienten que sus derechos están siendo violados, razón por la cual las entidades deben fortalecer y brindar las herramientas a sus empleados para que los mismos estén en la capacidad de tomar decisiones y brindar soluciones en ausencia de sus superiores, (b) los gerentes de las organizaciones de hoy en día deben crear políticas y estrategias que orienten a su organización a un nivel de gestión de alta calidad, brindado eficiencia y efectividad en su servicio, puesto que el

objetivo general de la cualquier organización es satisfacer las necesidades de sus clientes.

Rojas (2015) en su investigación: “Un modelo de satisfacción de usuarios como herramienta de apoyo a la gestión de una municipalidad: Análisis de los servicios entregados en edificio consistorial y departamento de desarrollo social de la Municipalidad de lo Prado”, para optar el grado de magíster en gestión y políticas públicas en la Universidad de Chile, tiene por objetivo desarrollar y analizar un modelo que identifique los factores de la organización que influyen en la calidad percibida y la satisfacción de los usuarios que acuden a los servicios que entrega una Municipalidad , de modo que apoye la gestión del municipio tanto en los servicios del edificio consistorial como en el departamento de desarrollo social. Tiene como conclusiones: (a) se concibe el alcance de que si bien el modelo logra explicar en gran medida la varianza del factor satisfacción, es meta del investigador seguir ahondando aspectos que sean considerados relevantes para mejorar el modelo propuesto. Dichos elementos podrían ser el Factor Web el cual, si bien fue considerado en una primera instancia y removido de esta investigación luego de la falta de respuestas, se tiende a pensar que podría ser un elemento fundamental para todos aquellos que requieren de un servicio rápido por la web. Eso sí, es labor de la Municipalidad hacer de este factor un activo conocido por parte de la comunidad, (b) el modelo propuesto en este estudio cuenta con validez y fiabilidad estadística para la muestra aplicada y se logra explicar la varianza del factor satisfacción en un 82,4%, por lo que el modelo podrá ser aplicado, en lo posible, a una muestra probabilística que permita inferir hacia la población. Si bien el modelo es perfectible, es un aporte a la gestión de los servicios de una municipalidad al medir las percepciones de los ciudadanos identificando qué aspectos son los que más inciden en la satisfacción de los usuarios del servicio, a objeto de dirigir mejor el gasto, en circunstancias en que el presupuesto es escaso.

Chang (2014) en su investigación: “Atención al cliente en los servicios de la Municipalidad de Malacatán San Marcos”, para optar el título de ciencias económicas y empresariales en la Universidad Rafael Landívar, tiene por objetivo identificar cómo es la atención al cliente, en los servicios, de la Municipalidad de Malacatán, San Marcos. Teniendo como conclusiones: (a) en la Municipalidad de Malacatán, San Marcos, la atención al cliente carece de lineamientos estratégicos que orienten la conducta, aptitud y actitud de los colaboradores; no se cuenta con la adecuada ambientación de la infraestructura, que fortalezca la calidad de los servicios prestados, para incrementar la satisfacción de los usuarios y se genere una imagen institucional que persiga en su conjunto, crear las condiciones, que influyeran en la participación ciudadana de la región, en el ejercicio de sus derechos y obligaciones como ciudadanos Guatemaltecos, (b) el usuario de los servicios de la Municipalidad de Malacatán, San Marcos, no se siente del todo satisfecho, ello debido a la variabilidad de los colaboradores al momento de ser atendidos en relación a la orientación, cortesía, amabilidad, el servicio en sí y a la deficiente ambientación de las instalaciones, ya que el usuario, espera que la atención sea la adecuada en aspectos como: información brindada, cortesía, amabilidad y rapidez; además que, las instalaciones sean cómodas, limpias, con la seguridad, y servicios básicos indispensables disponibles. Por tanto, para el cliente demandante de los servicios, la atención al cliente se calificó entre buena y regular; lo que les provocó un sentimiento de indiferencia a la hora de calificarla.

2.1.2. A nivel nacional

Pérez (2015) en su investigación: “Análisis del clima y cultura organizacional en la Municipalidad Distrital de Talavera, Provincia de Andahuaylas, región Apurímac, 2015”, para optar el título profesional de licenciado en administración de empresas en la Universidad Nacional José María Arguedas, tiene por objetivo analizar la situación actual del clima y cultura organizacional en la Municipalidad Distrital de Talavera 2015.

Teniendo como conclusiones: (a) los trabajadores de la municipalidad se sienten muy desmotivados ya que no existen programas en la institución que incentiven a desarrollarse personal y profesionalmente para el buen desempeño de sus labores cotidianas; en vista que el gerente, sub gerentes, jefes de área no reconocen el trabajo que el personal realiza diariamente y los ingresos que percibe cada trabajador no permite satisfacer sus necesidades, (b) es posible afirmar que, el clima organizacional en los ambientes laborales es efectivamente la expresión de la percepción de los miembros de la organización hacia aquellos aspectos del ambiente de trabajo que están más inmediatos a la experiencia del individuo.

Arana & Ramos (2017) en su investigación: “Influencia de la cultura organizacional en la calidad de servicio a los usuarios de la Municipalidad Distrital de Paucarpata, Arequipa – 2017”, para optar el título profesional de licenciadas en ciencias de la comunicación especialidad en la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, tiene como objetivo conocer la influencia de la cultura organizacional en la calidad de servicio de los usuarios de la Municipalidad Distrital de Paucarpata de Arequipa del 2017. Teniendo como conclusiones: (a) las dimensiones de la cultura organizacional son regulares ya que falta más trabajo en equipo, los aportes de los empleados en el trabajo no son del todo adecuados, por lo tanto hay una deficiencia en la comunicación tanto vertical como horizontal, (b) las características de la cultura organizacional en la Municipalidad Distrital de Paucarpata presentan cierta debilidad; ya que los empleados no manifiestan una identificación al 100% con su puesto de trabajo, algunas veces carecen de práctica de valores y ausencia de compromiso.

Abad (2014) en su investigación: “La cultura organizacional en la Municipalidad Distrital de Víctor Larco Herrera, Provincia de Trujillo, en el año 2014”, para optar el título profesional de licenciada en trabajo social de la Universidad Nacional de Trujillo, tiene por objetivo analizar la cultura organizacional en la Municipalidad Distrital de Víctor Larco Herrera de la Provincia de Trujillo en el año 2014. Teniendo como conclusiones: (a) los

trabajadores de la Municipalidad Distrital de Víctor Larco están relacionados con las formas en que ellos manifiestan el simple hecho de estar en la institución les produce alegría y satisfacción por que les gusta lo que hacen, a pesar de que los trabajadores opinaron que prefieren cambiar sus trabajos por otros con mejores remuneraciones y que además la municipalidad no trata bien a sus trabajadores, (b) los trabajadores reconocen que su labor aporta productividad a la municipalidad, además si tienen una idea para el mejoramiento de la institución ellos mismos los comunicarían inmediatamente a sus jefes y esperarían si podría aplicarlo, pero a pesar que los trabajadores opinaron que después de la jornada directa de trabajo ellos prefieren irse a sus casas y no tienen tiempo para hacer nada referente al mejoramiento de la organización en la municipalidad.

Mamani (2018), en su investigación: “Cultura organizacional y compromiso organizacional en trabajadores de la Municipalidad del Centro Poblado de San Antonio, Moquegua – 2018”, para optar el título de licenciada en ciencias administrativas y marketing estratégico en la Universidad José Carlos Mariátegui, tiene por objetivo determinar la relación que existe entre la cultura organizacional y el compromiso organizacional en los trabajadores de la Municipalidad del Centro Poblado de San Antonio, Moquegua – 2018. Teniendo como conclusiones, (a) se concluye que existe relación directa y significativa entre la cultura organizacional y el compromiso organizacional en los trabajadores de la Municipalidad del Centro Poblado de San Antonio Moquegua – 2018, ya que $p\text{-valor} = 0,002$ (sig.bilateral) es menor a 0,05, y el coeficiente de correlación de Pearson ($r=0.646$) ratifica que existe relación fuerte y directa entre las variables, (b) existe relación significativa entre los resultados de la medición del compromiso afectivo y compromiso normativo con la cultura organizacional en los trabajadores de la Municipalidad del Centro Poblado de San Antonio, Moquegua – 2018; ya que $p\text{-valor} = 0,000$ y $p\text{-valor} = 0,015$ (sig.bilateral) es menor a 0,05 y el coeficiente de correlación de Pearson ($r=0,739$ y $r= 0,524$) ratifica que la relación es fuerte y directa. Por otro lado

se concluye que no existe relación significativa entre los resultados de la medición del compromiso continuo con la cultura organizacional en los trabajadores de la Municipalidad del Centro Poblado de San Antonio, Moquegua – 2018, ya que $p\text{-valor} = 0,145$ (sig.bilateral) es mayor a 0,05 y el coeficiente de correlación de Spearman ($r=0,329$) ratifica que la relación no es fuerte.

Caruajulca (2016) en su investigación: “Modelo de gestión para la eficiencia y calidad de servicio en la atención al usuario en la Municipalidad Provincial de Rodríguez de Mendoza – Amazonas, 2015”, para optar el título de licenciada en turismo y administración en la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza, tiene por objetivo determinar un modelo de gestión para la calidad de servicio en atención al usuario en la Municipalidad Provincial de Rodríguez de Mendoza, Amazonas 2015. Teniendo como conclusiones: (a) La propuesta de solución plantea estrategias basadas en un modelo de sistema de gestión de calidad total para la eficiencia y calidad del servicio, en la atención al cliente de la municipalidad, asimismo está fundamentada en un diagnóstico del componente oferta y demanda. Teniendo en cuenta como base los problemas causa-efecto encontrados lo que han permitido plantear una matriz del marco lógico, en la cual se plasman los objetivos, actividades e indicadores del modelo de gestión de la tesis y deben ser cumplidas para mejorar la eficiencia y calidad de servicio en atención al usuario en la municipalidad, (b) el modelo de sistema de gestión de calidad ha sido diseñado como un piloto para ser aplicado en el área de rentas de la Municipalidad Provincial Rodríguez de Mendoza considerando que esta tiene un continuo flujo de usuarios que realizan tramites diversos como pago de arbitrios licencias municipales, pago de agua potable entre otros y se basa en dos objetivos que son mejorar el servicio de atención al cliente y mejorar las operaciones en el área de rentas de la Municipalidad Provincial de Rodríguez de Mendoza.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Cultura organizacional

Granell (1997) define el término como aquello que comparten todos o casi todos los integrantes de un grupo social, esa interacción compleja del grupo en una empresa que está determinado por valores, creencia, actitudes y conductas.

Guedez (1998) la cultura organizacional es el reflejo del equilibrio dinámico y de las relaciones armónicas de todo el conjunto de subsistemas que integran la organización.

Chiavenato (2009) la cultura organizacional tiene una importante relación con el clima entendido como cultura, el patrón de conductas, creencias y valores compartidos por los miembros de la organización. La cultura organizacional no es algo palpable. Sólo puede observarse en razón de sus efectos y consecuencias.

Newstrom (2007) la cultura organizacional es el conjunto de supuestos, creencias, valores y normas que comparten los miembros de una organización. Asimismo señala que es algo intangible, ya que no se puede ver ni tocar, pero siempre se encuentra presente de forma permanente.

2.2.2. Importancia de la cultura organizacional

Newstrom (2007) la cultura organizacional es importante para el éxito de una empresa, esto por varias razones, los empleados se identifican con la organización, es una fuente de estabilidad y continuidad para la organización, lo que aportará un sentido de seguridad a sus colaboradores, a los trabajadores nuevos los ayudará a descifrar lo que está pasando dentro de la organización, las culturas favorables ayudarán a estimular el entusiasmo de los colaboradores, al atraer su atención, comunicarán una

visión, en general honraran a los colaboradores que se desempeñen de manera extraordinaria, los más productivos y creativos.

2.2.3. Características de la cultura organizacional

Chiavenato (2009) la cultura organizacional refleja la forma en que cada organización aprende a lidiar con su entorno, las características principales son:

- Regularidad de los comportamientos observados, las interacciones entre los miembros se caracterizan por un lenguaje común, terminología propia y rituales relativos a las conductas y diferencias.
- Normas, pautas de comportamiento, políticas de trabajo, reglamentos y lineamientos sobre la manera de hacer las cosas.
- Valores dominantes, son los principios que defiende la organización y que espera que sus miembros compartan, como la calidad de los productos, bajo ausentismo y elevada eficiencia.
- Filosofía, las políticas que reflejan las creencias sobre el trato que deben recibir los empleados o los clientes.
- Reglas, guías establecidas que se refieren al comportamiento dentro de la organización. Los nuevos miembros deben aprenderlas para ser aceptados en el grupo.
- Clima organizacional. La sensación que transmite el local, la forma en que interactúan las personas, el trato a los clientes y proveedores, etcétera.

2.2.4. Factores que influyen en la cultura organizacional

Según Falcones (2014) entre los factores que influyen en la formación de la cultura organizacional están:

Factores organizacionales:

- El medio circundante de la organización, es decir sus valores y características.
- Factores circunstanciales como las características tecnológicas, la regulación ecológica requerida para llevar a cabo su función.
- Factores físicos: como la ubicación de la organización, la accesibilidad, el nivel y calidad de vida del entorno, etc.
- Factores geográficos. La ubicación geográfica de la organización también influye en la cultura organizacional.

Factores del entorno:

- Escenario físico: como la comodidad del ambiente de trabajo, las facilidades o beneficios que se le proporcione a los empleados. Por ejemplo: transportación, alimentación, etc.
- Historia de la organización. El pasado de la organización quiénes y en base a qué implementaron la filosofía de la empresa.
- Idiosincrasia. Las características que definen el comportamiento de la organización también forman parte de su distintivo. Las costumbres sociales del entorno influyen en la cultura de la organización.
- Grupos y líderes. Los grupos y líderes que gobiernan el entorno donde se desarrolla la organización también ejercen influencia sobre la cultura organizacional.

- Procesos culturales por excelencia. Estos procesos como la globalización, la cultura ecológica, la normalización, el comercio electrónico, etc. inciden en la cultura organizacional.

2.2.5. Atención al usuario

Dávila (1995) la atención al usuario es la capacidad para atender lo que los usuarios necesitan y desean, para que puedan sentirse las personas más importantes.

Serna (2006) es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos.

Piñate (2010) está referido a fomentar una buena relación con los clientes, de manera estratégica; lo cual aumentara la satisfacción de los mismos, fortaleciendo los valores transmitidos al usuario.

Botia & Rivera (2008) es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos.

Gomez (1996) es un factor diferenciador fundamental en el mercadeo, gracias a él se puede llegar a posicionar en la mente de los clientes potenciales y generar una ventaja competitiva.

2.2.6. Características de atención al usuario

Serna (2006) entre las características más comunes se encuentran las siguientes:

- Es intangible, no se puede percibir con los sentidos.
- Es perecedero, se produce y consume instantáneamente.
- Es continuo, quien lo produce es a su vez el proveedor del servicio.

- Es integral, todos los colaboradores forman parte de ella.
- La oferta del servicio, prometer y cumplir.
- El foco del servicio, satisfacción plena del cliente.
- El valor agregado, plus al producto.

2.2.7. Factores de la atención al usuario

Casas (2007) brindar un buen servicio no alcanza, si el usuario no lo percibe, por ello es necesario tener en cuenta los siguientes aspectos:

- Cortesía, el usuario desea siempre ser bien recibido, sentirse importante y que perciba que uno le es útil.
- Atención rápida, todo usuario necesita ser atendido de la maneras más rápida y eficiente.
- Confiabilidad: Los usuarios quieren que su experiencia en una empresa sea lo menos riesgosa posible
- Atención personal: Nos agrada y nos hace sentir importantes la atención personalizada.
- Personal bien informado: el usuario pretende recibir buena información por parte de los trabajadores.
- Simpatía: El trato al usuario de un servicio no debe ser frío y distante, sino por el contrario responder a sus necesidades con entusiasmo y cordialidad.
- La empresa debe crear una metodología para medir el nivel de satisfacción del usuario respecto a los productos y servicios que la misma ofrece, así como información clave que refleje probables comportamientos y requerimientos futuros.

2.2.8. Actitudes adecuadas en atención al usuario

MEF (2010) las actitudes que se debe tener en cuenta son las siguientes:

- Mentalidad triunfadora, el aspecto más importante en la psicología de la motivación está en la mentalidad con la que se enfrenta la vida.
- El poder de la actitud positiva, toda victoria es obtenida antes que empiece la batalla.
- Enfrente la adversidad, busque oportunidades en los obstáculos.
- Tenga un propósito, trabaje pensando en la meta laboral y personal.
- Alcance sus sueños y metas, piense siempre en ganar.
- Nutrir su imagen, cultive su autoconfianza. La preparación evita la presión, porque construye confianza.
- Confidencialidad: debe salvaguardar en todo momento la discreción laboral, es decir, que toda información relacionada con el usuario interno o externo, no puede ser divulgada a ningún nivel.

2.2.9. Actitudes adecuadas en atención al usuario

Casas (2007) las expectativas de los usuarios son cada vez mayores, no se conforman con cualquier cosa, no son fáciles de contentar, porque están bien formados e informados. Tenemos que contar con ello, estar preparados para dar una respuesta adecuada, completa, rápida y fiable, que aporte valor adicional a lo que sería una solución de trámite. Entre las expectativas del usuario actual pueden citarse:

- Eficacia, obtención real de resultados y respuestas.
- Rapidez, el tiempo es factor fundamental, siempre escaso y valioso.

- Facilidad, simplicidad, comodidad, ahorro de esfuerzo.
- Autonomía, tendencia a preferir en lo posible sistemas autoservicio.
- Concentración, encontrar la respuesta completa en un sitio, por una sola vía.
- Fiabilidad, garantías sobre el valor y calidad de la información recibida.
- Trato individualizado, atención a las peculiaridades personales.

2.3. Definición de términos

Para la definición de términos se tuvo como referencia el diccionario administrativo de Pérez (2012):

- Actitud, predisposición aprendida para responder consistentemente de modo favorable o desfavorable a un objeto o clases de objetos.
- Acuerdo, es un convenio entre dos o más partes. Se trata del fruto de una negociación, al que se llega cuando los involucrados adoptan una posición común sobre un determinado asunto.
- Atención al usuario, es el conjunto de prestaciones de servicio que el usuario espera, además de un servicio básico, cuando el usuario entra en contacto con la Institución.
- Buzón de sugerencias, es un canal de comunicaciones entre los usuarios y la empresa para conocer los puntos de vista del usuario.
- Calidad, se refiere a la capacidad que posee un objeto para satisfacer necesidades implícitas o explícitas según un parámetro, un cumplimiento de requisitos de calidad.
- Cultura, es todo complejo que incluye el conocimiento, el arte, las creencias, la ley, la moral, las costumbres y todos los hábitos y

habilidades adquiridos por el hombre no sólo en la familia, sino también al ser parte de una sociedad como miembro que es.

- Cultura organizacional, es el conjunto de hábitos, creencias, valores y tradiciones, interacciones y relaciones sociales típicos de cada organización.
- Competitividad, es la capacidad de un negocio o empresa para crear estrategias que lo ayuden a adquirir una posición vanguardista en el mercado. Se destaca la habilidad, recurso o conocimiento que dispone una empresa de la cual carecen sus competidores.
- Comportamientos, acciones desarrolladas por un individuo en el momento presente o en el pasado que tiene intención de ejecutar en el futuro.
- Comunicación, es la actividad consciente de intercambiar información entre dos o más participantes con fin de transmitir o recibir significados a través de un sistema compartido de signos y normas semánticas.
- Cliente, es la persona o empresa receptora de un bien, servicio, producto o idea, a cambio de dinero u otro artículo de valor.
- Convicción, la actitud corporal y tono de voz deben ser convincentes, identificándose con el usuario
- Desarrollo, la tendencia natural de toda organización es crecer y desarrollarse.
- Diagnosticar, recabar datos para analizarlos e interpretarlos, lo que permite evaluar una cierta condición.
- Disposición, es tener el espacio y tiempo suficiente para realizar una actividad o brindando un servicio eficiente, solucionando cualquier problema o inquietud que puede tener este sobre nuestro producto o servicio.

- Empoderamiento, el proceso que realiza una persona para ganar poder, autoridad e influencia sobre otros, para esto es necesario tener poder de decisión, acceso a la información, habilidad para ejercer efectivamente.
- Estrategia, es la técnica que tiene una organización para desarrollar ciertas actividades que mejoren el proceso de servicio con un objetivo fijo la satisfacción del cliente.
- Insatisfacción, es un sentimiento interior que experimenta una persona cuando siente que una realidad determinada no cumple sus expectativas.
- Manual de funciones y procedimientos, es un documento donde se encuentra la descripción de tareas que cada trabajador debe seguir dentro de la misma.
- Municipalidades, son instancias descentralizadas correspondientes a los niveles de Gobierno Local, que emanan de la voluntad popular
- Organización, es la coordinación de diferentes actividades de participantes individuales con la finalidad de efectuar transacciones planeadas con el ambiente.
- Planeación, es la acción de la elaboración de estrategias que permiten alcanzar una meta ya establecida.
- Posicionamiento, es el lugar que ocupa un producto o servicio en la mente del consumidor
- Proyecto, conjunto ordenado de información sistemáticamente procesada, con objetivos claros, delimitados y coherentes, orientados a la generación de bienes y servicios, que satisfagan necesidades o aprovechen oportunidades, sobre la base de la optimización de recursos.
- Riesgo, posibilidad de ocurrencia de eventos tanto internos como externos, que pueden afectar o impedir el logro de los objetivos

institucionales de una entidad pública, entorpeciendo el desarrollo normal de sus funciones.

- Servicios, es la acción que efectuamos en beneficio de nuestros clientes/público usuario, mostrando interés y brindando una atención especial.
- Servicio al cliente, es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externo.
- Sensibilidad, es la capacidad de entender el contenido lógico y emotivo de las ideas y opiniones de otros.
- Sociabilidad, comprender y aceptar la naturaleza y estructura de la sociedad a la que pertenecemos.
- Usuario, es aquella persona que usa algo para una función en específico, el termino es genérico y se limita en primera estancia a describir la acción de una persona que usa algo.

2.4. Hipótesis

2.4.1. Hipótesis general

Existe relación entre la cultura organizacional y la atención al usuario de la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo: 2018.

2.4.2. Hipótesis específicas

- a) Existe relación entre la innovación y la atención al usuario de la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo.
- b) Existe relación entre los resultados y la atención al usuario de la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo.

- c) Existe relación entre el compromiso y la atención al usuario de la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo.

2.5. Variables

2.5.1. Definición conceptual de la variable

La **cultura organizacional** tiene una importante relación con el clima entendido como cultura, el patrón de conductas, creencias y valores compartidos por los miembros de la organización. La cultura organizacional no es algo palpable. Sólo puede observarse en razón de sus efectos y consecuencias (Chiavenato, 2009).

La **atención al usuario**, está referido a fomentar una buena relación con los contribuyentes, de manera estratégica, lo cual aumentará la satisfacción de los mismos, fortaleciendo los valores transmitidos al usuario (Piñate, 2010).

2.5.2. Definición operacional de la variable

Cultura organizacional, se define a través de tres dimensiones: (a) Innovación, (b) Resultados y (c) Compromiso.

Atención al usuario, se define a través de dos dimensiones: (a) Trato entregado y (b) Competencias del personal.

2.5.3. Operacionalización de la variable

Tabla 1. Variables, dimensiones e indicadores

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES
CULTURA ORGANIZACIONAL	Tiene una importante relación con el clima entendido como cultura, el patrón de conductas, creencias y valores compartidos por los miembros de la organización. La cultura organizacional no es algo palpable. Sólo puede observarse en razón de sus efectos y consecuencias (Chiavenato, 2009).	Innovación	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Actividades. ▪ Creatividad. ▪ Habilidades. ▪ Trabajo en equipo.
		Resultados	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tiempo de atención. ▪ Capacidad de respuesta. ▪ Calidad del servicio de atención.
		Compromiso	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Liderazgo. ▪ Participación. ▪ Confianza. ▪ Capacitación.
ATENCIÓN AL USUARIO	Está referido a fomentar una buena relación con los contribuyentes, de manera estratégica, lo cual aumentará la satisfacción de los mismos, fortaleciendo los valores transmitidos al usuario (Piñate, 2010).	Trato entregado	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Percepción del usuario. ▪ Comportamiento del personal. ▪ Inquietudes del usuario. ▪ Comprensión al usuario.
		Competencias del personal	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Experiencia del personal. ▪ Amabilidad. ▪ Destrezas. ▪ Orientación.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. Tipo y nivel de investigación

3.1.1. Tipo de investigación

Es **aplicada** porque se establece un problema conocido por la investigadora, para dar respuesta a las preguntas formuladas (Hernández, Fernández, & Baptista, 2006).

3.1.2. Nivel de investigación

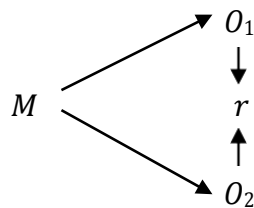
Es **descriptivo**, porque detalla y explica el comportamiento y las características de la atención al usuario, sin influir en la variable (Hernández, Fernández, & Baptista, 2006).

3.2. Diseño y descripción del ámbito de la investigación

3.2.1. Diseño de la investigación

Se trata de un diseño **correlacional de corte transversal**, debido que examina la relación de la variable 1: cultura organizacional, con respecto a la variable 2: atención al usuario, a través de la muestra.

En el presente esquema, se aprecia la relación asumida.



Dónde:

- M: Muestra.
- O_1 : Variable 1 – Cultura organizacional.
- O_2 : Variable 2 – Atención al usuario.
- r : relación.

3.2.2. Descripción del ámbito de la investigación

La Municipalidad Provincial de Coronel Portillo se encuentra ubicado en el distrito de Callería, provincia de coronel portillo, departamento de Ucayali – Perú, fundado 7 de julio de 1943, su actual alcalde Antonio Marino Panduro.



Gráfico 1. Ubicación de la provincia de Coronel Portillo

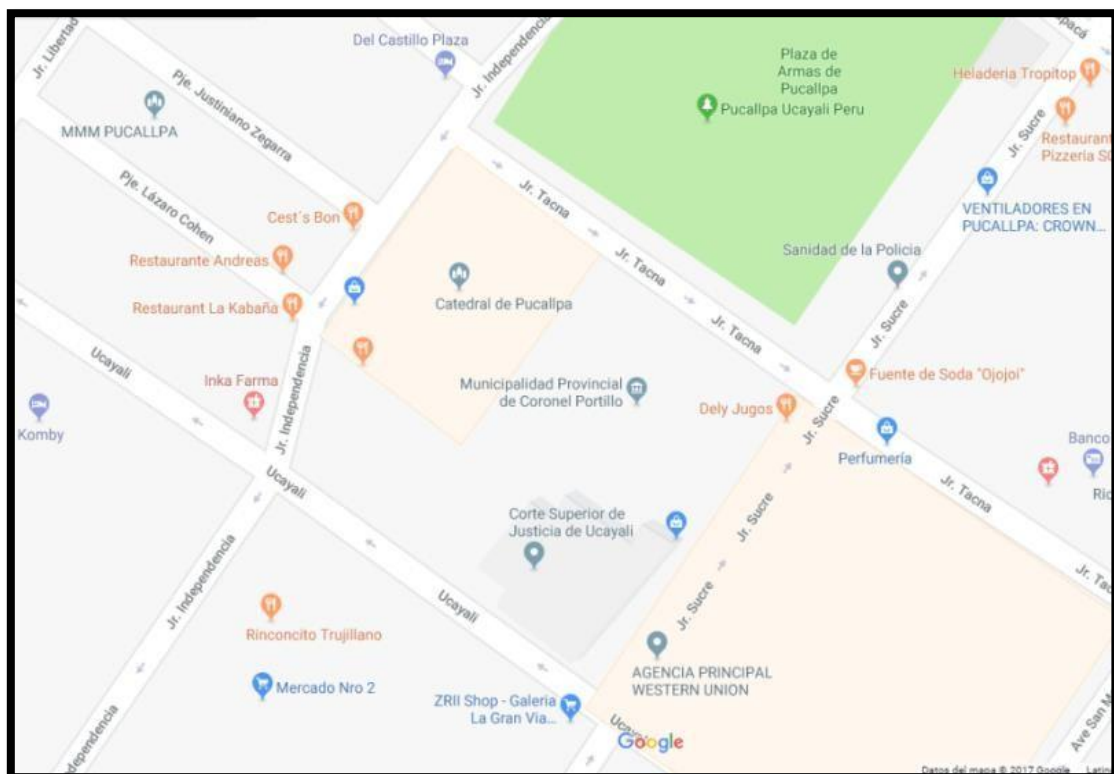


Gráfico 2. Ubicación de la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo

3.3. Población y muestra

3.3.1. Población

En la presente investigación, la población de estudio son los usuarios, comprendidos entre las edades de 20 a 45 años, los cuales acuden con frecuencia a la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo, en promedio por semana, según el historial de atención al usuario durante el año son 3587.

3.3.2. Muestra

La muestra se determinó con la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * \sigma^2 * Z_{\frac{\alpha}{2}}^2}{\epsilon^2 * (N - 1) + \sigma^2 * Z_{\frac{\alpha}{2}}^2}$$

N = Población (3587).

n = Tamaño de la muestra necesaria.

$$Z_{\alpha/2} = 1,96.$$

$$\epsilon = 0,05.$$

$$\sigma^2 = 0,5.$$

$$n = \frac{3587 * 0.5^2 * 1.96^2}{0.05^2 * (3587 - 1) + 0.5^2 * 1.96^2}$$

$$n = 347.08 \equiv 347$$

La muestra lo constituyen 347 usuarios, donde se seleccionó por conveniencia; es decir en base a la accesibilidad y proximidad de los usuarios.

3.4. Técnicas e instrumentos para la recolección de datos

La **encuesta**, permite a través del **cuestionario de preguntas** obtener información de primera mano sobre la cultura organizacional y atención al usuario.

Con el **análisis documental**, se recolectó información relevante para nuestra investigación, es decir, se analiza los documentos y se precisa los conceptos que tengan relación con las variables.

3.5. Validez y confiabilidad del instrumento

3.5.1. Validez del instrumento

Para la validez del instrumento de recolección de datos, se realizó la consulta a cuatro profesionales, que determinaron una calificación de aceptabilidad.

Tabla 2. Expertos que validaron el instrumento

N°	Experto	Opinión	Valoración
01	David González Manrique De La Jara	Aceptabilidad	19,1
02	Baldomero León Tafur	Aceptabilidad	19,2
03	Romel Pinedo Ríos	Aceptabilidad	19,2
04	Clotilde Ríos Hidalgo De Cerna	Aceptabilidad	19,3
Valoración total			19,2

3.5.2. Confiabilidad del instrumento

Análisis estadístico alfa de Cronbach, del instrumento con respecto a las preguntas en base a las variables: Cultura organizacional y atención al usuario.

$$\alpha = \frac{k}{k-1} * \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{\sum S_j^2}\right)$$

$$\alpha = \frac{19}{19-1} * \left(1 - \frac{20.444}{139.911}\right)$$

$$\alpha = 0.901$$

El estadístico Alfa de Cronbach arrojó 0.901, es decir, el instrumento con el cual se recogió información, es **EXCELENTE** para la investigación.

3.6. Plan de recolección y procesamiento de datos

3.6.1. Plan de recolección de datos

Tabla 3. Plan de recolección y procesamiento de datos

Fuentes	Técnicas	Instrumentos	Agentes
Primaria	Encuesta	Cuestionario	Dirigido a los usuarios de la municipalidad.
Secundaria	Análisis documental	Fichas de resumen	Para la recolección de información teórica.

3.6.2. Procesamiento de datos

El recojo de información que se realizó a través del cuestionario de preguntas, fue procesado en el SPSS, con la finalidad de fundamentar el análisis descriptivo de los resultados, mediante tablas y gráficos; y también para verificar si la hipótesis planteada es aceptada o rechazada.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1. Análisis de tablas y gráficos

Tabla 4. Análisis descriptivo de la dimensión: Innovación

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Muy malo	64	18.444%
	Malo	91	26.225%
	Regular	116	33.429%
	Bueno	34	9.798%
	Muy bueno	42	12.104%
	Total	347	100.000%

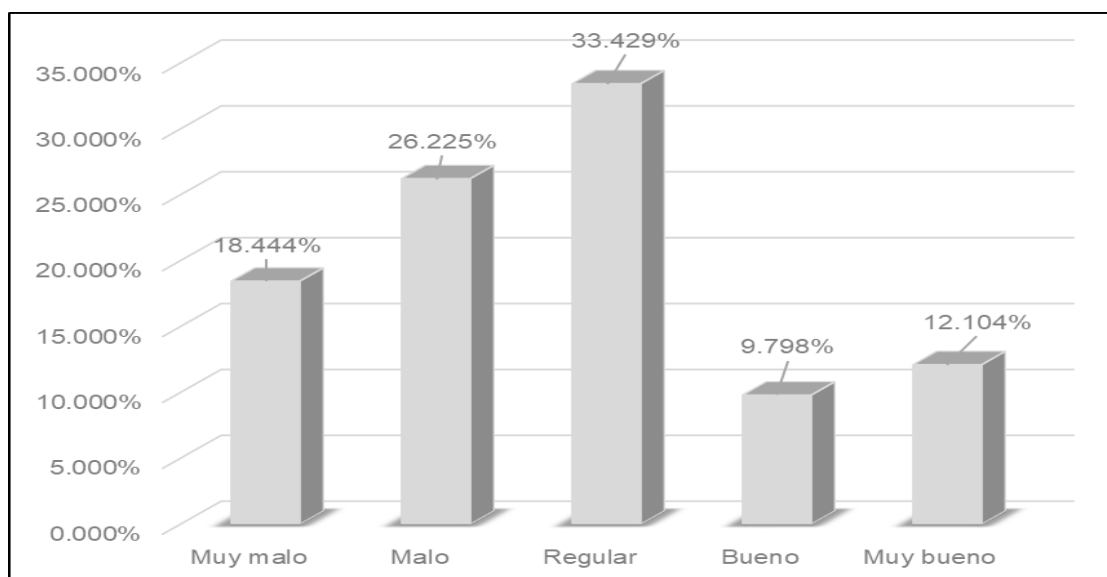


Gráfico 3. Análisis descriptivo de la dimensión: Innovación

Lectura: La opinión de los usuarios que asisten a realizar trámites en la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo, acerca de la innovación del personal en las áreas de atención es 33.429% Regular, 26.225% Malo, 18.444% Muy malo, 12.104% Muy bueno y el 9.798% Bueno.

Tabla 5. Análisis descriptivo de la dimensión: Resultados

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Muy malo	81	23.343%
	Malo	87	25.072%
	Regular	106	30.548%
	Bueno	38	10.951%
	Muy bueno	35	10.086%
	Total	347	100.000%

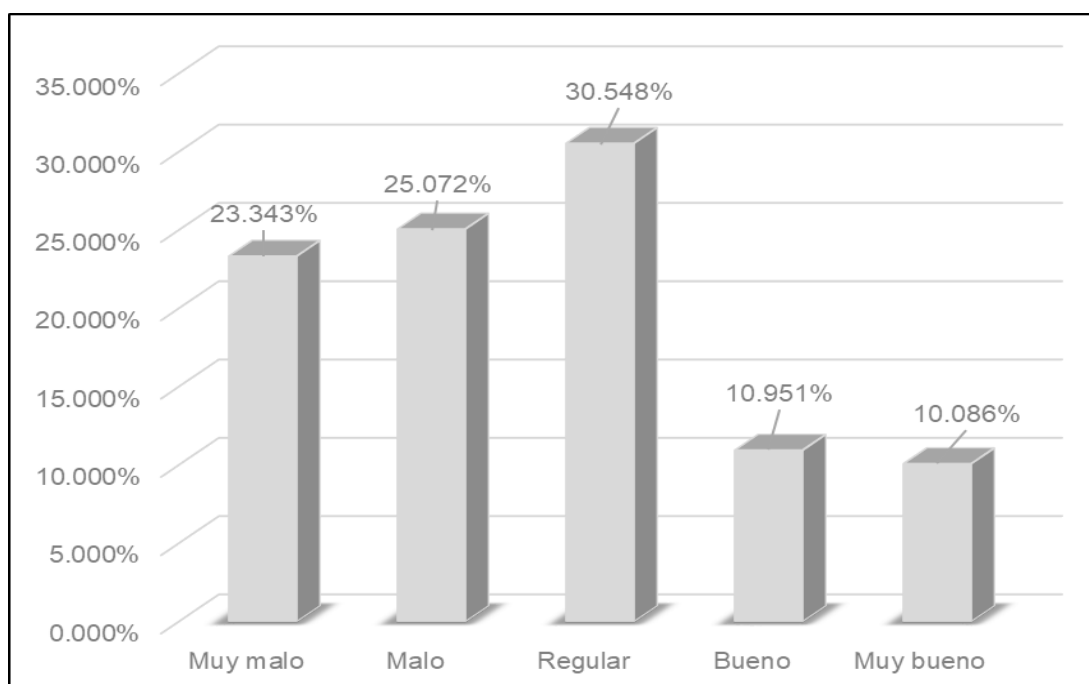


Gráfico 4. Análisis descriptivo de la dimensión: Resultados

Lectura: La opinión de los usuarios que asisten a realizar trámites en la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo, acerca de los resultados en el tiempo de atención, capacidad de respuesta, calidad de servicio del personal en las áreas de atención es 30.548% Regular, 25.072% Malo, 23.343% Muy malo, 10.951% Bueno y el 10.086% Muy bueno.

Tabla 6. Análisis descriptivo de la dimensión: Compromiso

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Muy malo	72	20.749%
	Malo	77	22.190%
	Regular	113	32.565%
	Bueno	40	11.528%
	Muy bueno	45	12.968%
	Total	347	100.000%

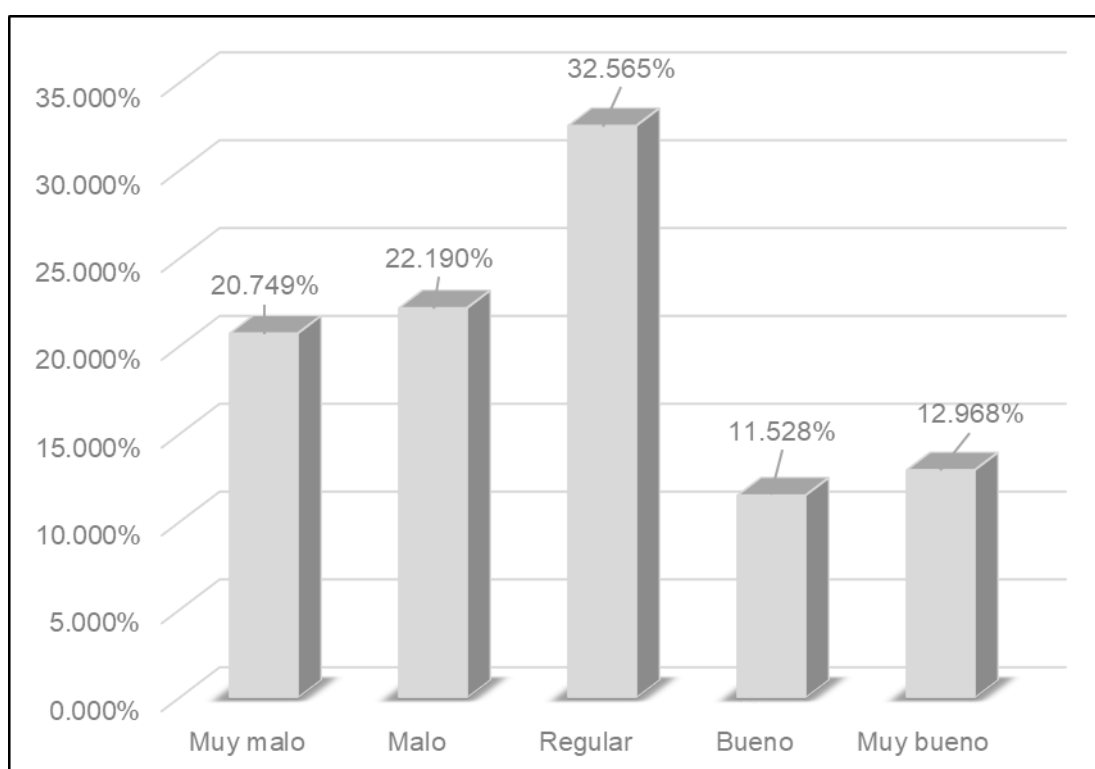


Gráfico 5. Análisis descriptivo de la dimensión: Compromiso

Lectura: La opinión de los usuarios que asisten a realizar trámites en la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo, acerca del compromiso del personal en las áreas de atención es 32.565% Regular, 22.190% Malo, 20.749% Muy malo, 12.968% Muy bueno y el 11.528% Bueno.

Tabla 7. Análisis descriptivo de la variable: Cultura organizacional

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Muy malo	72	20.749%
	Malo	85	24.496%
	Regular	112	32.277%
	Bueno	37	10.663%
	Muy bueno	41	11.815%
	Total	347	100.000%

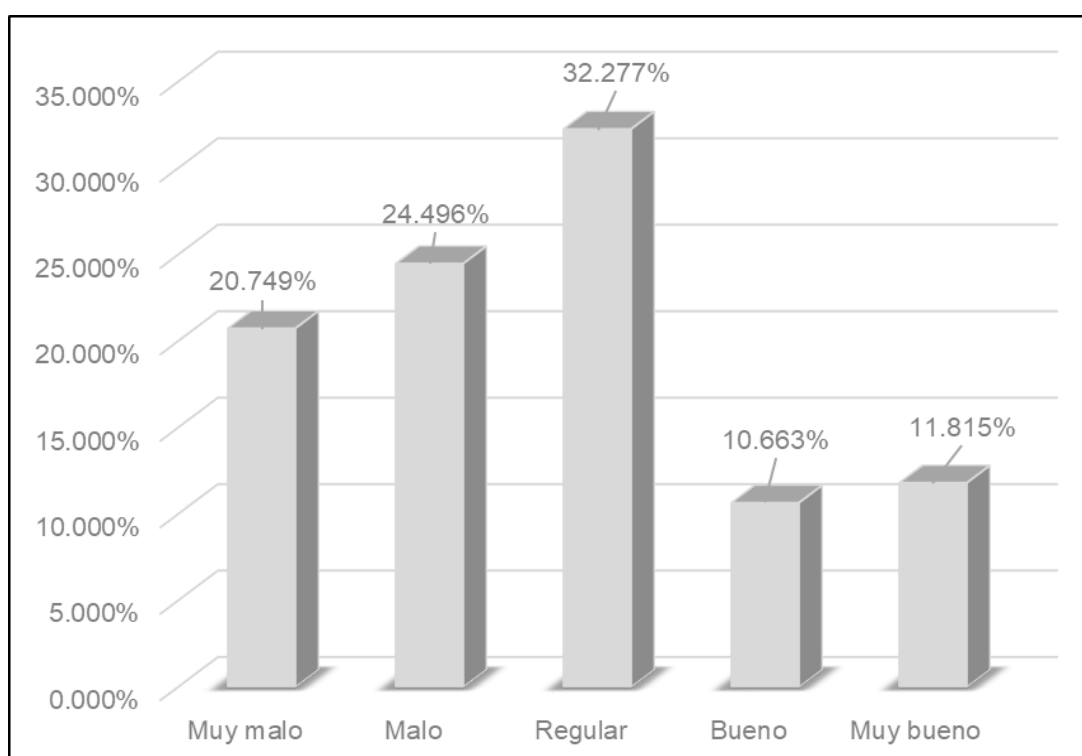


Gráfico 6. Análisis descriptivo de la variable: Cultura organizacional

Lectura: La opinión de los usuarios que asisten a realizar trámites en la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo, acerca de la cultura organizacional del personal en las áreas de atención es 32.277% Regular, 24.496% Malo, 20.749% Muy malo, 11.815% Muy bueno y el 10.663% Bueno.

Tabla 8. Análisis descriptivo de la dimensión: Trato entregado

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Muy malo	63	18.156%
	Malo	91	26.225%
	Regular	100	28.818%
	Bueno	51	14.697%
	Muy bueno	42	12.104%
	Total	347	100.000%

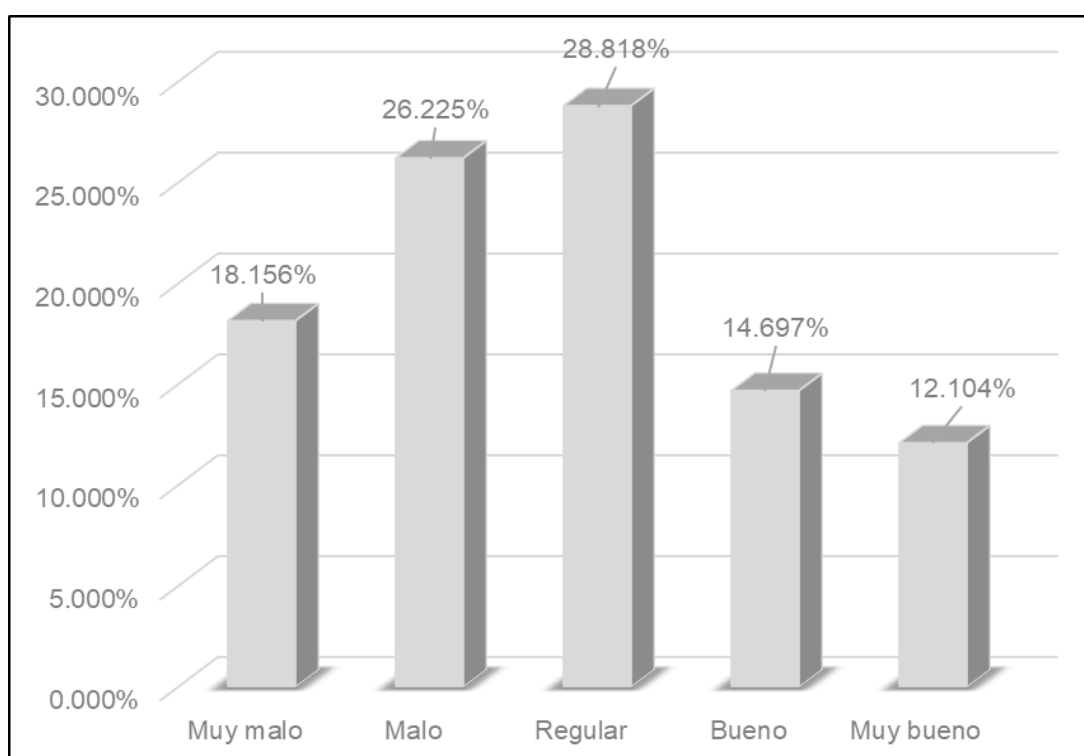


Gráfico 7. Análisis descriptivo de la dimensión: Trato entregado

Lectura: La opinión de los usuarios que asisten a realizar trámites en la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo, acerca del trato entregado por el personal en las áreas de atención es 28.818% Regular, 26.225% Malo, 18.156% Muy malo, 14.697% Bueno y el 12.104% Muy bueno.

Tabla 9. Análisis descriptivo de la dimensión: Competencias del personal

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Muy malo	47	13.545%
	Malo	79	22.766%
	Regular	112	32.277%
	Bueno	58	16.715%
	Muy bueno	51	14.697%
	Total	347	100.000%

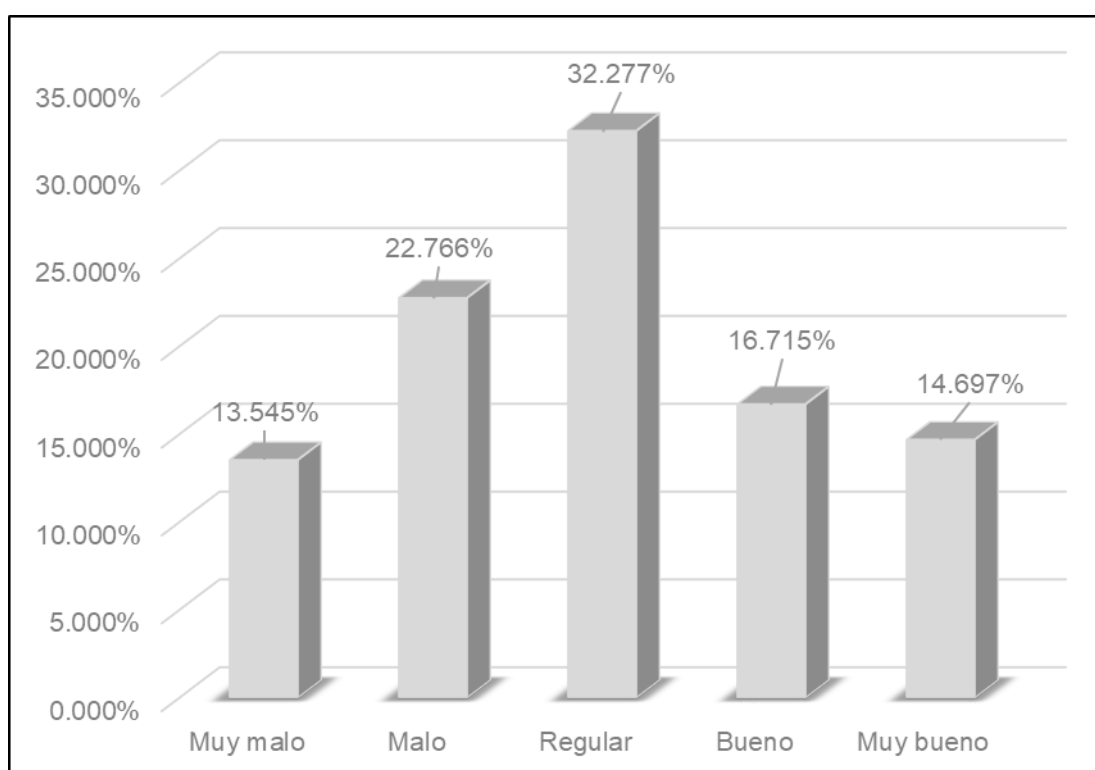


Gráfico 8. Análisis descriptivo de la dimensión: Competencias del personal

Lectura: La opinión de los usuarios que asisten a realizar trámites en la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo, acerca de las competencias del personal en las áreas de atención es 32.277% Regular, 22.766% Malo, 16.715% Bueno, 14.697% Muy bueno y el 13.545% Muy malo.

Tabla 10. Análisis descriptivo de la variable: Atención al usuario

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Muy malo	55	15.850%
	Malo	85	24.496%
	Regular	106	30.548%
	Bueno	55	15.850%
	Muy bueno	46	13.256%
	Total	347	100.000%

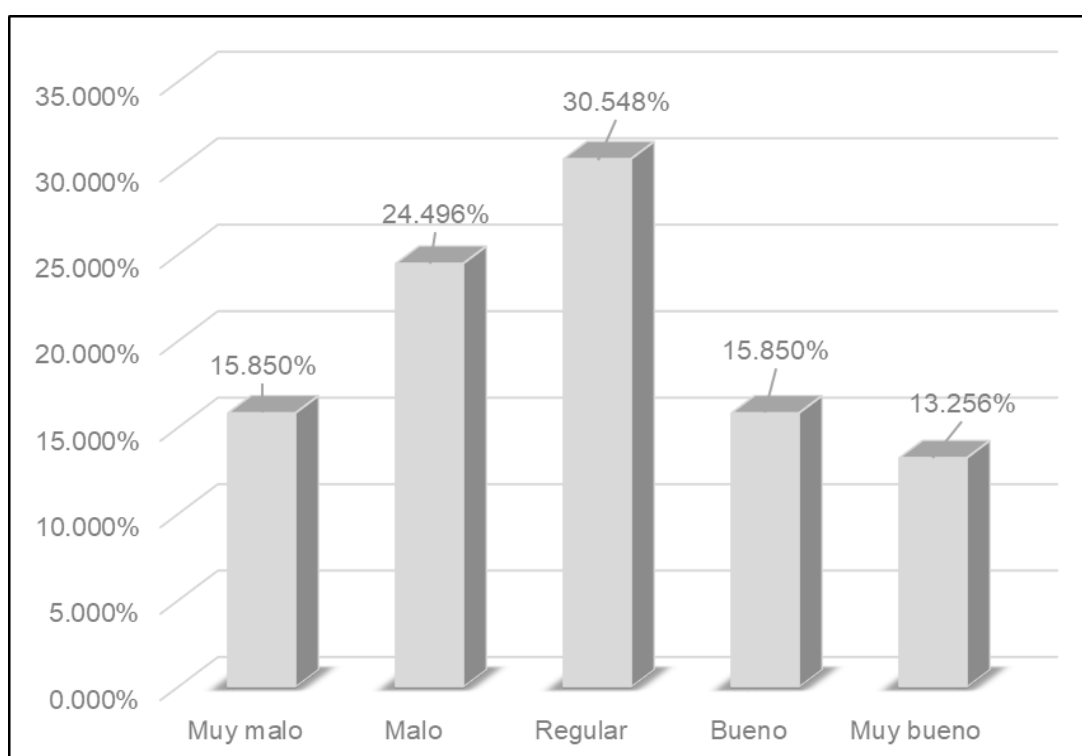


Gráfico 9. Análisis descriptivo de la variable: Atención al usuario

Lectura: La opinión de los usuarios que asisten a realizar trámites en la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo, acerca de la atención que reciben por parte del personal en las áreas de atención es 30.548% Regular, 24.496% Malo, 15.850% Muy malo, 15.850% Bueno y el 13.256% Muy bueno.

4.2. Prueba de hipótesis

Se analizó cada prueba de hipótesis formulada en la investigación, mediante el valor que determina la aceptación o rechazo de la hipótesis, es decir el Sig. Bilateral, asimismo la correlación de Pearson mide el grado de relación de dos variables, siempre y cuando se expresen cuantitativamente.

Los siguientes datos a continuación, expresan el coeficiente de determinación, según los autores Hernández, Fernández, & Baptista, Metodología de la investigación (2006), en su libro Metodología de la investigación.

-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0.9 a -0.99	Correlación negativa muy alta
-0.7 a -0.89	Correlación negativa alta
-0.4 a -0.69	Correlación negativa moderada
-0.2 a -0.39	Correlación negativa baja
-0.01 a -0.19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0.01 a 0.19	Correlación positiva muy baja
0.2 a 0.39	Correlación positiva baja
0.4 a 0.69	Correlación positiva moderada
0.7 a 0.89	Correlación positiva alta
0.9 a 0.99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Validación de la hipótesis general

Ha: Existe relación entre la cultura organizacional y la atención al usuario de la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo: 2018.

Ho: No existe relación entre la cultura organizacional y la atención al usuario de la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo: 2018.

Tabla 11. Correlación entre las variables cultura organizacional y la atención al usuario

RELACIÓN		Atención al usuario	Cultura organizacional
Correlación de Pearson	Atención al usuario	1,000	0,821
	Cultura organizacional	0,821	1,000
Sig. (Bilateral)	Atención al usuario	---	0,000
	Cultura organizacional	0,000	---
	N	347	

Regla de decisión:

Si: $\rho > 0.05$ se acepta la H_0

Si: $\rho < 0.05$ se rechaza la H_0

En la tabla se aprecia que el nivel de significancia (0.05) es mayor al Sig. (Bilateral), por lo tanto la hipótesis nula es rechazada. Asimismo existe una correlación positiva alta de 82.1% entre la cultura organizacional y la atención al usuario de la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo: 2018.

Validación de la hipótesis específica #01.

Ha: Existe relación entre la innovación y la atención al usuario de la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo.

Ho: No existe relación entre la innovación y la atención al usuario de la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo.

Tabla 12. Correlación entre la innovación y la atención al usuario

RELACIÓN		Atención al usuario	Innovación
Correlación de Pearson	Atención al usuario	1,000	0,754
	Innovación	0,754	1,000
Sig. (Bilateral)	Atención al usuario	---	0,000
	Innovación	0,000	---
	N	347	

Regla de decisión:

Si: $\rho > 0.05$ se acepta la H_0

Si: $\rho < 0.05$ se rechaza la H_0

En la tabla se aprecia que el nivel de significancia (0.05) es mayor al Sig. (Bilateral), por lo tanto la hipótesis nula es rechazada. Asimismo existe una correlación positiva alta de 75.4% entre la innovación y la atención al usuario de la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo.

Validación de la hipótesis específica #02.

Ha: Existe relación entre los resultados y la atención al usuario de la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo.

Ho: No existe relación entre los resultados y la atención al usuario de la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo.

Tabla 13. Correlación entre los resultados y la atención al usuario

RELACIÓN		Atención al usuario	Resultados
Correlación de Pearson	Atención al usuario	1,000	0,687
	Resultados	0,687	1,000
Sig. (Bilateral)	Atención al usuario	---	0,000
	Resultados	0,000	---
	N	347	

Regla de decisión:

Si: $\rho > 0.05$ se acepta la H_0

Si: $\rho < 0.05$ se rechaza la H_0

En la tabla se aprecia que el nivel de significancia (0.05) es mayor al Sig. (Bilateral), por lo tanto la hipótesis nula es rechazada. Asimismo existe una correlación positiva moderada de 68.7% entre los resultados

innovación y la atención al usuario de la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo.

Validación de la hipótesis específica #03.

Ha: Existe relación entre el compromiso y la atención al usuario de la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo.

Ho: No existe relación entre el compromiso y la atención al usuario de la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo.

Tabla 14. Correlación entre el compromiso y la atención al usuario

RELACIÓN		Atención al usuario	Compromiso
Correlación de Pearson	Atención al usuario	1,000	0,798
	Compromiso	0,798	1,000
Sig. (Bilateral)	Atención al usuario	---	0,000
	Compromiso	0,000	---
	N	347	

Regla de decisión:

Si: $\rho > 0.05$ se acepta la H_o

Si: $\rho < 0.05$ se rechaza la H_o

En la tabla se aprecia que el nivel de significancia (0.05) es mayor al Sig. (Bilateral), por lo tanto la hipótesis nula es rechazada. Asimismo existe una correlación positiva alta de 79.8% entre el compromiso y la atención al usuario de la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN

Con respecto a la hipótesis general se observa que el coeficiente de Pearson fue 0.821 y el Sig (Bilateral) es 0.000, asimismo los resultados descriptivos de la variables cultura organizacional y atención al usuario están en 22.478% y 29.106% de aceptabilidad respectivamente, estos datos guardan relación con el estudio de Mamani (2018), cuyos resultados expresan una relacion directa y significativa entre la cultura organizacional y el compromiso organizacional en los trabajadores de la Municipalidad del Centro Poblado de San Antonio Moquegua – 2018, debido que el coeficiente de Pearson es 0.646 y el Sig (Bilateral) es 0.002, la investigación es sustentada por el autor Chiavenato (2009) que expresa que la cultura organizacional tiene una importante relación con el clima entendido como cultura, el patrón de conductas, creencias y valores compartidos por los miembros de la organización. La cultura organizacional no es algo palpable. Sólo puede observarse en razón de sus efectos y consecuencias; y a su vez el autor Newstrom (2007) explica que la cultura organizacional es el conjunto de supuestos, creencias, valores y normas que comparten los miembros de una organización. Asimismo señala que es algo intangible, ya que no se puede ver ni tocar, pero siempre se encuentra presente de forma permanente.

Las dimensiones innovación, resultados y compromiso tienen 21.902%, 21.037% y 24.496% de aceptabilidad respectivamente, es decir los usuarios que asisten a realizar trámites en la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo perciben que las habilidades, la capacidad de respuesta y la capacitación del personal es deficiente, estos datos guardan relación con la investigación de Pérez (2015): “Análisis del clima y cultura organizacional en la Municipalidad Distrital de Talavera, Provincia de Andahuaylas, región Apurímac”, donde explica que los trabajadores de la municipalidad se sienten muy desmotivados ya que no existen programas en la institución que incentiven a desarrollarse personal y profesionalmente para el buen desempeño de sus labores cotidianas; en vista que el gerente, sub gerentes, jefes de área no reconocen el trabajo que el personal realiza diariamente y los ingresos que percibe cada trabajador no permite satisfacer sus necesidades.

CONCLUSIONES

1. Se determinó una correlación positiva alta de 82.1% que existe entre la cultura organizacional y la atención al usuario de la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo: 2018.
2. Se determinó una correlación positiva alta de 75.4% que existe entre la innovación y la atención al usuario de la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo.
3. Se determinó una correlación positiva moderada de 68.7% que existe entre los resultados y la atención al usuario de la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo.
4. Se determinó una correlación positiva alta de 79.8% que existe entre el compromiso y la atención al usuario de la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda mejorar la opinión de los usuarios que asisten a realizar trámites en la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo, con respecto a la atención que reciben del personal, siendo necesario la evaluación de todas las áreas administrativas sin importar las condiciones laborales del trabajador, con lo cual se verifica el compromiso con la institución, y posteriormente realizar capacitaciones acerca del trato entregado a los usuarios, con lo que permitirá un rendimiento laboral adecuado de sus actividades.
2. Se recomienda a los encargados de las direcciones administrativas de la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo premiar la innovación del personal en sus actividades laborales.
3. Se recomienda que los usuarios evalúen al personal que los atiende, mediante calificaciones por el servicio que reciben en la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo.
4. Se recomienda para que exista un pleno compromiso del personal con la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo, incentivarlo con eventos de confraternidad entre compañeros de trabajo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abad, J. (2014). La cultura organizacional en la Municipalidad Distrital de Víctor Larco Herrera, Provincia de Trujillo - 2014. Trujillo - Perú: Universidad Nacional de Trujillo.
- Arana, K., & Ramos, P. (2017). Influencia de la cultura organizacional en la calidad de servicio a los usuarios de la Municipalidad Distrital de Paucarpata, Arequipa – 2017. Arequipa - Perú: Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa.
- Beltran, Y. (2015). La atención al cliente en la Administración Municipal de la Calera. Bogotá - Colombia: Universidad Militar Nueva Granada.
- Botia, O., & Rivera, D. (2008). Propuesta de mejoramiento para el servicio al cliente del grupo UNIPHARM. Bogotá: Universidad de la Salle.
- Caruajulca, N. (2016). Modelo de gestión para la eficiencia y calidad de servicio en la atención al usuario en la Municipalidad Provincial de Rodríguez de Mendoza. Chachapoyas - Perú: Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza.
- Casas, M. (2007). Guía de atención al cliente, cámara oficial de comercio, industria y navegación de Cartagena. España: LOYGA.
- Chang, J. (2014). Atención al cliente en los servicios de la Municipalidad de Malacatán San Marcos. Quetzaltenango - Guatemala: Universidad Rafael Landívar.
- Chiavenato. (2009). Comportamiento organizacional. México: McGraw-Hill.
- Dávila, C. (1995). La calidad en el servicio. México: McGraw-Hill.
- Falcones, G. (2014). Estudio descriptivo de la cultura organizacional de los colaboradores de la unidad de negocio de Supply Chain Guayaquil de Nestle Ecuador. Guayaquil – Ecuador: Universidad de Guayaquil.

- Gomez, H. (1996). Servicio al cliente: métodos de auditoria y medición. Bogotá: RAM editores.
- Granell, E. (1997). Éxito gerencial y cultura. Caracas - Venezuela: Ediciones IISA.
- Guedez, V. (1998). Gerencia cultura y educación. Caracas - Venezuela: Tropykos/ Clacdec.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, C. (2006). Metodología de la investigación. México: Mc Graw Hill.
- Mamani, C. (2018). Cultura organizacional y compromiso organizacional en trabajadores de la Municipalidad del Centro Poblado de San Antonio, Moquegua – 2018. Moquegua - Perú: Universidad José Carlos Mariátegui.
- MEF. (2010). Manual de atención al usuario. Panamá: Despacho superior de secretaría general.
- Newstrom, J. (2007). Comportamiento humano en el trabajo. México: McGRAW-HILL.
- Pérez, R. (2015). Análisis del clima y cultura organizacional en la Municipalidad Distrital de Talavera, Provincia de Andahuaylas, 2015. Andahuaylas - Perú: Universidad Nacional José María Arguedas.
- Pérez, M. (2012). Diccionario de administración. Lima - Perú: San Marcos.
- Piñate, N. (2010). Estrategias para la mejora del servicio de atención al cliente de la empresa Radicall PC 43011 C.A. Venezuela: Universidad José Antonio Páez.
- Rojas, J. (2015). Un modelo de satisfacción de usuarios como herramienta de apoyo a la gestión de una municipalidad: Análisis de los servicios entregados en edificio consistorial y departamento de desarrollo social de la Municipalidad de lo Prado. Santiago de Chile: Universidad de Chile.
- Serna, H. (2006). Conceptos básicos en servicio al cliente. Colombia: Panamericana editorial Ltda.

ANEXO

Anexo 1. Matriz de consistencia

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLE – DIMENSIONES E INDICADORES	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN									
¿Cuál es la relación entre la cultura organizacional y la atención al usuario de la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo: 2018?	Determinar la relación entre la cultura organizacional y la atención al usuario de la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo: 2018.	Existe relación entre la cultura organizacional y la atención al usuario de la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo: 2018.	<p style="text-align: center;"><u>CULTURA ORGANIZACIONAL</u></p> <p>INNOVACIÓN Actividades. Creatividad. Habilidades. Trabajo en equipos.</p>	<p>TIPO DE INVESTIGACIÓN APLICADA.</p> <p>NIVEL DE INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVO.</p>									
a) ¿Cuál es la relación entre la innovación y la atención al usuario de la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo?	a) Determinar la relación entre la innovación y la atención al usuario de la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo.	a) Existe relación entre la innovación y la atención al usuario de la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo.	<p>RESULTADOS Tiempo de atención. Capacidad de respuesta. Calidad del servicio de atención.</p>	<p>POBLACIÓN Son los usuarios, comprendidos entre las edades de 20 a 45 años, los cuales acuden con frecuencia a la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo, en promedio por semana, según el historial de atención al usuario durante el año son 3587.</p> <p>MUESTRA Lo constituyen 347 usuarios, donde se seleccionó por conveniencia; es decir en base a la accesibilidad y proximidad de los usuarios.</p> <p>DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN CORRELACIONAL DE CORTE TRANSVERSAL.</p> <div style="text-align: center;"> <pre> graph LR M --> O1 M --> O2 O1 <--> r O2 </pre> </div>									
b) ¿Cuál es la relación entre los resultados y la atención al usuario de la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo?	b) Determinar la relación entre los resultados y la atención al usuario de la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo.	b) Existe relación entre los resultados y la atención al usuario de la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo.	<p>COMPROMISO Liderazgo. Participación. Confianza. Capacitación.</p>										
c) ¿Cuál es la relación entre el compromiso y la atención al usuario de la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo?	c) Determinar relación entre el compromiso y la atención al usuario de la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo.	c) Existe relación entre el compromiso y la atención al usuario de la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo.	<p style="text-align: center;"><u>ATENCIÓN AL USUARIO</u></p> <p>TRATO ENTREGADO Percepción del usuario. Comportamiento del personal. Inquietudes del usuario. Comprensión al usuario.</p>										
			<p>COMPETENCIAS DEL PERSONAL Experiencia del personal. Amabilidad. Destrezas. Orientación.</p>	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <thead> <tr> <th>Fuentes</th> <th>Técnicas</th> <th>Herramientas</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Primaria</td> <td>Encuesta</td> <td>Cuestionario</td> </tr> <tr> <td>Secundaria</td> <td>Análisis documental</td> <td>Fichas textuales</td> </tr> </tbody> </table>	Fuentes	Técnicas	Herramientas	Primaria	Encuesta	Cuestionario	Secundaria	Análisis documental	Fichas textuales
Fuentes	Técnicas	Herramientas											
Primaria	Encuesta	Cuestionario											
Secundaria	Análisis documental	Fichas textuales											

Anexo 2. Cuestionario de preguntas



CULTURA ORGANIZACIONAL EN LA ATENCIÓN AL USUARIO DE LA MUNICIPALIDAD DE CORONEL PORTILLO: 2018


AUTORA: MARIA ESTELA CANDELA TANANTA

El cuestionario que se presenta a continuación, recoge información de manera confidencial acerca de las variables: Cultura organización y atención al usuario, por lo tanto debe marcar (X) aquella respuesta que se aproxime más a su criterio.

1	2	3	4	5
Muy malo	Malo	Regular	Bueno	Muy bueno

PREGUNTAS		ALTERNATIVAS				
VARIABLE: CULTURA ORGANIZACIONAL		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
DIMENSION: INNOVACION						
P 01	Las actividades que realiza el personal de atención es:					
P 02	La creatividad con que el personal resuelve los inconvenientes con los usuarios es:					
P 03	Las habilidades que presenta el personal de atención con el usuario es:					
P 04	El trabajo en equipo en la área de atención al usuario es:					
DIMENSION: RESULTADOS						
P 05	El tiempo de atención a los usuarios es:					
P 06	La capacidad de respuesta del personal en la atención a los usuarios es:					
P 07	La calidad de servicio en el área de atención al usuario es:					
DIMENSION: COMPROMISO						
P 08	El liderazgo que ofrece el personal es:					
P 09	La participación del personal en las actividades del área es:					
P 10	La confianza que entrega el personal de atención a los usuarios es:					
P 11	La capacitación del personal en temas relacionados a la atención al usuario es:					
VARIABLE: ATENCION AL USUARIO		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
DIMENSION: TRATO ENTREGADO						
P 12	La percepción del usuario con el servicio entregado es:					
P 13	El comportamiento del personal es:					
P 14	Las inquietudes del usuario es:					
P 15	La comprensión del personal al usuario es:					
DIMENSION: COMPETENCIAS DEL PERSONAL						
P 16	La experiencia laboral del personal es:					
P 17	La amabilidad del personal en los módulos de atención al usuario es:					
P 18	Las destrezas del personal es:					
P 19	La orientación que brinda el personal es:					

Anexo 3. Ficha de evaluación del instrumento de investigación juicio de expertos



I. DATOS PERSONALES:

1.1. APELLIDO Y NOMBRE DEL INFORMANTE: GONZALEZ MARIQUE DE LARA, DAVID

1.2. GRADO ACADÉMICO: DOCTOR

1.3. INSTITUCIÓN DONDE LABORA: UNU

1.4. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: MARKETING MIX PARA LA CAPTACIÓN DE CLIENTES EN NEGOCIACIONES MEGA STANTO S.A.C, AÑO 2018

1.5. AUTOR DEL INSTRUMENTO: STEPHANIE MELISSA VALENCIA ELIAPURO

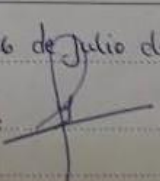
1.6. NOMBRE DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO DE PREGUNTAS

II. ASPECTOS A EVALUAR: (CALIFICACIÓN CUANTITATIVA)

INDICADORES DEL INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN	CRITERIOS CUALITATIVOS CUANTITATIVOS	Deficiente (01-09)	Regular (10-13)	Buena (14-16)	Muy buena (17-18)	Excelente (19-20)
01 CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado					20
02. OBJETIVIDAD	Está expresado con conductas observables					20
03. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y calidad					19
04. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica del instrumento					19
05. SUFICIENCIA	Valora los aspectos en cantidad y calidad					19
06. INTENCIONALIDAD	Adecuado para cumplir con los objetivos				18	
07. CONSISTENCIA	Basado en el aspecto teórico científico del tema de estudios				18	
08. COHERENCIA	Entre las hipótesis, dimensiones e indicadores					19
09. METODOLOGÍA	Las estrategias responden al propósito del estudio					20
10. OPORTUNIDAD	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías					19
Sub Total						191
TOTAL						19,1

Leyenda:
 01-13 Improcedente
 14-16 Aceptable con recomendación
 17-20 Aceptable ✓

Lugar y Fecha: Pucallpa, 26 de Julio del 2018

Firma y Post – Firma del Experto: 

DNI: 22507251



I. DATOS PERSONALES:

- 1.1. APELLIDO Y NOMBRE DEL INFORMANTE: Leon Tafuc Baldomero
 1.2. GRADO ACADÉMICO: Magister
 1.3. INSTITUCIÓN DONDE LABORA: Universidad Nacional de Ucayali
 1.4. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Marketing mix para la captación de clientes en negociaciones mega Sparto S.A.C, año 2018
 1.5. AUTOR DEL INSTRUMENTO: Stephanie Melissa Valencia Elisapuro
 1.6. NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Cuestionario de preguntas

II. ASPECTOS A EVALUAR: (CALIFICACIÓN CUANTITATIVA)

INDICADORES DEL INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN	CRITERIOS CUALITATIVOS CUANTITATIVOS	Deficiente (01-09)	Regular (10-13)	Bueno (14-16)	Muy bueno (17-18)	Excelente (19-20)
01. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado					19
02. OBJETIVIDAD	Está expresado con conductas observables					19
03. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y calidad					19
04. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica del instrumento					20
05. SUFICIENCIA	Valora los aspectos en cantidad y calidad					19
06. INTENCIONALIDAD	Adecuado para cumplir con los objetivos				18	
07. CONSISTENCIA	Basado en el aspecto teórico científico del tema de estudios					19
08. COHERENCIA	Entre las hipótesis, dimensiones e indicadores					20
09. METODOLOGÍA	Las estrategias responden al propósito del estudio					20
10. OPORTUNIDAD	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías					19
Sub Total						192
TOTAL						19,2

Leyenda:
 01-13 Improcedente
 14-16 Aceptable con recomendación
 17-20 Aceptable ✓

Lugar y Fecha: Pucallpa, 26 de Julio del 2018

Firma y Post - Firma del Experto: [Firma]

DNI: 45834442



I. DATOS PERSONALES:

- 1.1. APELLIDO Y NOMBRE DEL INFORMANTE: PINEDO RIOS, ROMEL
 1.2. GRADO ACADÉMICO: Mg. GESTIÓN PÚBLICA
 1.3. INSTITUCIÓN DONDE LABORA: UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAVALI
 1.4. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: MARKETING MIX PARA LA CAPTACIÓN DE CLIENTES EN NEGOCIACIONES MEGA STANTO SAC, AÑO 2018
 1.5. AUTOR DEL INSTRUMENTO: STEPHANIE MELISSA VALENCIA ELESPURO
 1.6. NOMBRE DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO DE PREGUNTAS

II. ASPECTOS A EVALUAR: (CALIFICACIÓN CUANTITATIVA)

INDICADORES DEL INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN	CRITERIOS CUALITATIVOS CUANTITATIVOS	Deficiente (01-09)	Regular (10-13)	Bueno (14-16)	Muy bueno (17-18)	Excelente (19-20)
01 CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado					20
02 OBJETIVIDAD	Esta expresado con conductas observables					19
03 ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y calidad				18	
04 ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica del instrumento					19
05 SUFICIENCIA	Valora los aspectos en cantidad y calidad				18	
06 INTENCIONALIDAD	Adecuado para cumplir con los objetivos					19
07 CONSISTENCIA	Basado en el aspecto teórico científico del tema de estudios					20
08 COHERENCIA	Entre las hipótesis, dimensiones e indicadores					19
09 METODOLOGÍA	Las estrategias responden al propósito del estudio					20
10 OPORTUNIDAD	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías					20
Sub Total						192
TOTAL						19,2

Leyenda
 01-13 Improcedente
 14-16 Aceptable con recomendación
 17-20 Aceptable ✓

Lugar y Fecha: PUCALLPA, 26 DE JULIO DEL 2018

Firma y Post - Firma del Experto: _____

DNI: 00104741



I. DATOS PERSONALES:

- 1.1. APELLIDO Y NOMBRE DEL INFORMANTE: Rios Hidalgo de Cerro Clotilde
 1.2. GRADO ACADÉMICO: Msc. Ciencias de la Computación
 1.3. INSTITUCIÓN DONDE LABORA: Universidad Nacional de Ucayali
 1.4. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Marketing mix para la captación de clientes en negociaciones Muga Stanto S.A.C., año 2018
 1.5. AUTOR DEL INSTRUMENTO: Stephanie Melissa Valencia Elempuro
 1.6. NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Cuestionario de preguntas

II. ASPECTOS A EVALUAR: (CALIFICACIÓN CUANTITATIVA)

INDICADORES DEL INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN	CRITERIOS CUALITATIVOS CUANTITATIVOS	Deficiente (01-09)	Regular (10-13)	Bueno (14-16)	Muy bueno (17-18)	Excelente (19-20)
01 CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado					20
02 OBJETIVIDAD	Está expresado con conductas observables					19
03. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y calidad				18	
04 ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica del instrumento					19
05 SUFICIENCIA	Valora los aspectos en cantidad y calidad					19
06 INTENCIONALIDAD	Adecuado para cumplir con los objetivos					20
07 CONSISTENCIA	Basado en el aspecto técnico científico del tema de estudios					19
08 COHERENCIA	Entre las hipótesis, dimensiones e indicadores					20
09 METODOLOGÍA	Las estrategias responden al propósito del estudio					20
10 OPORTUNIDAD	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías					19
Sub Total						193
TOTAL						19,3

Legenda
 01-13 Improcedente
 14-16 Aceptable con recomendación
 17-20 Aceptable ✓

Lugar y Fecha: Pucallpa, 26 de julio del 2018

Firma y Post - Firma del Experto: [Firma]

DNI: 18198286