



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSGRADO  
PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN  
GESTIÓN PÚBLICA**

Calidad de servicio en la satisfacción del usuario de una  
municipalidad distrital. año 2021

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:**

Maestra en Gestión Pública

**AUTORA:**

Torres Soto, Gladys Benci (orcid.org/0000-0002-0109-696X)

**ASESOR:**

Dr. Mori Paredes, Manuel Alberto (orcid.org/0000-0002-9687-492X)

**CO-ASESORA:**

Dra. Panche Rodriguez, Odoña Beatriz (orcid.org/0000-0002-1629-1776)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión de Política Públicas

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Fortalecimiento de la democracia, liderazgo y ciudadanía

CALLAO – PERÚ

2023

## Dedicatoria

Mi tesis la dedico a Dios, mi creador por darme vida y salud al lado de mi familia, y a mis abuelos, por quererme y darme todo lo que yo soy. A mi madre, por recibir sus bendiciones cada día, y a mis hijos porque ellos son la luz de mi alma la que me da fuerzas para seguir avanzando cada día.

## Agradecimiento

Mi agradecimiento a la Universidad Cesar Vallejo, por haberme permitido estudiar y prepararme, para lograr ser mejor como persona y a mis profesores quienes con su conocimiento y soporte ayudaron en nuestra formación académica para ser unas profesionales con éxito en este camino de competencia y para el avance de nuestra patria.

## Índice de contenidos

Carátula .....	i
Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento .....	iii
Índice de contenidos.....	iv
Resumen.....	v
Abstract .....	vi
I INTRODUCCIÓN.....	7
II MARCO TEÓRICO.....	11
III METODOLOGÍA.....	18
3.1. Tipo y diseño .....	18
3.2. Variable Conceptual y Operacionalización.....	19
3.3. Población, muestra y muestreo .....	25
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	25
3.5. Procedimientos.....	26
3.6. Método Análisis de datos.....	26
3.7. Aspectos éticos .....	27
IV RESULTADOS.....	28
V DISCUSIÓN.....	29
VI CONCLUSIONES .....	37
VII RECOMENDACIONES .....	38
REFERENCIAS.....	
ANEXOS.....	

Indicé de tablas:

Tabla 1: Instalaciones Físicas. ....	96
Tabla 2: Municipalidad ejercen su labor en forma eficiente .....	97
Tabla 3: Cuentan con equipos disponibles .....	98
Tabla 4: El personal realiza el aseguramiento al pago de.....	99
Tabla 5: Cumplen con resolver los compromisos de su localidad... ..	100
Tabla 6: Los servicios se cumplen en el tiempo prometido .....	101
Tabla 7: Los tramites documentarios es clara y oportuna .....	102
Tabla 8: Muestra disposición en brindar asesoría en los tramites .....	103
Tabla 9: El personal inspira confianza .....	104
Tabla 10: El personal resuelve sus dudas .....	105
Tabla 11: Predisposición del personal en resolver los problemas del usuario.....	106
Tabla 12: El personal tiene el conocimiento en atender su requerimiento .....	107
Tabla13: El personal atiende con prontitud al usuario .....	108
Tabla 14: Atiende sus consultas en forma individual y eficiente.....	109
Tabla 15: El personal atiende con prontitud al usuario .....	110
Tabla 16: Ventajas en estar al día en los pagos para participar en los sorteos.....	111
Tabla 17: El personal le hizo sentir que es un cliente valioso.....	112
Tabla 18: El servicio de atención se adapta a las necesidades del usuario .....	113
Tabla 19: La experiencia de la persona en la calidad del servicio .....	114
Tabla 20: Recomendaría el usuario por la atención personalizada.....	115

## Resumen

El presente trabajo tuvo, la finalidad de determinar la influencia de la Calidad de servicio en la satisfacción del usuario en la Municipalidad distrital, Año 2021.

Este trabajo se realizó, aplicando técnicas como la encuesta logrando en medir la variable de calidad de servicio con sus dimensiones que son: Tangibilidad, Fiabilidad, Capacidad de Respuesta, Seguridad y Empatía; y de la variable satisfacción del usuario con sus dimensiones que son: Valor Percibido, Expectativa del Cliente y Conformidad del Cliente. El trabajo de investigación es de enfoque cuantitativo, diseño no experimental trasversal, porque se determinó la relación entre las variables de estudio, tipo descriptivo, nivel correlacional. La población para estudiar se tuvo que tomar una muestra formada por 43 usuarios, el objetivo principal era mejorar la función del personal en cuando a la Calidad de servicio en la satisfacción del usuario en la Municipalidad distrital.

El instrumentó el cuestionario electrónico, formado por 20 preguntas. Se obtuvo los resultados aplicando el análisis en el programa SPSS, se midió el grado de confiabilidad utilizando el alfa de Cronbach, teniendo como resultado de 95.6% siendo un porcentaje altamente significativo. Finalizando que, si existe una relación entre la calidad de servicio en la satisfacción del usuario del Municipio distrital.

Palabras clave: Calidad de servicio, Satisfacción del usuario, Expectativa del cliente.

### **Abstract:**

This thesis' objective is the determination of the influence of quality of service into user satisfaction for district municipalities in 2021.

This research applied a survey technique achieving to measure the variables quality of service and its dimensions: tangibility, reliability, responsiveness, security, and empathy; and variable user satisfaction and its dimensions: perceived value, customer expectation and customer compliance. This research has a quantitative, cross-sectional, non-experimental design approach as the relationship between the variables in study were determined as correlational and descriptive. The study cohort sample was of 43 users. The main objective is to improve personnel performance regarding quality of service in user satisfaction in district municipalities.

The electronic survey instrument consisted of 20 questions. Results were obtained using the analysis program SPSS, the degree of reliability was measured using Cronbach's Alpha with a result of 95.6% as highly significative percentage. Concluding that there is a relationship between quality of service and user satisfaction in district municipalities.

**Keywords:** Service quality, User satisfaction, Customer expectation.

## I INTRODUCCIÓN

Los países Nivel Mundial están orientados hacia la modernización, aunque su política social no ha cambiado, si se está renovando la estructura en la administración pública para garantizar los servicios a los ciudadanos. El sector administrativo estuvo más determinado hacia el cliente y trabajo con más calidad y aptitud en la prestación que se ofreció a los clientes. La globalización se perfecciona por un estado de transformación y de cambio hacia una sociedad justa y humanitaria. La predisposición a nivel mundial será el estudio de las organizaciones. Debemos dar cara a la intimidación o aviso y utilizarlas las oportunidades, es importante, cambiar los paradigmas, propios de la Era Industrial por paradigmas apropiado a la Era del Conocimiento un enfoque al estudio de la calidad total, es decir desarrollar nuestra capacidad, nuestras fortalezas desarrollando así nuestro interior a través del autoconocimiento. Aristegui, (2020).

En Latinoamérica, la realidad problemática era mejorar la calidad de servicio público. Se debió dar preferencia en mejorar las políticas sociales en los habitantes de América Latina. Los problemas de América Latina han sido sobre: la desigualdad, la degradación ambiental y los sistemas políticos disfuncionales. Y para dar solución a estos problemas deben de modernizar la educación, el cambio de mentalidad y que las personas se sientan eficientes, eficaces y transparentes, siendo esto muy importante para el público que es su razón de existir. Como también el Estado debe de ayudar en mejorar los bienes y servicios públicos, como la Ley y orden, la defensa, la protección, equidad social, servicios sociales y bienestar a los ciudadanos. Gonzales, (2020).

En la Problemática nacional, Las instituciones públicas locales no dan importancia a estos temas, generando malestar, discusiones a las disposiciones y normativas que no orienta hacia una modernización eficiente. En el 2002 se modernización de la gestión del estado. Esta ayudara a mejorar la gestión pública, también el servicio del ciudadano como también un Estado democrático. También los procedimientos administrativos, mejorando la rapidez y eficacia.



Esto siempre deberían ser usado en cualquier institución que pertenezca a la Administración Pública. Gonzales, (2020). Igualmente, la norma ISO 9000, las organizaciones deben de mejorar su norma en la calidad, las empresas deben de garantizar en dar servicio de calidad. Lizarzaburu, (2016).

En la Problemática Local: Las instituciones municipales tuvieron como objetivo mejorar la gestión pública, administrando en forma adecuada los bienes del Estado para remediar las necesidades de las personas e impulsando el progreso de nuestro país. Se corrigió el servicio, es decir que sea clara, precisa y dinámica, mejorando el desempeño laboral dentro de una institución, de acuerdo con Gonzales, C. & C. (2020).

En la presente tesis será importante estos estudios para poder comparar, evaluar y entender diferentes puntos en vista de una investigación. En vista, contamos con lo siguiente:

Para el problema general la pregunta respondió a: ¿Cuál es la relación entre la calidad de servicio en la satisfacción del usuario en la Municipalidad Distrital, Año 2021? Esta investigación dará un aporte importante para el mejoramiento de la Municipalidad Distrital. También, en problemas específicos nos ayudaron en una forma detallada a resolver el problema general, se plantearon los problemas específicos: ¿Cuál es la relación entre la tangibilidad en la satisfacción del usuario en la Municipalidad Distrital, Año 2021?, ¿Cuál es la relación entre la fiabilidad en la satisfacción del cliente en la Municipalidad Distrital, Año 2021?, ¿Cuál es la relación entre la capacidad de respuesta en la satisfacción del usuario en la Municipalidad distrital, Año 2021?, ¿Cuál es la relación entre la seguridad en la satisfacción del usuario en la Municipalidad distrital, Año 2021?, ¿Cuál es la relación entre la empatía en la satisfacción del usuario en la Municipalidad Distrital, Año 2021?

Este estudio permitió buscar las herramientas necesarias, para poder analizar, verificar y concluir mediante un procedimiento de investigación, apoyados de la justificación de Investigación, permitió a la Municipalidad distrital, a tomar decisiones en base a las observaciones realizadas con el fin de dar resultados

positivos a las deficiencias, en la calidad como también en la satisfacción. El trabajo ayuda a conocer las fallas y debilidades que se manifiestan en el desarrollo de las actividades administrativas permitiendo corregir, organizar y fortalecer las necesidades del usuario, y también dichos datos servirán para futuras investigaciones. Gonzales, (2020).

Además, tuvo una significancia Social, puesto que el aporte de la investigación servirá de gran ayuda para mejorar los servicios públicos municipales que presenta el Municipio distrital, de esta manera se estará mejorando el servicio a la comunidad.

También, un Valor Teórico, sustentados en investigaciones y escritos basando en autores que han desarrollado una elección científica de investigación.

En la implicancia Práctica, mostrar las dificultades que se manifiesta en la municipalidad, y como investigador es necesario mejorar esta implicancia como objeto, basándonos en el criterio de la verdad, en mejorar el servicio al cliente, como también la administración, corrigiendo, tomando medidas y acciones orientadas a contribuir en el mejoramiento de la gestión municipal.

En cuanto a la justificación Metodológica, en el marco teórico y en los lineamientos de investigación para ~~este~~ problemas de la investigación, basándose métodos de la técnica o instrumento, que pueden ser usados en la investigación y también obtener datos cuantificables sobre las variables y dimensiones objeto de estudio. Por otro lado, tenemos:

Referente al objetivo general ha sido: Determinar la influencia de la calidad de servicio en la satisfacción del usuario en la Municipalidad Distrital Año 2021, para resolver en forma clara y precisa tenemos a los objetivos específicos: Determinar la relación entre tangibilidad en la satisfacción del usuario en la municipalidad distrital, Año 2021; Determinar la relación entre la fiabilidad en la satisfacción del usuario en la municipalidad distrital, Año 2021; Determinar la relación entre la capacidad de respuesta del usuario en la satisfacción del cliente en la municipalidad distrital, Año 2021; Determinar la relación y entre la empatía en la satisfacción del cliente en la municipalidad distrital, Año 2021.

Esto ayudó a identificar, plantear, resolver los problemas para dar las soluciones, correspondiente a la hipótesis general: Existe relación entre la calidad de servicio en la satisfacción del cliente en la Municipalidad distrital. Año 2021, también Hipótesis Específicas que plantearon fueron: La tangibilidad se relaciona con la satisfacción del usuario en la Municipalidad distrital, Año 2021; La fiabilidad se relaciona con la satisfacción del usuario en la Municipalidad distrital, Año 2021; La capacidad de respuesta se relaciona con la satisfacción del usuario en la Municipalidad distrital, Año 2021; La seguridad se relaciona con la satisfacción del cliente en la Municipalidad distrital, Año 2021.

La empatía se relaciona con la Satisfacción del usuario en la municipalidad distrital Año 2021.

## II MARCO TEÓRICO

El Marco teórico según Sabino, (1992) Es la fase en que está estrechamente ligada a la formulación del problema y en los hechos en la que se van resolviendo ambas en forma simultánea. Esto es importante para mi trabajo de tesis, porque ayuda a fundamentar la investigación con otro tema ya sea de libros, reportes, memorias artículo científicos y tesis.

En Nacionales tenemos, Fernández, (2018) Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del usuario en el centro de salud Characato, Arequipa 2018. Es un análisis cuantitativo, correlacional, descriptivo, y finalmente. Diseño no experimental transeccional. Uso el cuestionario, empleo una muestra de 30 clientes, existiendo una conexión positiva y directa con el  $r=0,377$ .

Igualmente, Zarate, (2019): Gestión administrativa y calidad de servicio en la Municipalidad Distrital de Ancó, Huella. Procedimiento aplicado, cuantitativo, nivel descriptivo-correlacional, transversal diseño no experimental, fueron 73 colaboradores de la Municipalidad, la muestra es de 100% de la población, se usará la técnica de la observación, las encuestas y las entrevistas. Como conclusión, existe una atención moderada, en la calidad y también la gestión administrativa, por lo tanto, tiene conexión positiva con ambas variables.

Tenemos, Masías (2020): Estudio de la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente de ANDESGEAR Cuzco. - información, tipo cuantitativo, aplicada, nivel descriptivo, utilizó el método científico donde se estudia las variables, asegurando así la validez de sus resultados, es no experimental, transversal, cuenta con una población de 9,035 personas; la técnica del muestreo es probabilístico tiene un 5% de error y 95% de confianza. En conclusión, hay una relación positiva moderada 0.650 la fiabilidad con la satisfacción del cliente. considero mejora en los servicios que se brindan Andesgear Cuzco, también mantener bien los elementos tangibles como la limpieza y orden, la seguridad es buena, además brindarles cursos de capacitación al personal. Tenemos como consecuencia una buena conexión con las variables.

Locales tenemos, Gonzales, (2021). En su estudio sobre la calidad de servicio y sus influencias en la satisfacción del cliente en la empresa Cevichería Fresco Mar-Jesús María, 2021. Este trabajo se sustentó en la evaluación sobre las dos variables, utilizando el instrumento SERVQUAL, es explicativo, no experimental, también, correlacional de corte transaccional. Tiene cuatro dimensiones. Utilizando la investigación recopilación: información, instrumentos y datos de una forma ordenada. Esta investigación servirá para mejorar el servicio del personal haciéndolo más competitivo en el mercado en el sector restaurante Cevichería Fresco-Mar, distrito de Jesús María 2019. Generando así mejor rentabilidad a su restaurante.

Luego, Pérez, (2019). La atención al cliente y su influencia en la satisfacción de compras en la tienda Ripley C.C. La rambla, Breña. Se implementó la metodología cualitativa, un diseño documental, y también una bibliografía referente a las variables en investigación, estas dos variables, se hace una comparación entre lo evidenciado y la bibliografía consultada, el investigador manifiesta que la empresa toma interés en la variable atención al cliente, el área de recursos humanos se encarga en cubrir las necesidades y también la perspectiva del cliente, la variable satisfacción de compra, se dan cuenta que la atención recibida por los trabajadores no es la adecuada para los clientes, el cliente evalúa dicha atención dando una opinión agradable o desfavorable. Por lo tanto, la satisfacción es importante cuando son tratados de una manera personalizada.

Además, Dulanto (1919). Gestión administrativa y la calidad de servicio de la Municipalidad distrital de Chancay. Huacho. Tipo de investigación aplicada, transversal, tiene una población de 40 personas siendo parte de la muestra y los instrumentos fue el cuestionario, dando una prestación de calidad por el bienestar y salubridad del ciudadano, y también para la gestión él mismo. Cuenta una correlación de 54.2% resulta ser positiva y baja.

Internacional, están López (2018). Calidad de servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy's I- Ecuador. Es cuantitativa, descriptiva correlacional, la metodología es hipotética deductiva, tiene una muestra de 365

clientes, fueron validados por especialistas y realizados la confiabilidad con Alfa de Cronbach. Se logró identificar como: respuesta inmediata, trato personalizado, maquinarias modernas mostrando tener 70% de personas contentos y que hay un 30% de personas no contentos o insatisfechos sienten que el servicio que le da el personal no es el adecuado. Llegan a obtener un  $Rho=0.697$  de significancia entre las variables de estudio

Tenemos, Rodríguez, (2020). Titulado: Criterios de observación de tendencias sociales aplicables a emprendimiento y pequeñas empresas en el contexto Marplatense -Argentina. Utiliza un diseño metodológico, es cualitativo, se hace un estudio exploratorio, tipo No Experimental, Se indaga en realizar un análisis comparativo, se realiza un análisis comparativo, se trabaja sobre técnicas de observación, es de tipo No Experimental, e focaliza en la conducta social y costumbre consumista.

Como, Silva, (2021). Titulado: La relación entre la calidad en el servicio satisfacción del cliente y lealtad del cliente. México. El motivo es reconocer si hay una conexión con las dos variables. Se empleó el procedimiento estadístico, la fórmula de correlación de Spearman. Que la primera variable tiene 0.820 y la segunda variable es de 0.803, obteniendo resultados positivos.

La tangible las variables satisfacción del cliente  $r = 0.919$  y lealtad del cliente  $r = 0,919$ . Luego, vio el autovalor es superior a 1 en los cinco primeros, siendo el valor máximo de 54.886%. La investigación tuvo dificultades se presentó limitaciones, Se asegura que va a ver un 73.713% de la varianza de todos los empleadores. Se confirmó que después. Se comprobó, que a través de excelente atención y servicio la calidad viene hacer un total de acciones y estrategias que servirán para mejorar el servicio al cliente.

Tenemos, Morales, (2022). Estudio sobre calidad web. Chile. Su objetivo fue reconocer y calificar en el análisis de ciber medios, investigar los procedimientos, itinerario, verificando si estos son considerados como atributos de fiabilidad.

Cuenta con 83 publicaciones rescatadas, principales en la base de datos. Su conclusión es que existe un progreso en los estudios de calidad web ciber medios.

Como también, Merchán (2021) en el estudio sobre: Calidad de servicio de salud y satisfacción de los pacientes con discapacidad. Ecuador. El objetivo fue determinar que estuvieron cuidados en el Centro de Salud tipo B, confirmando hay conexión positiva moderada 0.510, en la primera variable y en la segunda variable, obteniendo un valor  $p < 0,05$  siendo la hipótesis alternativa es aprobada.

De las bases teórica para la primera variable: Calidad de servicio son un conjunto de procedimientos, hechos que tratan mejorar el servicio al cliente, y también que haya una dialogo entre el cliente y la institución o empresa. También Parasuraman (2011) la calidad de servicio es intuido por el cliente, escuchado con sensatez ante un dictamen del cliente o consumidor dando como consecuencia la semejanza entre la expectativa sobre el servicio que va a aceptar y la captación delas organizaciones que son prestadora del servicio. Donde el cliente percibe el servicio que les ofrece con calidad y como también la institución presta esos servicios hacia el cliente.

Según, Druker (2022). - La calidad es la totalidad de funciones que están en un servicio, sino es el cliente logra ese servicio y está listo a pagar por esa calidad de servicio. Interpretando, que: Que no es la cantidad sino la calidad de servicio que da, por lo tanto, está dispuesta a pagar el cliente.

Para, Maslow (2021). - La necesidad y deseo, es la motivación de la persona, que le proporcionara satisfacción, el cliente o usuario cumplirá sus deseos siempre y cuando cumplan con sus necesidades.

Entonces, Edwards Deming, (1989). – La calidad son necesidades futuras para el usuario con una característica que sea medibles. Es decir: Si el producto bienes o servicios pudo ser proyectado y producir satisfacción a un costo que el cliente pueda pagar.

Unas de las herramientas más usada es la escala de SERVQUAL, que fue proporcionada por Parasuraman (2011). - SERVQUAL mide la Calidad, conoce sus posibilidades de los clientes, siendo apreciado por ellos.

La calidad tiene cinco dimensiones: Dimensión Tangibilidad. - Parasuraman (2011). - Es todo aquello que se puede notar de una forma precisa, e incluso se pueda tocar. Ejemplo: Las instalaciones físicas, materiales de comunicación, medios técnicos, equipos tecnológicos.

También, dimensión Fiabilidad. – Zeithaml (2017). - Capacidad pública o privada que presta servicios de forma confiable, metódico y segura. Ejemplo: Brindar servicio en forma correcta, ausencia de errores, dar información fiable.

Tenemos, dimensión Capacidad de respuesta. - Zeithaml (2017). - Voluntad del trabajador para dar un servicio a los usuarios en forma rápida. Ejemplo: rapidez en la información recibida, atención rápida y en dar soluciones a sus consultas.

Después, dimensión Seguridad. - Zeithaml (2017). - Es cuando el cliente deja sus problemas en dirección a una organización o empresa encargado que le resolverán el problema de una mejor forma fácil. Ejemplo: Se refiere a la honestidad, ética, integridad y credibilidad.

Ahora, la dimensión Empatía. – Zeithaml (2017). - Es cuando la empresa brinda a los clientes una atención personalizada. Ejemplo: El usuario se siente extraordinario por la atención recibida.



Como segunda variable: la Satisfacción del Cliente, según Khan Fasih (2020) La satisfacción es como una evaluación de la respuesta del cliente por un servicio de una marca específica, muestra sus, emociones, respuestas intelectuales, y materiales ante la realización de algo o interés de información. Por lo tanto, la satisfacción del cliente viene hacer como un reporte de sus experiencias en esa institución o empresa ya sea de servicios o productos, siendo positivo si sus expectativas fueron buenas en el servicio o producto o fueron negativas si el servicio o producto fueron pésimos.

Según Kotler (2019). - La competitividad en el mundo moderno los clientes realizan sus preferencias de acuerdo con su perspectiva, determinación y satisfacción, proporcionándonos diversas opiniones en el mercado. Cuando el cliente no se encuentra contento con el producto, sencillamente cambiará y buscará otro producto de la competencia. Esto quiere decir que la satisfacción puede provocar una sensación ya sea positiva o negativa del uso de un producto o servicio, dando como efecto que, si la apreciación del cliente es mejor, entonces tenemos una satisfacción muy elevada, pero si la experiencia o percepción es negativa para el cliente sería ya una insatisfacción. La satisfacción del cliente es cuando se queda conforme con lo que ha recibido.

La Satisfacción para Armstrong & Kotler, (2019). Es un indicador principal, viene hacer, el resultado de la saciedad del cliente. El nivel de desempeño percibido concuerda con la expectativa del comprador. Esto quiere decir: Que el servicio o producto en sí mismo proporcionaría una altitud de satisfacción hacia el usuario. Conclusión: Las Dimensiones de Satisfacción del Cliente son las siguientes:

Como, la dimensión Valor percibido: Alarcón, (2020). – Es cuando cliente está listo a pagar por el servicio o producto conforme con la sensación que tiene sobre ese servicio. La empresa establece el precio en ese producto, donde es considerado valor percibido, Estos son: accesibilidad, diferenciación, exclusividad y especialización.

También, la dimensión Expectativa del cliente: Alarcón (2020). - Es la posibilidad que tienen el cliente para obtener algo, ya sea para cubrir sus experiencias del servicio o cubrir sus necesidades personales. Son subjetivas y dependen a veces del humor del usuario.

Por último, la dimensión Conformidad del cliente: Alarcón (2020). - Es cuando ya realizada la compra el cliente de un servicio o producto, percibe o experimentan uno de estos aspectos: Lealtad y expectativas superadas.

### III METODOLOGÍA

La Metodología de la investigación, es cuando el investigado hace estudios de investigación, para garantizar que los resultados sean fiables y validos que llegue a los objetivos y metas de la información.

Es una investigación Aplicada. - Blog spot, (2009). - Este análisis está determinada ala resolución, de problemas prácticos, contando con un margen de propagación reducido, su interés es de dar aportes al conocimiento científico. Es decir, la investigación aplicada nos ayudara a resolver un problema específico, desarrollando una aplicación práctica para satisfacer necesidades reales. En la investigación Aplicada se realizó en la Municipalidad distrital se hizo un estudio de evaluación para ver la conexión con las variables, correspondiente y por este motivo servirá para el desarrollo y mejoramiento del servicio a la sociedad.

#### 3.1. Tipo y diseño:

Se ejecutó un estudio de la realidad problemática, se investigó Matriz de Consistencia, también se hizo la Matriz Conceptual, como también la Matriz Operacional, seguidamente tenemos la Matriz de Teorías, después se agrega la Matriz de Antecedentes y por último la Matriz Metodológico.

##### 3.1.1 Tipo de investigación:

- Aplicada- Blog spot, (2009). - Es en resolver a través del conocimiento científico los medios por las cuales se puedan velar una necesidad conocida y especifica. Ósea se basa en resolver un problema de la vida real. Esta investigación, se va a ver, la calidad que brinda en el servicio notándose la satisfacción que siente el usuario en la Municipalidad distrital y por este motivo servirá para el desarrollo y mejoramiento del servicio a la sociedad.
- Descriptivo. - Sánchez, (2018). Su objetivo es describir el comportamiento de la variable, apoyándose en una realidad y su correcta interpretación de la realidad convincente, en el proceso de las variables.

- Correlacional. - Ospina, (2021). Su motivo es medir la conexión que hay entre dos variables y se evalúa esa idea, saber cómo se comportan entre ellas sin apropiarse de ninguna variable extraña.
- Cuantitativo. - Ya que se sometió las variables de estudio a pruebas matemáticas de corte estadístico para probar la relación existente entre cada una de ellas.

### **3.1.2 Diseño de investigación:**

Son métodos y técnicas que lo realiza un investigador para ver de una manera lógica el problema de la investigación de una manera eficiente. Tenemos los siguientes:

- No Experimental. - Ospina, (2021). Las variables no son manipuladas. Se observan los hechos, pero no se construye ninguna situación, sino que son estudiadas ya que existen, es decir recolectando información.
- Transversal. - Huaire, (2019). Se define como recolectar datos en un momento único. Es un diseño de un análisis individual, que mide una o más variables. Y también se determinó la relación entre las variables, descriptivo y correlacional, este trabajo de tesis que se está ejecutando.

## **3.2. Variable Conceptual y Operacionalización**

**3.2.1 Conceptual.** - Viene hacer la recopilación, exposición y sistematización de los conceptos principales para el avance de una investigación, ya sea en el campo científico o de investigación o tesis. También, cuenta con sus dos variables tenemos:

- Conceptual. Variable 1 Calidad de Servicio - Parasuraman, (2018) es el desarrollo de una planificación para mejorar las carencias y perspectivas de los clientes, ofreciéndoles un servicio, rápido oportuno, apropiado, positivo y veraz incluso en situaciones imprevistas por tal motivo el cliente sea apreciado, escuchado, servido y comprendido personalmente, con eficiencia, dedicación, en tal forma: generando así mayor ganancia y menor costo para la organización.

- Definición Operacional: Variable 1 Calidad de Servicio. - Es una serie de procedimientos para realizar la medición de la variable. Se midió utilizando el cuestionario donde se encuentra sus indicadores.

**3.2.2. Operacionalización:** Esta constituida por una serie de procedimientos, que debemos ejecutar para calcular una variable, es decir, nos dice que debemos hacer para obtener los datos de una variable. También cuenta con sus dos variables, tenemos:

- Conceptual la variable 2. Satisfacción del Usuario. – Espinoza,(2019).  
- la sensación que tiene el cliente de aclarar sus ideas y reclamos creando un indicador baja en la satisfacción, esto no involucra en una subida de satisfacción del cliente, siendo a su vez negativo ciertas formas de diálogos el cliente y la empresa, también de aquellas que no están registradas, o también la forma más sencilla se da la insatisfacción del cliente yéndose a otro proveedor. Sus dimensiones son tres: Valor percibido, Expectativa del cliente y Conformidad del cliente.
- Definición Operacional: Variable 2. Satisfacción del Usuario. - Basándose la diferencia, expectativa en la percepción de los servicios o bienes obtenido en cuanto a sus indicadores y dimensiones, donde se tendrá presente: valor percibido, la expectativa del cliente y también la conformidad del cliente.

**3.2.3. Matriz de Teoría:** Maestría en Gestión Pública: Ley 27658, (2002) La definición en Gestión Pública, viene hacer la correcta administración de los recursos, el estado, haciendo cumplir con las exigencias de sus ciudadanos y mejorando el crecimiento de la nación. La modernización de la gestión del estado tiene como prioridad en mejorar los niveles de eficiencia y desarrollo estatal, mejorando así la atención a los ciudadanos, el objetivo del estado es: dar servicio a la ciudadanía, canales de participación ciudadana, transparencia en la gestión, servidores públicos calificados, remuneración adecuada, que sea descentralizado. La matriz de Teoría está formada por:

- Primero, Política pública. Aguilar, (2012). Son acciones del

gobierno, su interés público que se realicen con eficacia y con eficiencia. - Ley Municipal 27972 (2022). Los gobiernos locales son entidades que pertenecen al Estado, son organizaciones territoriales tienen una participación vecinal en asunto locales, tiene carácter institucional, tiene autonomía los intereses de la ciudadanía, siendo importante la población, gobierno local, territorio y la organización, son autonomía política, administrativa y economía.

- Segundo Teoría de la administración. Fayol (2019) fue tradicional en la administración general y administración industrial. Fayol decía que un empleado no podía tener varios jefes porque no era bueno se formarían conflictos y confusiones con la autoridad. El objetivo debería ser solo un gerente y con un solo plan de trabajo. Que debería haber: trabajo, disciplina, autoridad unidad de mando, justa remuneración, estabilidad del personal, iniciativa e interés, un plan de trabajo. Fayol define en cinco elementos básicos: Planificación, organización, dirección, y control.
- Tercero Definición la variable. - Tenemos 2 variables:
  - A.- Calidad de servicio. -Conjunto de sistemas, acciones que investiga para mejorar el servicio al cliente, también es importante la comunicación que debe existir con el cliente y la institución o empresa Según, Druker (2022) la calidad no es lo que se coloca dentro de un servicio, sino en cumplir las expectativas del cliente, que pueda un servicio satisfaces sus necesidades. Interpretando, que no es la cantidad sino la calidad está dispuesta a pagar. La dimensión de las variables es cinco:
    - a.-Tangibilidad. - Parasuraman (2011): Es todo aquello que se puede notar de una forma precisa, e incluso se pueda tocar. Ejemplo:Las instalaciones físicas, materiales de comunicación, medios técnicos, equipos tecnológicos.

b.-Fiabilidad. – Zeithaml (2017): Capacidad pública o privada que presta servicios de forma confiable, metódico y segura. Ejemplo: Brindar servicio en forma correcta, ausencia de errores, dar información fiable.

c.-Capacidad de respuesta. - Zeithaml (2017): Cuando tiene voluntad y deseo el trabajador en brindar un servicio a los usuarios en forma rápida. Ejemplo: rapidez en las consultas, interés en la atención y en resolver los problemas.

d.-Seguridad. - Zeithaml (2017): El cliente se siente seguro que sus problemas van a hacer resueltos por una organización o empresa creyendo que le resolverán en una manera más aceptable. Ejemplo: Se refiere a la honestidad, ética, integridad y credibilidad.

e.-Empatía. – Zeithaml (2017): Es cuando la empresa brinda a los clientes una atención personalizada. Ejemplo: El usuario se siente extraordinario en la atención recibida.

B.- Satisfacción del usuario. - Es disposición del cliente que tiene hacia un producto o servicio, la satisfacción se presenta una vez que las necesidades del cliente se han efectuado, influyendo positivamente en su fidelización. Juran (2010): Que es adecuado para su uso, la característica del producto en base en dar satisfacción, Medela calidad de un servicio, producto satisfacen la opinión de precisión, con ceros defectos, libertad después de las deficiencias. Las dimensiones son tres:

a.-Valor percibido. - Alarcón, (2020). - Es cuando el cliente está prevenido a pagar un servicio o producto de acuerdo con la impresión que tiene sobre él son: accesibilidad, diferenciación, exclusividad y especialización.

b.-Expectativa del cliente. - Alarcón (2020). - Es la posibilidad que tienen el cliente para obtener algo, ya sea para cubrir sus experiencias del servicio o cubrir sus necesidades personales. Son subjetivas y dependen del humor del cliente.

c.-Conformidad del cliente. - Alarcón (2020). - Es cuando ya realizada la compra el cliente de un servicio o producto, percibe o experimentan uno de estos aspectos: Lealtad y expectativas superadas.

- Cuarto Defensa del autor principal. - Tenemos:

A.- Calidad de Servicio. - Tenemos al filósofo Peter F. Drucker, nació el 19 de noviembre 1909. Era consultor, profesor y abogado de carrera, fue el filósofo de la administración del siglo XX. Su filosofía era “El saber es poder, y el poder es responsabilidad.”

B.- Satisfacción del cliente. - Tenemos al filósofo Joseph Juran, nació el 24 de diciembre de 1904, fue un abogado y asesor de gestión de calidad. Una de sus filosofías era. La calidad está unida con el desempeño del producto, que es la satisfacción del cliente; si los productos tienen deficiencias entonces habrá una insatisfacción del cliente.

- Quinto Presentación y definición de cada dimensión tenemos lo siguiente:

A.- Calidad de Servicio:

a.-Tangibilidad. - Parasuraman (2011). - Es todo aquello que se puede notar de una forma precisa, e incluso se pueda tocar. Ejemplo: Las instalaciones físicas, materiales de comunicación, medios técnicos, equipos tecnológicos.



b.-Fiabilidad. – Zeithaml (2017). - Capacidad pública o privada que presta servicios de forma confiable, metódico y segura. Ejemplo: Brindar servicio en forma correcta, ausencia de errores, dar información fiable.

c.-Capacidad de respuesta. - Zeithaml (2017). - Es la capacidad y decisión del trabajador para brindar el servicio a los usuarios en forma rápida. Ejemplo: rapidez en las consultas y en resolver los errores, agilidad e interés.

d.-Seguridad. - Zeithaml (2017). - Es cuando el cliente confía en la organización o empresa para que le resuelva de una mejor forma rápida sus problemas o dudas. Ejemplo: Se refiere a la honestidad, ética, integridad y credibilidad.

e.-Empatía. – Zeithaml (2017) Como, cuando la empresa brinda a los clientes una atención personalizada. Ejemplo: El usuario se siente extraordinario por la atención recibida.

#### B.- Satisfacción del cliente:

a.- Valor percibido. - Alarcón, (2020). - Es cuando el cliente se encuentra apto pagar un servicio o producto conforme la percepción que tiene sobre él son: accesibilidad, diferenciación, exclusividad y especialización.

b.-Expectativa del cliente: Alarcón (2020). - Es la posibilidad que tienen el cliente para obtener algo, ya sea para cubrir sus experiencias del servicio o cubrir sus necesidades personales. Son subjetivas y dependen del humor del cliente.

c.-Conformidad del cliente: Alarcón (2020). - Es cuando ya realizada la compra el cliente de un servicio o producto, percibe o experimenta uno de estos aspectos: Lealtad y expectativas superada.

### **3.3. Población, muestra y muestreo.**

**3.3.1. Población.** - Levin, (1996) Viene hacer el grupo de elementos la cual intenta sacar una conclusión. Por lo tanto, la población viene hacer el estudio del conjunto de personas que habitan en una determinada área. La población que vamos a analizar es desconocida, se está empleado una fórmula para poder sacar la muestra para la investigación.

**3.3.2. Muestra.** - Para Levin, (1996) Viene hacer la parte representativa de una población, ósea la recolección de elementos de una población, es decir un subgrupo de datos pertenecientes a los habitantes. (Anexo 8) En este sentido al azar se seleccionará a los encuestados, aplicaremos la técnica de muestreo.

**3.3.3. Muestreo.** - Para Sampieri, (2009). - Viene hacer la selección de la muestra donde se dará información de los datos que asegure su representación. En este trabajo de investigación el muestreo va a hacer: Probabilístico, Aleatorio simple y Sistemático.

**a. Probabilístico.** - Es cuando se apoya a un grupo pequeño de la población que utiliza método selección aleatoria.

**b. Aleatorio simple.** - Es un método probabilístico que se da a cada componente de la población objetiva, también que cada una de las muestras tiene la misma oportunidad para ser elegida.

**c. Sistemática.** - Es cuando el muestreo cuenta una oportunidad igual para cada usuario de una población sea seleccionada.

### **3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

**3.4.1. Técnicas.** Hernández, (2018). - Utilizan reuniendo información, como observación, encuestas y entrevistas. Estas encuestas se realizaron en forma virtual exitosa al usuario en la Municipal distrital.

3.4.2. Instrumento. - Casas (2018). - Tenemos este cuestionario son preguntas con lógicas y escritos con un lenguaje entendible en forma clara y sencilla. Las preguntas del cuestionario fueron respondidas por los usuarios.

### **3.5. Procedimientos.**

Luego de haber sugerido las bases teóricas, dentro del método, se hizo el estudio de estas técnicas, relacionado al caso a investigar, se comenzó por determinar las técnicas que se va a emplear, como se va a hacer, como se va a trabajar.

- Para realizar este procedimiento se realizó en base a la Matriz de consistencia tenemos la pregunta general y la pregunta específica, el objetivo general y el objetivo específico, la hipótesis general también la hipótesis específica, la definición conceptual, como la definición operacional, también la dimensión, y por último los indicadores.
- Se solicitó permiso a la Municipalidad Distrital para solicitar para el uso de sus instalaciones del Municipio para la encuesta a los usuarios, pero nunca fue contestada.
- La validación de este instrumento fue validada por 3 expertos que fueron indicados por la Universidad, el cual solicitamos la apreciación del cuestionario con sus correspondientes correcciones
- El Municipio, no contesto a mi solicitud, se realizó las encuestas en forma virtual, obteniendo un nivel de Confiabilidad (0.956) para las 20 preguntas del cuestionario, siendo altamente significativa. Ver anexo 13

### **3.6. Método Análisis de datos. -**

Este trabajo de investigación utiliza los siguientes métodos:

- Método Deductivo – Inductivo. - El primero es de ir de lo general a lo particular y segundo de lo particular a lo general, de esta forma sabremos la validez de la organización.

- Método Analítico. - Es cuando me tomo la libertad de hacer juicio de las recomendaciones, conclusiones y opinión para formalizar un resultado en la tesis.
- Método Sintético. - Permite preparar las conclusiones y recomendaciones y apreciaciones que se puedan lograr al finalizar el trabajo de investigación.
- Finalmente, Método Estadístico. - Viene hacer deducciones matemáticas para realizar la investigación de la correlación de las dos variables como también sus dimensiones al ejecutar el análisis.

### **3.7. Aspectos éticos. -**

En cuanto el estilo ético, se consideró principalmente la veracidad y el respeto por las personas por toda la investigación alcanzada en este estudio. No se revela la identidad del encuestado, asegurando así la confiabilidad del encuestado, se cumple con los criterios en cuanto diseño cuantitativo. También se cita los autores bibliográficos. Su originalidad se basa en la investigación realizada, evidenciando con el programa Turnitin.

#### **IV RESULTADOS**

Tenemos una correlación positiva alta del 81.1% las dos variables, desarrolladas, siendo altamente significativa.

Primera hipótesis específica, su correlación positiva moderada de 48.6% de tangibilidad con calidad de servicio y también con satisfacción del usuario, estadísticamente significativa.

Segunda hipótesis específica, su correlación positiva moderada de 61.3% en fiabilidad con calidad de servicio y también con satisfacción del usuario, estadísticamente significativa.

Tercera hipótesis específica, se determinó correlación positiva moderada de 68.2% en calidad de respuesta con calidad de servicio y también con satisfacción del usuario, siendo una prueba estadísticamente significativa.

Cuarta hipótesis específica, señala correlación positiva alta de 79.5% en seguridad con calidad de servicio y también con satisfacción del usuario, siendo esta asociación estadísticamente significativa.

Quinta hipótesis específica hay una correlación positiva alta de 84.5% en empatía con calidad de servicio y también con satisfacción del usuario, esta asociación estadísticamente significativa.

## V DISCUSIÓN

Se muestra los procedimientos para la controversia final del actual análisis con problemas, objetivos específicos, metodología, resultados de la tesis, recomendaciones y deducción de los distintos autores comprobados con informe de estudio.

Este trabajo se realizó haciendo un desarrollo sobre la base de datos y se estudió los resultados obtenidos del cuestionario, contando una muestra de 43 personas. Utilizo la técnica de encuesta en forma virtual, como instrumento el cuestionario permitiendo medir las variables, con preguntas cerradas contando 5 alternativas de respuesta tipo Likert.

Este análisis se hizo en la tesis, se detectó una alta asociación con calidad de servicio y también con satisfacción del usuario, teniendo hipótesis general, equivalente al 81.1% siendo esta correlación estadísticamente altamente significativa.

En la primera variable tuvo 14 preguntas, incluyendo las 5 dimensiones: tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

Por lo tanto, el análisis Hipótesis Especifica Numero 1: Tenemos la Tangibilidad con calidad de servicio y también con satisfacción del usuario, una correlación directa 48.6% siendo una asociación positiva moderada.

En la Hipótesis Especifica Numero 2: Tenemos Fiabilidad con Calidad de Servicio y también con Satisfacción del Usuario, una correlación directa 61.3% siendo esta asociación positiva moderada.

También, en el análisis de Hipótesis Especifica Numero 3: Tenemos Capacidad de respuesta con calidad de servicio y también con satisfacción del usuario, existe una correlación directa 68.2% siendo esta asociación positiva moderada.

También, la Prueba de Hipótesis Especifica Numero 4: Tenemos Seguridad con calidad de servicio y también con satisfacción del usuario, una correlación directa de 79.5% siendo esta asociación positiva alta.

Y, por último, la prueba de Hipótesis Especifica Numero 5: Tenemos Empatía con calidad de servicio y también con satisfacción del usuario, una correlación directa de 84.5% siendo esta asociación estadísticamente altamente significativa.

Según Sarmiento (2015), nos dice que la calidad es cualquier actividad que una institución da a un cliente.

En tanto, Paiva, (2018) nos ofrece una calidad en lo que requiere el cliente.

Según, Druker, (2022) la calidad es la totalidad de funciones que están en un servicio, sino el cliente logra ese servicio y por lo tanto listo pagar por esa calidad de servicio.

Entonces, Edwards Deming, (1989) la calidad son necesidades futuras para el usuario con una característica que sea medibles.

En la segunda variable satisfacción del usuario conto con 6 preguntas incluyendo 3 dimensiones: capacidad de respuesta, expectativa del cliente y conformidad del cliente.

Para Alarcón, (2020) la dimensión Valor percibido es cuando cliente está listo a pagar por el servicio o producto conforme con la sensación que tiene sobre ese servicio.

También, Alarcón, (2020) la dimensión Expectativa del cliente es cuando cubre sus posibilidades para conseguir algo, ya sea para encubrir sus experiencias del servicio o encubrir sus necesidades.

Por último, Alarcón, (2020) la dimensión Conformidad del cliente es cuando ejecuta la compra ya sea de un producto o servicio nota uno de estos aspectos: expectativa superada y lealtad.

También, Maslow, (2021) la necesidad y deseo, es la motivación de la persona, que le proporcionara satisfacción, el cliente o usuario cumplirá sus deseos siempre y cuando cumplan con sus necesidades

Para Ribeiro, (2003) la satisfacción tiene conexión con la atención que se brinda al cliente en una institución.

Sin embargo, Arias, (2013) plantea que la satisfacción es la conclusión de como se le ofrecen los servicios dentro de una institución.

Según, Sabino, (1992) en su Proceso de la Investigación: Es el periodo en que está vinculada a la formulación de cuestionamientos y sucesos, donde esta dos se van resolviendo en forma simultánea. Siendo importante para mi trabajo de tesis, porque ayuda a fundamentar la investigación con otro tema ya sea de reportes, libros, artículos científicos, memorias y tesis.

Asimismo, López, (2018) desarrollo del análisis: Calidad de servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy's ; lo importante, que la calidad de servicio fue: respuesta rápida, atención personalizada, maquinarias modernas demostrando que un 70% clientes satisfechos y existe un 30% de clientes insatisfechos en la calidad de servicio, eso significa trabajar para mejorar el servicio.

Tenemos, Rodríguez, (2020) criterios de observación de tendencias sociales aplicables a emprendimiento y pequeñas empresas en el contexto Marplatense, Su diseño metodológico, es cualitativo, se hace un estudio exploratorio, tipo No Experimental, se realiza un análisis comparativo, se trabaja sobre técnicas de observación, es de tipo No Experimental, se focaliza en la conducta de las personas y hábitos de consumo.



También, Silva, (2021) investiga: Relación entre la calidad en el servicio satisfacción del cliente y lealtad del cliente, su finalidad es verificar si existe relación, donde los resultados fueron favorables, para la primera variable fue 82% y para segunda variable con 80.3%.

Igualmente, Zarate, (2019) análisis: Gestión administrativa y calidad de servicio en la Municipalidad distrital, comprobándose una atención moderada, en la calidad de atención recibida, también gestión administrativa asegura hay una conexión positiva entre ambas variables.

Además, tenemos Masías (2020) investiga: Un estudio de la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente de ANDESGEAR. Entonces se dice que si existe conexión positiva moderada 65% fiabilidad con calidad de servicio también con satisfacción del cliente Andesgear. Considero seguir mejorando en los servicios que se brindan.

Tenemos, Gonzales, (2021) investiga: La calidad de servicio y sus influencias en la satisfacción del cliente en la empresa Cevichería Fresco Mar-Jesús María. Se basa evaluación que brinda, utilizando el instrumento SERVQUAL. Se ha utilizado la investigación recopilando información, instrumentos de datos de una forma ordenada. Esto servirá mejorar el servicio que ofrecen los clientes también mejorando el servicio del personal haciéndolo más competitivo. Generando así mejor rentabilidad a su restaurante.

Luego, Pérez, (2019) en su análisis: La atención al cliente y su influencia en la satisfacción de compras en la tienda Ripley. Se hace una comparación entre lo evidenciado y la bibliografía consultada; el investigador manifiesta que la variable Atención al cliente y la empresa toma interés en la sección de recursos humanos ya que averigua satisfacer las carencias y perspectivas de los clientes y la variable Satisfacción de compra, en informar que la atención recibida por los trabajadores no es la adecuada para los clientes. Donde el cliente evalúa dicha atención dando unas opinión agradable o desfavorable.

También, Dulanto, (1919) en su investigación: La gestión administrativa influye significativamente en la calidad del servicio, tuvo una correlación Rho de Spearman es de 54.2%, siendo una correlación resulta ser positiva y baja. Se determina que el Municipio recibieron un servicio regular concluyendo que hay que perfeccionar la calidad del servicio.

Según, Silva, (2020) investigando: Calidad del servicio y Satisfacción de los clientes del terminal portuario logística peruana del oriente, Pucallpa. Finalizo que una conexión positiva entre ambas variables, de 86,7% positiva alta.

También, Morales, (2021) en su investigación: Estudio sobre calidad web, su objetivo fue investigar los procedimientos, itinerario, publicaciones rescatas principalmente en la base de datos. Cuenta con 83 publicaciones rescatadas, principales en la base de datos.

Tenemos, Sánchez, (2022) en su investigación: Se llegó a finalizar las dos variables tienen una relación estadísticamente de 56.2% o sea una correlación positiva moderada.

Como, Cano, (2021) en la correlación de Spearman obtuvo el 74%,  $p=0.000$  menor 0.05, donde existe una correlación positiva alta significativa entre la variable calidad de servicio y la variable satisfacción del usuario en el centro de salud de Lima.

Según, Limache, (2020) prueba de hipótesis el resultado final una correlación Rho de Spearman 0,813 y Sig. 0.000 determinando hay una relación positiva muy alta. Demostrando calidad de servicio tiene una relación con la satisfacción al cliente.

Luego, Ureta, (2021) los datos fueron transformados estadísticamente en tablas y figuras obteniendo de Rho Spearman, que existe una relación significativa entre las variables calidad de servicio y satisfacción del cliente de 0,810.

Tenemos, García, (2018) la calidad del cliente y la calidad del servicio tuvo un resultado según el coeficiente de Spearman 0,190 existiendo, una correlación positiva de un nivel de significancia 0,024 menor al 5%, dando un final que la calidad del

servicio en la satisfacción del cliente de forma positiva para la empresa teniendo como resultado niveles de satisfacción del cliente y calidad del servicio.

Luego, Agüero, (2021) Se realizó el análisis de Alfa de Cronbach con un total de fiabilidad 0.951, demostrando un nivel de fiabilidad alta. Donde podemos decir Calidad de servicio electrónico, será la satisfacción del cliente del inmobiliario.

Según, Chuquista, (2021) de acuerdo con la correlación de Pearson la variable calidad de servicio y satisfacción al cliente, existe una relación positiva moderada de 0,425 permitiendo aceptar la hipótesis que hay una relación entre la variable 1 con variable 2.

Entonces, Rodríguez, (2020) este trabajo de investigación fue descriptivo entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la Botica Rodríguez, se basó en recopilación de diferentes fuentes de información científicas como antecedentes, libros e instituciones del sector público.

También, Pisco ya, (2020) obtuvo un coeficiente de correlación de 0,277 entre ambas variables Calidad de servicio y Satisfacción del cliente siendo una correlación positiva baja. Tiene una significancia de 0,000 nos dice que existe una correlación significativa ya que es menor a 0,05.

Por lo tanto, Tinco, (2022) Se realizó la recolección de datos, con una muestra de 114 clientes, tuvo un índice de Alfa de Cronbach de 0,950 siendo esta correlación positiva muy alta, finalmente se establece que la calidad del servicio si se relaciona de forma directa con la satisfacción del cliente de la distribuidora de gas Lidia.

Tenemos, Rivera, (2019) en la estadística de fiabilidad se observa que el software tuvo como resultado de 0,952 siendo una correlación positiva alta, indicando que la fiabilidad es muy buena, en el índice Alfa de Cronbach.

Luego, Hidalgo (2019) la investigación es de enfoque cuantitativo, también entre las variables, la calidad de servicio y satisfacción del cliente se utilizaron el Alfa de Cronbach, las percepciones con 0,81% siendo una correlación positiva alta y expectativas, una correlación 0,983 siendo positiva muy alta.

Finalmente, Gonzales, (2018) realizó la prueba de confiabilidad para dar conocer la confirmación de la hipótesis general, teniendo una correlación positiva moderada de 0,504 entre la calidad el servicio en relación con la satisfacción de los consumidores de restaurantes de pollos a la brasa, con una significancia menor a 0,05 (0,001 menor 0,05).

Conforme a la metodología de la investigación, se utilizaron técnicas o instrumento ayudando a ejecutar la investigación obteniendo datos cuantificables sobre las variables y dimensiones objeto de estudio.

El valor teórico del análisis y escritos se sustentó en autores que han desarrollado una elección científica de investigación.

Justificación, ha permitido que la Municipalidad distrital tome decisiones en base a las observaciones realizadas con el fin de dar resultados positivos a las deficiencias, en la calidad como también en la satisfacción. El trabajo ayuda a conocer las fallas y debilidades que se manifiestan en el desarrollo de las actividades administrativas permitiendo corregir, organizar y fortalecer las necesidades del usuario, y también dichos datos servirán para futuras investigaciones.

Implicancia Practica, se mostró las dificultades se manifestó a la Municipalidad y como investigador era necesario mejorar, basándonos en el criterio de la verdad, mejorar el servicio al cliente, la administración, corrigiendo, tomando medidas en contribuir en el mejoramiento de la gestión municipal.

Según, Parasuraman, (1993) ser amable es muy importante dentro de un servicio, podría ser empleado para fidelizar a los usuarios. La municipalidad no solo debe percibir el servicio sino también el buen trato que genere una buena experiencia para el usuario. También se le debe de incentivar al personal a la iniciativa en atender los intereses del usuario.

Por otra parte, Parasuraman, (1993) es importante la capacitación la capacitación del personal, para que puedan resolver consultas, dominio en las respuestas y capacidad de transmitir confianza.

En opinión a lo investigado, para generar una buen habito en la atención al usuario es necesario en atender problemas de tiempo, la municipalidad puede pasar por alto las demoras, llega un momento en que consigue aburrir al usuario.

## **VI CONCLUSIONES**

**Primera:** Se comprueba que hay correlación entre las variables Calidad del servicio con respecto a satisfacción del usuario de la Municipalidad distrital. Año 2021.

**Segundo:** También hay una evidente correlación entre tangibilidad de la calidad de servicio con respecto a satisfacción del usuario de la Municipalidad distrital. Año 2021.

**Tercera:** Se confirma que hay correlación entre fiabilidad de la calidad de servicio con respecto a satisfacción del usuario de la Municipalidad distrital. Año 2021.

**Cuarta:** Hay una evidente correlación entre calidad de respuesta de la calidad de servicio con respecto a satisfacción del usuario de la Municipalidad distrital. Año 2021.

**Quinta:** Se evidencia que hay correlación entre seguridad de la calidad de servicio con respecto a satisfacción del usuario de la Municipalidad distrital. Año 2021.

**Sexta:** Se comprueba que hay correlación entre empatía de la calidad de servicio con respecto a satisfacción del usuario de la Municipalidad distrital. Año 2021.

## VII RECOMENDACIONES

**Primero:** Proponer mejoras en los elementos tangibles como los equipos de mobiliario que sea apropiado para proporcionar mejor atención al usuario, ya que la larga espera al menos debe de contar con muebles idóneo en la demora. También modernizar la señalización y ubicación de los servicios que brinda, para ofrecer un buen servicio a los usuarios.

**Segundo:** Recomendar al personal administrativo de la Municipalidad distrital en brindar información clara y oportuna, así mismo agilizar en el proceso de la atención al usuario en caso de reclamos o búsqueda de algún documento requerido y no ocasionar demoras en los usuarios.

**Tercero:** Mejorar su capacidad de respuesta, ofreciendo un servicio rápido y eficiente, reduciendo los tiempos de espera; por otro lado, interactuar con los usuarios para conocer mejor sus necesidades, dando así una mejor calidad de servicio.

**Cuarto:** Plantear en capacitar constantemente al personal de la Municipalidad, para que tengan los conocimientos oportunos y actualizados; de la misma forma ofrecer un servicio con gentileza, amabilidad que le inspire confianza al usuario, que sientan que todos son tratados por igual y que recibirán una solución a su problema.

**Quinto:** Desarrollar en dar una atención personalizada, con un buen trato, compartir y comprender lo que el usuario siente, dar seguridad al usuario mostrando interés en atenderlo.

## REFERENCIAS

- Alexandra, S. T. (2022). Calidad de atención y grado de satisfacción del usuario en los servicios de atención primaria, Centro de Salud Agua verdes. *Maestría en ciencias de la salud con mención en Gerencia de los servicios de salud*. Universidad Nacional Tumbes, Agua Verdes, Tumbes, Perú. Obtenido de [repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12874/63478/TESIS%20-%20SANCHEZ%20TORRES.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12874/63478/TESIS%20-%20SANCHEZ%20TORRES.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Anuska, U. C. (2021). Calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Will Max S.A.C., Comas2020. Facultad de Ingeniería. Universidad Privada del Norte, Comas, Perú. ¿Obtenido de <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/27419/Salas%20Calle%2c%20Hilary%20Anushk-Ureta%20Cortez%2c%20Gloria%20Maria.pdf?sequence=11&isAllowed=y>
- Arrestegui García, J. (2020). Calidad de servicio y satisfacción del cliente en una empresa de Transporte Terrestre Interprovincial de pasajeros del Distrito de la Victoria, 2020. Licenciado de Administración. Universidad San Martín de Porres, Lima. Obtenido de [http://nulan.mdp.edu.ar/1614/1/09\\_administracion\\_calidad.pdf](http://nulan.mdp.edu.ar/1614/1/09_administracion_calidad.pdf)
- Beatriz, P. V. (2020). Calidad de servicio y satisfacción del cliente del centro médico especializado LAB. Salud S.A.C. Chiclayo 2020. Licenciado en Administración. Universidad señor de Sipán, Pimentel.
- ¿Obtenido de <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/9445/Piscoya%20Valdera%20Nadidia%20%26%20Arteaga%20Vallejos%20Gaby.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Calixto Hernández, Ana Teresa Prieto y Claudia Hernández. (2 de Diciembre de 2017). Dimensiones de la calidad de servicio presentes en los programas de postgrado. Reflexiones Teóricas. Obtenido de Revista Arbitrada Venezolana del núcleo Luz-Costa Oriental del Lago: <https://biblat.unam.mx/hevila/Impactocientifico/2017/vol12/no2/8.pdf>
- Cano Mantilla, L. M. (2021). Calidad de servicio y satisfacción del usuario en un centro de salud de Lima. Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú. ¿Obtenido de [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/70838/Cano\\_MLM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/70838/Cano_MLM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Ciuró, G. R. (2020). Criterios de observación de tendencias sociales aplicables a emprendimientos y pequeñas empresas en es el contexto marplatense. Universidad de Mar de Plata, Mar de Plata, Argentina. Obtenido de



- <http://nulan.mdp.edu.ar/3533/1/rodriguez-2020.pdf>
- Datos, M. d. (5 de Setiembre de 2009). Espacio de investigación. (SAMPIERI, Editor) Obtenido de <http://espaciodeinvestigacin.blogspot.com/2009/09/metodos-de-muestreo-de-bisquerra.html>
- David, C. B. (2021). Calidad de servicio en la satisfacción del cliente de compartamos financiera S.A. en la ciudad de Chiclayo 2020. Licenciado en Administración. Universidad señor de Sipán, Pimentel, Perú. ¿Obtenido de <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/7920/Chuquista%20Burga%20Wagner%20%26%20Montenegro%20Polo%20Luis.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Delgado, B. G. (2018). Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del usuario en el centro de salud Characato, Arequipa, Para Bachiller. Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, Arequipa. Obtenido de ADMfedebg. 28-9
- Deming, w. E. (1989). Calidad , Productividad y Competitividad la salida de la crisis. (J. Bravo, Ed.) Madrid, España: Press, Cambridge Universito. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=d9WL4BMVHi8C&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Drucker, P. F. (25 de Junio de 2022). Wikipedia. Recuperado el 19 de Setiembre de 2022, de La enciclopedia libre: [https://es.wikipedia.org/wiki/Peter\\_F.\\_Drucker#:~:text=Peter%20Ferdinand%20Drucker%20\(Vie%20na%2019,como%20management\)%20del%20siglo%20XX](https://es.wikipedia.org/wiki/Peter_F._Drucker#:~:text=Peter%20Ferdinand%20Drucker%20(Vie%20na%2019,como%20management)%20del%20siglo%20XX).
- Dulanto Figueroa, K. (1919). Gestión administrativa y la calidad de servicio de la municipalidad distrital de chancay, periodo 2018. Licenciado en administración. UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN, Huacho. Obtenido de <https://1library.co/document/q7374kvy-gestion-administrativa-calidad-servicio-municipalidad-distrital-chancay-periodo.html>
- Derby, G. C. (2018). La calidad de servicio y su relación con la satisfacción de los consumidores de restaurantes de pollos a la brasa de Mariano Melgar Arequipa 2018. Licenciada en Administración y Marketing. Universidad Tecnológica del Perú, Arequipa, Perú. ¿Obtenido de [https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/3031/Lucero%20Gonzales\\_Elena%20Huanca\\_Tesis\\_Titulo%20Profesional\\_Titulo%20Profesional\\_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/3031/Lucero%20Gonzales_Elena%20Huanca_Tesis_Titulo%20Profesional_Titulo%20Profesional_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Educativa, R. E. (2011). Análisis de la calidad en el servicio y satisfacción (Vol. 13). (J. C. Vergara, Ed.) Cartagena, Colombia: Revista Electrónica de Investigación Educativa. Obtenido de <ds/pdfviewer/pdfviewer?vid=4&sid=2139b4b6-64c0-4e22-b500-fde2c0194b05%40redis>
- Fernanda, H. F. (2019). Calidad del servicio y satisfacción al cliente en el Sector

Financiero del Cantón Ambato. Grado de Magister en Gestión Empresarial Basado en Métodos Cuantitativos.

Universidad técnica de Ambato, Ambato, Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/30033/1/045%20GMC.pdf>

Fernández Delgado, B. (2018). "CALIDAD DE SERVICIO Y SU RELACION CON LA SASTIFACCION DEL

USUARIO EN EL CENTRO DE SALUD CHARACATO. Grado de Maestro en Ciencias. Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, Arequipa. Obtenido de <http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/7150/ADMfedebg.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Freire, E. E. (21 de Mayo de 2019). Las variables y su operacionalización en la investigación educativa- Segunda parte. (U. T. Machala-Ecuador, Editor) Obtenido de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1990-86442019000400171#:~:text=Operacionalizar%20una%20variable%2C%20es%20definir,medir%20cada%20caracter%20del%20estudio](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442019000400171#:~:text=Operacionalizar%20una%20variable%2C%20es%20definir,medir%20cada%20caracter%20del%20estudio).

García Marticorena, G. F. (2018). Calidad del servicio y su incidencia en la satisfacción del cliente de la empresa UK Vivential, Trujillo 2018. Carrera de Administración y Gestión Comercial. Universidad Privada del Norte, Trujillo, Perú. Obtenido de <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/22325/Jaramillo%20Herrada%20Nataly>

[\\_Garcia%20Maticorena%20Gonzalo.pdf\\_editado.pdf?sequence=1&isAllowed=y](#)

Gonzales Gómez, D., & Carro Paz, R. (2020). Administración de la calidad total. Universidad Nacional de Mar Del Plata, Mar Del Plata, Argentina. Obtenido de [http://nulan.mdp.edu.ar/1614/1/09\\_administracion\\_calidad.pdf](http://nulan.mdp.edu.ar/1614/1/09_administracion_calidad.pdf)

Gonzales Gómez, D., & Carro Paz, R. (2020). Administración de la Calidad Total. administración de las Operaciones. Universidad Nacional de Mar Del Plata, Mar Del Plata, Argentina. Obtenido de [http://nulan.mdp.edu.ar/1614/1/09\\_administracion\\_calidad.pdf](http://nulan.mdp.edu.ar/1614/1/09_administracion_calidad.pdf)

Gonzáles Santillán, M. (2021). La calidad de servicio y su influencia en la satisfacción del. Administración y Gestión de Empresa. Universidad Peruana de las Américas, Lima. Obtenido de <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/1362/GONZALES%20SANTILLAN.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Huaire Ignacio, E. (2019). Método de investigación. Obtenido de <https://www.aacademica.org/edson.jorge.huaire.inacio/35.pdf>

investigación, E. d. (9 de Agosto de 2009). Blogs Poot. Obtenido de

<http://espaciodeinvestigacion.blogspot.com/2009/08/disenio-de-investigacion-de-bisquerra.html>

Juliana, R. R. (2019). La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes Ecuador. Magister en administración de Empresas. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/12117/1/T-UCSG-POS-MAE-224.pdf>

Katherine, L. P. (2020). Calidad de servicio y satisfacción al cliente del centro comercial Flores, Lima 2020.

Licenciada en administración. Universidad Cesar Vallejo, Lima. ¿Obtenido de [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/53482/Limache\\_PKK-SD.pdf?sequence=2&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/53482/Limache_PKK-SD.pdf?sequence=2&isAllowed=y)

Lizarzaburu Bolaños, E. R. (2016). La gestión de la calidad en Perú. Universidad & Empresa. Universidad del Rosario Colombia, Bogotá. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1872/187244133006.pdf>

Lizbeth, A. M. (2021). Calidad del servicio electrónico y satisfacción de los clientes del sector Inmobiliario Lima 2021. Escuela de Posgrado y Estudio continuos. Universidad Privada del Norte, Lima, Perú. Obtenido de

<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/31432/Ag%c3%bcero%20Mu%c3%b1oz%2c%20Liliana%20Lizbeth.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

López Mosquera, D. (2018). Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil. Maestría en administración de Empresas. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9867/1/T-UCSG-POS-MAE-160.pdf>

Luis F, A. (Ed.). (2012). SIGLO XX1. (P. PUBLICA, Productor) Obtenido de Biblioteca Básica de administración Publica: [http://data.evalua.cdmx.gob.mx/docs/estudios/i\\_pp\\_eap.pdf](http://data.evalua.cdmx.gob.mx/docs/estudios/i_pp_eap.pdf)

Martin, J. (29 de Octubre de 2019). CEREM INTERNATIONAL BUSINESS SCHOOL. Obtenido de Teoría de Fayol: <https://www.cerem.pe/blog/los-principios-de-fayol-y-las-funciones-basicas-de-la-empresa>

Molina Rodríguez, A. (2019). CALIDAD DE SERVICIO Y PERCEPCIÓN DE SATISFACCION DEL CLIENTE EN EL

CONDOMINIO JARDINES DE LA CATOLICA. Grado Académico. Universidad Peruana de las Américas, Lima, Perú. Obtenido de <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/591/CALIDAD%20DE%20SERVICIO%20Y%20PERCEPCI%c3%93N%20DE%20SATISFACCI%c3%93N%20DEL>

%20CLIENTE%20EN%20E  
L%20CONDominio%20JARDINES%20DE%20LA%20CAT%c3%93LICA%2c%  
20LIMA%202019.pdf?stequense=1&isAllowed=y

Morales Jiménez, A., Pedraza Jiménez, R., & Codina, L. (2022). Calidad web en medios digitales: revisión bibliográfica sobre métodos e indicadores de evaluación general y atributos de confianza.

Universidad de Chile. ¿Obtenido de  
<https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/181885/Calidad-web-en-medios-digitales.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Moreira, J. A. (2021). Calidad de servicio de salud y satisfacción de los pacientes con discapacidad del centro de salud tipo B Huambaló - Ambato, Ecuador. Maestría. Universidad Nacional de Tumbes, Ambato, Ecuador. Obtenido de  
[http://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12874/2480/TESIS%](http://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12874/2480/TESIS%20-)  
20-

%20MERCHAN%20MOREIRA.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Narváez Rodríguez, F., & Vera Alva, S. (2018). CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE CON EL SEFRVICIO DE CUBICACION INDUSTRIAL DE LA EMPRESA CUBICACIONES INDUSTRIALES DEL

NORTE S.A.C. Trujillo. Licenciado en Administración. Universidad Privada del Norte., Trujillo, Perú. ¿Obtenido de  
<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/22133/Narvaez%20Rodriguez%20Flor>

% 20de%20Maria\_Vera%20Alva%20Santos.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Ospina Limache, J. (2021). Calidad de servicio y su influencia en la satisfacción del cliente de la empresa Super Break Cafeterías y Salón de Tes. Bachiller en Administración. Universidad Continental, Huancayo. Obtenido de Calidad de servicio y su influencia en la satisfacción

Oviedo, K. C. (12 de Octubre de 2021). Industrial, Escuela de Organización;. Obtenido de <https://www.eoi.es/blogs/katherinecarolinaacosta/2012/05/24/la-piramide-de-maslow/#:~:text=Maslow%20formula%20en%20su%20teor%C3%ADa,parte%20superior%20de%20la%20pir%C3%A1mide>).

Paul, M. E. (2020). Un estudio de la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente de ANDESGEAR Cusco. Obtener el Grado Académico de Bachiller en Administración. Universidad Continental, Cuzco, Cuzco. Obtenido de IV\_FCE\_308\_TI\_Masias\_Echarri\_2021

Pérez Árdela, K. (2019). La Atención al Cliente y su Influencia en la Satisfacción de Compra en la tienda Ripley C.C. La Rambla. Breña. GRADO DE BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVA Y GESTION

- DE EMPRESAS. Universidad Peruana de las Américas, Lima. Obtenido de <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/1015/TRABAJO%20DE%20%20INVESTIGACION%20PEREZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Richard I. Levin, & D. (1996). Pearson Prentice Hall. (P. E. S.A., Editor, E. p. Economía, Productor, & EDICION ESPAÑOLA) Obtenido de SE EDITO EN 2004:  
<https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=uPhtNCqC4isC&oi=fnd&pg=PR13&dq=que+dice+Levin+%26+Rubin+1996&ots=Y5GluqzLuq&sig=aUGDMYPP4JJ1tHpw6o1C6Y77syk#v=onepage&q=que%20dice%20Levin%20%26%20Rubin%201996&f=false>
- Rodríguez Amari, Y. G. (2020). Calidad de servicio y Satisfacción del cliente de la Botica Rodríguez, Jaén-Cajamarca 2020. Grado de Bachiller en Ciencias Administrativas y Gestión de Empresas.
- Universidad Peruana de las Américas, Jaén, Perú. Obtenido de <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/1308/RODRIGUEZ%20AMARI.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rojas, T. (2022). Calidad de servicio y satisfacción del cliente en empresas familiares. Caso: Distribuidora de gas Lidia año 2019.2020. (G. e. Milenio, Editor) Obtenido de <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/administrativas/article/view/23040/18162>
- Sabino, C. (1992). El Proceso de Investigación. (C. Ed. Panado, Editor, & Ed. Panamericana, Bogotá y Lumen-Humanista, Buenos Aires) Obtenido de [http://paginas.ufm.edu/sabino/ingles/book/proceso\\_investigacion.pdf](http://paginas.ufm.edu/sabino/ingles/book/proceso_investigacion.pdf)
- Sánchez Carlessi, H., Reyes Romero, C., & Mejía Sáenz, K. (2018). Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanista (primera edición ed.). Lima, Perú: Universidad Ricardo Palma Vicerrectorado de Investigación. Obtenido de <https://www.urp.edu.pe/pdf/id/13350/n/libro-manual-de-terminos-en-investigacion.pdf>
- servicios, L. c. (20 de 11 de 2010). Obtenido de [Gladys%20Torres/Downloads/Dialnet-La Calidad-6505356.pdf](http://Gladys%20Torres/Downloads/Dialnet-La%20Calidad-6505356.pdf)
- Silva Treviño, J., Macias Hernández, B., & Tello Leal, E. (2021). La relación entre la calidad en el servicio satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en México. Bachiller. Universidad Autónoma de Tamaulipas, México. Obtenido de <https://revistaciencia.uat.edu.mx/index.php/CienciaUAT/article/view/1369>

- Toledo, A. (2002). Ley Marco de Modernización de la Gestión del Estado Ley 27658. Lima, Perú: Gacetajurídica. Obtenido de [https://cdn.gacetajuridica.com.pe/laley/LEY%20N%C2%BA27658\\_LALEY.pdf](https://cdn.gacetajuridica.com.pe/laley/LEY%20N%C2%BA27658_LALEY.pdf)
- Troncos Vílchez, I., Maldonado Jiménez, O., & Ortega Chaparrea, D. (2020). CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCION DEL. Licenciado en Administración y Gestión de Empresas. Universidad Peruana de las Américas, Lima. Obtenido de <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/887/Troncos%20-%20Maldonado%20-%20Ortega.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Zárate Huarhuachi, G. (2019). GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y CALIDAD DE SERVICIO EN LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE ANCO HUALLO, CHINCHEROS . Administración de Empresas. UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ MARÍA ARGUEDAS, Apurímac, Andahuaylas. Obtenido de [https://1library.co/document/yd2w3klq-gestion-administrativa-calidad-servicio-municipalidad-distrital-chincheros-apurimac.html\(s.f.\)](https://1library.co/document/yd2w3klq-gestion-administrativa-calidad-servicio-municipalidad-distrital-chincheros-apurimac.html(s.f.)).
- 2022, L. O.-a. (6 de Marzo de 2022). Pasión por el DERECHO ISSN 2789-3375. (D. L. Rojas, Editor, & D. SAC, Productor) Obtenido de Revista especializada en materia jurídica: <https://lpderecho.pe/ley-organica-municipalidades-ley-27972-actualizado/>
- Alexandra, S. T. (2022). Calidad de atención y grado de satisfacción del usuario en los servicios de atención primaria, Centro de Salud Agua verdes. Maestría en ciencias de la salud con mención en Gerencia de los servicios de salud. Universidad Nacional Tumbes, Agua Verdes, Tumbes, Peru. Obtenido de <repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12874/63478/TESIS%20-%20SANCHEZ%20TORRES.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Anuska, U. C. (2021). Calidad de servicio y la Satisfacción del cliente en la empresa Willmax S.A.C., Comas 2020. Facultad de Ingeniería. Universidad Privada del Norte, Comas, Perú. ¿Obtenido de <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/27419/Salas%20Calle%2c%20Hilary%20Anushk-Ureta%20Cortez%2c%20Gloria%20Maria.pdf?sequence=11&isAllowed=y>
- Arrestegui García, J. (2020). Calidad de servicio y satisfacción del cliente en una empresa de Transporte Terrestre Interprovincial de pasajeros del Distrito de la Victoria, 2020. Licenciado de Administración. Universidad San Martín de Porres, Lima. Obtenido de [http://nulan.mdp.edu.ar/1614/1/09\\_administracion\\_calidad.pdf](http://nulan.mdp.edu.ar/1614/1/09_administracion_calidad.pdf)
- Beatriz, P. V. (2020). Calidad de servicio y satisfacción del cliente del centro médico especializado LAB. Salud S.A.C. Chiclayo 2020. Licenciado en Administración. Universidad señor de Sipán, Pimentel. Obtenido de <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/9445/Piscoya%20Valdera%20Naddia%20%26%20Arteaga%20Vallejos%20Gaby.pdf?sequence=1>

&isAllowed=y

Calixto Hernández, Ana Teresa Prieto y Claudia Hernández. (2 de Diciembre de 2017). Dimensiones de la calidad de servicio presentes en los programas de postgrado. Reflexiones Teóricas. Obtenido de Revista Arbitrada Venezolana del Núcleo Luz-Costa Oriental del Lago: <https://biblat.unam.mx/hevila/Impactocientifico/2017/vol12/no2/8.pdf>

Cano Mantilla, L. M. (2021). Calidad de servicio y satisfacción del usuario en un centro de salud de Lima.

Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú. ¿Obtenido de [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/70838/Cano\\_MLM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/70838/Cano_MLM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Ciuró, G. R. (2020). Criterios de observación de tendencias sociales aplicables a emprendimientos y pequeñas empresas en es el contexto marplatense. Universidad de Mar de Plata, Mar de Plata, Argentina. Obtenido de <http://nulan.mdp.edu.ar/3533/1/rodriguez-2020.pdf>

Datos, M. d. (5 de Setiembre de 2009). Espacio de investigación. (SAMPIERI, Editor) Obtenido de <http://espaciodeinvestigacin.blogspot.com/2009/09/metodos-de-muestreo-de-bisquerra.html>

David, C. B. (2021). Calidad de servicio en la satisfacción del cliente de compartamos financiera S.A. en la ciudad de Chiclayo 2020. Licenciado en Administración. Universidad señor de Sipán, Pimentel, Perú. ¿Obtenido de <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/7920/Chuquista%20Burga%20Wagner%20%26%20Montenegro%20Polo%20Luis.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Delgado, B. G. (2018). Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del usuario en el centro de salud Characato, Arequipa, Para Bachiller. Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, Arequipa. Obtenido de ADMfedebg. 28-9

Deming, w. E. (1989). Calidad , Productividad y Competitividad la salida de la crisis. (J. Bravo, Ed.) Madrid, España: Press, Cambridge University. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=d9WL4BMVHi8C&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>

Drucker, P. F. (25 de Junio de 2022). Wikipedia. Recuperado el 19 de Setiembre de 2022, de La enciclopedia libre: [https://es.wikipedia.org/wiki/Peter\\_F.\\_Drucker#:~:text=Peter%20Ferdinand%20rucker%20\(Vie%20na%2019,como%20management\)%20del%20siglo%20XX](https://es.wikipedia.org/wiki/Peter_F._Drucker#:~:text=Peter%20Ferdinand%20rucker%20(Vie%20na%2019,como%20management)%20del%20siglo%20XX).

Dulanto Figueroa, K. (1919). Gestión administrativa y la calidad de servicio de la municipalidad distrital de chancay, periodo 2018. Licenciado en administración. UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN, Huacho. Obtenido de <https://1library.co/document/q7374kvy-gestion-administrativa->

calidad-servicio-municipalidad-distrital-chancay-periodo.html

- Durby, G. C. (2018). La calidad de servicio y su relación con la satisfacción de los consumidores de restaurantes de pollos a la brasa de Mariano Melgar Arequipa 2018. Licenciada en Administración y Marketing. Universidad Tecnológica del Perú, Arequipa, Perú. ¿Obtenido de [https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/3031/Lucero%20Gonzales\\_Elena%20Huanca\\_Tesis\\_Titulo%20Profesional\\_Titulo%20Profesional\\_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/3031/Lucero%20Gonzales_Elena%20Huanca_Tesis_Titulo%20Profesional_Titulo%20Profesional_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Educativa, R. E. (2011). Análisis de la calidad en el servicio y satisfacción (Vol. 13). (J. C. Vergara, Ed.) Cartagena, Colombia: Revista Electrónica de Investigación Educativa. Obtenido de [ds/pdfviewer/pdfviewer?vid=4&sid=2139b4b6-64c0-4e22-b500-fde2c0194b05%40redis](https://ds.pdfviewer.com/pdfviewer?vid=4&sid=2139b4b6-64c0-4e22-b500-fde2c0194b05%40redis)
- Fernanda, H. F. (2019). Calidad del servicio y satisfacción al cliente en el Sector Financiero del Cantón Ambato. Grado de Magister en Gestión Empresarial Basado en Métodos Cuantitativos. Universidad Técnica de Ambato, Ambato, Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/30033/1/045%20GMC.pdf>
- Fernández Delgado, B. (2018). "CALIDAD DE SERVICIO Y SU RELACION CON LA SASTIFACCION DEL USUARIO EN EL CENTRO DE SALUD CHARACATO. Grado de Maestro en Ciencias. Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, Arequipa. Obtenido de <http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/7150/ADMfedebg.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Freire, E. E. (21 de Mayo de 2019). Las variables y su operacionalización en la investigación educativa- Segunda parte. (U. T. Machala-Ecuador, Editor) Obtenido de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1990-86442019000400171#:~:text=Operacionalizar%20una%20variable%2C%20es%20definir,medir%20C3%A1%20cada%20caracter%20del%20estudio](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442019000400171#:~:text=Operacionalizar%20una%20variable%2C%20es%20definir,medir%20C3%A1%20cada%20caracter%20del%20estudio).
- García Marticorena, G. F. (2018). Calidad del servicio y su incidencia en la Satisfacción del cliente de la empresa UK Viviental, Trujillo 2018. Carrera de Administración y Gestión Comercial. Universidad Privada del Norte, Trujillo, Perú. Obtenido de [https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/22325/Jaramillo%20Herrada%20Nataly\\_Garcia%20Maticorena%20Gonzalo.pdf\\_editado.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/22325/Jaramillo%20Herrada%20Nataly_Garcia%20Maticorena%20Gonzalo.pdf_editado.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Gonzales Gómez, D., & Carro Paz, R. (2020). Administración de la calidad total. Universidad Nacional de Mar Del Plata, Mar Del Plata, Argentina. Obtenido de



- [http://nulan.mdp.edu.ar/1614/1/09\\_administracion\\_calidad.pdf](http://nulan.mdp.edu.ar/1614/1/09_administracion_calidad.pdf)
- Gonzales Gómez, D., & Carro Paz, R. (2020). Administración de la Calidad Total. Administración de las Operaciones. Universidad Nacional de Mar Del Plata, Mar Del Plata, Argentina. Obtenido de [http://nulan.mdp.edu.ar/1614/1/09\\_administracion\\_calidad.pdf](http://nulan.mdp.edu.ar/1614/1/09_administracion_calidad.pdf)
- González Santillán, M. (2021). La calidad de servicio y su influencia en la satisfacción del. Administración y Gestión de Empresa. Universidad Peruana de las Américas, Lima. Obtenido de <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/1362/GONZALES%20SANTILLAN.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Huaire Ignacio, E. (2019). Método de investigación. Obtenido de <https://www.aacademica.org/edson.jorge.huaire.inacio/35.pdf>
- investigación, E. d. (9 de Agosto de 2009). Blogs Poot. Obtenido de <http://espaciodeinvestigacin.blogspot.com/2009/08/disenio-de-investigacion-de-bisquerra.html>
- Juliana, R. R. (2019). La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes Ecuador. Magister en Administración de Empresas. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/12117/1/T-UCSG-POS-MAE-224.pdf>
- Katherine, L. P. (2020). Calidad de servicio y satisfacción al cliente del centro comercial Flores, Lima 2020.
- Licenciada en Administración. Universidad Cesar Vallejo, Lima. ¿Obtenido de [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/53482/Limache\\_PKK-SD.pdf?sequence=2&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/53482/Limache_PKK-SD.pdf?sequence=2&isAllowed=y)
- Lizarzaburu Bolaños, E. R. (2016). La gestión de la calidad en Perú. Universidad & Empresa. Universidad del Rosario Colombia, Bogotá. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1872/187244133006.pdf>
- Lizbeth, A. M. (2021). Calidad del servicio electrónico y satisfacción de los clientes del sector Inmobiliario Lima 2021. Escuela de Posgrado y Estudio continuos. Universidad Privada del Norte, Lima, Perú.
- ¿Obtenido de <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/31432/Ag%c3%bcero%20Mu%c3%b1o%20Liliana%20Lizbeth.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- López Mosquera, D. (2018). Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil. Maestría en Administración de Empresas. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9867/1/T-UCSG-POS->

MAE-160.pdf

Luis F, A. (Ed.). (2012). SIGLO XX1. (P. PUBLICA, Productor) Obtenido de Biblioteca Básica de Administración Publica: [http://data.evalua.cdmx.gob.mx/docs/estudios/i\\_pp\\_eap.pdf](http://data.evalua.cdmx.gob.mx/docs/estudios/i_pp_eap.pdf)

Martin, J. (29 de Octubre de 2019). CEREM INTERNATIONAL BUSINESS SCHOOL. Obtenido de Teoría de Fayol: <https://www.cerem.pe/blog/los-principios-de-fayol-y-las-funciones-basicas-de-la-empresa>

Molina Rodríguez, A. (2019). CALIDAD DE SERVICIO Y PERCEPCIÓN DE SATISFACCION DEL CLIENTE EN EL

CONDOMINIO JARDINES DE LA CATOLICA. Grado Académico. Universidad Peruana de las Américas, Lima, Perú. Obtenido de <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/591/CALIDAD%20DE%20SERVICIO%20Y%20PERCEPCION%20DEL%20CLIENTE%20EN%20EL%20CONDOMINIO%20JARDINES%20DE%20LA%20CATOLICA%20LIMA%202019.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Morales Jiménez, A., Pedraza Jiménez, R., & Codina, L. (2022). Calidad web en medios digitales: revisión bibliográfica sobre métodos e indicadores de evaluación general y atributos de confianza.

Universidad de Chile. ¿Obtenido de <https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/181885/Calidad-web-en-medios-digitales.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Moreira, J. A. (2021). Calidad de servicio de salud y satisfacción de los pacientes con discapacidad del centro de salud tipo B Huambaló - Ambato, Ecuador. Maestría. Universidad Nacional de Tumbes, Ambato, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12874/2480/TESIS%20-%20MERCHAN%20MOREIRA.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

Narváez Rodríguez, F., & Vera Alva, S. (2018). CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE CON EL SERVICIO DE CUBICACION INDUSTRIAL DE LA EMPRESA CUBICACIONES INDUSTRIALES DEL

NORTE S.A.C. Trujillo. Licenciado en Administración. Universidad Privada del Norte., Trujillo, Perú. ¿Obtenido de [https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/22133/Narvaez%20Rodriguez%20Flor%20de%20Maria\\_Vera%20Alva%20Santos.pdf?sequence=2&isAllowed=y](https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/22133/Narvaez%20Rodriguez%20Flor%20de%20Maria_Vera%20Alva%20Santos.pdf?sequence=2&isAllowed=y)

Ospina Limache, J. (2021). Calidad de servicio y su influencia en la satisfacción del cliente de la empresa Super Break Cafeterías y Salón de Tes. Bachiller en Administración. Universidad Continental, Huancayo. Obtenido de Calidad de

servicio y su influencia en la satisfacción

- Oviedo, K. C. (12 de Octubre de 2021). Industrial, Escuela de Organización; Obtenido de <https://www.eoi.es/blogs/katherinecarolinaacosta/2012/05/24/la-piramide-de-maslow/#:~:text=Maslow%20formula%20en%20su%20teor%C3%ADa,parte%20superior%20de%20la%20pir%C3%A1mide>).
- Paul, M. E. (2020). Un estudio de la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente de ANDESGEAR Cusco. Obtener el Grado Académico de Bachiller en Administración. Universidad Continental, Cuzco, Cuzco. Obtenido de IV\_FCE\_308\_TI\_Masias\_Echarri\_2021
- Pérez Árdela, K. (2019). La Atención al Cliente y su Influencia en la Satisfacción de Compra en la tienda Ripley C.C. La Rambla. Breña. GRADO DE BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVA Y GESTION DE EMPRESAS. Universidad Peruana de las Américas, Lima. Obtenido de <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/1015/TRABAJO%20DE%20%20INVESTIGACION%20DE%20PEREZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Richard I. Levin, & D. (1996). Pearson Prentice Hall. (P. E. S.A., Editor, E. p. Economía, Productor, & EDICION ESPAÑOLA) Obtenido de SE EDITO EN 2004:  
<https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=uPhtNCqC4isC&oi=fnd&pg=PR13&dq=que+dice+Levin+%26+Rubin+1996&ots=Y5GluqzLuq&sig=aUGDMYPP4JJ1tHpw6o1C6Y77syk#v=onepage&q=que%20dice%20Levin%20%26%20Rubin%201996&f=false>
- Rodríguez Amari, Y. G. (2020). Calidad de servicio y Satisfacción del cliente de la Botica Rodríguez, Jaén-Cajamarca 2020. Grado de Bachiller en Ciencias Administrativas y gestión de Empresas. Universidad Peruana de las Américas, Jaén, Perú. Obtenido de <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/1308/RODRIGUEZ%20AMARI.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rojas, T. (2022). Calidad de servicio y satisfacción del cliente en empresas familiares. Caso: Distribuidora de gas Lidia año 2019.2020. (G. e. Milenio, Editor) Obtenido de <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/administrativas/article/view/23040/18162>

- Sabino, C. (1992). El Proceso de investigación. (C. Ed. Panado, Editor, & Ed. Panamericana, Bogotá y Lumen-humanistas, Buenos Aires) Obtenido de [http://paginas.ufm.edu/sabino/ingles/book/proceso\\_investigacion.pdf](http://paginas.ufm.edu/sabino/ingles/book/proceso_investigacion.pdf)
- Sánchez Carlessi, H., Reyes Romero, C., & Mejía Sáenz, K. (2018). Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanista (primera edición ed.). Lima, Perú: Universidad Ricardo Palma Vicerrectorado de investigación. Obtenido de <https://www.urp.edu.pe/pdf/id/13350/n/libro-manual-de-terminos-en-investigacion.pdf>
- servicios, L. c. (20 de 11 de 2010). Obtenido de [Gladys%20Torres/Downloads/Dialnet-La Calidad-6505356.pdf](http://www.gladys.com.co/Downloads/Dialnet-La%20Calidad-6505356.pdf)
- Silva Treviño, J., Macias Hernández, B., & Tello Leal, E. (2021). La relación entre la calidad en el servicio satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en México. Bachiller. Universidad Autónoma de Tamaulipas, México. Obtenido de <https://revistaciencia.uat.edu.mx/index.php/CienciaUAT/article/view/1369>
- Toledo, A. (2002). Ley Marco de Modernización de la gestión del Estado Ley 27658. Lima, Perú: Gacetajurídica. Obtenido de [https://cdn.gacetajuridica.com.pe/laley/LEY%20N%C2%BA27658\\_LALEY.pdf](https://cdn.gacetajuridica.com.pe/laley/LEY%20N%C2%BA27658_LALEY.pdf)
- Troncos Vílchez, I., Maldonado Jiménez, O., & Ortega Chaparrea, D. (2020). CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCION DEL. Licenciado en Administración y gestión de Empresas. Universidad Peruana de las Américas, Lima. Obtenido de <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/887/Troncos%20-%20Maldonado%20-%20Ortega.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Zárate Huarhuachi, G. (2019). GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y CALIDAD DE SERVICIO EN LA MUNICIPALIDAD  
DISTRICTAL DE ANCO HUALLO, CHINCHEROS . Administración de Empresas. UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ MARÍA ARGUEDAS, Apurímac, Andahuaylas. Obtenido de <https://1library.co/document/yd2w3klq-gestion-administrativa-calidad-servicio-municipalidad-districtal-chincheros-apurimac.html>

## **Anexos**

Anexo 1: Matriz de la Realidad Problemática

Anexo 2: Matriz de Consistencia

Anexo 3: Matriz de Operacionalización de la Variable N°1

Anexo 4: Matriz de operacionalización de la Variable No 2

Anexo 5: Matriz de teorías

Anexo 6: Matriz de Antecedente

Anexo:7: Matriz metodológica

Anexo 8 : Tamaño de la Muestra Infinita

Anexo 9 : Encuesta

Anexo 10: Instrumento de Medición a través de juicio de expertos.

Anexo 11: Encuesta de calidad de servicio en la Municipalidad

Anexo 12: Análisis Estadístico Descriptivo de la información.

Anexo 13: Estadísticas de Fiabilidad

Anexo 14: Estadísticas de cada pregunta realizada en la presente investigación.

Anexo 15: Estadísticas de escala de la presente investigación.

Anexo 16: Prueba de Normalidad y Prueba de Hipótesis General.

Anexo 17: Prueba de Normalidad y de Hipótesis Especifica.

Anexo 18: Estadística Descriptiva para las 20 preguntas de las variables en la presente investigación

Anexo 19: Consentimiento Informado

## Anexo 1: Matriz de la Realidad Problemática

Enfoque Internacional	Enfoque Nacional	Enfoque Local	Enfoque Critico	Propuesta
<p>-La Realidad Problemática, como en Latinoamérica, ha existido el mejoramiento de la calidad en la satisfacción de los servicios públicos, se han transformado en una prioridad que se debió de considerar al momento de mejorar las políticas sociales que permitió a los habitantes de América Latina, mejora su calidad de vida y acceder al desarrollo económico y social. El proceso de desarrollo que enfrenta el mundo entero se caracteriza por un estado permanente de cambios que busca lograr mayores eficiencias en las organizaciones.</p> <p>Eduarte, A. (1999) Revista de Ciencias Administrativas y Financiera de la Seguridad Social,</p>	<p>La norma ISO 9000: Explica los requisitos que se necesitan en la calidad, también se fija de su capacidad para proporcionar productos que cumplan la exigencia de sus clientes y los requisitos aplicables. Norma ISO 9001: El objetivo es aumentar la satisfacción del usuario. ISO 9004: Proporciona controles, tanto en la eficacia como en la eficiencia del sistema, es decir mejorar el desempeño de la organización y la satisfacción de los clientes. ISO 19001: Da orientación a las auditorias de sistema de gestión de la calidad, para saber la calidad de servicio en la satisfacción del usuario.</p> <p>Lizarzaburu, E. Revista La gestión de la calidad en Perú</p>	<p>Las instituciones municipales tenían como objetivo mejorar la gestión pública, administrando en forma correcta los recursos del Estado para satisfacer las necesidades de los ciudadanos e impulsando el desarrollo de nuestro país. Por ello se debió hacer una mejora continua en la calidad de servicio, es decir de una manera clara, precisa y dinámica. La satisfacción del usuario constituye el elemento más importante para definir la calidad del servicio y el desempeño laboral dentro de una institución.</p> <p>Gonzales, C. y C. (2020)</p>	<p>-La calidad de servicio lo define el cliente, no el administrador o colaboradores. El cliente decide si el servicio es de calidad o no y si cumple con las expectativas del cliente.</p> <p>Mora, C, (2011)</p> <p>-Mientras que la Satisfacción del cliente, es cuando la institución o empresa siempre de estar un paso por delante de las necesidades del usuario o cliente. Así habrá posibilidad de clientes satisfechos es alta y la satisfacción crea fidelidad. Generando así que clientes satisfechos son más prometedores a recomendar un servicio o producto y de esta forma se ganaría más clientes.</p> <p>GmbH APPINIO (2022)</p>	

**nexo 2: MATRIZ DE CONSISTENCIA**

TÍTULO	PREGUNTA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	Variabl e 1	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicadores	Definición Indicador	Técnicas Instrumentos
C A L I D A D  D E  S E R V I C I O	¿Cuál es la relación entre la calidad de servicio en la Satisfacción del usuario en la Municipalidad distrital Año 2021?	Determinar la influencia de la Calidad deservicio en la Satisfacción del usuario en la Municipalidad distrital Año 2021.	Existe relación entre la Calidad de Servicio en la Satisfacción del usuario en la Municipalidad distrital Año 2021.	C A L I D A D  D E  S E R V I C I O	Es el desarrollo de una organización para desarrollar las necesidades y expectativas de sus clientes, ofreciéndoles un servicio, ágil oportuno adecuado, seguro y confiable a u n en situaciones inesperadas o ante errores, de tal forma que el cliente se sienta atendido, servido y comprendido personalmente, con eficiencia y dedicación, y sorprendido, con mayor valor al esperado, e n tal forma: mayores ingresos y menores costos para la organización. (Zeithaml, Parasuraman & Berry, 1988).  Zeithaml (2018)	La calidad del servicio es el grado de servicio que satisface las necesidades o expectativas del cliente. Se medirá utilizando un cuestionario esto en mención a sus indicadores y sus dimensiones de seguridad, de la capacidad de respuesta en su fiabilidad y de la tangibilidad de sus elementos.	Tangible	1.Instalaciones 2. Mobiliario. 3.Equipo	1-La Municipalidad cuenta con instalaciones físicas aptas para brindar un buen servicio. 2- La Municipalidad cuenta con todos los recursos materiales para ejercer su labor en forma eficiente. 3- La Municipalidad cuenta con equipos y servicios disponibles necesarios para brindar un buen servicio.	<b>Técnicas:</b> Se utilizó las Encuestas.          <b>Instrumento:</b> Se utilizó el Cuestionario.
							Fiabilidad	1.Cumplir lo prometido. 2.Información clara	1- El personal de la Municipalidad, le informa de manera clara, por el pago de algún documento. 2- El personal de la Municipalidad resolvió su consulta satisfactoriamente.	
							Capacidad de respuesta	1.Rapidez. 2.Oportuno. 3.Disposición para atender.	1-El tiempo de espera en ventanilla de la Municipalidad es rápida. 2-La información que recibió de la Municipalidad es clara y oportuna. 3-El personal de la Municipalidad muestra disposición en atender su reclamo.	
							Seguridad	1.Seguridad. 2.Confianza.	1-El comportamiento del personal de la Municipalidad inspira seguridad. 2- El personal de la Municipalidad le muestra confianza en resolver sus dudas.	
							Empatía	1.Servicio Personalizado.	1-El servicio del personal de la Municipalidad debe ser tolerante ante, durante y después de la atención al usuario.	

S A T I S F A C I Ó N  D E L  U S U A R I O	PREGUNTA ESPECIFICA	OBJETIVO ESPECIFICO	HIPOTESIS ESPECIFICO	Variable 2	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicadores	Definición Indicador	Instrumentos Técnicas
		<p>1 ¿Cuál es la relación entre la Tangibilidad en la Satisfacción del usuario en la municipalidad distrital Año 2021?</p> <p>2 ¿Cuál es la manera que se relaciona la Fiabilidad en la Satisfacción del usuario en la municipalidad distrital Año 2021?</p> <p>3 ¿Cuál es la manera que se relaciona la Capacidad de Respuesta en la Satisfacción del usuario en la municipalidad distrital 2021?;</p> <p>4 ¿Cuál es la manera que se relaciona la Seguridad en la Satisfacción del usuario en la municipalidad distrital Año 2021?</p> <p>5 ¿Cuál es la manera que se relaciona la Empatía en la Satisfacción del usuario en la municipalidad distrital Año 2021?</p>	<p>1. Determinar la relación entre Tangibilidad en la Satisfacción del usuario en la municipalidad distrital Año 2021</p> <p>2. Determinar la relación que existe entre la Fiabilidad del usuario en la Satisfacción del cliente en la municipalidad distrital Año 2021</p> <p>3. Determinar la relación que existe entre la Capacidad de respuesta del usuario en la Satisfacción del cliente en la municipalidad distrital Año 2021</p> <p>4. Determinar la relación que existe entre la Seguridad en la Satisfacción del usuario en la municipalidad distrital Año 2021</p> <p>5. Determinar la relación que existe entre la Empatía en la Satisfacción del usuario en la municipalidad distrital Año 2021.</p>	<p>1. La Tangibilidad se relaciona con la Satisfacción del usuario en la municipalidad distrital Año 2021</p> <p>2. La Fiabilidad se relaciona con la Satisfacción del usuario en la municipalidad distrital Año 2021</p> <p>3. La Capacidad de respuesta se relaciona con la Satisfacción del usuario en la municipalidad distrital Año 2021</p> <p>4. La Seguridad se relaciona con la Satisfacción del usuario en la municipalidad distrital Año 2021</p> <p>5. La Empatía se relaciona con la Satisfacción del usuario en la municipalidad distrital Año 2021</p>	S A T I S F A C I Ó N  D E L  U S U A R I O	<p>La percepción que tiene el cliente de aclarar sus ideas y reclamos establece un indicador una baja satisfacción, esto no implica en una elevada satisfacción del cliente, siendo a su vez negativo ciertos métodos de diálogos entre el cliente y la empresa, o también de aquellas quejas que no están registradas, o también de la forma más simple se da la insatisfacción del cliente cambiando de proveedor. (ISO 900-2005).</p> <p>Espinoza (2019)</p>	<p>La satisfacción del usuario se basa en la diferencia entre las expectativas del cliente y la percepción de los servicios o bienes que ha recibido en cuanto a sus indicadores y dimensiones, donde se toma en cuenta el valor percibido, la expectativa del cliente y también la conformidad del cliente.</p>	<p>Valor Percibido</p> <p>Expectativa del Cliente</p> <p>Conformidad del Cliente</p>	<p>1.Diferenciación 2. exclusividad. 3.Especialización</p> <p>1.Necesidad. 2.Experiencias</p> <p>1.Lealtad</p>	<p>1-El personal de la Municipalidad se diferencia de los demás por la calidad de atención en la satisfacción del usuario. 2- Es exclusiva por la atención recibida por el personal de la municipalidad en una forma personalizada. 3-El personal de la Municipalidad le hizo sentir que es un cliente valioso para la institución.</p> <p>1-La necesidad que tiene el usuario cuando el personal de la Municipalidad soluciona sus problemas de servicios. 2- Es la experiencia es la comunicación que existe entre los usuarios y el personal en dar una atención de calidad.</p> <p>1-El usuario es leal cuando el personal de la Municipalidad brinda una atención personalizada.</p>





Anexo 4: Matriz de operacionalización de la Variable No 2

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Definición Indicador	Técnica e Instrumento
<b>SATISFACCIÓN DEL CLIENTE</b>	<p>La percepción que tiene el cliente de aclarar sus ideas y reclamos establece un indicador una baja satisfacción, esto no implica en una elevada satisfacción del cliente, siendo a su vez negativo ciertos métodos de diálogos entre el cliente y la empresa, o también de aquellas quejas que no están registradas, o también de la forma más simple se da la insatisfacción del cliente cambiando de proveedor, (ISO 900-2005).</p> <p>Espinoza, (2019)</p>	<p>La satisfacción del usuario se basa en la diferencia entre las expectativas del cliente y la percepción de los servicios o bienes que ha recibido en cuanto a sus indicadores y dimensiones, donde se toma en cuenta el valor percibido, la expectativa del cliente y también la conformidad del cliente.</p>	<p>Valor Percibido</p> <p>Expectativa del Cliente</p> <p>Conformidad del Cliente</p>	<p>1.Diferenciación. 2.Exclusividad. 3.Especialización.</p> <p>1.Necesidad. 2.Experiencias</p> <p>1.Lealtad</p>	<p>1-El personal de la Municipalidad se diferencia de los demás por la calidad de atención en la satisfacción del usuario. 2- Exclusiva es la forma personalizada que recibe el usuario por el personal de la Municipalidad. 3- La Municipalidad especializa a su personal de acuerdo con su área para la atención al usuario.</p> <p>1- La necesidad del usuario es resolver los problemas de servicios con la ayuda del personal del Municipio. 2- Es la experiencia en el trabajo que tiene el personal en dar una atención de calidad.</p> <p>1-El usuario es leal cuando el personal de la Municipalidad brinda una atención personalizada.</p>	<p><b>Técnicas:</b> Se utilizó las Encuestas.</p> <p><b>Instrumentos:</b> Se utilizó el Cuestionario.</p>

Anexo 5: Matriz de teorías

Calidad de servicio en la satisfacción del usuario en una Municipalidad distrital.

Maestría en Gestión Pública

Política Publica	Teoría de la Administración	Definición de la Variable	Defensa del autor principal	Presentación y definición de cada dimensión
<p><b>La Democracia y Estado de Derecho.</b> -</p> <p><b>Aguilar,</b> (2012). Son acciones del gobierno, su interés público que se realicen con eficacia y con eficiencia.</p> <p>- <b>Ley Municipal 27972</b> (2022). Los gobiernos locales son entidades que pertenecen a la organización territorial del Estado cuentan con la participación vecinal en temas públicos, es de carácter institucional, gestionan con autonomía los intereses de la ciudadanía, siendo importante al gobierno local, el territorial la población y la organización, parte de la política pública es que las municipalidades locales son de autonomía política, administrativa y económica. Los gobiernos locales gestionan en representación del vecindario, dan la prestación de los servicios públicos y también el crecimiento integral en forma sostenible.</p>	<p><b>La teoría de Fayol en la Municipalidad distrital se observa 3 principios:</b></p> <p><b>1.- División del trabajo,</b> en las instituciones debería haber personas preparadas para asumir responsabilidades y riesgos para el manejo de una institución o empresa, esto aumentaría la eficacia y eficiencia, se aplicaría hacia los trabajadores y mando de la institución.</p> <p><b>2.-Iniciativa:</b> es importante hacia el trabajador para que pueda trabajar en una forma flexible y con libertad de aportar valor en su área de trabajo dando como resultado una atención adecuada para los usuario o clientes.</p> <p><b>3.- La disciplina:</b> es importante la obediencia y respetar los valores, para poder demostrar cortesía, atención personalizada, hacia el cliente, demostrando una actitud positiva hacia los usuarios</p>	<p><b>Tenemos 2 variables:</b></p> <p><b>A.- Calidad de servicio.</b> - La calidad de servicio viene hacer conjunto de sistemas y acciones que buscan mejorar el servicio al cliente, como también la comunicación entre el cliente y la institución o empresa</p> <p><b>Según, Druker</b> (2022) decía: La calidad no es lo que se pone dentro de un servicio, sino lo que el cliente obtiene de él y por lo que está dispuesto a pagar por ello. Interpretando, que no es la cantidad sino la calidad de servicio por lo que uno está dispuesto a pagar.</p> <p><b>B.- Satisfacción del usuario.</b> - La satisfacción del cliente es el sentimiento o actitud del cliente hacia un producto, la satisfacción aparece cuando lasnecesidades del cliente se han realizado y es la forma para la fidelización de clientes.</p> <p><b>Según Juran.</b> ( 2010) dice: Que es adecuado para su uso, la característica del producto en basa en dar satisfacción, Mide las características de un servicio o producto satisfacen los criterios de especificación, ceros defectos, libertad después de las deficiencias, Defensa del autor principal, Presentación y definición de cada dimensión.</p>	<p><b>Calidad de Servicio:</b> Tenemos al filósofo Peter F. Druker, nació el 19 de noviembre1909.</p> <p>Fue consultor y profesor de negocios y abogado de carrera, fue el mayor filósofo de la administración del siglo XX.</p> <p>Una de su filosofía era “El saber es poder, y el poder es responsabilidad.”</p> <p><b>Satisfacción del cliente:</b> Tenemos al filósofo Joseph Juran, nació 24 de diciembre de 1904, fue un ingeniero electrónico, abogado y consultor de gestión de calidad.</p> <p>Una de sus filosofías era.” Que la calidad se relaciona con el desempeño del producto, teniendo en cuenta la satisfacción del cliente; productos sin deficiencias evitando la insatisfacción del cliente.”</p>	<p><b>A.- Calidad de servicio.</b></p> <p><b>Tangibilidad.</b> - <b>Parasuraman</b> (2011) dice: Es todo aquello que se puede notar de una forma precisa, e incluso se pueda tocar. Ejemplo: Las instalaciones físicas, materiales de comunicación, medios técnicos, equipos tecnológicos, ambiente físico interno, accesibilidad geográfica al servicio y también apariencia del personal.</p> <p><b>Fiabilidad.</b> – Zeithaml (2017) dice: Capacidad pública o privada que presta servicios de forma confiable, metódico y segura. Ejemplo: Brindar servicio en forma correcta, ausencia de errores, dar información fiable.</p> <p><b>Capacidad de respuesta.</b> - Zeithaml (2017) dice: Disposición y voluntad del trabajador para brindar el servicio a los usuarios en forma rápida. Ejemplo: rapidez en las consultas realizadas, agilidad e interés en la atención y en resolver los errores.</p> <p><b>Seguridad.</b> - <b>Zeithaml</b> (2017) dice: Es cuando el cliente deja sus dudas o problemas en manos de una organización o empresa confiando que le resolverán de una mejor forma posible. Ejemplo: Se refiere a la honestidad, ética, integridad y credibilidad.</p> <p><b>Empatía.</b> – <b>Zeithaml</b> (2017) dice: Es cuando la empresa brinda a los clientes una atención personalizada. Ejemplo: El usuario se siente</p>

				<p>extraordinario por la atención recibida</p> <p><b>B.- Satisfacción del cliente:</b></p> <p><b>Valor percibido:</b>  <b>Alarcón, (2020).</b> - Es el valor que el cliente están dispuestos a pagar un servicio o producto de acuerdo con la percepción que tiene sobre él son: accesibilidad, diferenciación, exclusividad y especialización.</p> <p><b>Expectativa del cliente:</b>  <b>Alarcón (2020).</b> - Es la posibilidad que tienen el cliente para obtener algo, ya sea para cubrir sus experiencias del servicio o cubrir sus necesidades personales. Son subjetivas y dependen del humor del cliente.</p> <p><b>Conformidad del cliente:</b> Alarcón (2020).  - Es cuando ya realizada la compra el cliente de un servicio o producto, percibe o experimentan uno de estos aspectos: Lealtad y expectativas superada</p>
--	--	--	--	---

## Anexo 6: Matriz de Antecedente

Título de Antecedente	Datos	Objetivo	Marco Metodológico	Resultados Conclusión	Valoración
1. Calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy' de la ciudad de Guayaquil	<p>TESIS</p> <p><b>Apellido:</b> López Mosquera <b>Nombre:</b> Glenda Mariana <b>Año:</b> 2018 <b>Estudio:</b> En Administración de Empresas. <b>Universidad:</b> Católica de Santiago de Guayaquil Ecuador</p>	Mejorar la calidad del servicio para los clientes y las condiciones de trabajo para el personal del restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil.	<p>1.<b>Tipo:</b> Descriptivo 2.<b>Nivel:</b> Correlacional 3.<b>Diseño:</b> No Experimental 4.<b>Enfoque:</b> Mixto: cuantitativo y cualitativo 5.<b>Muestra:</b> 7,280 clientes 6.<b>Técnica:</b> Encuestas 7.<b>Instrumento:</b> Cuestionario</p>	<p><b>-Dimensión: Calidad de servicio.</b> 1.<u>Tangibilidad</u> 2.<u>Confiability</u> 3.<u>Respuesta inmediata</u> 6.Garantía 5.<u>Empatía</u> <b>-Dimensión: Satisfacción del cliente.</b> 1.Percepcion 2-<u>Valor percibido</u></p>	Se valora estos antecedentes por que tiene una similitud en cuando la Calidad de servicio y la Satisfacción de los clientes, no solo ve la calidad sino hacer programas de capacitación y de calidad dirigida al personal.
2. Señales de cambio en comportamientos sociales y hábitos de consumo	<p><b>Apellido:</b> Rodríguez Ciuró <b>Nombre:</b> Gabriela <b>Año:</b> 2020 <b>Estudio.</b> En Administración de Negocios Marketing. <b>Universidad:</b> Nacional de Mar del Plata Argentina</p>	Se busca mejorar la gestión y reducir impactos que conspiran con la falta de información, derivando en errores que provoquen la disolución del proyecto comercial.	<p>1.<b>Tipo:</b> Exploratorio-Descriptivo 2.<b>Nivel:</b> Correlacional 3.<b>Diseño:</b> No Experimental 4.<b>Enfoque:</b> Cualitativo 5.<b>Muestra:</b> es intencional, combinado con bola de nieve 6.<b>Técnica:</b> Focus Group 7.<b>Instrumento:</b> Cuestionario</p>	<p><b>-Dimensión: Comportamientos sociales.</b> 1. Acceso 2. Permiso 3. Habilidad 4. Deseo <b>-Dimensión: Hábitos de Consumo.</b> 1. Calidad decreciente 2. Impacto Positivo 3. Expresión Personal</p>	Son cambios y avance tecnológico que habilitará nuevas opciones en múltiples aspectos de la vida, y en consecuencia las personas modificarán comportamientos y hábitos en el consumo a corto, mediano y largo plazo. Por lo tanto, se considera necesario continuar la investigación en estas direcciones
3. Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del usuario en el centro de salud Characato, Arequipa.	<p><b>Apellido:</b> Fernández Delgado <b>Nombre:</b> Bryan Gabriel <b>Año:</b> 2018 <b>Estudio:</b> En Administración de Empresas. <b>Universidad:</b> Nacional de San Agustín de Arequipa- Perú</p>	Se desarrolló con el objetivo de establecer la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario del centro de salud Characato, Arequipa.	<p>1.<b>Tipo:</b> Descriptivo 2.<b>Nivel:</b> Correlacional 3.<b>Diseño:</b> No Experimental 4.<b>Enfoque:</b> : cuantitativo 5.<b>Muestra:</b> 30 personas 6.<b>Técnica:</b> Encuestas 7.<b>Instrumento:</b> Cuestionario 8.<b>Metodología:</b> Básica-Pura</p>	<p><b>-Dimensión: Calidad de servicio.</b> 1.<u>Tangibilidad</u> 2. Confiability 3. Respuesta inmediata 6. Garantía 5. <u>Empatía</u> <b>-Dimensión: Satisfacción del usuario:</b> 1. <u>Percepcion del cliente</u> 2-Expectativa del cliente. 3. Lealtad del cliente</p>	La variable Calidad de servicio y la variable Satisfacción del usuario, el p-valor es 0.000, cuyo valor es menor que el nivel de significancia considerada en la tesis de 0.05; por lo cual se entiende que existe relación entre ambas variables

4.Gestion administrativa y calidad de servicios en la Municipalidad distrital de Anco Huallo, Chincheros - Apurímac.	<b>Apellido:</b> Zarate Huarhuachi <b>Nombre:</b> Gaby Clarinda <b>Año:</b> 2019 Licenciada en Administración de Empresas. <b>Universidad:</b> Nacional de José María Arguedas Apurímac-Perú	Su como objetivo principal determinar la relación que existe entre la gestión administrativa y calidad de servicio en la Municipalidad Distrital de Anco Huallo	1. <b>Tipo:</b> Descriptivo 2. <b>Nivel:</b> Correlacional 3. <b>Diseño:</b> No Experimental. Transeccional 4. <b>Enfoque:</b> : cuantitativo 5. <b>Muestra:</b> 73 personas 6. <b>Técnica:</b> Encuestas 7. <b>Instrumento:</b> Cuestionario 8. <b>Metodología:</b> Aplicada	<b>-Dimensión: gestión administrativa</b> 1.Planeación 2.Organización 3.Dieccion 4.Control <b>-Dimensión: calidad de servicio</b> 1.Tangibles. 2.Capacidad de respuesta. 3.Seguridad. 4.Fiabilidad. 5.Empatia	La investigación cumplió con el objetivo general, porque se determinó que existe una correlación positiva moderada entre las variables gestión administrativa y calidad de servicio, por ende, se afirma que a medida que aumenta la gestión administrativa, también aumenta la calidad de servicio
5.La Atención al cliente y su Influencia en la Satisfacción de compra en la tienda Ripley C.C. La Rambla, Breña	<b>Apellido:</b> Pérez Ardela <b>Nombre :</b> Katiuska Betzavet <b>Año:</b> 2020 <b>Grado</b> de Bachiller en Ciencias Administrativas y gestión de Empresas. <b>Universidad:</b> Peruana Las Américas-Lima	Establecer de qué manera la atención al cliente influye en la satisfacción de compra en la tienda Ripley C.C. La Rambla, distrito de Breña.	1. <b>Tipo:</b> Descriptivo explicativo Experimental 2. <b>Enfoque.</b> cuantitativo 3. <b>Técnica:</b> Encuestas 4. <b>Instrumento:</b> Cuestionario	<b>-dimensión: Atención al cliente.</b> 1.Liderazgo 2.Personas 3.Procesos 4.Entorno <b>-Dimensión : Satisfacción del Compra.</b> 1.Empatia 2.Confiabilidad. 3.Disponibilidad. 4.Seguridad. 5.Tangibilidad	Este estudio se ha realizado en la tienda Ripley C.C. La Rambla, distrito de Breña, basado en la incidencia de la atención al cliente de los trabajadores en la satisfacción de compra de los clientes, de esta manera, los colaboradores brinden una excelente atención al cliente, y se logre la satisfacción plena de compra por parte del cliente que visita las instalaciones de la tienda Ripley C.C. La Rambla

#### Anexo:7: Matriz metodológica

Tipo	Nivel	Enfoque	Diseño	Población Muestra Muestreo	Técnica Instrumento	Validez y Confiabilidad
Descriptivo	Correlacional	Cuantitativo	No Experimental	<b>Población:</b> Al no tener una población se está investigando con la muestra de 43 personas. que existen en la Municipalidad. <b>Muestra;</b> será el total de la población 43 personas. <b>Muestreo:</b> Tipo No Probabilístico	<b>Técnica:</b> Encuestas  <b>Instrumento:</b> Cuestionario	-La Validez fue puesto a consideración de los expertos. -La Confiabilidad, seestableció un valor numérico para cada opción a elegir en el cuestionario considerando la escala de Likert.

## Anexo 8 : Tamaño de la Muestra Infinita

### Cálculo del Tamaño de la Muestra Infinita:

Parámetros	Valor
Z	1.96
P	0.5
Q	0.5
e	0.15

n = Tamaño de muestra buscado 43  
Z = Parámetro estadístico que depende el Nivel de Confianza (NC). 95%  
e = Erro de estimación máximo aceptado. 15%  
p = Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito). 50%  
q = (1 - p) = Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado. 50%

Nivel de confianza	Z <sub>alfa</sub>
99.7%	3
99%	2,58
98%	2,33
96%	2,05
95%	1,96
90%	1,645
80%	1,28
50%	0,674

$n = \frac{Z^2 PQ}{\epsilon^2}$	<b>Resultado:</b> 42.68444
	<b>Muestra:</b> 43 personas encuestadas

Estimado Señor (a)

Le agradecemos anticipadamente por su colaboración, en dar su opinión sobre La Municipalidad Distrital, la presente encuesta tiene por finalidad recoger información acerca de la Calidad de Servicio en la satisfacción del Usuario. Esta investigación es para fines académicos.

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 adecuó a su criterio.

- 1 Totalmente en desacuerdo
- 2 En desacuerdo
- 3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 4 De acuerdo
- 5 Totalmente de acuerdo

N	ÍTEMS	Escala de clasificación				
<b>Variable 1: Calidad de Servicio</b>						
<b>Dimensión: Elementos Tangibles</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
1	¿Se cuenta con el Municipio las instalaciones físicas aptas para brindar un buen servicio?					
2	¿La Institución con todos los enseres materiales para ejercer su labor en forma eficiente?					
3	¿Se cuenta con los equipos disponibles en la Municipalidad para brindar una buena atención?					
<b>Dimensión: Fiabilidad</b>						
4	¿El personal de la Municipalidad realiza el aseguramiento, de compromisos referido al pago de servicios?					
5	¿El personal de la Municipalidad cumple con resolver los compromisos de su localidad?					
<b>Dimensión: Capacidad de Respuesta</b>						
6	¿En la Municipalidad, se prestan los servicios varios en el tiempo prometido?					
7	¿La información para tramite documentario recibida en la Municipalidad es clara y oportuna?					



8	¿El personal de la Municipalidad muestra disposición en brindar asesoría en los tramites que realizan?					
	<b>Dimensión: Seguridad</b>					
9	¿El comportamiento del personal en cuanto a la atención al usuario de la Municipalidad inspira confianza?					
10	¿El personal de la Municipalidad muestra adecuada atención en resolver sus dudas?					
11	¿Existe predisposición del personal de la Municipalidad en la solución de los problemas del usuario?					
	<b>Dimensión: Empatía</b>					
12	¿Tiene el conocimiento necesario el personal de la Municipalidad para atender su requerimiento?					
13	¿Muestra interés el personal de la Municipalidad en atender con prontitud al usuario?					
14	¿El personal de la Municipalidad atiende sus consultas en forma individual, rápida y eficiente?					
	<b>Variante 2: Satisfacción del Usuario</b>					
	<b>Dimensión: Valor Percibido</b>					
15	¿ Como usuario de la Municipalidad que calificación le daría al personal por la atención recibida?					
16	¿ Me ofrece en forma exclusiva las ventajas al estar al día en los pagos el personal de la Municipalidad para ser partícipe de los sorteos del año?					
17	¿El personal de la Municipalidad le hizo sentir que es un cliente valioso para la institución?					
	<b>Dimensión: Expectativa del cliente</b>					
18	¿El servicio de atención que ofrece la Municipalidad se adapta a las necesidades del usuario?					
19	¿Con la experiencia del personal en la calidad de servicio, de la Municipalidad es apropiada?					
	<b>Dimensión: Conformidad del cliente</b>					
20	¿ Que tanto recomendaría el usuario en hacer sus pagos en la Municipalidad sabiendo que el personal te da una atención personalizada?					

Anexo 10: Instrumento de Medición a  
través de juicio de expertos

**DOCUMENTOS  
PARA VALIDAR  
LOS  
INSTRUMENTOS  
DE MEDICIÓN A  
TRAVÉS DE JUICIO  
DE EXPERTOS**

## CARTA DE PRESENTACIÓN

Señores: Miembros de la

Comisión Revisora

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mi saludo y así mismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiante de la Maestría en Gestión Pública de la Universidad César Vallejo, Sección A1 en la sede Callao, promoción 2021, a cargo del Dr. Manuel Alberto Mori Paredes, requiero validar los instrumentos con el cual recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación.

El título de investigación es: Calidad de servicio en la satisfacción del usuario de la Municipalidad distrital 2021; y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación en Gestión Pública.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.


Atentamente.



---

Gladys Benci Torres Soto

DNI:07724563



---

B° Firma Digital del Asesor  
Dr. Manuel Alberto Mori Paredes

## MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLE(S)	TEORÍAS	METODOLOGÍA
<b>Problema General</b>	<b>Objetivo General</b>	<b>Hipótesis General</b>	<b>Primera Variable</b>	<b>Teoría 1</b>	<b>Enfoque o ruta de investigación</b>
¿Cuál es la relación entre la calidad de servicio en la Satisfacción del usuario en la Municipalidad distrital Año 2021?	Determinar la influencia de la Calidad de servicio en la Satisfacción del usuario en la Municipalidad distrital Año 2021.	Existe relación entre la Calidad de Servicio en la Satisfacción del usuario en la Municipalidad distrital Año 2021.	Calidad de Servicio	La Teoría Humanista Mayo(1932)	Cuantitativo
<b>Problemas Específicos</b>	<b>Objetivos Específicos</b>	<b>Hipótesis Específicas</b>			<b>Alcance de investigación</b>
<b>Problema Específico 1</b>	<b>Objetivo Específico 1</b>	<b>Hipótesis Específico 1</b>			correlacional
¿Cuál es la relación entre la Tangibilidad en la Satisfacción del usuario en la municipalidad distrital Año 2021?	Determinar la relación entre la Tangibilidad en la Satisfacción del usuario en la municipalidad distrital Año 2021.	Existe relación entre la dimensión de la Tangibilidad con la Satisfacción del usuario en la municipalidad distrital Año 2021.			<b>Diseño de la investigación</b>
					<b>Cuantitativo</b>
					No experimental transversal
<b>Problema Específico 2</b>	<b>Objetivo Específico 2</b>	<b>Hipótesis Específico 2</b>	<b>Segunda Variable</b>	<b>Teoría 2</b>	
¿Cuál es la manera que se relaciona la Fiabilidad en la Satisfacción del usuario en la municipalidad distrital Año 2021?	Identificar la relación que existe entre la Fiabilidad del usuario en la Satisfacción del cliente en la municipalidad distrital Año 2021.	Existe relación entre la dimensión de la Fiabilidad con la Satisfacción del usuario en la municipalidad distrital Año 2021.			<b>Unidad (es) de análisis</b>
					Trabajadores
<b>Problema Específico 3</b>	<b>Objetivo Específico 3</b>	<b>Hipótesis Específico 3</b>			<b>Técnica (s)</b>
¿Cuál es la manera que se	Identificar la relación que	Existe relación entre la			Encuesta

relaciona la Capacidad de Respuesta en la Satisfacción del usuario en la municipalidad distrital Año 2021?	existe entre la Capacidad de respuesta del usuario en la Satisfacción del cliente en la municipalidad distrital Año 2021.	dimensión de la Capacidad de respuesta con la Satisfacción del usuario en la municipalidad distrital Año 2021.	Satisfacción Del Cliente	Teoría del comportamiento Maslow (1950)	<b>Instrumento (s)</b>	
					Cuestionario	
<b>Problema Específico 4</b>	<b>Objetivo Específico 4</b>	<b>Hipótesis Específico 4</b>				
¿Cuál es la manera que se relaciona la Seguridad en la Satisfacción del usuario en la municipalidad distrital Año 2021?	Identificar la relación que existe entre la Seguridad en la Satisfacción del usuario en la municipalidad distrital Año 2021.	Existe relación entre la Seguridad y la Satisfacción de usuario en la municipalidad distrital Año 2021.				
<b>Problema Específico 5</b>	<b>Objetivo Específico 5</b>	<b>Hipótesis Específico 5</b>	<b>Objetivo Específico 4</b>	<b>Hipótesis Específico 4</b>		
¿Cuál es la manera que se relaciona la Empatía en la Satisfacción del usuario en la municipalidad distrital Año 2021?	Identificar la relación que existe entre la Empatía en la Satisfacción del usuario en la municipalidad distrital Año 2021.	Existe relación entre la dimensión de la Empatía con la Satisfacción del usuario en la municipalidad distrital Año 2021.				

## MATRÍZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

### Variable 1: Condiciones laborales

VARIABLE(S)	DIMENSIONES	INDICADORES	TÉCNICA	INSTRUMENTO
Variable 1	Calidad de Servicio			
Condiciones laborales  Molino (2016).	Tangibilidad	- Instalaciones	Encuesta	Cuestionario
		- Mobiliario		
		- Equipo		
	Fiabilidad	- Cumplir lo prometido	Encuesta	Cuestionario
	Capacidad de Respuesta	- Rápido	Encuesta	Cuestionario
		- Oportuno		
	Seguridad	- Seguridad	Encuesta	Cuestionario
- Confianza				
Empatía	- Servicio Personalizado	Encuesta	Cuestionario	

## CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE CONDICIONES LABORALES

Variable 1: Calidad de Servicio		Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
<b>Dimensión/Indicador</b>								
<b>Tangibilidad/Instalación</b>								
1	¿Se cuenta con el Municipio las instalaciones físicas aptas para brindar un buen servicio?	X		X		X		
<b>Tangibilidad/Mobiliario</b>								
2	¿La Institución con todos los enseres materiales para ejercer su labor en forma eficiente?	X		X		X		
<b>Tangibilidad/Equipo</b>								
3	¿Se cuenta con los equipos disponibles en la Municipalidad para brindar una buena atención?	X		X		X		
<b>Fiabilidad/Cumplir lo prometido</b>								
4	¿El personal de la Municipalidad realiza el aseguramiento, de compromisos referido al pago de servicios?	X		X		X		
5	¿El personal de la Municipalidad cumple con resolver los compromisos de su localidad?	X		X		X		
<b>Capacidad de respuesta/rápida</b>								
6	¿En la Municipalidad, se prestan los servicios varios en el tiempo prometido?	X		X		X		
<b>Capacidad de respuesta/Oportuno</b>								
7	¿La información para trámite documentario recibida en la Municipalidad es clara y oportuna?	X		X		X		

Variable 1: Calidad de Servicio		Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
Dimensión/Indicador		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
<b>Capacidad de respuesta/Disposición para atender.</b>								
8	¿El personal de la Municipalidad muestra disposición en brindar asesoría en los tramites que realizan?	X		X		X		
<b>Seguridad/Seguridad</b>								
9	¿El comportamiento del personal en cuanto a la atención al usuario de la Municipalidad inspira confianza?	X		X		X		
<b>Seguridad/Confianza</b>								
10	¿El personal de la Municipalidad muestra adecuada atención en resolver sus dudas?	X		X		X		
11	¿Existe predisposición del personal de la Municipalidad en la solución de los problemas del usuario?	X		X		X		
<b>Empatía/Servicio Personalizado</b>								
12	¿Tiene el conocimiento necesario el personal de la Municipalidad para atender su requerimiento?	X		X		X		
13	¿Muestra interés el personal de la Municipalidad en atender con prontitud al usuario?	X		X		X		
14	¿El personal de la Municipalidad atiende sus consultas en forma individual, rápida y eficiente?	X		X		X		



## MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

### Variable 2: Satisfacción del Cliente

VARIABLE(S)	DIMENSIONES	INDICADORES	TÉCNICA	INSTRUMENTO
Variable 2	Satisfacción del Usuario			
Condiciones laborales	Valor Percibido	Diferenciación	Encuesta	Cuestionario
		- Exclusividad		
		- Especialización		
Molino (2016).	Expectativa del Cliente	- Necesidad	Encuesta	Cuestionario
		- Experiencia		
	Conformidad del Cliente	- Lealtad	Encuesta	Cuestionario

## CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE DESEMPEÑO LABORAL

Variable 2: Satisfacción del Usuario		Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
<b>Dimensión/Indicador</b>								
<b>Valor Percibido/Diferenciación</b>								
1	¿ Como usuario de la Municipalidad que calificación le daría al personal por la atención recibida?	X		X		X		
<b>Valor Percibido/Exclusividad</b>								
2	¿ Me ofrece en forma exclusiva las ventajas al estar al día en los pagos el personal de la Municipalidad para ser partícipe de los sorteos del año?	X		X		X		
<b>Valor Percibido/Especialización</b>								
3	¿El personal de la Municipalidad le hizo sentir que es un cliente valioso para la institución?	X		X		X		
<b>Expectativa del cliente/Necesidad</b>								
4	¿El servicio de atención que ofrece la Municipalidad se adapta a las necesidades del usuario?	X		X		X		
<b>Expectativa del cliente/Experiencia</b>								
5	¿Con la experiencia del personal en la calidad de servicio, de la Municipalidad es apropiada?	X		X		X		
<b>Conformidad del cliente/Lealtad</b>								
6	¿ Que tanto recomendaría el usuario en hacer sus pagos en la Municipalidad sabiendo que el personal te da una atención personalizada?	X		X		X		

**Observaciones (precisar si hay suficiencia):**

**Suficiencia proba.**

**Opinión de aplicabilidad:**      **Aplicable [ X ]**                      **Aplicable después de corregir [ ]**                      **No aplicable [ ]** Apellidos y nombres del juez validador. **Dra. Beatriz Panche Rodríguez**

**DNI: 09586832**

**Especialidad del validador: Dra. En Gestión Pública**

**<sup>1</sup>Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

**<sup>2</sup>Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

**<sup>3</sup>Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

**Callao, 13 de Octubre del 2022**



-----  
**Firma del Experto Informante.**

**Observaciones (precisar si hay suficiencia):**

**Suficiencia proba.**

**Opinión de aplicabilidad:**      **Aplicable [ X ]**      **Aplicable después de corregir [ ]**      **No aplicable [ ]** **Apellidos y nombres del juez validador: Dra. Lupe Graus Cortez**

**DNI: 07539368**

**Especialidad del validador: Metodóloga**

**<sup>1</sup>Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

**<sup>2</sup>Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

**<sup>3</sup>Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

**Callao, 13 de Octubre del 2022**



**Firma del experto informante**

**Observaciones (precisar si hay suficiencia):**

**Suficiencia proba.**

**Opinión de aplicabilidad:**      **Aplicable [ X ]**                      **Aplicable después de corregir[**  
**]**                                      **No aplicable [ ]** **Apellidos y nombres del juez validador.**

**Mg. Oswaldo Daniel Casazola Cruz**                                      **DNI: 40081695 Especialidad del**  
**validador: Mg. en Ingeniería de Sistemas**

**<sup>1</sup>Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado. **<sup>2</sup>Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

**<sup>3</sup>Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

**Callao, 13 de Octubre del 2022**





## Copia de Encuesta de calidad de servicio en la Municipalidad

Te invité a llenar un formulario:

Copia de Encuesta de calidad de servicio en la Municipalidad

**Correo electrónico \***

**1 ¿Cuenta el Municipio con las instalaciones físicas aptas para brindar un buen servicio?**

- 1 Totalmente en desacuerdo
- 2 En desacuerdo
- 3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 4 De acuerdo
- 5 Totalmente de acuerdo

**2 ¿La Institución cuenta con todos los enseres materiales para ejercer su labor en forma eficiente?**

- 1 Totalmente en desacuerdo
- 2 En desacuerdo
- 3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 4 De acuerdo
- 5 Totalmente de acuerdo

**3 ¿Se cuenta con los equipos disponibles en la Municipalidad para brindar una buena atención?**

- 1 Totalmente en desacuerdo
- 2 En desacuerdo

- 3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 4 De acuerdo
- 5 Totalmente de acuerdo

**4 ¿El personal de la Municipalidad realiza el aseguramiento, de compromisos referido al pago de servicios?**

- 1 Totalmente en desacuerdo
- 2 En desacuerdo
- 3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 4 De acuerdo
- 5 Totalmente de acuerdo

**5 ¿El personal de la Municipalidad cumple con resolver los compromisos de su localidad?**

- 1 Totalmente en desacuerdo
- 2 En desacuerdo
- 3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 4 De acuerdo
- 5 Totalmente de acuerdo

**6 ¿En la Municipalidad, se prestan los servicios varios en el tiempo prometido?**

- 1 Totalmente en desacuerdo
- 2 En desacuerdo
- 3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 4 De acuerdo
- 5 Totalmente de acuerdo

**7 ¿La información para tramite documentario recibida en la Municipalidad es clara y oportuna?**

- 1 Totalmente en desacuerdo
- 2 En desacuerdo
- 3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 4 De acuerdo
- 5 Totalmente de acuerdo

**8 ¿El personal de la Municipalidad muestra disposición en brindar asesoría en los tramites que realizan?**

- 1 Totalmente en desacuerdo
- 2 En desacuerdo

- 3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 4 De acuerdo
- 5 Totalmente de acuerdo

**9 ¿El comportamiento del personal en cuanto a la atención al usuario de la Municipalidad inspira confianza?**

- 1 Totalmente en desacuerdo
- 2 En desacuerdo
- 3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 4 De acuerdo
- 5 Totalmente de acuerdo

**10 ¿El personal de la Municipalidad muestra adecuada atención en resolver sus dudas?**

- 1 Totalmente en desacuerdo
- 2 En desacuerdo
- 3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 4 De acuerdo
- 5 Totalmente de acuerdo Opción 1

**11 ¿Existe predisposición del personal de la Municipalidad en la solución de los problemas del usuario?**

- 1 Totalmente en desacuerdo
- 2 En desacuerdo
- 3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 4 De acuerdo
- 5 Totalmente de acuerdo

**12 ¿Tiene el conocimiento necesario el personal de la Municipalidad para atender su requerimiento?**

- 1 Totalmente en desacuerdo
- 2 En desacuerdo
- 3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 4 De acuerdo
- 5 Totalmente de acuerdo

**13 ¿Muestra interés el personal de la Municipalidad en atender con prontitud al usuario?**

- 1 Totalmente en desacuerdo
- 2 En desacuerdo



- 3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 4 De acuerdo
- 5 Totalmente de acuerdo

**14 ¿El personal de la Municipalidad atiende sus consultas en forma individual, rápida y eficiente?**

- 1 Totalmente en desacuerdo
- 2 En desacuerdo
- 3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 4 De acuerdo
- 5 Totalmente de acuerdo

**15 ¿ Como usuario de la Municipalidad que calificación le daría al personal por la atención recibida?**

- 1 Totalmente en desacuerdo
- 2 En desacuerdo
- 3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 4 De acuerdo
- 5 Totalmente de acuerdo Opción 1

**16 ¿ Me ofrece en forma exclusiva las ventajas al estar al día en los pagos el personal de la Municipalidad para ser partícipe de los sorteos del año?**

- 1 Totalmente en desacuerdo
- 2 En desacuerdo
- 3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 4 De acuerdo
- 5 Totalmente de acuerdo

**17 ¿El personal de la Municipalidad le hizo sentir que es un cliente valioso para la institución?**

- 01 Totalmente en desacuerdo
- 2 En desacuerdo
- 3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 4 De acuerdo
- 5 Totalmente de acuerdo opción 1

**18 ¿El servicio de atención que ofrece la Municipalidad se adapta a las necesidades del usuario?**

- 1 Totalmente en desacuerdo
- 2 En desacuerdo


- 3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 4 De acuerdo
- 5 Totalmente de acuerdo

**19 ¿Con la experiencia del personal en la calidad de servicio, de la Municipalidad es apropiada?**

- 1 Totalmente en desacuerdo
- 2 En desacuerdo
- 3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 4 De acuerdo
- 5 Totalmente de acuerdo

**20 ¿ Que tanto recomendaría el usuario en hacer sus pagos en la Municipalidad sabiendo que el personal te da una atención personalizada?**

- 1 Totalmente en desacuerdo
- 2 En desacuerdo
- 3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 4 De acuerdo
- 5 Totalmente de acuerdo

Con la tecnología de  
 Google Forms

Google no creó ni aprobó este contenido.  
[Denunciar abuso](#) - [Condiciones del Servicio](#) - [Condiciones adicionales](#)

---

[Crear tu propio Formulario de Google](#)

## Anexo 12

### Análisis Estadístico Descriptivo de la Información

#### Resumen de procesamiento de casos

**Resumen de procesamiento de casos**

		N	%
Casos	Válido	43	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	43	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

## Anexo 13

### Estadísticas de Fiabilidad

**Estadísticas de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,956	20

## Anexo 14

Estadísticas de cada pregunta realizada en la presente investigación.

### Estadísticas de elementos

	Media	Desviación estándar	N
EL MUNICIPIO LAS INSTALACIONES FISICAS BRINDAN UN BUEN SERVICIO	2,88	1,096	43
LA INSTITUCION EJERCEN SU LABOR EN FORMA EFICIENTE.	2,91	1,019	43
CUENTAN CON EQUIPOS DISPONIBLES EN LA MUNICIPALIDAD	2,91	1,042	43
EL PERSONAL REALIZA EL ASEGURAMIENTO AL PAGO DE SERVICIOS	3,02	1,102	43
EL PERSONAL CUMPLE CON RESOLVER LOS COMPROMISOS DE SU LOCALIDAD	2,70	,964	43
SE PRESTAN LOS SERVICIOS VARIOS EN EL TIEMPO PROMETIDO	2,51	,935	43
LA INFORMACION PARA TRAMITES DOCUMENTARIO ES CLARA Y OPORTUNA	2,84	,974	43
EL PERSONAL MUESTRA DISPOSICION EN BRINDAR ASESORIA EN LOS TRAMITES	2,86	1,037	43
EL COMPORTAMIENTO DEL PERSONAL EN CUANTO A ATENCION INSPIRA CONFIANZA	3,00	,951	43

EL PERSONAL MUESTRA ADECUADA ATENCION EN RESOLVER SUS DUDAS EXISTE PREDISPOSICION DEL PERSONAL EN RESOLVER LOS PROBLEMAS DEL USUARIO	2,81	,906	43
TIENE EL CONOCIMIENTO EL PERSONAL PARA ATENDER SU REQUERIMIENTO MUESTRA INTERES EL PERSONAL EN ATENDER CON PRONTITUD AL USUARIO.	2,74	,978	43
EL PERSONAL ATIENDE SUS CONSULTAS EN FORMA INDIVIDUAL Y EFCIENTE	2,93	1,009	43
EL PERSONAL ATIENDE SUS CONSULTAS EN FORMA INDIVIDUAL Y EFCIENTE	2,84	,974	43
COMO USUARIO QUE CALIFICACION LE DARIA AL PERSONAL	2,77	,922	43
OFRECEN LAS VENTAJAS AL ESTAR AL DIA EN LOS PAGOS PARA PARTICIPAR EN LOS SORTEOS	2,79	,861	43
EL PERSONAL LE HIZO SENTIR QUE ES UN CLIENTE VALIOSO PARA LA INSTITUCION	2,95	1,133	43
EL SERVICIO DE ATENCION SE ADAPTA A LAS NECESIDADES DEL USUARIO.	2,77	,996	43
CON LA EXPERIENCIA DEL PERSONAL EN LA CALIDAD DEL SERVICIO ES APROPIADA	2,84	,998	43
QUE TANTO RECOMENDARIA EL USUARIO POR LA ATENCION PERSONALIZADA	2,84	,974	43
	2,93	,884	43

Estadísticas de total de preguntas realizadas en la presente investigación.

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
EL MUNICIPIO LAS INSTALACIONES FISICAS BRINDAN UN BUEN SERVICIO	53,95	195,617	,531	,956
LA INSTITUCION EJERCEN SU LABOR EN FORMA EFICIENTE.	53,93	193,447	,656	,954
CUENTAN CON EQUIPOS DISPONIBLES EN LA MUNICIPALIDAD	53,93	195,781	,556	,956
EL PERSONAL REALIZA EL ASEGURAMIENTO AL PAGO DE SERVICIOS	53,81	191,774	,659	,954
EL PERSONAL CUMPLE CON RESOLVER LOS COMPROMISOS DE SU LOCALIDAD	54,14	196,218	,590	,955
SE PRESTAN LOS SERVICIOS VARIOS EN EL TIEMPO PROMETIDO	54,33	195,653	,633	,954
LA INFORMACION PARA TRAMITES DOCUMENTARIO ES CLARA Y OPORTUNA	54,00	193,286	,696	,954
EL PERSONAL MUESTRA DISPOSICION EN BRINDAR ASESORIA EN LOS TRAMITES	53,98	191,785	,704	,954
EL COMPORTAMIENTO DEL PERSONAL EN CUANTO ATENCION INSPIRA CONFIANZA	53,84	193,663	,700	,954
EL PERSONAL MUESTRA ADECUADA ATENCION EN RESOLVER SUS DUDAS	54,02	191,738	,818	,952

EXISTE PREDISPOSICION DEL PERSONAL EN RESOLVER LOS PROBLEMAS DEL USUARIO	54,09	190,515	,801	,952
TIENE EL CONOCIMIENTO EL PERSONAL PARA ATENDER SU REQUERIMIENTO	53,91	190,991	,756	,953
MUESTRA INTERES EL PERSONAL EN ATENDER CON PRONTITUD AL USUARIO.	54,00	193,238	,698	,954
EL PERSONAL ATIENDE SUS CONSULTAS EN FORMA INDIVIDUAL Y EFCIENTE COMO USUARIO QUE	54,07	192,400	,776	,953
CALIFICACION LE DARIA AL PERSONAL	54,05	193,522	,786	,953
OFRECEN LAS VENTAJAS AL ESTAR AL DIA EN LOS PAGOS PARA PARTICIPAR EN LOS SORTEOS	53,88	193,010	,597	,955
EL PERSONAL LE HIZO SENTIR QUE ES UN CLIENTE VALIOSO PARA LA INSTITUCION	54,07	189,876	,810	,952
EL SERVICIO DE ATENCION SE ADAPTA A LAS NECESIDADES DEL USUARIO.	54,00	189,381	,827	,952
CON LA EXPERIENCIA DEL PERSONAL EN LA CALIDAD DEL SERVICIO ES	54,00	190,905	,789	,952
APROPIADA QUE TANTO RECOMENDARIA EL USUARIO POR LA ATENCION PERSONALIZADA	53,91	192,467	,809	,952

## Anexo 15

### Estadísticas de escala de la presente investigación

Media	Varianza	Desviación estándar	N de elementos
56,84	213,092	14,598	20

## Anexo 16

**Prueba de Normalidad:** Para la Variable 1 y la Variable 2 de la presente investigación.

HO: Existe normalidad entre la variable 1 y la variable 2.

H1: No existe normalidad entre la variable 1 y la variable 2

**Comentario:** Se evidencia estadísticamente normalidad entre la variable 1 y la variable 2.

#### Prueba de Kolmogórov-Smirnov para una muestra

		VARIABLE 1	VARIABLE 2
N		43	43
Parámetros normales	Media	39,53	17,12
	Desviación estándar	10,208	5,025
Máximas diferencias extremas	Absoluta	,106	,146
	Positivo	,090	,146
	Negativo	-,106	-,085
Estadístico de prueba		,106	,146
Sig. asintótica (bilateral)		,200 <sup>c,d</sup>	,022 <sup>c</sup>

a. La distribución de prueba es normal.

b. Se calcula a partir de datos.

c. Corrección de significación de Lilliefors.

d. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.



**Prueba Hipótesis General:** Entre la variable 1 y la variable 2 de la presente investigación.

HO: No existe correlación entre la variable 1 y la variable 2

H1: Existe correlación entre la variable 1 y la variable 2.

**Comentario:** Existe correlación Directa entre la Calidad de Servicio con Satisfacción del Usuario equivalente al 81.1% siendo esta asociación estadísticamente altamente significativa.

**Correlaciones**

	VARIABLE 1	VARIABLE 2
VARIABLE 1 Correlación de Pearson	1	,811**
Sig. (bilateral)		,000
N	43	43
VARIABLE 2 Correlación de Pearson	,811**	1
Sig. (bilateral)	,000	
N	43	43

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

## Anexo17

### -Prueba de Normalidad 1: Entre la Variable 1 Dimensión 1 y la Variable 2

HO: Existe normalidad entre la variable 1 dimensión 1 y la variable 2.

H1: No existe normalidad entre la variable 1 dimensión 1 y la variable 2.

**Comentarios:** Se evidencia que estadísticamente que existe normalidad entre la variable 1 dimensión 1 y la variable 2.

**Prueba de Kolmogórov-Smirnov para una muestra**

		VARIABLE 1 DIMENSION 1	VARIABLE 2
N		43	43
Parámetros normales <sup>b</sup>	Media	8,70	17,12
	Desviación estándar	2,841	5,025
Máximas diferencias extremas	Absoluta	,190	,146
	Positivo	,190	,146
	Negativo	-,157	-,085
Estadístico de prueba		,190	,146
Sig. asintótica (bilateral)		,000 <sup>c</sup>	,022 <sup>c</sup>

Siendo a. La distribución de prueba es normal.

b. Se calcula a partir de datos.

c. Corrección de significación de Lilliefors

### -Prueba de Hipótesis Específica Numero 1: Entre la Tangibilidad de la Calidad de Servicio y Satisfacción del Usuario.

HO: No existe correlación entre la variable 1 Dimensión 1 y la variable 2.

H1: Existe correlación entre la variable 1 Dimensión 1 y la variable 2.

**Comentario:** Existe correlación directa entre la Tangibilidad de la Calidad de Servicio con la Satisfacción del usuario equivalente un 48.6% siendo asociación estadísticamente positiva moderada.

**Correlaciones**

		VARIABLE 2	VARIABLE 1 DIMENSION 1
VARIABLE 2	Correlación de Pearson	1	,486**
	Sig. (bilateral)		,001
	N	43	43
VARIABLE 1 DIMENSION 1	Correlación de Pearson	,486**	1
	Sig. (bilateral)	,001	
	N	43	43

. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

**Prueba de Normalidad 2:** Entre la Variable 1 Dimensión 2 y la Variable 2

HO: Existe normalidad entre la variable1 dimension2 y la variable 2.

H1: No existe normalidad entre la variable 1 dimensión 2 y la variable 2.

**Comentario:** Se evidencia que existe normalidad entre la variable 1 dimension2 y la variable 2.

**Prueba de Kolmogórov-Smirnov para una muestra**

		VARIABLE 2	VARIABLE 1 DIMENSION 2
N		43	43
Parámetros normales	Media	17,12	5,72
	Desviación estándar	5,025	1,681
Máximas diferencias extremas	Absoluta	,146	,149
	Positivo	,146	,1E49
	Negativo	-,085	-,124
Estadístico de prueba		,146	,149
Sig. asintótica (bilateral)		,022 <sup>c</sup>	,017 <sup>c</sup>

a. La distribución de prueba es normal.

b. Se calcula a partir de datos.

c. Corrección de significación de Lilliefors.

**-Prueba de Hipótesis Específica Numero 2:** Entre la Fiabilidad de la Calidad de Servicio y Satisfacción del Usuario.

HO: No existe correlación entre la variable 1 dimensión 2 y la variable 2.

H1: Existe correlación entre la variable 1 dimensión 2 y la variable 2.

**Comentario:** Existe correlación directa entre la Fiabilidad de la Calidad de Servicio con la Satisfacción del usuario equivalente un 61.3% siendo esta asociación estadísticamente positiva moderada.

**Correlaciones**

		VARIABLE 2	VARIABLE 1 DIMENSION 2
VARIABLE 2	Correlación de Pearson	1	,613**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	43	43
VARIABLE 1 DIMENSION 2	Correlación de Pearson	,613**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	43	43

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

**-Prueba de Normalidad 3:** Entre la Variable 1 Dimensión 3 y la Variable 2

HO: Existe normalidad entre la variable1 dimension3 y la variable 2.

H1: No existe normalidad entre la variable 1 dimensión 3 y la variable 2.

**Comentario:** Se evidencia que existe normalidad entre la variable 1 dimension3 y la variable 2.

**Prueba de Kolmogórov-Smirnov para una muestra**

		VARIABLE 2	VARIABLE 1 DIMENSION 3
N		43	43
Parámetros normales	Media	17,12	8,21
	Desviación estándar	5,025	2,493
Máximas diferencias extremas	Absoluta	,146	,138
	Positivo	,146	,138
	Negativo	-,085	-,118
Estadístico de prueba		,146	,138
Sig. asintótica (bilateral)		,022 <sup>c</sup>	,039 <sup>c</sup>

a. La distribución de prueba es normal.

b. Se calcula a partir de datos.

c. Corrección de significación de Lilliefors.

**-Prueba de Hipótesis Específica Numero 3:** Entre la Capacidad de Respuesta de la Calidad de Servicio y Satisfacción del Usuario.

HO: No existe correlación entre la variable 1 dimensión 3 y la variable 2.

H1: Existe correlación entre la variable 1 dimensión 3 y la variable 2.

**Comentario:** Existe correlación directa entre la Capacidad de Respuesta de la Calidad de Servicio con la Satisfacción del usuario equivalente un 68.2% siendo esta asociación estadísticamente positiva moderada. **Correlaciones**

		VARIABLE 2	VARIABLE 1 DIMENSION 3
VARIABLE 2	Correlación de Pearson	1	,682**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	43	43
VARIABLE 1 DIMENSION 3	Correlación de Pearson	,682**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	43	43

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

**-Prueba de Normalidad 4:** Entre la Variable 1 Dimensión 4 y la Variable 2

HO: Existe normalidad entre la variable1 dimensión 4 y la variable 2.

H1: No existe normalidad entre la variable 1 dimensión 4 y la variable 2.

**Comentario:** Se evidencia que existe normalidad entre la variable 1 dimensión 4 y la variable 2.

**Prueba de Kolmogórov-Smirnov para una muestra**

		VARIABLE 2	VARIABLE 1 DIMENSION 4
N		43	43
Parámetros normales	Media	17,12	8,47
	Desviación estándar	5,025	2,548
Máximas diferencias extremas	Absoluta	,146	,131
	Positivo	,146	,131
	Negativo	-,085	-,120
Estadístico de prueba		,146	,131
Sig. asintótica (bilateral)		,022 <sup>c</sup>	,063 <sup>c</sup>

a. La distribución de prueba es normal.

b. Se calcula a partir de datos.

c. Corrección de significación de Lilliefors.

**-Prueba de Hipótesis Específica Numero 4:** Entre la Seguridad de la Calidad de Servicio y Satisfacción del Usuario.

HO: No existe correlación entre la variable 1 dimensión 4 y la variable 2.

H1: Existe correlación entre la variable 1 dimensión 4 y la variable 2.

**Comentario:** Existe correlación directa entre la Seguridad de la Calidad de Servicio con la Satisfacción del usuario equivalente un 79.5% siendo esta asociación estadísticamente positiva alta.

**Correlaciones**

		VARIABLE 2	VARIABLE 1 DIMENSION 4
VARIABLE 2	Correlación de Pearson	1	,795**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	43	43
VARIABLE 1 DIMENSION 4	Correlación de Pearson	,795**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	43	43

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

**-Prueba de Normalidad 5:** Entre la Variable 1 Dimensión 5 y la Variable 2

HO: Existe normalidad entre la variable1 dimensión 5 y la variable 2.

H1: No existe normalidad entre la variable 1 dimensión 5 y la variable 2.

**Comentario:** Se evidencia que existe normalidad entre la variable 1 dimensión 5 y la variable 2.

**Prueba de Kolmogórov-Smirnov para una muestra**

		VARIABLE 2	VARIABLE 1 DIMENSION 5
N		43	43
Parámetros normales	Media	17,12	8,44
	Desviación estándar	5,025	2,529
Máximas diferencias extremas	Absoluta	,146	,158
	Positivo	,146	,158
	Negativo	-,085	-,144
Estadístico de prueba		,146	,158
Sig. asintótica (bilateral)		,022 <sup>c</sup>	,009 <sup>c</sup>

a. La distribución de prueba es normal.

b. Se calcula a partir de datos.

c. Corrección de significación de Lilliefors.

**-Prueba de Hipótesis Específica Numero 5:** Entre la Empatía de la Calidad de Servicio y Satisfacción del Usuario.

HO: No existe correlación entre la variable 1 dimensión 5 y la variable 2.

H1: Existe correlación entre la variable 1 dimensión 5 y la variable 2.

**Comentario:** Existe correlación directa entre la Empatía de la Calidad de Servicio con la Satisfacción del usuario equivalente un 84.5% siendo esta asociación estadísticamente positiva alta.

**Correlaciones**

		VARIABLE 2	VARIABLE 1 DIMENSION 5
VARIABLE 2	Correlación de Pearson	1	,845**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	43	43
VARIABLE 1 DIMENSION 5	Correlación de Pearson	,845**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	43	43

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).





**GUÍA PARA LA ELABORACIÓN Y APLICACIÓN DEL DOCUMENTO PARA OBTENER EL GRADO DE MAESTRO(A) EN GESTIÓN PÚBLICA**

**Consentimiento Informado (\*)**

Título de la investigación: Calidad de servicio en la satisfacción del usuario en la Municipalidad distrital. Año 2021.

Investigadora: Gladys Benci Torres Soto

**Propósito del estudio pública**

Le invitamos a participar en la investigación titulada “Calidad de servicio en la satisfacción de usuario de la Municipalidad distrital. Año 2021, cuyo objetivo es determinar la relación de la Calidad de Servicio con la Satisfacción del Usuario de la Municipalidad distrital. Año 2021. Esta investigación es desarrollada por estudiantes de posgrado del programa Maestría en Gestión pública, de la Universidad César Vallejo del campus, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad, y con el permiso de la institución escribir el impacto del problema de la investigación.

Describe el impacto del problema de la investigación. El impacto del problema de investigación en la calidad de servicio es darle satisfacción a sus necesidades y expectativas al usuario.

**Procedimiento**

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: “calidad de servicio en la satisfacción del usuario de la Municipalidad distrital. Año 2021”.
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de una semana y se Realizará utilizando el formulario de Google. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

Participación voluntaria (principio de autonomía).

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

\* Obligatorio a partir de los 18 años



Riesgo (principio de No maleficencia):

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá algún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigadora Torres Soto Gladys Benci email: [gtorresso@ucvvirtual.edu.pe](mailto:gtorresso@ucvvirtual.edu.pe) y

Docente asesor: Dr. Mori Paredes, Manuel Alberto  
email: [mmorip@ucvvirtual.edu.pe](mailto:mmorip@ucvvirtual.edu.pe)...

### **Consentimiento**

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo participar en la investigación antes mencionada.

(Los datos son para el investigador)

Nombre y apellidos: Gladys Benci Torres Soto

Fecha y hora: 19 de Diciembre 2022 10 am.



*PDA data evidenciada, se verifica con cada docente de aula, no se anexa en el producto de investigación.*

Indicé de tablas: Tablas de Frecuencia e Histogramas del análisis de datos  
 Tabla 1: Instalaciones Físicas.

**1.- EL MUNICIPIO LAS I NSTALCIONES FISICAS BRINDAN UN BUEN SERVICIO**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	4	9,3	9,3	9,3
	En Desacuerdo	15	34,9	34,9	44,2
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	7	16,3	16,3	60,5
	De Acuerdo	16	37,2	37,2	97,7
	Totalmente de Acuerdo	1	2,3	2,3	100,0
	Total	43	100,0	100,0	



Interpretación:

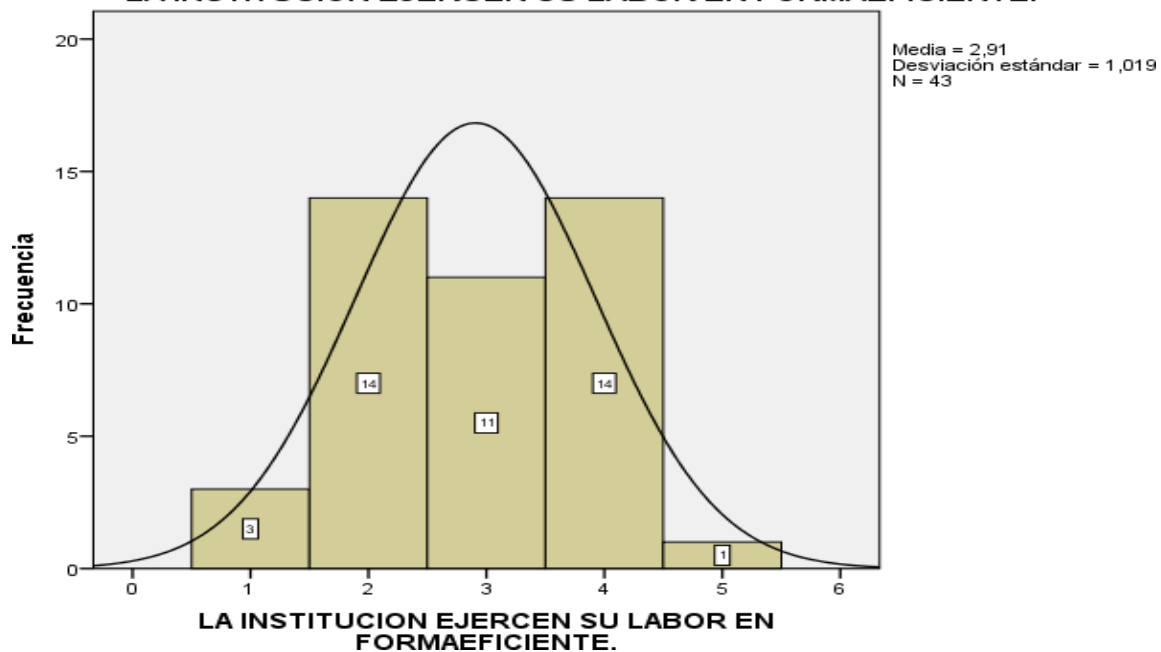
En referencia a las instalaciones físicas que dan un buen servicio se tiene como resultado que el 37.2%, de los colaboradores respondió que están de Acuerdo, mientras el 16.3% respondió Ni de acuerdo Ni desacuerdo y el 9.3% estuvo Totalmente en Desacuerdo.

Tabla 2: Municipalidad ejercen su labor en forma eficiente.

**2.- LA MUNICIPALIDAD EJERCEN SU LABOR EN FORMA EFICIENTE.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	3	7,0	7,0	7,0
	En Desacuerdo	14	32,6	32,6	39,5
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	11	25,6	25,6	65,1
	De Acuerdo	14	32,6	32,6	97,7
	Totalmente de Acuerdo	1	2,3	2,3	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

**LA INSTITUCION EJERCEN SU LABOR EN FORMA EFICIENTE.**

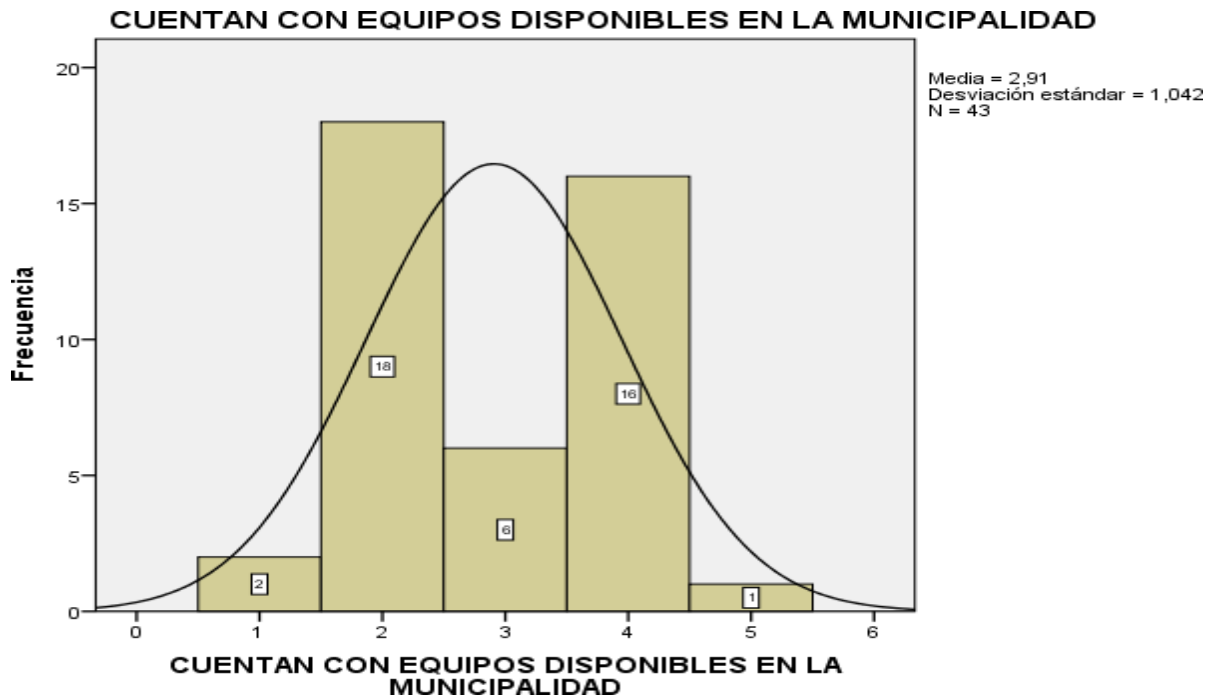


Interpretación:

Si la institución ejerce su labor en forma eficiente un 32.6% estuvieron De acuerdo, luego un 25.6% estuvieron Ni de acuerdo Ni desacuerdo, pero un 7% Totalmente en Desacuerdo.

Tabla 3: Cuentan con equipos disponibles.

<b>3.- CUENTAN CON EQUIPOS DISPONIBLES EN LA MUNICIPALIDAD</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	2	4,7	4,7	4,7
	En Desacuerdo	18	41,9	41,9	46,5
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	6	14,0	14,0	60,5
	De Acuerdo	16	37,2	37,2	97,7
	Totalmente de Acuerdo	1	2,3	2,3	100,0
	Total	43	100,0	100,0	



Interpretar:

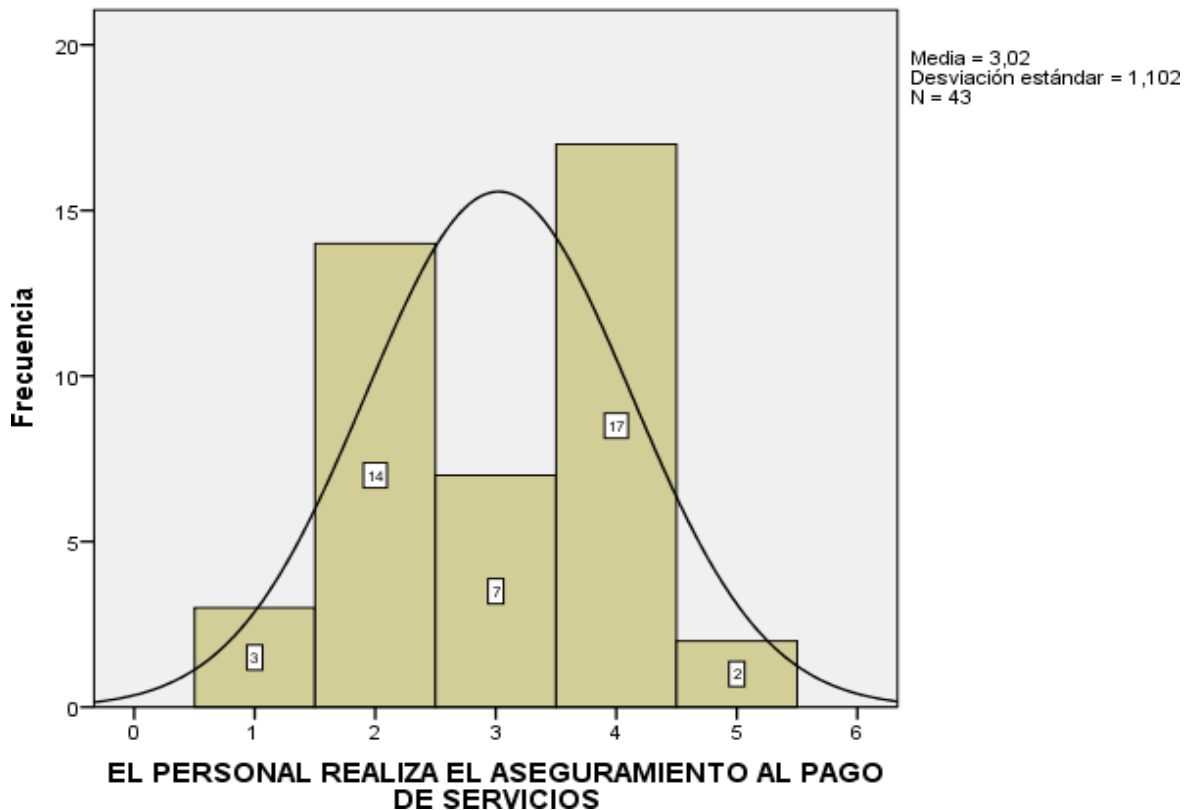
Cuentan con equipos y servicios disponibles, los colaboradores estuvieron de acuerdo un 37.2% otros Ni de acuerdo Ni desacuerdo 14% sin embargo un 4.7% estuvieron Totalmente en Desacuerdo.

Tabla 4: El personal realiza el aseguramiento al pago de servicios.

**4.- EL PERSONAL REALIZA EL ASEGURAMIENTO AL PAGO DE SERVICIOS**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	3	7,0	7,0	7,0
	En Desacuerdo	14	32,6	32,6	39,5
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	7	16,3	16,3	55,8
	De Acuerdo	17	39,5	39,5	95,3
	Totalmente de Acuerdo	2	4,7	4,7	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

**EL PERSONAL REALIZA EL ASEGURAMIENTO AL PAGO DE SERVICIOS**



Interpretar:

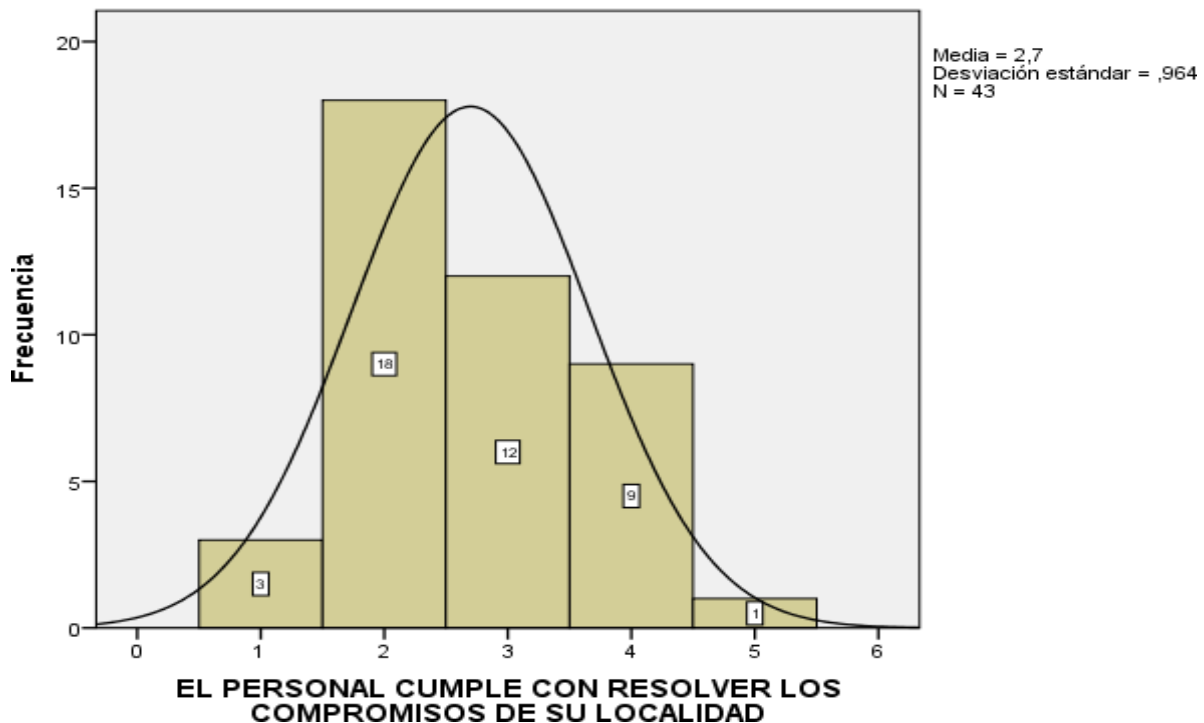
El 39.5% de los encuestados estuvieron De acuerdo con el aseguramiento al pago de servicios en la municipalidad versus un 16.3% estuvieron Ni de acuerdo Ni desacuerdo, mientras el 7% estuvieron un Totalmente en Desacuerdo.

Tabla 5: Cumplen con resolver los compromisos de su localidad.

**5.- EL PERSONAL CUMPLE CON RESOLVER LOS COMPROMISOS DE SU LOCALIDAD**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	3	7,0	7,0	7,0
	En Desacuerdo	18	41,9	41,9	48,8
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	12	27,9	27,9	76,7
	De Acuerdo	9	20,9	20,9	97,7
	Totalmente de Acuerdo	1	2,3	2,3	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

**EL PERSONAL CUMPLE CON RESOLVER LOS COMPROMISOS DE SU LOCALIDAD**



Interpretar:

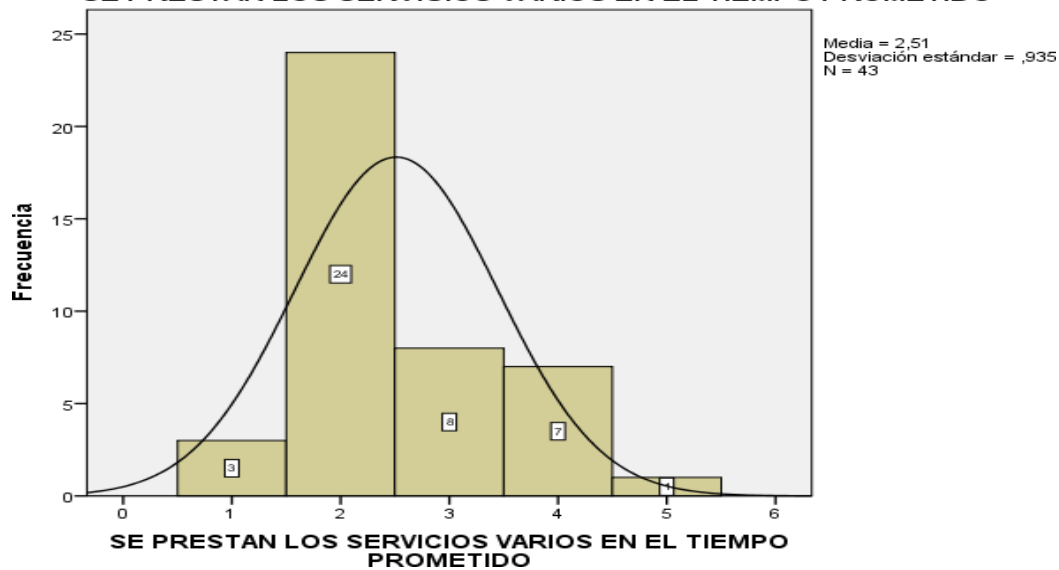
El 20.9% de los colaboradores estuvo de Acuerdo que cumplen los compromisos de su localidad, pero un 27.9% Ni de acuerdo Ni desacuerdo, pero un 7% estuvieron Totalmente en Desacuerdo.

Tabla 6: Los servicios se cumplen en el tiempo prometido.

**6.-SE PRESTAN LOS SERVICIOS VARIOS EN EL TIEMPO PROMETIDO**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	3	7,0	7,0	7,0
	En Desacuerdo	24	55,8	55,8	62,8
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	8	18,6	18,6	81,4
	De Acuerdo	7	16,3	16,3	97,7
	Totalmente de Acuerdo	1	2,3	2,3	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

**SE PRESTAN LOS SERVICIOS VARIOS EN EL TIEMPO PROMETIDO**



Interpretar:

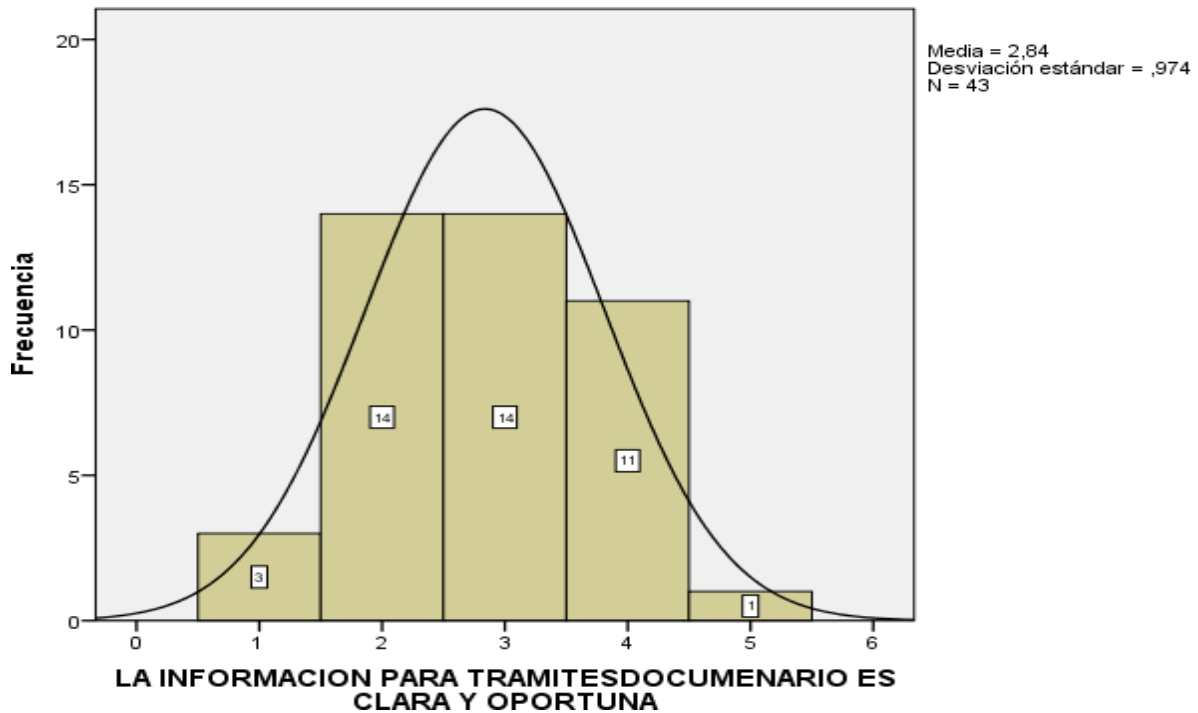
El 16,3% de los encuestados dicen que están de Acuerdo que cumplen con los servicios en el tiempo prometido, pero el 18,6% dicen estar Ni de acuerdo Ni desacuerdo, pero el 7% están Totalmente en Desacuerdo.

Tabla 7: Los tramites documentarios es clara y oportuna.

**7.- LA INFORMACION PARA TRAMITESDOCUMENTARIO ES CLARA Y OPORTUNA**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	3	7,0	7,0	7,0
	En Desacuerdo	14	32,6	32,6	39,5
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	14	32,6	32,6	72,1
	De Acuerdo	11	25,6	25,6	97,7
	Totalmente de Acuerdo	1	2,3	2,3	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

**LA INFORMACION PARA TRAMITESDOCUMENTARIO ES CLARA Y OPORTUNA**



Interpretar:

El 25.6% de los encuestados quedaron de Acuerdo con la información para tramites documentario siendo clara y oportuna, pero el 32.6% de ellos Ni acuerdo ni Desacuerdo, solo un 7% que están Totalmente en Desacuerdo.

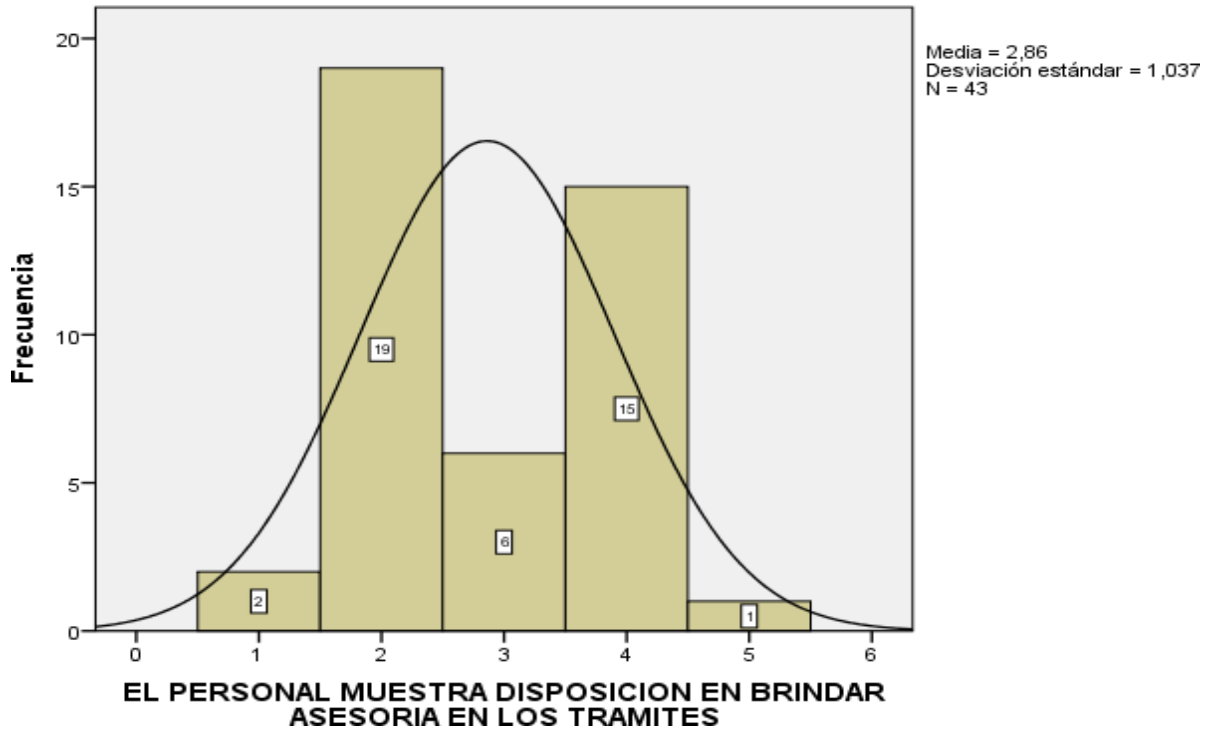


Tabla 8: Muestra disposición en brindar asesoría en los tramites.

**8.- EL PERSONAL MUESTRA DISPOSICIÓN EN BRINDAR ASESORIA EN LOS TRAMITES**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	2	4,7	4,7	4,7
	En Desacuerdo	19	44,2	44,2	48,8
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	6	14,0	14,0	62,8
	De Acuerdo	15	34,9	34,9	97,7
	Totalmente de Acuerdo	1	2,3	2,3	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

**EL PERSONAL MUESTRA DISPOSICION EN BRINDAR ASESORIA EN LOS TRAMITES**



Interpretar:

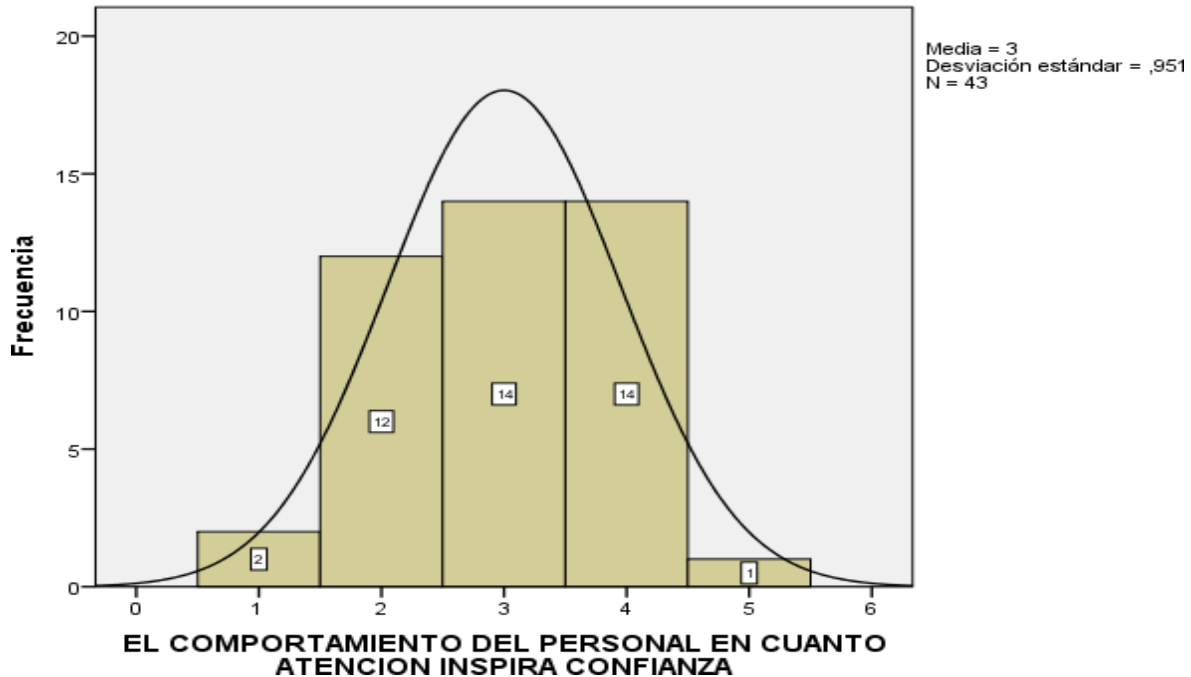
Un 34.9% de los colaboradores estuvo de Acuerdo por la disposición del personal en brindar asesoría en los tramites, sin embargo, el 14 % están en Ni de acuerdo Ni desacuerdo, pero el 4.7% están Totalmente en Desacuerdo.

Tabla 9: El personal inspira confianza.

**9.- EL COMPORTAMIENTO DEL PERSONAL EN CUANTO ATENCIÓN INSPIRA CONFIANZA**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	2	4,7	4,7	4,7
	En Desacuerdo	12	27,9	27,9	32,6
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	14	32,6	32,6	65,1
	De Acuerdo	14	32,6	32,6	97,7
	Totalmente de Acuerdo	1	2,3	2,3	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

**EL COMPORTAMIENTO DEL PERSONAL EN CUANTO ATENCIÓN INSPIRA CONFIANZA**



Interpretar:

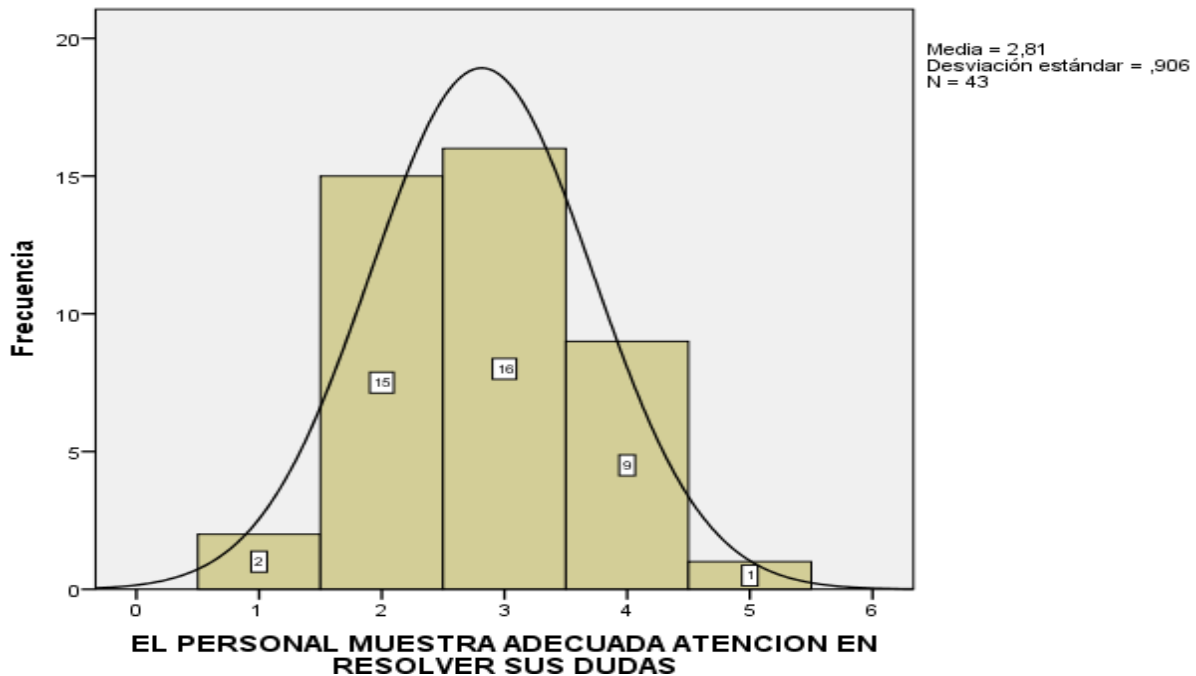
Un 32.6% de los colaboradores están de Acuerdo con el comportamiento del personal en la atención, sin embargo, el 32.6% de ellos están en Ni de acuerdo ni Desacuerdo solo un 4.7% están Totalmente en Desacuerdo.

Tabla 10: El personal resuelve sus dudas.

**10. EL PERSONAL MUESTRA ADECUADA ATENCIÓN EN RESOLVER SUS DUDAS**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	2	4,7	4,7	4,7
	En Desacuerdo	15	34,9	34,9	39,5
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	16	37,2	37,2	76,7
	De Acuerdo	9	20,9	20,9	97,7
	Totalmente de Acuerdo	1	2,3	2,3	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

**EL PERSONAL MUESTRA ADECUADA ATENCIÓN EN RESOLVER SUS DUDAS**



Interpretar:

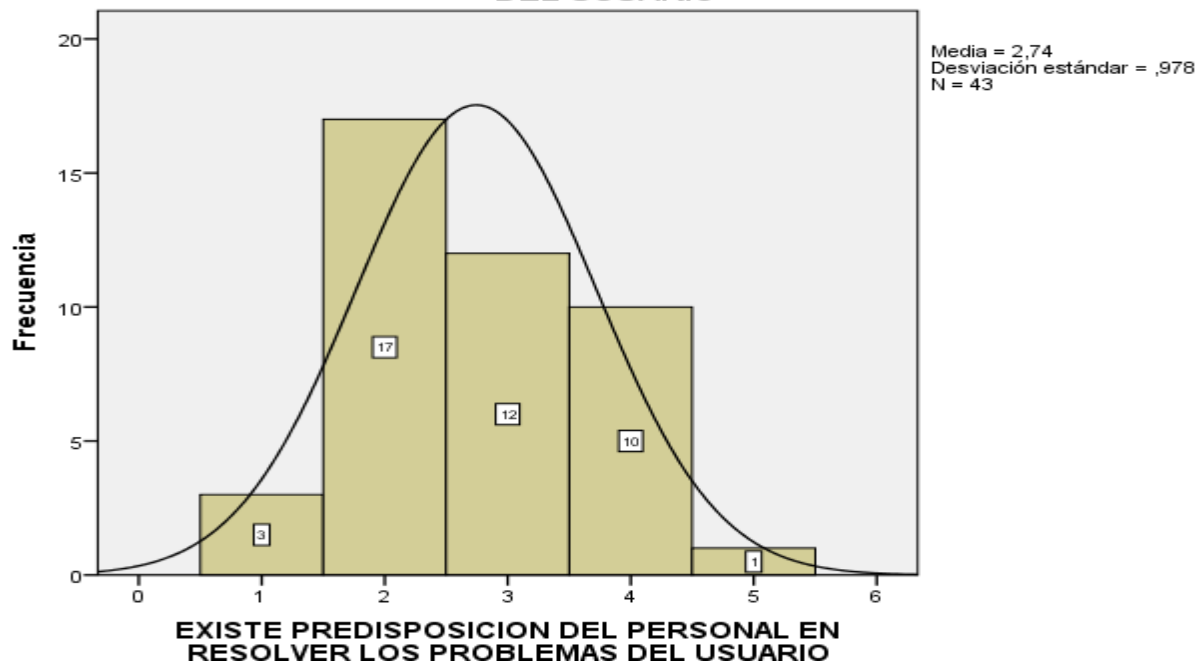
Un 20.9% de los colaboradores estuvo de Acuerdo en relación con la adecuada atención que da el personal en resolver sus dudas a los usuarios, sin embargo, un 37,2% de ellos están Ni de acuerdo Ni desacuerdo, pero el 4.7% están Totalmente en Desacuerdo.

Tabla 11: Predisposición del personal en resolver los problemas del usuario.

**11.- EXISTE PREDISPOSICIÓN DEL PERSONAL EN RESOLVER LOS PROBLEMAS DEL USUARIO**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	3	7,0	7,0	7,0
	En Desacuerdo	17	39,5	39,5	46,5
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	12	27,9	27,9	74,4
	De Acuerdo	10	23,3	23,3	97,7
	Totalmente de Acuerdo	1	2,3	2,3	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

**EXISTE PREDISPOSICION DEL PERSONAL EN RESOLVER LOS PROBLEMAS DEL USUARIO**



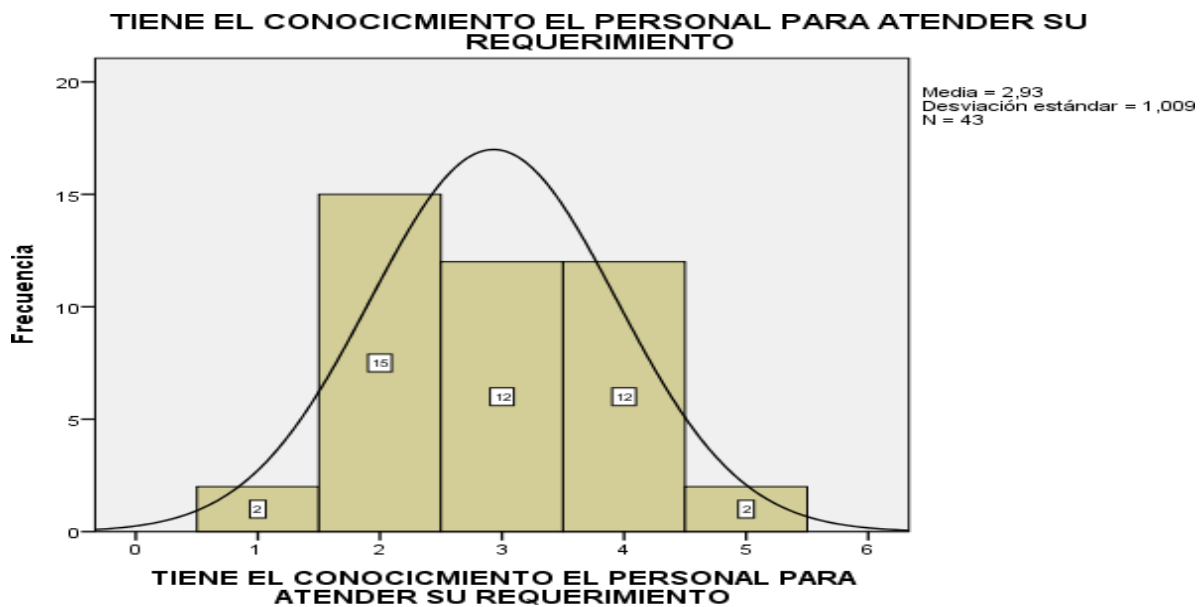
Interpretar:

Un 23.3 % estuvo de acuerdo con la predisposición del personal en resolver los problemas del usuario, pero un 27.9 % están Ni de acuerdo Ni desacuerdo, pero un 7% están Totalmente en Desacuerdo.

Tabla 12: El personal tiene el conocimiento en atender su requerimiento.

**12.- TIENE EL CONOCIMIENTO EL PERSONAL PARA ATENDER SU REQUERIMIENTO**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	2	4,7	4,7	4,7
	En Desacuerdo	15	34,9	34,9	39,5
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	12	27,9	27,9	67,4
	De Acuerdo	12	27,9	27,9	95,3
	Totalmente de Acuerdo	2	4,7	4,7	100,0
	Total	43	100,0	100,0	



Interpretar:

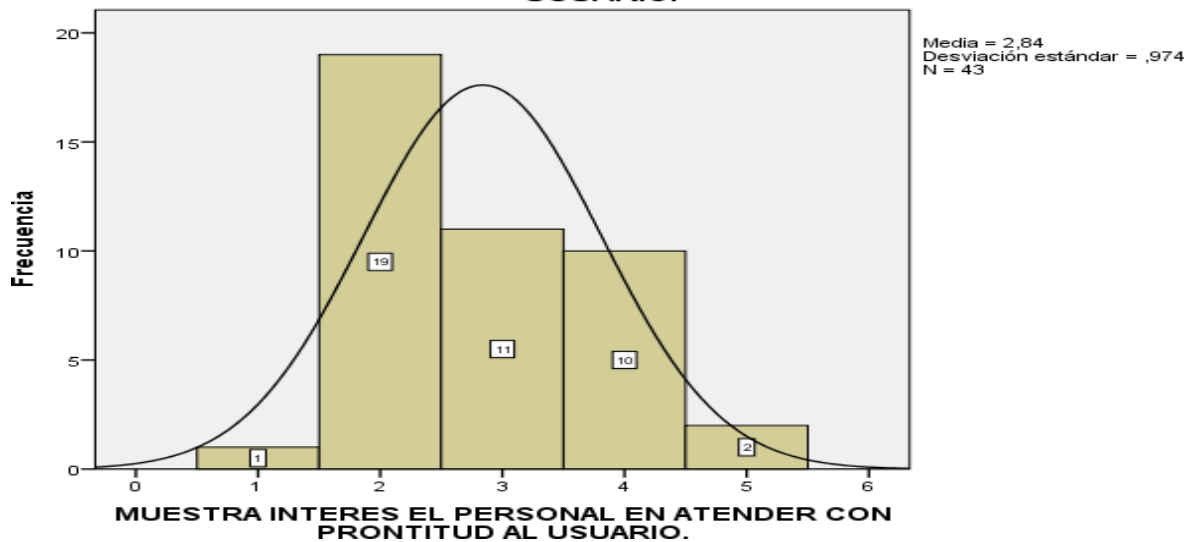
Un 27.9% de los colaboradores estuvo de Acuerdo que el personal está capacitado para atender el requerimiento del usuario, sin embargo, un 27.9% estuvo en Ni de acuerdo ni desacuerdo, pero el 4.7% están Totalmente en Desacuerdo.

Tabla13:El personal atiende con prontitud al usuario.

**13.- MUESTRA INTERES EL PERSONAL EN ATENDER CON PRONTITUD AL USUARIO.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	1	2,3	2,3	2,3
	En Desacuerdo	19	44,2	44,2	46,5
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	11	25,6	25,6	72,1
	De Acuerdo	10	23,3	23,3	95,3
	Totalmente de Acuerdo	2	4,7	4,7	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

**MUESTRA INTERES EL PERSONAL EN ATENDER CON PRONTITUD AL USUARIO.**



Interpretar:

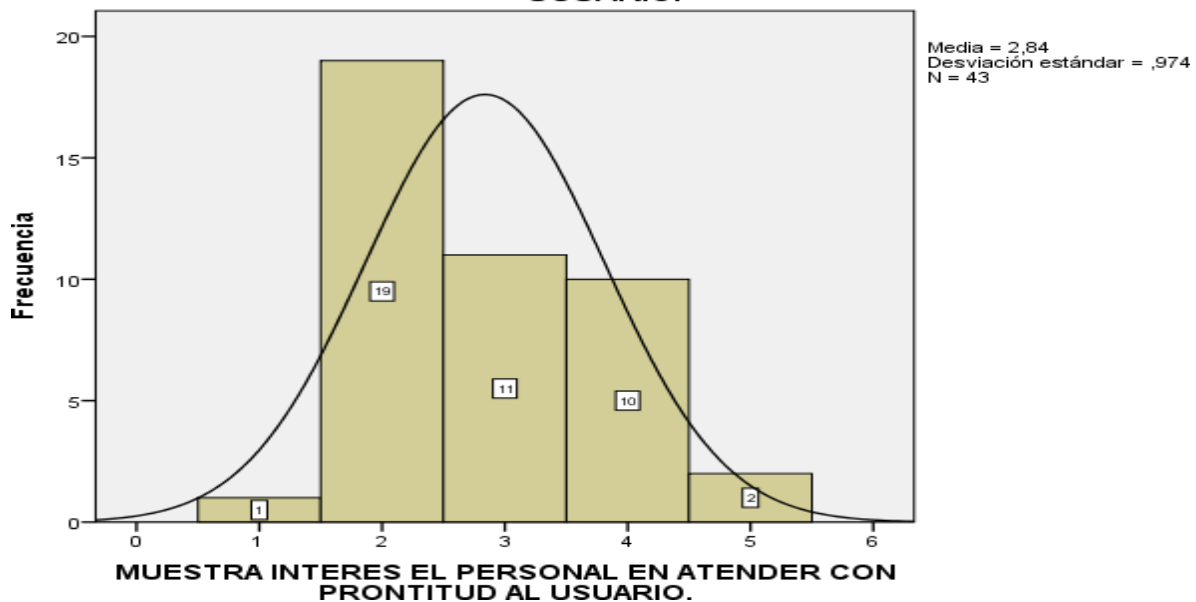
Un 23.3% de los colaboradores estuvo de Acuerdo con relación al personal en atender con prontitud al usuario, sin embargo, un 25.6% están en Ni de acuerdo ni En desacuerdo, solo el 2.3% están Totalmente en Desacuerdo.

Tabla 14: Atiende sus consultas en forma individual y eficiente.

**14.- EL PERSONAL ATIENDE SUS CONSULTAS EN FORMA INDIVIDUAL Y EFICIENTE**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	1	2,3	2,3	2,3
	En Desacuerdo	19	44,2	44,2	46,5
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	14	32,6	32,6	79,1
	De Acuerdo	7	16,3	16,3	95,3
	Totalmente de Acuerdo	2	4,7	4,7	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

**MUESTRA INTERES EL PERSONAL EN ATENDER CON PRONTITUD AL USUARIO.**



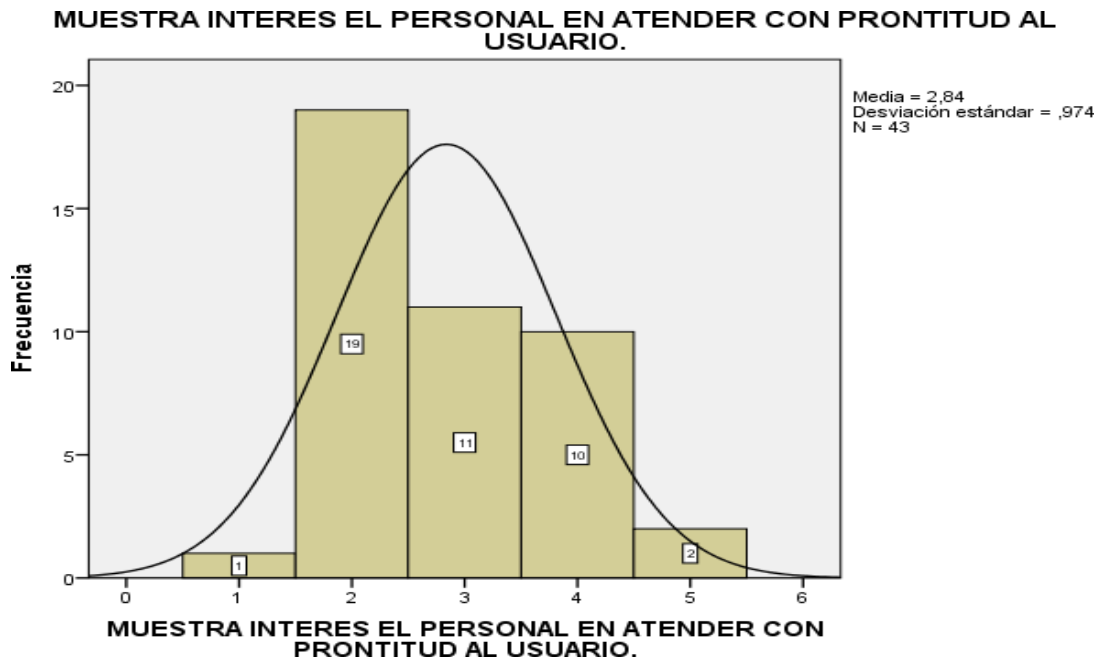
Interpretar:

Un 23.3% de los colaboradores estuvo de Acuerdo que el personal muestre en atender con prontitud al usuario, sin embargo, un 25.6% están Ni de acuerdo Ni Desacuerdo, pero tuvo un 2.3% que están Totalmente en Desacuerdo.

Tabla 15: El personal atiende con prontitud al usuario.

**MUESTRA INTERES EL PERSONAL EN ATENDER CON PRONTITUD AL USUARIO.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	1	2,3	2,3	2,3
	En Desacuerdo	19	44,2	44,2	46,5
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	11	25,6	25,6	72,1
	De Acuerdo	10	23,3	23,3	95,3
	Totalmente de Acuerdo	2	4,7	4,7	100,0
	Total	43	100,0	100,0	



Interpretar:

Un 23.3% de los colaboradores estuvo de Acuerdo con relación al personal en atender con prontitud al usuario, pero, sin embargo, un 25.6% de ellos están Ni de acuerdo No desacuerdo, solo el 2.3% están Totalmente en Desacuerdo.

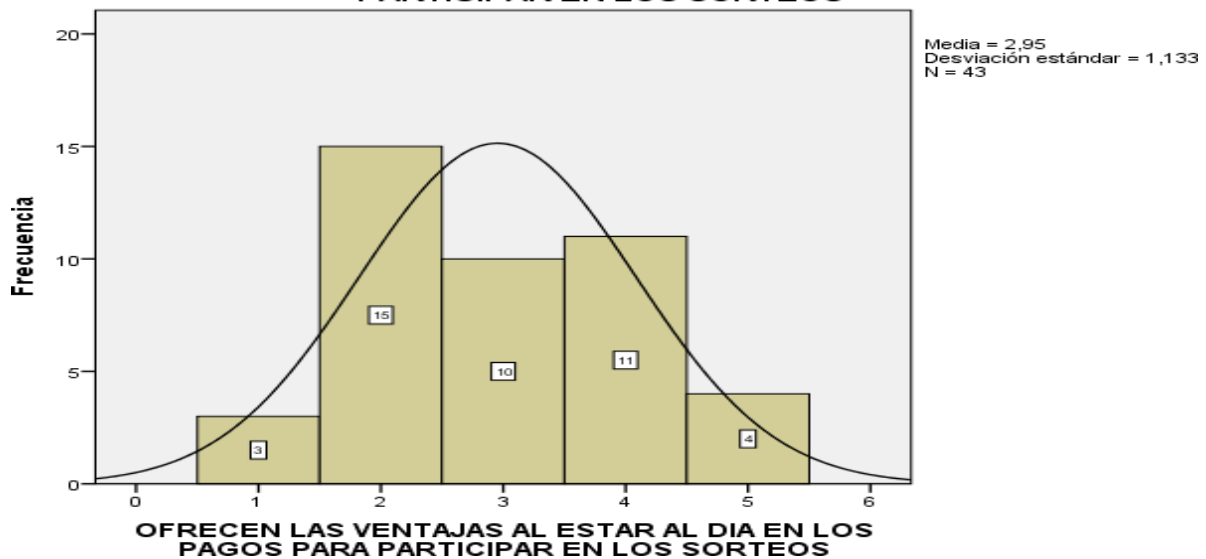


Tabla 16: Ventajas en estar al día en los pagos para participar en los sorteos.

**16.- OFRECEN LAS VENTAJAS AL ESTAR AL DIA EN LOS PAGOS PARA PARTICIPAR EN LOS SORTEOS**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	3	7,0	7,0	7,0
	En Desacuerdo	15	34,9	34,9	41,9
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	10	23,3	23,3	65,1
	De Acuerdo	11	25,6	25,6	90,7
	Totalmente de Acuerdo	4	9,3	9,3	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

**OFRECEN LAS VENTAJAS AL ESTAR AL DIA EN LOS PAGOS PARA PARTICIPAR EN LOS SORTEOS**



Interpretar:

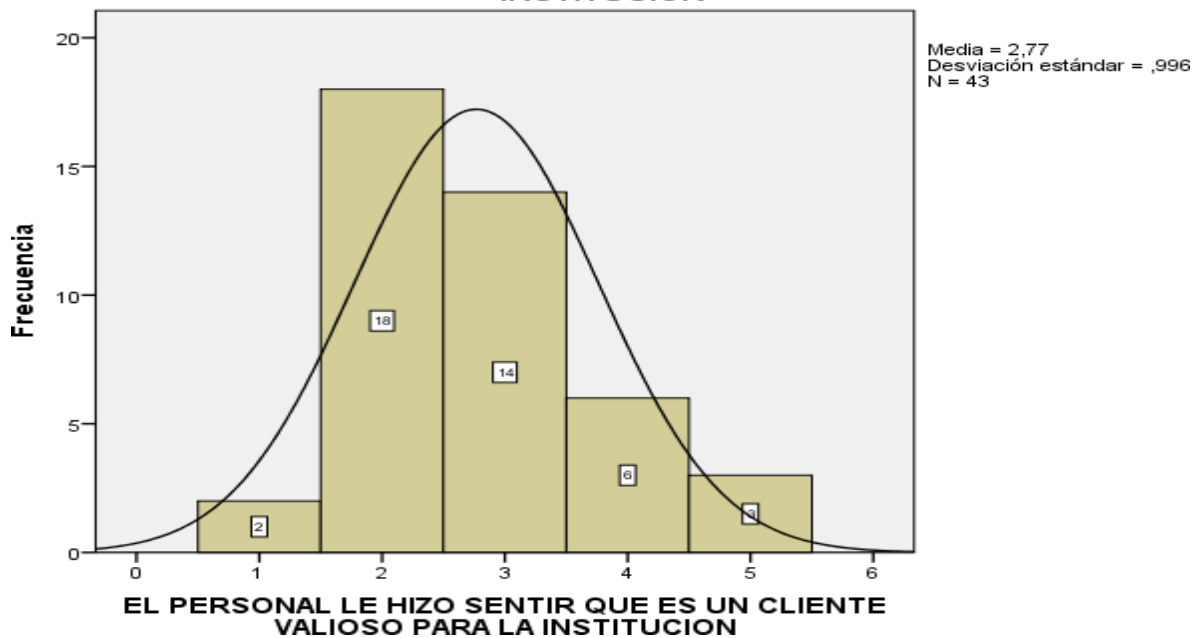
Un 25.6% de los colaboradores estuvo de acuerdo con relación a las ventajas al estar al día en los pagos para participar en los sorteos, sin embargo, el 23.3% de los usuarios están en Ni de acuerdo Ni desacuerdo, pero el 7% están Totalmente en Desacuerdo.

Tabla 17: El personal le hizo sentir que es un cliente valioso.

**17.- EL PERSONAL LE HIZO SENTIR QUE ES UN CLIENTE VALIOSO PARA LA INSTITUCIÓN**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	2	4,7	4,7	4,7
	En Desacuerdo	18	41,9	41,9	46,5
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	14	32,6	32,6	79,1
	De Acuerdo	6	14,0	14,0	93,0
	Totalmente de Acuerdo	3	7,0	7,0	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

**EL PERSONAL LE HIZO SENTIR QUE ES UN CLIENTE VALIOSO PARA LA INSTITUCIÓN**



Interpretar:

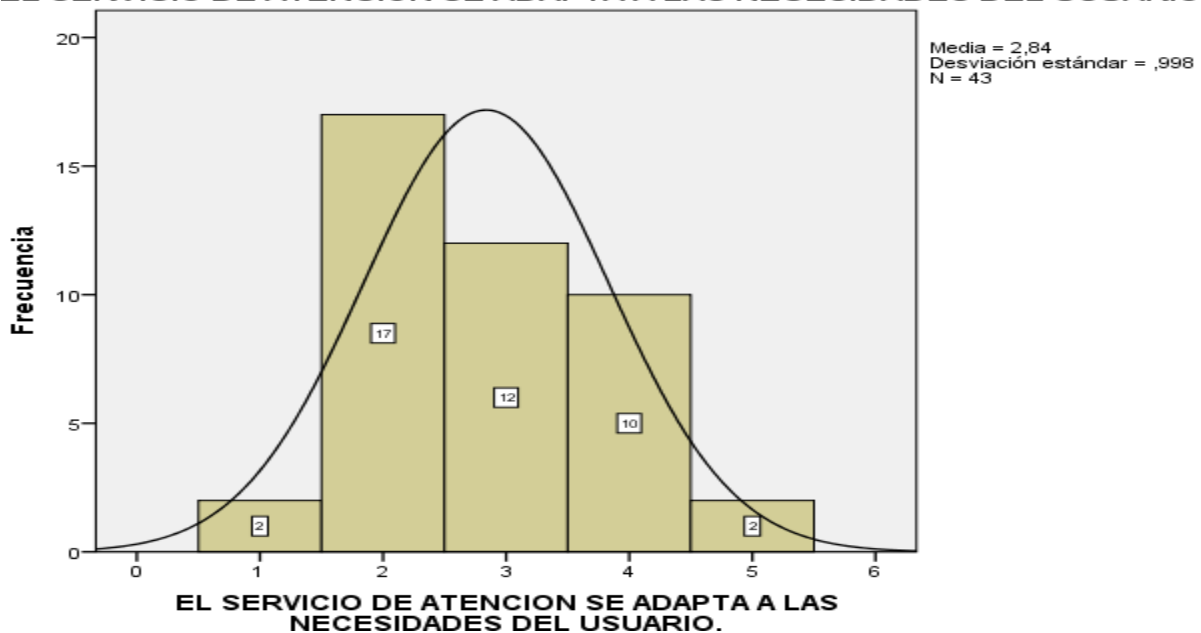
Un 14% de los usuarios están de Acuerdo que el cliente es valioso para la institución, sin embargo, un 32.6% de los usuarios están Ni de acuerdo Ni desacuerdo sin embargo el 4.7% están Totalmente en Desacuerdo.

Tabla 18: El servicio de atención se adapta a las necesidades del usuario.

**18.- EL SERVICIO DE ATENCIÓN SE ADAPTA A LAS NECESIDADES DEL USUARIO.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	2	4,7	4,7	4,7
	En Desacuerdo	17	39,5	39,5	44,2
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	12	27,9	27,9	72,1
	De Acuerdo	10	23,3	23,3	95,3
	Totalmente de Acuerdo	2	4,7	4,7	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

**EL SERVICIO DE ATENCIÓN SE ADAPTA A LAS NECESIDADES DEL USUARIO.**



Interpretar:

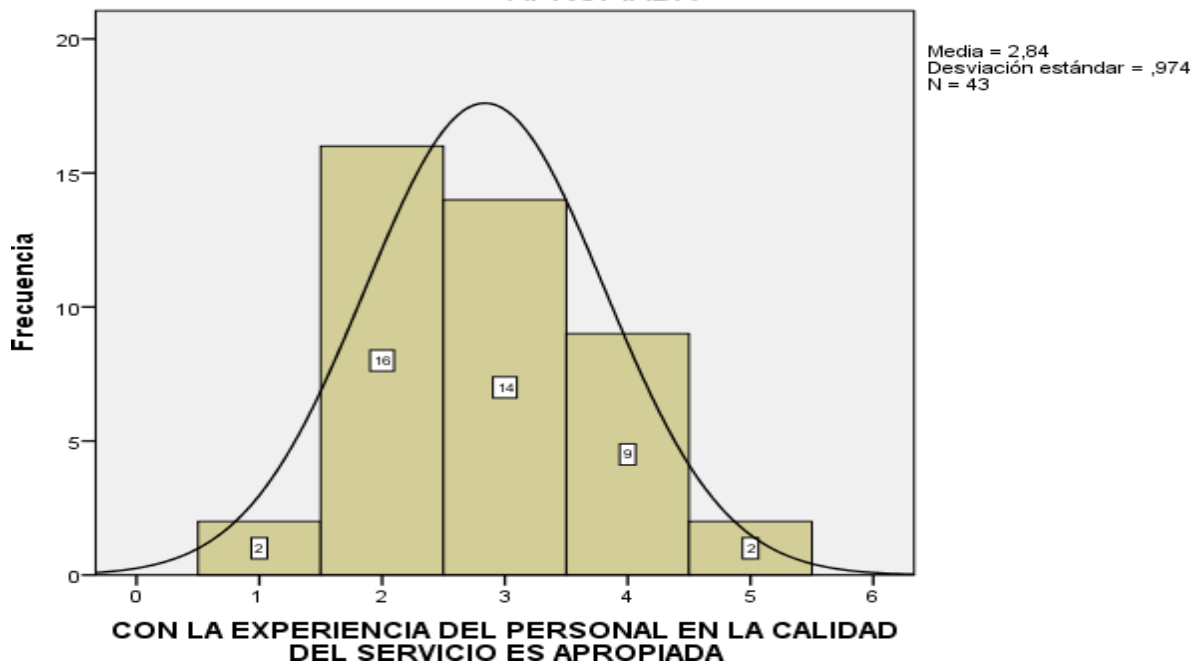
Un 23.3% de los colaboradores estuvo de Acuerdo con relación al servicio de atención que se adapta a las necesidades del usuario, sin embargo, un 27.95 están Ni de acuerdo Ni desacuerdo solo el 4.7% están Totalmente en Desacuerdo.

Tabla 19: La experiencia de la persona en la calidad del servicio.

**19.- LA EXPERIENCIA DEL PERSONAL EN LA CALIDAD DEL SERVICIO ES APROPIADA**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	2	4,7	4,7	4,7
	En Desacuerdo	16	37,2	37,2	41,9
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	14	32,6	32,6	74,4
	De Acuerdo	9	20,9	20,9	95,3
	Totalmente de Acuerdo	2	4,7	4,7	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

**CON LA EXPERIENCIA DEL PERSONAL EN LA CALIDAD DEL SERVICIO ES APROPIADA**



Interpretar:

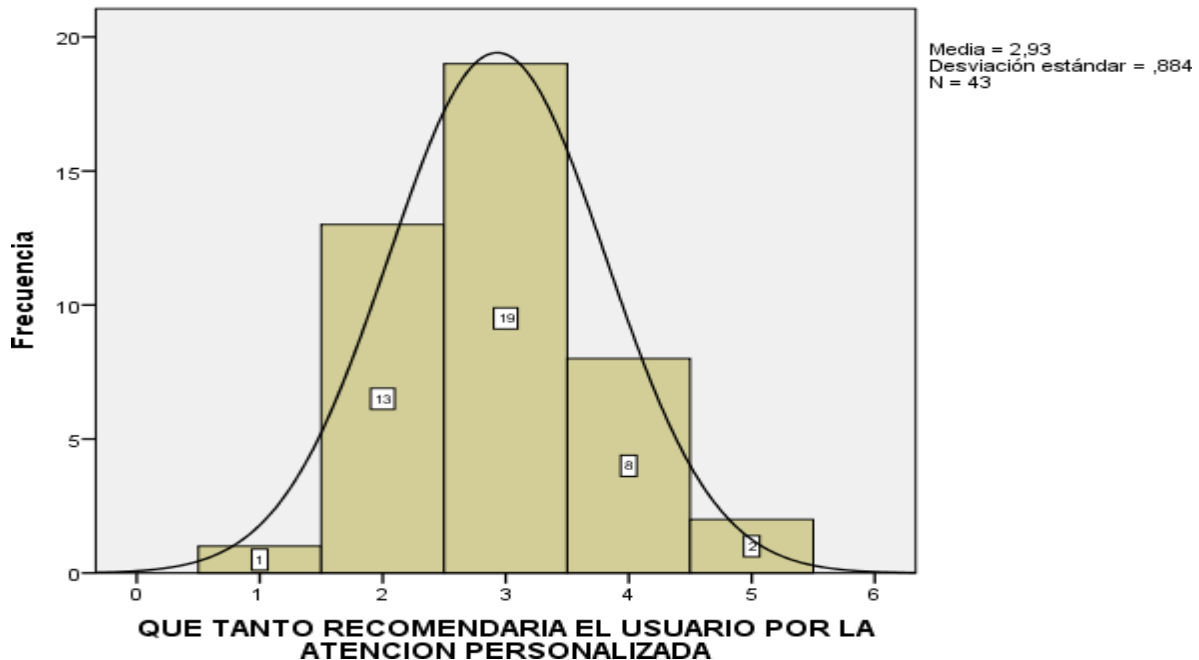
Un 20.7% de los colaboradores están de Acuerdo, con relación a la experiencia del personal en la calidad del servicio es apropiado, sin embargo, el 32.6% de los colaboradores están Ni de acuerdo Ni desacuerdo, solo el 4.7% están Totalmente en Desacuerdo.

Tabla 20: Recomendaría el usuario por la atención personalizada.

**20.-QUE TANTO RECOMENDARIA EL USUARIO POR LA ATENCIÓN PERSONALIZADA**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	1	2,3	2,3	2,3
	En Desacuerdo	13	30,2	30,2	32,6
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	19	44,2	44,2	76,7
	De Acuerdo	8	18,6	18,6	95,3
	Totalmente de Acuerdo	2	4,7	4,7	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

**QUE TANTO RECOMENDARIA EL USUARIO POR LA ATENCION PERSONALIZADA**



Interpretar:

Un 18.6% de los colaboradores estuvo de Acuerdo con relación al usuario por la atención personalizada, sin embargo, un 44.2% estuvieron Ni de acuerdo Ni desacuerdo solo el 2.3% estuvieron Totalmente en Desacuerdo.

