



**ESCUELA DE POSTGRADO**  
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**Nivel de satisfacción del usuario en el Poder Judicial de  
Sihuas-Ancash-2017**

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:  
Maestra en Gestión Pública**

**AUTORA**

Br. Yaquelin Lorena Valverde Marrufo

**ASESORA**

Mg. Sc. Patricia del Rocío Chavarry Ysla

**SECCIÓN**

Gestión Pública

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

Administración del Talento Humano

2017

---

Mg.  
Presidente

---

Mg.  
Secretario

---

Mg.  
Vocal

## **DEDICATORIA**

A mi madre Juana Elena Marrufo Caldas, que se encuentra en el cielo siempre iluminándome, protegiéndome y cuidándome, y a mi padre Yulfo Francisco Valverde Gavidia, por su fortaleza me contagia día a día, su dedicación con sus hijos, y su perseverancia.

Agradezco a Dios por nunca dejarme de lado.

Yaquelin Lorena Valverde Marrufo

## **AGRADECIMIENTO**

Esta tesis ha sido posible gracias a la Chavarry Ysla Patricia del Roció, mi profesora y asesora de Tesis en la Universidad César Vallejo por guiarme en la elaboración de este trabajo y a mis compañeros de clases por compartir sus opiniones permitiendo la culminación de esta investigación.

Al Mg. Sergio Benites Romero, por la orientación y asesoramiento constante.

La autora

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Yaquelin Lorena Valverde Marrufo, estudiante del Programa de maestría en con mención en Gestión Pública de la Escuela de Postgrado de la Universidad César Vallejo, identificado con DNI N° 45154967; con la tesis titulada “Nivel de satisfacción del usuario en el Poder Judicial de Sihuas-Ancash-2017”.

Declaro bajo juramento que:

- 1) La tesis es de mi autoría.
- 2) He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
- 3) La tesis no ha sido auto plagiada; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
- 4) Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada

De identificarse la falta de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar, autoplagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.

Chimbote, Julio 2017

---

Yaquelin Lorena Valverde Marrufo

45154967

## **PRESENTACIÓN**

Señores miembros del Jurado:

Se presenta la tesis titulada: “Nivel de satisfacción del usuario en el Poder Judicial de Sihuas-Ancash-2017”; realizada de conformidad con el Reglamento de Investigación de Postgrado vigente, para obtener el grado académico de Magíster en Gestión Pública.

El informe está conformado por seis capítulos: capítulo I, introducción; capítulo II, método; capítulo III, resultados; capítulo IV, discusión; capítulo V, conclusiones y capítulo VI, recomendaciones; además se incluye las referencias y el anexo correspondiente.

Se espera, que esta investigación concuerde con las exigencias establecidas por nuestra Universidad y merezca su aprobación.

La Autora

## ÍNDICE

Carátula	i
Página del Jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaración de autenticidad	v
Presentación	vi
Índice	vii
Resumen	ix
Abstract	x
I. INTRODUCCIÓN	11
1.1. Realidad problemática	12
1.2. Trabajos previos	15
1.3. Teorías relacionadas con el tema	21
1.4. Formulación del problema	55
1.5. Justificación del estudio	55
1.6. Objetivos	56
II. MÉTODO	58
2.1. Diseño de investigación	59
2.2. Variables, operacionalización	60
2.3. Población y muestra	61
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos validez y confiabilidad	62
2.5. Métodos de análisis de datos	63
2.6. Aspectos éticos	63
III. RESULTADOS	66
IV. DISCUSIÓN	73
V. CONCLUSIONES	79
VI. RECOMENDACIONES	81
VII. REFERENCIAS	83
ANEXOS	91

Anexo 1: Instrumentos	92
Validez de los instrumentos	93
Ficha técnica de los instrumentos	96
Confiabilidad de los instrumentos	96
Anexo 2: Matriz de consistencia	99
Anexo 3: Constancia emitida por la institución que acredite la realización del estudio	100
Plan de capacitación en la satisfacción del usuario en el Poder Judicial	102
Validaciones del Plan de Mejora	124
Base de datos	125

## RESUMEN

La presente investigación titulada “Nivel de satisfacción del usuario en el Poder Judicial de Sihuas-Ancash-2017” conforme a la línea de investigación denominada Administración del Talento Humano, además del esquema de la UCV.

El informe de investigación tuvo como finalidad determinar el nivel de satisfacción del usuario del Poder Judicial de Sihuas, Ancash, 2017. El tipo de estudio fue un diseño No Experimental. La muestra estuvo conformada los usuarios que acuden al Poder Judicial de Sihuas, Ancash, 2017 cuya cifra fue 59. Se utilizó la encuesta, en el caso del instrumento se empleó un cuestionario para medir la variable, los datos obtenidos se procesaron a través de la estadística descriptiva e inferencial por medio del programa SPSS versión 22. Los resultados permitieron establecer que el 69.5% de los trabajadores del Poder Judicial de Sihuas manifestaron una insatisfacción como usuarios, el 30.5% restante manifestaron una satisfacción como usuarios.

**Palabras claves:** Satisfacción, usuarios, satisfacción de usuarios

## **ABSTRACT**

This research entitled "Level of user satisfaction in the Judicial Branch of Sihuas-Ancash-2017" according to the line of research called Human Talent Management, in addition to the scheme of the UCV.

The purpose of the investigative report was to determine the user satisfaction level of the Judicial Branch of Sihuas, Ancash, 2017. The type of study was a Non-Experimental design. The sample consisted of users who came to the Judicial Branch of Sihuas, Ancash, 2017 whose number was 59. The survey was used, in the case of the instrument a questionnaire was used to measure the variable, the data obtained were processed through the Descriptive and inferential statistics through the SPSS version 22 program. The results allowed to establish that 69.5% of the workers of the Judicial Power of Sihuas expressed a dissatisfaction as users, the remaining 30.5% expressed satisfaction as users.

**Keywords::** Satisfaction, users, user satisfaction

# **CAPÍTULO I**

# **INTRODUCCIÓN**

## I. INTRODUCCION

A continuación un panorama contextualizado en torno a lo que acontece en la variable, en seguida los antecedentes más pertinentes en internet y bibliotecas, además del fundamento teórico para profundizar en ella mencionando a los especialistas más vigentes y citados. También se consignó la interrogante a modo de formulación, quedó justificada el estudio, quedó planteada la hipótesis y los respectivos objetivos.

### 1.1 Realidad problemática

La satisfacción del usuario, es la persecución que tiene el cliente para con una organización ya sea pública o privada, la cual le brinda un servicio, este tema entra en vital relevancia en la administración moderna puesto que el servicio que brinden las entidades del estado deben estar dirigidos a satisfacer la necesidades del consumidor en este caso administrado, los factores que intervienen para poder discernir el nivel alcanzado respecto a la satisfacción del usuario pueden ser la seguridad, empatía, capacidad de respuesta o infraestructura que le brinde la organización al administrado.

A nivel europeo las instituciones manejan un pensamiento orientado al cliente y a la real mejora en la calidad del servicio que recibe, se requirió total dedicación, esfuerzo y tiempo para que el proceso de transformación cultural se desarrolle, para superar los déficit de la insatisfacción del usuario se empezó a trabajar desde las entrañas de las organizaciones como es la cultura organizacional, la cual está constituida por el liderazgo, sus políticas, y valores y principios, como por la visión además de la misión de la institución, la implementación de este modelo se realizó en cascada a través de la creación de equipos de transformación o de cambio, la cual se empleó asesoramiento de consultores externos para evitar cualquier omisión ocasionada por la

dependencia, esta implementación orientada al cliente requiere de compromiso, dedicación y tiempo, la cual debe ser monitoreada, medida, controlada y tomar decisiones para mejorar el desempeño de los indicadores.(Chirinos, 2015, prr.6)

En Colombia unas de los grandes objetivos trazados es apuntar a que el usuario, ya sea de una institución pública o privada sea el mayor beneficiado al momento de que se le brinde un servicio, se quiere lograr los altos índices de insatisfacción de usuarios que se presentan en la mayoría de instituciones que brindan un servicio a la comunidad por eso se está implantando gradualmente el Customer Relationship Management (CRM) o mejor conocido como la Gestión de la relación con el cliente, en tanto herramienta que posibilita la accesibilidad de un estratégico conocimiento de los usuarios así como sus preferencias, cabe incluirse también un manejo eficiente en cuanto a la información de ellos al interior de la organización, buscando mejorar el uso de los recursos humanos y tecnológicos con el propósito de brindar un servicio más efectivo al usuario.( Montoya, 2012, p.19)

Dentro del contexto Nacional, se observa que la gran mayoría de instituciones públicas no están orientadas al servicio del administrado, y por ende no se brinda un servicio de calidad, en el año 2013 el Poder Judicial del Perú, realizo y aplicó una encuesta para estudiar lo satisfechos que están los distintos usuarios que acuden al Poder Judicial del Perú, dicho trabajo estuvo empeñado en la medición del nivel de lo satisfecho en cada usuario cuando acuden a la Corte Superior de Justicia Lima, Corte Suprema de Justicia y la Corte Superior de Justicia de Lima Norte, sobre los servicios que brindan dichas instituciones, los cuales arrojaron los siguientes resultados solo el 7% del total de los encuestados se encontraban satisfechos con el servicio brindado, un alarmante 86% se encontraban insatisfechos con los servicios brindados por dicha institución y un 7% ni satisfecho/satisfecho, estos números reflejan evidentemente que anda muy mal esta institución pública encargada de impartir justicia a los administrados, otros de los ítems a evaluar fue el tiempo que pasa

el usuario dentro de esta institución siendo el resultado el siguiente el 27 % pertenece hasta 30 minutos en la sede del Poder Judicial, un 30 % pertenece más de 30 minutos, y un 43% pertenece hasta más de una hora, este factor es influyente puesto a las largas colas, trabajadores que realizan sus labores de una forma muy lenta, conlleva a que el usuario se sienta insatisfecho, es evidente que existe un problema el cual se tiene que solucionar, los nuevos gestores deben estar enfocados soluciones en los organismos públicos, para los servicios que se brindan sean orientados a satisfacer las necesidades del administrado.(Vox Populi, 2013, p.21)

Dentro del Poder Judicial de Sihuas existe un varios factores que influyen para que el usuario no se sienta satisfecho al momento, en el que se le brinda un servicio dentro de esta institución, en el Poder Judicial de Sihuas llegan usuarios quechua-hablantes, y debido a que dicha institución no tiene personal que conozca el dialecto, limita al personal a que pueda brindar un buen servicio al usuario, por lo general no se les puede explicar bien ningún procedimiento interno que tiene que realizar, es entonces que los usuarios muestran su fastidio al no poder disipar sus dudas acerca de sus procesos judiciales; otro factor influyente que se observa es que la institución no cuenta con un personal de mesa de partes exclusivamente, a fin de que brinde un adecuado asesoramiento al usuario de los tramites que tiene que realizar, muchos de los trabajadores cumplen el rol de doble función a fin de cubrir ese espacio sobrante, este cumulo incidencia hace que el servicio al usuario no sea adecuado, cada vez que va al Poder Judicial de Sihuas salga insatisfecho con los servicios que brinda esta institución.

Asimismo el Poder Judicial de Sihuas se encuentra ubicado en el segundo y tercer piso de un local que estuvo diseñado para ser hotel, entonces eso genera que a las personas incapacitadas, y a las personas que acuden con sus bebes se les dificulte, debido a que las gradas son bien altas; por lo que el usuario se siente incómodo.

Se observa también en el Poder Judicial de Sihuas que los Jueces, debido a que son bien remunerados, y existe una marcada jerarquía vertical entre ellos y los auxiliares judiciales, se sienten dueños del Poder Judicial, y abusan de su cargo para indisponer al personal, esto genera que quienes laboran en el Juzgado de la Provincia de Sihuas, se sienta incómodo, no despliegue sus esfuerzos y labore como debe de ser; porque se siente que su trabajo no es valorado, esto genera el retraso de los procesos, y los usuarios se sienten descontentos.

## **1.2 Trabajos previos**

### **1.2.1. Internacionales**

Pascual, A. (2010) en su investigación de maestría “Satisfacción de los usuarios de Justicia ofrecidos por los órganos de impartición de justicia en México”, se desarrolló en México, que tuvo como muestra de estudio a los usuarios de 100 juzgados de la Corte de la Ciudad de México, como instrumento para recopilar los datos se utilizó un cuestionario; cuya conclusión obtenida afirmó que la gran mayoría de los usuarios de las distintos juzgados de la Corte de la Ciudad de México brindan un pésimo servicio, puesto que el usuario siente el mal trato, deficiente desempeño por los trabajadores de los juzgados, así como la demora en la atención brindada, percibiendo que existe una atención preferente para ricos y otro tipo de atención para pobres.

Morillo, M. (2011). En su Tesis de maestría “La calidad como servicio y la satisfacción de usuarios en instituciones financieras del municipio Libertador en el estado de Mérida”, se desarrolló en Venezuela, que tuvo como muestra de estudio a 384 usuarios de cada agencia que pertenece a los distintos subsistemas en el sistema financiero de Venezuela, su instrumento para

recolectar datos fue un cuestionario; llegando a la conclusión que la parte mayoritaria de usuarios en cada agencia bancaria no manifiestan de manera total su satisfacción, sino que la condición relacionada con cada nivel de la calidad del servicio es deficiente, derivado de ello quedó indicado que la más directa para incidir en lo que satisface al usuario es mejorando la calidad en el respectivo servicio.

Acevedo, G. (2011) en su investigación “Análisis de la satisfacción en usuarios en centros de salud considerados de primer nivel de atención ubicados en Córdoba, Argentina”, se desarrolló en Argentina, que tuvo como muestra de estudio a 185 usuarios de cada Centro de Salud de la Provincia de Córdoba, como instrumento para los datos se empleó un cuestionario; llegando a la conclusión que el 73,5% de los encuestados expresaron que una positiva forma de cada aspecto del servicio, como por ejemplo la buena comunicación e información, el respeto por el tiempo y el trato que se dedica para la atención, la mayor parte de los usuarios afirmó que se cuenta con lo necesario en cada centro de salud para la respectiva atención. El 89,2% manifestó sentirse muy equipados, para un 87% los centros lucen muy climatizados y en óptimas condiciones, en líneas generales los usuarios sienten un grado de satisfacción importante, porque sienten que el servicio que reciben es el mejor.

Gavilánez, F. (2012) tras su investigación “Estudio de satisfacción respecto a la calidad del servicio para medir la relación que existe entre el cliente externo e interno en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) en la Provincia del Guayas”, se desarrolló en Ecuador, que tuvo una muestra basada en la colaboración de 624 personas que laboran en dicho instituto llegando, el instrumento para recolectar datos fue el cuestionario; llegando a la conclusión que la gran parte de los usuarios encuestados (60%) se sienten insatisfechos por los servicio brindado por el instituto en mención, esto debido a varios factores organizativos que se presentan como el trato del personal que labora, siendo este un factor determinante para la percepción del usuario, que se siente

insatisfecho con el servicio brindado.

Rojas, J. (2015) en cuya investigación de maestría “Un Modelo de satisfacción de usuarios como herramienta de apoyo a la Gestión de una Municipalidad”, se desarrolló en Chile, que tuvo como muestra de estudio a 340 personas usuarias de la Municipalidad, su instrumento para recolectar datos que se utilizó para esta investigación fue el cuestionario; llegando a la conclusión que el factor organizacional es aquel que incide más en la satisfacción, por lo cual se tiene que delinear estrategias en específicos aspectos en que debe invertir el municipio; de la misma forma se establecieron criterios para la elaboración de una estrategia orientada a mejorar la imagen corporativa del municipio.

### **1.2.2. Nacionales**

Gildemeister, R. (2012) tras su Investigación “Calidad de atención y nivel de satisfacción de los usuarios en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos, Región la Libertad - 2012”, se desarrolló en Perú, que tuvo como muestra de estudio a 384 usuarios en la institución ya mencionada en la Región la Libertad, el instrumento de recolección de datos fue el cuestionario; llegando a la conclusión que existe una clara correlación entre las variables: calidad de atención y el nivel de satisfacción en los usuarios, ello evidencia notoriamente que existe dos grupos unos satisfechos y otros insatisfechos, las motivaciones que promueven cierta insatisfacción en los usuarios son por la demora de trámite, trato al usuario, colas largas; tiempo en respuesta a los trámites, causando cierta incomodidad en los usuarios.

Ruiz, E. (2012) tras su Investigación “La calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la empresa Hidrandina S.A., Huamachuco 2012”, se desarrolló en Perú, tuvo como muestra a 3200 usuarios domésticos de la

empresa Hidrandina, el instrumento utilizado fue el cuestionario, llegando a la conclusión que es normal el grado alcanzado de satisfacción en los usuarios, no es la mejor atención ni tampoco la peor es de manera regular, al recibir una buena atención por parte de la administración y la voluntad de atender de manera óptima por parte de todo el personal, se sentirán más satisfecho, es decir si el usuario recibe una mejor atención se sentirá más satisfecho si es lo contrario se sentirá insatisfecho.

Quispe, Edgar. (2015). En su Investigación “Calidad de atención en el servicio y su relación con la satisfacción de los usuarios en la Oficina Regional de Osinergmin, La Libertad 2015”, se desarrolló en Perú, tuvo como muestra de estudio a 517 usuarios de la Oficina Regional de Osinergmin, el instrumento utilizado fue el cuestionario, llegando a la conclusión que el trato brindado a los usuarios correspondió a un componente básico para otorgar un servicio bueno; solo el 14% percibe un trato regular, siendo el buen trato, la seguridad y predisposición son criterios principales, que pueden generar en los usuarios satisfacción; la razón que proporciona una insatisfacción mayor en los usuarios es la dificultad que tienen para identificar y poder hacer visible el soporte de carácter informativo; en líneas generales si se están cumpliendo los protocolos con lo referente en atención al cliente.

Tapia, M. (2016). En su Investigación “El capital intelectual factor elemental para la calidad de servicios y la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Provincial de Puno”, se desarrolló en Perú, que tuvo como muestra de estudio a 219 lugareños de la comuna provincial de Puno; llegando a la conclusión que en el estudio se determinó que existe influencia significativa de la gestión del capital intelectual en los niveles de satisfacción de los usuarios; es decir la satisfacción de los usuarios está sujeta a la calidad de atención en los servicios; demostrando que no existe una adecuada calidad de servicio y por tanto los niveles de insatisfacción son elevados. Asimismo la gestión del capital humano tiene una influencia negativa en los usuarios, dado que existen

notorios niveles de apatía e indiferencia en la atención que se brinda al público.

Aznarán, M. (2016) en el estudio “Influencia de la calidad del servicio en la satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital de El Porvenir”, se desarrolló en Perú, tuvo como muestreo probabilístico de 80 usuarios de la Municipalidad, el instrumento utilizado fue el cuestionario, llegando a la conclusión que en mayormente existen clientes satisfechos en lo referente al servicio que se brinda, ello ha demostrado que es influyente la calidad del servicio en el grado de satisfacción, de acuerdo pues al análisis general, los pobladores están muy satisfechos respecto a la calidad que se recibe en el servicio, la satisfacción del usuario se ha convertido en un importante indicador que otorga la entidad como un servicio bueno para la población.

### **1.2.3. Locales**

Cruz, H. (2014). En su investigación “Sistema de gestión de calidad para la satisfacción del usuario en el Área de Trámite Documentario de la Municipalidad Provincial del Santa - 2014”, se desarrolló en Perú, tuvo como muestra a 111 usuarios de la Municipalidad, el instrumento de estudio utilizado fue el cuestionario llegando a la conclusión que insertar el Sistema de Gestión de la Calidad en la comuna de la provincia del Santa constituye toda una estratégica decisión por parte de la organización cuyo propósito es el de la mejora de la calidad en cuanto a la atención destinada a usuarios, dicha consideración debe estar cada procedimiento de rigor al interior del Área de Trámite Documentario, su contribución no tendrá espacio a dudas respecto a la satisfacción de usuarios con todo lo referente al dinámico desarrollo de cada procedimiento administrativo.

Gloria, N. (2014) tras investigar con su tesis “Calidad de atención y satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital de Taricá, 2014”, se

desarrolló en Perú, tuvo como muestra a por 160 usuarios, el instrumento utilizado fue el cuestionario, llegando a la conclusión hay de manera concreta una significativa relación entre las variables calidad de atención así como la satisfacción del usuario, dependiendo de los trabajadores el nivel de calidad de servicio que le brinda al usuario, siendo este el participe directo para determinar si la institución como los trabajadores de esta tienen, un índice elevado en el desempeño laboral, influyendo directamente en el administrado

Vizcardo, F. (2014). En su investigación "Percepción de la calidad de atención y satisfacción del usuario de la Municipalidad de Huaraz, Ancash, 2014", se desarrolló en Perú, tuvo como muestra a 288 usuarios, el instrumento de utilizado fue el cuestionario, llegando a la conclusión que el nivel sobre la percepción en cuanto a calidad de atención en la comuna de Huaraz en Ancash (2014) ascendió hasta el 83% (239 usuarios), estos se ubican entre un nivel de regular y bueno, respecto a la calidad de atención, se le logró identificar entre los niveles de satisfacción como usuario de dicha comuna, cuyo representativo porcentaje comparado al 84% (242 de usuarios) se alcanza a ver entre el nivel de regular y bueno por sobre la satisfacción cuando son atendido y hasta en un 16% (46 usuarios) cuando están insatisfechos por la forma en que fueron atendidos.

Espinoza, L. (2015). En su investigación "Calidad del servicio y satisfacción del usuario en la Fiscalía Provincial Penal de Sihuas – 2015", se desarrolló en Perú, tuvo como muestra a 36 usuarios, el instrumento utilizado fue el cuestionario, llegando a la conclusión que hay relación clara entre calidad como servicio y satisfacción en el usuario que acude a la Fiscalía Provincial Penal en la ciudad de Sihuas, un 46.2 %, indicó que la relación es positiva moderada entre las variables y depende de considerable manera el tipo determinado de servicio brindado en dicha entidad para poder determinar la satisfacción del usuario que asiste diariamente a realizar trámites documentario.

Castillo, Y. (2015). En su investigación “Calidad de servicio de la SUNAT Chimbote y satisfacción del usuario MYPE acreditado en el 2014, Chimbote, 2015”, se desarrolló en Perú, tuvo como muestra a 151 MYPES de Chimbote, el instrumento utilizado fue el cuestionario, llegando a la conclusión que hay una significativa y directa relación entre la calidad como servicio que se da en SUNAT (Chimbote) y satisfacción en usuarios de las MYPES que cuentan con acreditación del 2014 al 2015. Por otro lado, la calidad del servicio que se ofrece en SUNAT resulta pésima y los usuarios de las MYPES con acreditación del 2014, no se encuentran satisfechos. Se comprobó asimismo que se conoció una significativa y directa relación entre las dimensiones de calidad (confiabilidad, seguridad, sensibilidad, tangibilidad y empatía) por parte de SUNAT en Chimbote y la satisfacción de como usuarios de MYPES con acreditación desde el 2014 al 2015.

### **1.3 Teorías relacionadas al tema**

Para definir la Satisfacción al Usuario, Pérez sostiene que:

[...] La satisfacción de un cliente se constituye en la clave para el aseguramiento de una calidad buena como servicio, consiste en lograr la satisfacción o superar las expectativas pertenecientes a los clientes en relación a una organización concreta, para ello se parte de la necesidad esclarecida que todo cliente espera, dicho sea de paso, cubre el nivel de bienestar esperado que se le ha de proporcionar. (2006, p.32).

Por su parte Gosso, define la Satisfacción al usuario como:

[...] Un estado anímico como resultado tras comparar las expectativas de los clientes y el servicio que se ofrece por una determinada empresa.

Cuando el resultado obtenido califica como neutro, implica que no se logró movilizar alguna positiva emoción en el cliente, ello conlleva a que la empresa reconsidere su accionar ya que se limitó a realizar actividades puntuales básicamente, ya que no se agregó valor añadido alguno al desempeño organizacional.(2008, p.25).

Entre las teorías de Pérez y Gosso existe una diferencia, si bien es cierto no es marcada pero se debe a que mientras el primero centra su estudio en que la satisfacción es lo que conlleva al éxito de una organización, debido a su buen funcionamiento porque está brindando calidad de servicio; el autor Gosso se centra en que la satisfacción es algo subjetivo que debe de generar bienestar en el cliente colmando sus expectativas; por ende ambas teorías están relacionadas porque lo primero genera lo segundo, es decir si una organización en este caso entidad pública brinda un buen servicio, va a generar la sensación de bienestar al cliente y/o usuario, logrando así que éste retorne, tenga buena opinión y concepto de la entidad pública.

Para conceptualizar Ribero, indica que:

[...] La satisfacción en cada usuario responde a un multidimensional concepto que es evaluado en forma individual en todos los distintos aspectos que se relacionan con la prioridad por la salud, por tanto, está constituido como un indicador respecto a la atención sanitaria ya que plantea el estado de la salud en función del cumplimiento con la agenda del usuario en cuanto a expectativas. (2003, p.52).

Lo que el autor Ribero en su teoría sobre la satisfacción, es completamente cierto en la medida que la satisfacción se evalúa de manera individual en distintos aspectos, en su caso el autor lo evaluó respecto a las personas que se sienten satisfechas en el Sector de Salud, por ende en el presente trabajo se evaluará la satisfacción del usuario dentro de una entidad pública, donde

se definirá a la satisfacción en todo usuario a una medición hecha a la atención de los servidores judiciales, la rapidez en el trámite de los proceso, y el buen trato, cumplan con las expectativas de los usuarios.

Para Miranda la Satisfacción del usuario, consiste en:

[...] En un cliente, su satisfacción consiste en un tema central correspondiente al marketing de servicios. La calidad por un servicio y la satisfacción que se desprende del mismo por un consumidor son vitales elementos para triunfar en cualquier mercado, es por ello que las organizaciones, cuentan siempre con la opinión del consumidor, precisamente estas buscan obtener una satisfacción mayor en los usuarios, ese objetivo es rector actualmente en los servicios públicos,. Las evaluaciones en usuarios han adquirido en su percepción mucha importancia en lo que respecta a procesos y servicios, investigaciones de este tipo identifican los criterios de los usuarios para sus evaluaciones en torno a la calidad de los servicios, son dimensiones que se relacionan en el mismo entorno en que acontece el servicio, además de las relaciones establecidas con los servidores. (2007, p.33).

El autor Miranda en su teoría se enmarca más a que la satisfacción del usuario es el éxito del mercado, sin embargo ésta técnica hoy en día también lo vienen usando las entidades privadas, debido a que siempre se encuentra a la salida del establecimiento un buzón donde se puede escribir sugerencias, esto ayuda a que la entidad reconozca sus debilidades y pueda mejorarlas, para que el usuario se sienta satisfecho; siendo muy importante y muy útil, en este sentido teniendo en cuenta está teoría sería bueno que en las entidades públicas también se aplique.

Para Sewell la Satisfacción del usuario:

[...] Referida al cumplimiento por los usuarios sobre sus expectativas, luego de haber establecido el consumo de un servicio, se trata de un importante aspecto que permite conocer todo lo ocurrido en su estadía en el respectivo lugar en que se prestó el servicio, considerando las instalaciones, el profesionalismo, el equipamiento e insumos, etc.(1993, p.73).

Según Zeithmal la Satisfacción del usuario significa:

[...] Lo experimentado como satisfacción de todo cliente está ligado en gran medida por lo percibido respecto al servicio o producto que obtiene de alguna forma, la satisfacción es la evaluación que realiza el cliente respecto de un producto o servicio, se trata de ver en detalle si se satisfizo o no dicho servicio o producto, de si respondió finalmente a las expectativas y necesidades; en caso de que no se haya cumplido con las expectativas y necesidades otorga como resultado una clara insatisfacción con el servicio o producto adquirido. (2008, p.112)

Existe un aporte desde Sewell y Zeithmal, el primero enfoca el punto de vista de satisfacción del usuario respecto a la infraestructura, el ambiente y la armonía que brinda una determinada organización o entidad, debido a que también son condiciones que generan satisfacción en el usuario; y el segundo enfoca su teoría de la satisfacción en que se da cuando el cliente evalúa en sí respecto al servicio o producto que respondió a las expectativas y necesidades, esto quiere decir que no depende mucho de la infraestructura que si bien son aspectos que influyen y ayudan para que se sienta satisfecho el cliente, mientras no responda a sus expectativas respecto al servicio solicitado no se sentirá completamente satisfecho.

Toda satisfacción en un cliente refleja una evaluación en su calidad de consumidor obre una específica transacción y a un consumo como experiencia (Curry, 2002, p.45).

Grado en que se cumplen las expectativas de un usuario por parte de la organización respecto a los servicios que esta ofrece” (Vargas, 2006, p.29)

### **1.3.2. Satisfacción del usuario**

La satisfacción de todo usuario constituye un importante indicador sobre la calidad de servicios, aunque debe reconocerse, esta resulta muy difícil de evaluar; se sabe que las medidas y los métodos para obtenerlas han demostrado una influencia cuando responden los usuarios. Cabe agregar que la satisfacción de todo usuario puede afectarse cuando se accede a los servicios o cuando se sucedan las repercusiones de estos, dicha afectación podría ser perjudicial si no llega a reflejarse la prestación de la atención como es debida (Wellington, 2010, p.56).

Para definir la satisfacción del usuario Lamb sostiene al respecto que:

[...] La satisfacción de un cliente equivale a la evaluación respecto de un servicio o bien consumido, el mismo da cuenta de si se ha cumplido con las expectativas y necesidades. Cuando no se satisface expectativas y necesidades el resultado es la insatisfacción en relación con el producto o el servicio. Procurar satisfacción a los actuales clientes resulta muy importante para congregar clientes nuevos. Cada día, las empresas adoptan fama de otorgar niveles altos de satisfacción al cliente haciendo cosas de diferente manera a la que estilan en la sociedad sus competidores. Es la alta dirección la que está involucrada con la satisfacción de clientes y comprometida con sus empleados al interior de la organización, es allí mismo en que se establece y comprende el vínculo entre los empleados y clientes que han de quedar satisfechos. La cultura organizacional, antes que vender lo suyo se orienta en mantener encantados a sus clientes, basa su principal estrategia en el crecimiento que proporciona a sus clientes la solución más conveniente a sus

problemas, básicamente se trata de imitar a compañías exitosas que han consolidado una íntima relación con los clientes. (2006, p.71).

Para conceptualizar la satisfacción del usuario, Ferrell menciona:

[...] Es clave atender la satisfacción del cliente si se desea retenerlos, si los clientes están satisfechos totalmente existe la probabilidad de que se transformen en leales clientes, más lejos aún es concretar se conviertan en seguidores de una marca, de una empresa y por ende de lo que esta vende. Las probabilidades se reducen si es que clientes ya satisfechos buscan o exploran posibles proveedores considerados como alternativos, pudiendo alejarse inclusive si además son menos sensibles a sus costos. Es necesario por tanto, procurar lo menos posible situación imprevista como las anteriores para que de ese modo clientes ya satisfechos no cambien a otra empresa entre los competidores. (2006, p.84).

El concepto de satisfacción del usuario, para los autores Lam y Ferrell, tiene mucha similitud, debido a que las organizaciones que tienen las mejores referencias de brindar un buen servicio y satisfacer a los usuarios ingenian cosas diferentes para que los clientes y/o usuarios se sientan contentos porque se llenaron todas sus expectativas, por lo que encuentran en ese lugar algo que no lo encontrarán en los otros lugares, es por eso que vuelven al mismo lugar haciéndose clientes exclusivos y leales; y además la organización también debe de centrarse en acaparar nuevos clientes, no sólo debe conformarse con los que ya los tiene; generando esto un alto índice en las estadísticas de que tal o cual organización cubre todas las necesidades y expectativas de sus clientes.

Para Ferrell, hay varias cosas que pueden hacer para manejar la satisfacción del cliente los cuales son:

[...] Entender que puede salir mal es trabajo de los gerentes, de manera particular por aquellos en los que recae el directo contacto con los clientes, han de procurar entender la infinidad de circunstancias que pueden resultar mal al intentar cubrir los deseos y necesidades de los clientes. Las mejores estrategias pueden peligrar al funcionar con los clientes si hay variables que no se prevén. Existen algunos factores que pueden considerarse como incontrolables, es necesario que los gerentes sean conscientes de esto y puedan preparar lo necesario y actuar siempre que les sea posible. (2006, p.87).

[...] Resulta clave poder enfocarse en cada aspecto controlable. es estar al pendiente de los factores incontrolables, hoy es posible concentrarse mucho en aspectos y detalles gracias a la mercadología, gracias a esta es posible el control más directo de dichos factores. Debe administrarse con rigor la calidad de todo producto bandera y derivado, la atmosfera, el servicio dado a clientes, sus experiencias, los precios, la distribución, la conveniencia y las promociones, todo ello es un esfuerzo para el aumento de participaciones por los clientes y el mantenimiento de leales relaciones. Resulta importante todo lo que el producto principal presente, allí radica la alta calidad, de no ser así, habrá para la empresa pocas probabilidades de satisfacer a sus clientes, menos aún poder mantener o desarrollar relaciones en el largo plazo con sus clientes. (2006, p.87).

[...] Sobre el manejo de expectativas que traen los clientes. Las expectativas son esenciales como parte fundamental para llegar a satisfacer a los clientes. No obstante, Sin embargo, las relaciones con un cliente deben administrarse, ello equivale a una gestión que va más allá de la promesa de aquello que únicamente se puede ofrecer. El manejo real de las expectativas para educar a un cliente recae en el mercadólogo, es necesario para conocer que tanto se sienten satisfechos

con los productos de una empresa. Los esfuerzos por lo descrito deben incluir capacitaciones sobre sus productos a fondo, implica la educación de clientes respecto a la obtención del servicio que es mejor para una empresa, hablarles a los clientes sobre lo disponible de sus programas de entrega y productos, ofrecerles consejos y alternativas para la mejora del servicio y la calidad. (2006, p.87).

[...] El ofrecimiento de garantías para satisfacer. Las empresas preocupadas por la satisfacer a sus clientes llevan a cabo respaldo de lo que se ofrece con miras a garantizar la satisfacción o la demanda de calidad por un producto. Algunos ofrecen beneficios diversos, por ello una empresa se esmera en alguna garantía que potencie la meta corporativa o la visión por la que los empleados se dedican a luchar por alcanzarla. Toda adecuada garantía es dentro del marketing una herramienta viable que puede utilizare cuando se desea una diferenciación sobre ofertas de productos que oferta una empresa., las garantías ayudan a los clientes a reducir el riesgo en sus compras hacia una empresa, de ese modo proporcionan un punto de apoyo en favor de los clientes cuando proceda de estos alguna queja. (2006, p.87).

[...] Facilitar quejas provenientes de clientes. En cifras, actualmente se supera el noventa por ciento de clientes insatisfechos que no se quejan nunca, prefieren irse a otra parte simplemente para dar sosiego a sus necesidades. Los mercadólogos, para superar dicho problema deben procurar se facilite las observaciones de clientes apelando al uso del teléfono, correo electrónico o físico, finalmente de manera presencial (en persona), toda empresa que agenda su preocupación por satisfacer a sus clientes logran convertir las quejas en un activo importante como esfuerzo de investigación continua. No basta sin embargo desarrollar un seguimiento de quejas, también debe - la empresa - mostrarse dispuesta a la escucha y actuación sobre rectificaciones de problemas que

involucren a clientes. Resulta muy probable en ocasiones que los clientes se quejen pero compren nuevamente, siempre y cuando la empresa gestione convenientemente las quejas. (2006, p.88).

[...] Creación de programas para reforzar lealtades. Consiste en una manera o formas que retiene a los clientes, de ese modo les ofrece incentivos en mérito a mantener a través del tiempo su condición de leales. Se trata de un tipo de programas utilizados desde hace tiempo por industrias hoteleras, de líneas aéreas y de tarjetas de crédito, en lo regular se adopta la forma como programas para gente que viaje con frecuencia, hay recompensas para los clientes que suman puntos por tranzar negocios con alguna empresa. Actualmente un programa de membrecías y lealtad existe por todas partes, como bancos, supermercados, restaurantes, hasta marcas pertenecientes como librerías, queda. Detrás de cada idea, el fundamento para la creación de lazos estructurales y financieros que ostenten vínculos con los clientes y el negocio. Cada programa de lealtad se solidifica también a modo de relaciones contractuales, tal es el caso de clubes de acondicionamiento físico o de salud y (2006, p.88).

[...] Conversión de la medición de la satisfacción de clientes en continua prioridad. Cuando se desconoce todo lo que un cliente necesita, quiere, o espera, lo demás es todo por entero una pérdida de tiempo. Todo continuo programa debe ser permanente en el estudio serio de la satisfacción de clientes, dicha práctica constituye ser de los más importantes fundamentos de la administración cuando se trata de relacionarse con clientes. (2006, p.88).

El autor Ferrell en su definición de satisfacción al usuario indica que hay varios factores que indican la satisfacción del cliente, hace referencia de que su un cliente se encuentra de mal humor no le satisfacerla nada, pues ya se encuentra mal

humorado y todo lo que acontezca le incomodará más, o no será percibido por el cliente como una buena atención para que sienta esa satisfacción; en este caso ni la mejor atención funcionará; asimismo refiere que las quejas de los clientes deben ser importantes para que la organización pueda mejorar para que rectifiquen los errores, siendo probable que el cliente retorne al percatarse que si toman en cuenta su opinión; y finalmente advierte que medir la satisfacción en clientes consiste en una continua prioridad, debido a que esto ayudará a manejar mejor la administración de la entidad con el cliente.

Para Zeithmal y Bitner para lograr la satisfacción hay formas hacia el usuario y son las siguientes:

- El producto ofrecido ha de ser de calidad: cuando se ofrece un producto, este debe contar con insumos de excelente calidad, debe contar con un atractivo diseño, que pueda en el tiempo ser durable, que pueda satisfacer gustos, necesidades y preferencias. (2000, p.76).
- Cumplimiento de lo que se ofrece: procura para contar en el producto con todas las prometedoras características publicitarias, promover efectividad en las promociones en ventas, el respeto en cada condición pactada y cumplimiento de cada plazo de entrega. (2000, p.76).
- Brindar un servicio que califique como bueno al cliente: debe ofrecerse una atención buena, un agradable ambiente, un amable trato, comodidad, un personalizado trato y una atención rápida.
- Brindar atención rápida: se trata de atender todo pedido, de entregar el debido producto, resolver los problemas al atenderse sin descuidar reclamos y quejas de clientes. (2000, p.77).
- Ofrecerse una personalizada atención: presentar las exclusivas promociones, un producto brindado debe satisfacer particulares necesidades, un mismo trabajador debe atender cada consulta de cualquier cliente. (2000, p.76).
- Debe resolverse reclamos, quejas y problemas en la atención,

procedimientos que deben caracterizarse por ser efectivos y rápidos. (2000, p.77).

- Debe brindarse servicios adicionales, los servicios adicionales brindados como la entrega de productos a domicilio, el servicio técnico por entero gratuito la instalación gratuita del producto, las garantías, etc. (2000, p.77).

Los autores Zeithmal y Bitner hacen referencia respecto a las formas de lograr la satisfacción del usuario, siendo siete las resaltantes entre ellas el hecho de resolver los reclamos de manera rápida toda vez que ello conllevará que el usuario y/ o cliente no se lleve una mala imagen de la entidad y se sienta insatisfecho.

### **1.3.2.1. Satisfacción**

Para definir a la Satisfacción Martínez-Tur y Peiró nos explica que:

[...] La psicología en tanto ciencia ha tenido mucha dedicación a los problemas respecto a la satisfacción. Hay una multiplicidad de teorías, metodológicas como aproximaciones y representaciones empíricas, las que confirman desde cuando finaliza el siglo xix y empieza el siglo xx, la satisfacción - insatisfacción es una relación dialéctica cuya importancia radica en comprender el comportamiento humano, dicha dialéctica constituye un verdadero núcleo que centraliza todos los esfuerzos de comprensión psicológica respecto al comportamiento y su dinámica. En caso de dudas que pudiera albergarse a partir de este hecho, se requeriría para disiparla una recordación con los nombres de James, Freud y Winsbagger, además de los de Maslow y Rogers, aún más recientes son la teoría de la programación neurolingüística o de las emociones intelectuales. (2001, p.58).

[...] La importancia de la satisfacción presente en cada sistema de regulación en el comportamiento humano resulta una compleja interrogante. Cabe decir al respecto que tradicionalmente se ha vinculado desde la psicología a la satisfacción definiéndola restringidamente del comportamiento, existen definiciones de mayor alcance desde los estudios usados más recientemente. (2001, p.58).

Los autores Martínez-Tur y Peiró centran el concepto de satisfacción indicando que el sentir esa sensación es un aspecto psicológico, debido a que la ciencia mencionada se ha encargado de estudiarla.

Para Martínez - Tur y Peiró conceptualiza la satisfacción de la siguiente manera:

[...] La satisfacción constituye una resultante propia de todo un proceso iniciado a partir del sujeto real y concreto, y que retorna al mismo, en ese sentido se está ante un genuino fenómeno subjetivo, enrumba desde su naturaleza y cruza su medición propiamente e interpreta - o no - su presencia. Para generar o producir satisfacción o insatisfacción, muchas veces se requiere al menos de alguna intencionalidad como un sentido en cada sujeto, se trata de realizar una causante acción como un resultado determinado que se valora como positivo aunque en ocasiones también como negativo.

Los autores Martínez-Tur y Peiró conceptualizan a la satisfacción como un aspecto netamente subjetivo en el cual, el usuario se va a sentir satisfecho siempre y cuando la acción causante de un determinado servicio va a ser valorado como positivo o negativo.

Para Zas indica por su parte que:

[...] La satisfacción, no está necesariamente dada sólo como un estado

individual o una sensación única, aunque debe su esencia por ello, se comprende el estado único o sensación irreplicable producida en los sujetos. Cabe precisar que se trata admitir un proceso intrasubjetivo e intersubjetivo complejo que se ha desarrollado en el tiempo. Comprende una evaluación que trasciende lo personal porque se extiende hasta lo social también, desde el otro y con él a la vez. Es extensiva la idea de concebirse como un sujeto perteneciente a grupos sociales que sienten de uno o varios modos. (2000, p.192)

El autor Zas conceptualiza a la satisfacción como algo que también se da desde el aspecto social, a diferencia autores Martínez-Tur y Peiró quienes lo conceptualizan como un aspecto subjetivo y personal; indicado que además de que la satisfacción es un aspecto individual y único también los usuarios pertenecen a grupos sociales debiendo evaluarse la satisfacción de manera grupal.

### **1.3.2.2. Usuario**

Para Lamb en su libro especifica que el usuario:

[...] Se ha mencionado que sobre la gestión de relaciones con el cliente en tanto estrategia que involucra un proceso, se administra cada interacción entre la organización y los clientes. El éxito deseado por las organizaciones impulsa a la identificación de clientes para rendir una rentabilidad potencial o alta en el mejor caso. El logro de esta tarea, obliga a recopilar cantidades grandes de información perteneciente a sus clientes, se almacena, se integra, así se cuenta con un almacenamiento de datos que luego se analizan para ubicar comunes elementos que produzcan segmentos que resulten similares, aunque diferentes a otros bloques o segmentos de clientes. (2006, p.139).

Por su parte Gosso establece que:

[...] Mayormente los casos ofrecen desconocimiento sobre su valor mensurable y objetivo como clientes. Hay confusión en muchos sobre la clasificación de clientes y el valor que portan, considerándolos en estricto con la envergadura económica que se adquiere a lo largo del tiempo en sus compras. Este concepto es erróneo y se debe al hecho de que las empresas valoran solamente a sus clientes a partir de lo que durante un tiempo determinado van a aportar, existe el riesgo de caer en una cultura de servicio dedicada a buscar clientes nuevos constantemente antes que a retener a los actuales. (2008, p.168).

El autor Gosso establece que el cliente que hoy en día viene a ser igual al usuario; refiere que a los clientes debe de retenerse con una buena atención, indicando que un grave error de las organizaciones o entidades es buscar cada vez nuevos clientes debido a que solo los valoran por un determinado tiempo.

La definición que nos da Kotler para el término usuario es:

[...] La formación del usuario ocurre mediante experiencias de anteriores compras, de consejos de compañeros y amigos, promesas de la marca, de información y la competencia. Cuando una empresa incrementa las expectativas demasiado, es posible insatisfacción por parte del cliente, aunque debe tenerse en cuenta que la empresa puede establecer expectativas muy bajas, no obtendrá captar clientes suficientes (de seguro podrá satisfacer a quienes decidan comprar). Existen empresas cuyo éxito está garantizado actualmente incrementan en los clientes sus expectativas y entregan servicios y productos que se ciñen a las mismas. (2006, p.166).

El autor Kotler hace referencia del término de usuario indicando que el usuario se

forma a través de recomendaciones, compras anteriores, en el caso de una entidad pública vendría a ser el usuario que requiera o necesite el servicio; además indica que la empresa en este caso la entidad pública deberá de ofrecer la expectativas que pueda cumplir para que el usuario se sienta satisfecho.

Hablar de clientes, trata en profundizar el conocimiento de lo que repercibe sobre servicios o productos resultantes como un proceso personal, tras seguir el intento por satisfacer las necesidades tomando en cuenta que de su aceptación depende su sobrevivencia (Lazzati, 2008, p.145)

Aquí el autor Lazzati es más específico respecto al concepto de cliente que es lo mismo que usuario, indicando que el cliente es la persona que va a recibir productos o servicios, en este caso, según el estudio que se realizará, será la entidad pública, quien brinde los productos y servicios, y esto dependerá del usuario se sienta satisfecho.

Para el desarrollo de tipo de usuarios Fernández señala que:

[...] Un cliente no se trata de cualquier persona que adquiere un servicio o producto de una organización o empresa. Generalmente se considera como clientes a consumidores fieles a un producto o marca. Se ha establecido una diferencia entre los dos tipos de clientela: Los clientes externos y clientes internos, todo se inicia en la idea de que los dos tipos de clientes han de sentir satisfacción concreta, aunque no únicamente en un servicio o producto, ya que implica un cúmulo de éstos, se trata de que sientan que son satisfechas sus necesidades. Resulta muy importante que las empresas proporcionen una atención buena a todos los clientes, consiste en una prioridad, es por ello que la satisfacción de necesidades en un cliente en cualquier negocio está en dirección con el éxito (2010, p.129).

El autor Fernández define los tipos de usuarios haciendo referencia de que existen clientes externos y clientes internos en una organización, empresa, y en el presente caso de estudios en una entidad pública; indica que sean usuarios internos o externos se le debe de brindar de igual manera sin hacer diferencias para que se puedan sentir satisfechos.

Las diferencias y características entre clientes externos e internos son las siguientes:

Para Fernández clientes externos son:

[...] Resultan ser aquellas personas quienes asisten a las organizaciones o empresas para comprar un servicio o producto, por ejemplo, adquirir alimentos, se utilizan medios de transporte, compra de automóviles, viajes, etc. Cuando ya se ha obtenido el servicio o producto deseado, ello se retribuye gracias al dinero y pagan los precios totalmente por un servicio o un producto que se ha recibido, eventualmente se puede abandonar al habitual proveedor en el caso que se considere que ya no es parte de sus gustos, sea porque ha cambiado la calidad de un servicio o sea porque existan diferentes y muchos proveedores dentro del mercado. Los tipos de clientes externos son muy diferentes: tal ocurre con el cliente minorista, el mayorista y los distribuidores. Cada uno de ellos tiene vínculos con la organización o empresa establece una atención y comunicación como forma muy diferente. (2010, p.132).

Por su parte Flores indica que los clientes internos son:

[...] Los clientes externos son personas caracterizadas por adquirir los servicios o productos que se ofrecen. Son ajenos o extraños a la organización, constituye además una fuente de ingresos que sostiene cada operación. No obstante, hay consideración a los clientes de una

organización a modo de un concepto más integral o amplio, podría decirse que se constituyen por todos los individuos cuyas decisiones han determinado la posibilidad como una organización próspera en el tiempo. (1992, p.161).

Se desprende del autor Fernández como del autor Flores, que los clientes externos son definidos como personas que asisten a las organizaciones y empresas para adquirir productos y servicios ofrecidos; siendo éstas personas ajenas las que con su elección a determinen el éxito de la empresa u organización.

Para Fernández clientes Internos son:

[...] Los clientes internos son todas las personas al interior de la organización o empresa que labora administrativamente mediante procesos productivos, de investigación, de almacenamiento o de dirección, por ello son considerados como clientes ya que necesitan el recibimiento de otros miembros o compañeros o de la organización o empresa, servicios o productos para seguir en la realización de su trabajo. No cancelan por dicho servicio o producto recibido, además también por su actividad laboral se les remunera. A los clientes externos se les considera como proveedores (lugar en el que compran), la empresa es el proveedor para los clientes internos, de ese modo pueden trabajar y recibir un salario. Ello constituye una diferencia fundamental, ya que a los clientes internos les resulta difícil mudar de lugar de trabajo, hasta mientras los clientes externos escogen voluntariamente en donde proveerse. (2010, p.132).

Por su parte Flores indica que los clientes internos son:

[...] Los clientes internos son individuos que trabajan al interior de la empresa

y posibilitan la producción de servicios o bienes. En cada departamento, unidad o área se sabe ser proveedor y cliente al mismo tiempo de servicios, ello garantiza en los procesos de trabajo que la calidad interna se refleje en lo que reciben quienes son considerados clientes externos. De ello se entiende que desde una organización las personas solicitan un servicio, ello equivale a pedir apoyo, buena disposición o colaboración para que accedan a lo que necesiten. (1992, p.161).

Los clientes internos para el autor Flores, son las personas que se encuentran inmersas dentro de la empresa, es decir laboran para la empresa, por ende buscar satisfacer a los clientes externos, por eso los clientes internos deberá de solicitar disposición de los clientes externos para que sientan satisfechos; y se logre el objetivo; tanto los clientes externos y en el caso de los internos juegan un gran papel para que el cliente se sienta satisfecho.

### **1.3.2.3. Dimensiones de la Satisfacción del Usuario**

Para Zeithmal y Bitner, (2008, p. 181) la evaluación del grado de satisfacción del usuario, se realiza bajo el tubo de satisfacción, que contempla los parámetros siguientes:

#### **a) Fiabilidad**

Consiste en la opinión que se forma el usuario sobre el grado de efectividad, promesa explícita o implícita respecto al servicio sanitario prestado por las instituciones” (Elías y Alvares, 1988, p.173).

Se define así a la habilidad de realizar un trabajo acordado como promesa de manera precisa y fiable. En este punto cobra especial importancia

las promesas de servicio que les hacen a los clientes, por ejemplo el cumplimiento en el tiempo de respuestas estimado, así como con las requeridas características del servicio. (Zeithmal y Bitner, 2008, p.181).

Los autores que vierten su opinión respecto a la fiabilidad, hacen una perfecta definición indicando que la fiabilidad de la dimensión de la satisfacción del usuario es la credibilidad de que el usuario sienta la confianza de que el servicio que le van a ofrecer va a cumplir de acuerdo a sus exigencias y se van a sentir satisfechos. Sus indicadores son:

- **Compromiso.** Entendido como la percepción respecto a la disposición para brindar el servicio que se requiere y cuando se le requiere.

- **Atención.** Predisposición para atender las expectativas y necesidades de los públicos en su calidad de consumidores.

## **b) Sensibilidad**

Consiste en las expectativas que poseen los usuarios de las instituciones comprometidas a proporcionar una atención en los más adecuados tiempos, es decir, comprende una cuota de respeto brindada respecto al tiempo que puede disponer un usuario (Elías y Alvares, 1988, p.173).

Se define a la voluntad que resulta percibida en los clientes y es referencial para poder ayudarlos en sus necesidades y en poder proporcionarles un rápido servicio. En este punto, básicamente se realiza la medición de la vocación real para servir a un cliente, antes que tenerlo como un problema (Zeithmal y Bitner, 2008, p.181).

En este aspecto de Sensibilidad según los autores se advierte que se da

en dos momentos el primero se da cuando la organización o entidad que va a realizar un servicio debe tener la vocación de servir, esto implica satisfacer y cumplir con sus expectativas al usuario; y en un segundo momento se da cuando el usuario desde un principio va a percibir y sentir que va a ser ayudado, y que va a solucionar y satisfacer sus necesidades. Sus indicadores son:

- **Tiempo.** Lapso disponible para acceder y consumir un determinado servicio como consumidor.

- **Atención preferencial.** Prestación especial de una marca para satisfacer expectativas o necesidades exigentes o muy particulares.

### **c) Tangibilidad**

Valoración posible por parte del usuario sobre aspectos de cualquier persona, además de pasar también por toda estructura en cada entidad prestadora (Elías y Alvares, 1988, p.173).

Se relacionan con el entorno precisamente en donde se presta un servicio. Se han de incluir las apreciaciones en torno a las instalaciones físicas, también los equipos que se ocupan en el servicio, cuenta siempre la apariencia que tiene el personal en la atención (Zeithmal y Bitner, 2008, p.181).

En el aspecto de la dimensión de tangibilidad los autores refieren que, se basa en la infraestructura de las instalaciones por ejemplo si una entidad no tiene la estructura adecuada, se encuentra en pésimas condiciones, el acceso es restringido, el personal que labora no se encuentre portando debidamente el uniforme, no existan los equipamientos necesarios para que realicen sus labores; los usuarios con el simple hecho de ingresar mostrarán su

incomodidad, más aún las personas discapacitadas originando que desde un principio se lleven una mala impresión, por ende se sientan insatisfechos a pesar de que se les haya brindado el servicio. Su indicador es la:

- **Comodidad.** Estado de complacencia y conformidad ante el goce de un servicio adquirido, constituye un estado experimentado en tiempo presente y del que se pueda dar testimonio durante o después del consumo.

#### **d) Aseguramiento**

Comprende una suma de aspectos que se relacionan al criterio de seguridad transmitido por la organización por su servicio conforme se ha solicitado. Se evalúa muchas cosas, entre estas, la competencia demostrada por el personal cuando resuelve cada problema, volviendo a la seguridad, esta deberá recibir una atención buena y además velará por su credibilidad por la institución (Zeithmal y Bitner, 2008, p.181).

Trata sobre la opinión con respecto al profesionalismo, la cortesía, y la seguridad que se brinda por parte de los actores del hecho asistencial propiamente en la institución (Elías y Alvares, 1988, p.173).

Respecto a la dimensión del aseguramiento lo que refieren los autores Zeithmal y Bitner es muy importante debido a que el personal que labora en un entidad debe ser competente y hacer sentir eso al usuario cumpliendo con sus necesidades brindándole buena atención para que el usuario se sienta satisfecho. Sus indicadores son:

- **Trato** Interacción contractual entre la marca y el consumidor, intercambio necesario para producirse el proceso de compra y venta, implica los instantes previos y posteriores a este.

- **Experiencia Personal.** Comportamiento del consumidor basado en su acercamiento a una marca y del cual ofrece una satisfacción por lo realizado.

#### **e) Empatía**

Es la opinión que se tiene de la comunicación, la accesibilidad y la comprensión que ocurre con cada usuario y lo toma en cuenta el personal en las instituciones (Elías y Alvares, 1988, p.173).

Se compone de varios factores que se relacionan con la capacidad de la organización para asumir eventualmente el lugar ajeno y poder facilitar el acceso a cada servicio de la institución. Es de importancia en ese sentido, acercarse a los clientes mediante todos los esfuerzos es elemental para comunicarse con él para conocer sus necesidades e inquietudes (Zeithmal y Bitner, 2008, p.181).

Respecto a ésta dimensión los autores explican que también es importante la empatía debido a que las personas que laboran en una entidad deben de ponerse en el lugar de los usuarios para que así puedan entenderles y brindarles el servicio que solicitan, siendo importante que exista un nexo de comunicación efectiva entre el usuario y los que laboran en la entidad, para que los trabajadores puedan mejorar sus debilidades respecto a la atención, y así se puedan llegar a cumplir con las expectativas del usuario y éste se pueda sentirse satisfecho. Su indicador es:

- **Preocupación.** Manifestación de atención tensa ante una incertidumbre corta o prolongada, muchas veces basado en las posibilidades de satisfacción.

#### **1.3.2.4. Medición de la Satisfacción del usuario**

Medición de lo que siente como satisfacción un cliente, por tanto resulta un principal indicador de la calidad en todo servicio. Dadas las propias características en un servicio, existe una relativa relación entre expectativas y percepciones por cada cliente de manera particular (Pérez, 2006, p.162).

El autor Pérez refiere que las percepciones de los usuarios es relativa esto quiere decir que, si varios usuarios acuden a una determinada entidad habrán usuarios que se sientan satisfechos y otros no, porque cada persona tiene diferentes expectativas y percepción, esto indica que habrá usuarios que no son tan exigentes y sientan que se han colmado con sus expectativas (sintiéndose satisfechos); y también habrán usuarios que tengan los niveles de expectativas más altos, que sean más exigentes y que no se sientan satisfechos; por todo lo indicado es necesario que la satisfacción del cliente se mida en base a cuestionarios, para que así la entidad pueda con exactitud según datos estadísticos medir el nivel de satisfacción al usuario, para que pueda saber si está brindando un buen servicio o no; y tomar las acciones pertinentes.

Para medir la satisfacción del usuario Pérez nos indica métodos de medición como:

[...] Cada método directo incluye desarrollar cuestionarios en cuyos análisis se posibilita el mejor conocimiento y acercamiento estrecho con la identificación de las expectativas y necesidades de los clientes. Métodos como los cuestionarios cualitativos o entrevistas sobre satisfacción. Resultan más eficaces los métodos más directos porque posibilitan recepcionar directamente información de clientes. Los buzones destinados a sugerencias brindan acceso como un sistema de reclamaciones y quejas que muestra una parte solamente de la percepción que se tiene de los clientes cuando reciben un servicio, no

obstante, se hace necesario su complementación con información otro de distinto tipo para realizar análisis adecuados. (2006, p.162).

[...] En el caso de los métodos indirectos, se trata de estructuradas y sistemáticas acciones que conllevan en las organizaciones para organizar la recopilación, el procesamiento, la evaluación y alcance de alternativas como soluciones en cada queja que tengan sus clientes, estos son: los buzones de sugerencias, el sistema de reclamaciones y quejas, reuniones con clientes, (2006, p.162).

El autor Pérez recalca dentro de los métodos directos para la medición de la satisfacción del usuario, como método efectivo debe crearse buzones de sugerencia para que así la entidad pueda darse cuenta de sus errores y del porque no se sienten satisfechos los usuarios para poder mejorar y replantear los servicios que brinda.

### **1.3.3. Poder Judicial de Sihuas**

El Poder de Justicia de Sihuas, Ancash, fue creada el 23 de enero de 1973, realizándose su instalación dos años más tarde, el 14 de febrero de 1975, Al Instalarse, en el año 1975, la Corte inició sus funciones en un local construido en la Avenida 28 de Julio S/N - Pingullo Alto -Sihuas; existiendo únicamente Juzgado Mixto de la Provincia de Sihuas, luego en el año 2010 al incrementarse el Juzgado de Paz Letrado de Sihuas, se trasladaron a otro local que está ubicado en el Jr. Nueve de enero S/N – Pingullo Alto-Sihuas, Provincia y Distrito de Sihuas, Departamento de Ancash.

### **Misión**

Enfrentar los desafíos de futuro con Magistrados competitivos,

comprometidos en el cambio en la lucha frontal contra la corrupción, transformación y modernidad, que nos garantice seguridad jurídica y confianza en la ciudadanía y en el cumplimiento de las metas de la descarga procesal. (Poder Judicial, 2017, prr.4).

## **Visión**

Ser un Poder Judicial real y efectivamente autónomo e independiente, moderno, accesible, eficiente, comprensible y oportuno, con capacidad de liderazgo de sus representantes y órgano de gobierno, con Magistrados probos, con mística e identificación institucional, que gocen de estabilidad y capacitación permanente.

Ser un Poder Judicial con óptimos recursos humanos, materiales, financieros y técnicos aportados en su debida oportunidad, con manejo propio e independiente de su presupuesto. (Poder Judicial, 2017, prr.5).

Se prioriza la mejora en la calidad del servicio en la administración de Justicia, pues amplia el acceso, se atiende de manera eficiente y eficaz cada proceso judicial tendiente a disminuir la sobrecarga procesal (Poder Judicial, 2017, prr.6).

### **Objetivos:**

Como objetivos debe fortalecerse la autonomía misma del Poder Judicial, así como la independencia de cada Magistrado, agréguese la mejora y ampliación de todo acceso a la justicia, se procura la modernización de toda la implementación necesaria de justicia, se pretende fortalecer el óptimo servicio al público litigante, la calidad de la justicia, la celeridad, el acceso, la predictibilidad, la transparencia y lucha contra la corrupción.(Poder Judicial, 2017, prr.7).

Estrategias:

Se busca la prioridad

- La accesibilidad a la justicia.
- Una confianza dentro del sistema judicial.
- Racionalización de la inversión de cada recurso a utilizar en cada proceso (Poder Judicial, 2017, prr.8).

Modernizar la estructura de la Corte Superior de Justicia de Pasco en seguida las acciones siguientes:

- Orientación de la institución disponible al servicio del ciudadano.
- Rompimiento de paradigmas tradicionales.
- Búsqueda por el equilibrio entre la demanda y la oferta de los servicios Judiciales (Poder Judicial, 2017, prr.9).

Promoción del incremento y productividad mediante:

- Racionalización de cada recurso humano.
- Una sistematización de procesos.
- La capacitación permanente y evaluación.
- Optimización el soporte técnico y administrativo apoyando a la función jurisdiccional. Búsqueda de la mejora en la infraestructura física de cada dependencia jurisdiccional y administrativa del Poder Judicial, gracias a las obras de rehabilitación, construcción y adecuación.(Poder Judicial, 2017, prr.10).

### **1.3.4. Capacitación al personal**

#### **1.3.4.1. Capacitación**

Para definir la capacitación, Chiavenato sostiene que:

[...] La capacitación constituye a corto plazo un proceso educativo, que

se aplica de manera organizada y sistemática, gracias a ella las personas han aprendido sobre actitudes, conocimientos y habilidades, en función a definidos objetivos. Capacitarse ha implicado la transmisión de específicos conocimientos muy relativos al trabajo, a las actitudes respecto a cuestiones de las tareas, de la organización, del ambiente y desarrollo de sus habilidades. (2000, p.195).

El autor Chiavenato define la capacitación como un proceso educativo, esto es interesante porque las personas que laboran en una entidad al encontrarse capacitadas de manera constante, realizarán mejor sus actividades, generando que los usuarios se sientan satisfechos y se les brinde una buena atención.

Para Bohlander el término capacitación:

[...] Asume que toda capacitación es un término que a menudo es utilizado para describir cualquiera esfuerzos que inician en una organización cuyo fin es el fomento del aprendizaje entre cada uno de sus miembros. No obstante, no pocos expertos han distinguido en la capacitación, un orientado y estrecho enfoque hacia cuestiones de desempeño a corto plazo, y desarrollo, el cual tiende a orientarse más rumbo a la ampliación de habilidades por persona con miras a las responsabilidades futuras. (2000, p.128)

Aquí el autor Bohlander conceptualiza al término capacitación como algo útil para fomentar aprendizaje; no obstante otros expertos indican que la capacitación está enfocada a la ampliación de habilidades, esto quiere decir que el aprendizaje ya lo tienen los trabajadores de la entidad y que solamente se van ampliar habilidades.

Para definir la capacitación Blum y Naylor, indica que:

[...] Un papel importante y decisivo es el que asume la capacitación ya que permite a cada trabajador adquirir, modificar y ampliar sus habilidades y conocimientos si desean desarrollar su trabajo, de manera adicional facilita el poder acoplarse adecuadamente en su respectivo lugar de trabajo, incluso de ser efectivo en involucrarse en el crecimiento por y para su departamento, esta es una práctica que sin lugar a dudar contribuye con el progreso organizacional. Es importante afirmar capacitarse no se limita a regirse o ceñirse al pragmatismo instruccional de una función o tarea a cumplir, también incluso en la búsqueda por adaptarse la persona integralmente al puesto de trabajo, en suma a toda la organización, por tanto un programa de capacitación procura encaminarse en el cumplimiento de las siguientes funciones: (2000, p.134).

Aquí los autores Blum y Naylor centran la definición de capacitación que ayuda a la adaptación de la persona a su centro laboral, y a su organización, entendiéndose que la capacitación se da cuando una persona recién ingresa a laborar a una entidad o cuando le cambian de área.

En primer lugar, se trata de una general orientación dentro de las rutinas, políticas y reglas de la compañía que han de esforzarse por incorporar en el empleado nuevo lo más rápido como pueda ser posible, de tal forma que sea posible sobreponerse al sentimiento de sentirse como un extraño. (Blum y Naylor, 2000, p.134).

[...] La función segunda está relacionada con la capacitación desarrollada en un específico trabajo y se tome el cumplimiento de las funciones de los nuevos trabajadores en cuenta, su adaptación y posterior desarrollo de actividades serían abrumadores en menor escala cuando inicie, de esa forma experimentan un estado en el ambiente con

mayor confianza, ello resultara en definitiva como un desempeño mucho mejor. (2000, p.134).

#### **1.3.4.2. Importancia de la capacitación del recurso humano**

Explicar lo importante que es la capacitación del recurso humano Mondy y Noe indican que:

[...]Existe una infinidad de necesidades en las organizaciones que deben cubrirse, el tamaño resulta lo de menos, ellas requieren de una buena planeación y organización, aunque necesitan sobre todo cada recurso humano para el logro de sus cometidos, sin empleados con capacitación, ni comprometidos no hay alguna organización que logre sus objetivos. (2005, p.142).

[...] Resulta una importante función de la administración en cuanto a recursos humanos su desarrollo de los mismos y ello consiste en apostar por la capacitación, pero además también en diferentes acciones de planeamiento y desarrollo las de cada carrera individual, así como el desarrollo organizacional y la propia evaluación del desempeño, por ser una actividad que resalta las necesidades de desarrollo y capacitación. Casi en todos los mercados, hay exigencia por una mayor calidad por los clientes, ello implica ciclos más rápidos y costos bajos, ello para satisfacer cada requerimiento, asimismo, las organizaciones procuran continuamente mejorar su desempeño general. Cuando un adelanto tecnológico es rápido se mejoran los procesos, cuentan con importantes factores que ayudan a las empresas al logro en este reto, no obstante, cabe precisar que la ventaja competitiva considerada como importante en toda empresa constituye su fuerza de trabajo, la misma que sigue siendo mediante el esfuerzo continuo de capacitaciones y desarrollo muy competente. (2005, p.142).

[...] El desarrollo y la capacitación optimizan los recursos humanos con disponibilidad en la empresa. En el corto plazo se le ayuda a tener resultados y en largo plazo se le facilita su adaptación a las exigencias cambiantes en el entorno. Entendida así la capacitación se convierte en estos términos en una importante orientación empresarial que ha de acompañarse con otros esfuerzos de cambio que la propia organización debe conducir hacia adelante. Para las organizaciones y empresas, la capacitación de trabajadores resulta vital en importancia ya que aporta en el desarrollo profesional y personal, además debe ser en un modo continuo y permanente, de manera que alcancen así todas las metas que se han trazado. (2005, p.143).

[...] La capacitación se debe dirigir al perfeccionamiento del trabajador en lo técnico para que dicho individuo se desempeñe con eficiencia en las funciones que se le asignen como la producción de resultados con calidad, ofrecer servicios excelentes a los clientes, solucionar y prevenir por anticipado los potenciales problemas al interior de la organización. (2005, p.143)

[...] Mediante la capacitación es posible orientar el perfil del trabajador conforme a la adecuación al perfil de quien conoce, posee habilidades y actitudes requeridos en cada puesto de trabajo, además debe aprovecharse en los empleados actuales el desarrollo de estos, así como disminuir su dependencia en relación al mercado hacia fuera del trabajo que hubiera. (2005, p.143).

#### **1.3.4.3. Objetivos de la capacitación**

Desde una concepción muy limitada, se considera el entrenamiento como un acto en el que aumenta la pericia y el conocimiento de todo empleado sobre

el desarrollo de un determinado trabajo o cargo (Flippo, 1970, p.98).

Por otra parte Gehee y Thayer señala que:

[...] Todo entrenamiento ha significado una especializada educación. Ha abarcado las actividades que empiezan desde la adquisición de habilidades motoras hasta la obtención del conocimiento técnico, el desarrollo de actitudes referentes a dificultades sociales, que proporcionan oportunidades a sus colaboradores en cada uno de los niveles, también en las aptitudes administrativas para obtener la conducta y la práctica requeridas por la organización. (1961, p.103).

Para Hoyler indica que:

[...] Al considerar que el entrenamiento es “una inversión empresarial destinada a capacitar un equipo de trabajo para reducir o eliminar la diferencia entre el desempeño actual y los objetivos y las realizaciones propuestas. En un sentido más amplio, el entrenamiento es un esfuerzo dirigido hacia el equipo, con la finalidad de que él mismo alcance los objetivos de la empresa de la manera más económica posible”. (Hoyler, 1970, p.121).

Para Dessler los principales objetivos del entrenamiento son:

[...] La preparación del personal para ejecutar de inmediato cada una de las diversas tareas asignadas, luego que alguna vacante se ha llenado sea mediante un proceso de promoción o selección, será siempre importante tener en cuenta que el colaborador nuevo debe asumir funciones y tareas propias al cargo, al interior de dicha organización. No importa lo profesional de la preparación o su experiencia en lo laboral en funciones parecidas, todo trabajo nuevo ha de representar un reto nuevo,

es por tanto fundamental la procura por el entrenamiento del empleado en cuanto al oportuno y adecuado manejo de los procedimientos, procesos y tareas asignadas. (1996, p.147).

[...] Las oportunidades en el caso del personal desarrollo continuo deben proporcionarse, tanto en el actual cargo, sino también en otras funciones en las cuales pueda ser considerada la persona, la capacitación tiene también un alcance de mediano y largo plazo, ya que permite al colaborador mantener un permanente proceso de crecimiento profesional, laboral y personal. De proceder así, será posible la visualización de oportunidades para su desarrollo sea en el área de trabajo como en cualquier parte de la organización. Desde una perspectiva psicológica existe todo un proceso de aprendizaje realizado correctamente pues se contribuirá con el fortalecimiento de las en cuanto a su autoestima. (1996, p.147).

[...] El cambio de las actitudes en las personas, sea bien para fomentar un mayor clima satisfactorio entre los empleados para el aumento de su motivación o convertirlos mucho más receptivos con las técnicas de gerencia y supervisión, no basta con la dotación de las herramientas, los conocimientos, las destrezas y las habilidades de los empleados para la garantía del éxito en el trabajo. Resulta fundamental la recordación de las personas para que respondan a los estímulos en el entorno con sus semejantes también. En el ámbito laboral, en cada organización por pequeña o grande que esta pueda ser tiene su cultura propia, con comportamientos y actitudes mayoritariamente aceptadas y compartidas. Se trata de una cultura organizacional presentada como un completo escenario desconocido y nuevo para el colaborador recién llegado, constituye uno de los fundamentales objetivos de la capacitación. La capacitación, de igual manera ayuda a contribuir en cuanto a modificar, cambiar o eliminar actitudes y comportamientos que puedan afectar el

clima laboral, se sabe que ello perjudica el desarrollo organizacional. (1996, p.148).

[...] La contribución en la disminución de costos de producción, la optimización de recursos, y la producción de mayores índices en cuanto a rentabilidad, contar con un calificado personal y entrenado para desarrollar las actividades diferentes en la organización, ello permitirá la optimización del manejo de los recursos tecnológicos y materiales. Gracias a la optimización se contribuirá en el hecho de disminuir cada costos de producción cuyo mayor reflejo se verá en índices mayores de rentabilidad para toda la organización. Cuando se haya definido los cuatro objetivos correspondientes al entrenamiento se podrá afirmar que el proceso inductivo fundamentalmente se persigue del entrenamiento su primer y tercer objetivo, por ello resulta ser necesario que todo trabajador conozca las responsabilidades y tareas que debe cumplirse en forma efectiva, también se asume como importante que se conozca el esquema conductual y actitudinal que dirige el porvenir de la organización. (1996, p.148).

#### **1.3.4.4. Contenido de la capacitación**

Para Chiavenato lo que ha de contener la capacitación puede considerar los cuatro tipos de cambio comportamental:

[...] Debe transmitirse la información, ya que el contenido se constituye como un esencial elemento en diferentes programas de capacitación, en concreto, se trata de la información impartida entre los educandos cuya forma se dirige como un cúmulo de conocimientos. La información es normalmente general, sobre el trabajo, de preferencia se debe procurar información respecto a los servicios y productos de la empresa, de las reglas, las políticas y los reglamentos de la organización, etc. Puede

también involucrarse la transformación de conocimientos nuevos. (2007, p.289).

[...] Desarrollar las habilidades, comprende que los diferentes trabajadores desarrollen todas aquellos conocimientos y destrezas que pueda ver en directo con el desarrollo de cada actividad cotidiana propia del cargo actual, incluyendo ocupaciones futuras posibles (Chiavenato, 2007, p.289).

[...] Modificaciones o desarrollo de conductas, se refiere en general a la apropiación de un esquema o plan de conductas que permitan una colaboración que favorezca un clima organizacional apropiado para que el trabajo se desarrolle. Hace referencia también en lo posible al cambio entre los trabajadores de actitudes dejando las negativas por otras más favorables. Finalmente, se establece poder adquirir hábitos nuevos y actitudes que hagan frente a las circunstancias y cambios que la organización atravieza. (2007, p.290).

[...] Desarrollar conceptos, el entrenamiento debe estar dirigido a la elevación del nivel de conceptualización y abstracción de pensamientos e ideas, cuyo propósito sea el de facilitar la aplicación conceptual en la práctica o se pueda generalizar principios que afecten a la organización en conjunto, está dirigido generalmente a gerentes y mandos intermedios. (2007, p.290).

#### **1.4 Formulación del problema**

¿Cuál es el nivel de satisfacción del usuario en el Poder Judicial de Sihuas, Anchas, 2017?

## 1.5 Justificación del estudio

El estudio presente fue conveniente porque determinó el nivel alcanzado de satisfacción en usuarios en el Poder Judicial de Sihuas y sirvió para que la entidad conozca la clase de servicio brindado a usuarios, basándose en qué nivel satisfacción se encuentren estos.

En cuanto a la relevancia social este estudio tendrá trascendencia para la sociedad porque permitirá mejorar el tipo de servicio brindado a usuarios que asisten al Poder Judicial de Sihuas, ya que "es importante acotar que hoy en día la sociedad global necesita profesionales formados en competencias porque en la selección que hacen las empresas se evalúa el desempeño de los egresados de las universidades"; urge alcanzar un perfil que se distinga por la competencia según Chávarry (2006).

Ayudará a resolver los bajos niveles alcanzados en cuanto a satisfacción en usuarios del Poder Judicial de Sihuas, las implicancias es que se obtendrá un modelo a seguir, para los demás organismos del Estado que presente el mismo problema lo puedan aplicar y poder mejorar el servicio brindado a usuarios.

Desde una perspectiva teórica, la satisfacción del usuario es un constructo muy estudiado dentro de la administración, siendo muy importantes en estos tiempos en que la administración está obligada a brindar una calidad en su servicio que pueda satisfacer las necesidades de la población, siendo un factor determinante para conocer si los empleados tienen un desempeño laboral acorde a las nuevas necesidades del administrado.

En cuanto a su utilidad metodológica, esta investigación creó un cuestionario para determinar el nivel real de satisfacción alcanzado en usuarios del Poder Judicial de Sihuas, y con la recolección y análisis de los

datos obtenidos conoció el verdadero nivel del usuario que asiste diariamente al Poder Judicial de Sihuas.

## **1.6 Objetivos**

### **General**

- ✓ Determinar el nivel de satisfacción del usuario del Poder Judicial de Sihuas, Ancash, 2017

### **Específicos**

- ✓ Identificar el nivel de satisfacción del usuario del Poder Judicial de Sihuas, Ancash, 2017.
- ✓ Identificar el nivel de satisfacción del usuario en su dimensión de fiabilidad del Poder Judicial de Sihuas, Ancash, 2017.
- ✓ Identificar el nivel de satisfacción del usuario en su dimensión de sensibilidad del Poder Judicial de Sihuas, Ancash, 2017.
- ✓ Identificar el nivel de satisfacción del usuario en su dimensión de tangibilidad del Poder Judicial de Sihuas, Ancash, 2017.
- ✓ Identificar el nivel de satisfacción del usuario en su dimensión de aseguramiento del Poder Judicial de Sihuas, Ancash, 2017.
- ✓ Identificar el nivel de satisfacción del usuario en su dimensión de empatía del Poder Judicial de Sihuas, Ancash, 2017.

- ✓ Diseñar un plan de capacitación a los trabajadores del Poder Judicial de Sihuas, Ancash, 2017.

## **CAPÍTULO II**

# **MÉTODO**

## II. MÉTODO

### 2.1 Diseño de investigación

Se empleó como diseño adecuado el denominado diseño descriptivo simple, ya que pretendió recoger información relacionada con lo considerado como objeto de estudio, se constituyó de una sola variable (Hernández, Fernández y Batista, 2006, p.154).

Gráfico:

M ----- O

Donde:

M: Usuarios del Poder Judicial de Sihuas

O: Satisfacción del usuario



## 2.2 Variables, operacionalización

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Satisfacción del Usuario	Constituye en el rendimiento laboral, es el actuar concreto que manifiesta un trabajador cuando efectúa sus funciones. (Wellington, 2010, p.56).	La variable será medida a través de un cuestionario construido por el investigador Ramírez Leytón Jesús Alberto, el cual contiene 15 ítems y las categorías: Malo [15 – 29], Regular [30 – 61], Bueno [62 – 75].	Fiabilidad	Compromiso	1, 2	Totalmente satisfecho Parcialmente satisfecho Ni satisfecho, ni insatisfecho Parcialmente insatisfecho Totalmente insatisfecho
				Atención	3	
			Sensibilidad	Tiempo	4,5	
				Atención preferencial	6	
			Tangibilidad	Comodidad	7, 8, 9	
			Aseguramiento	Trato	10-11	
				Experiencia Personal	12	
			Empatía	Preocupación	13, 14, 15	

## 2.3 Población y muestra

### Población

La Población en estudio se compuso por los usuarios que acuden al Poder Judicial de Sihuas, Ancash, 2017.

Tabla 1: Distribución de la población usuaria que acuden a mesa de partes del poder Judicial de Sihuas, Ancash, 2017.

Usuarios	N	%
Marzo	100	33.3%
Abril	95	31.7%
Mayo	105	35.0%
TOTAL	300	100%

Fuente: Mesa de partes del Poder Judicial de Sihuas

### Muestra

Para la población estudiada se ha calculó la muestra utilizando la siguiente formula:

Población (N) = 300

Proporción (p) = 50% = 0.50

Error (e) = 5%

Z → 0.95% = 1.96

$$n = \frac{Z^2 PQ N}{e^2(N-1) + Z^2 PQ}$$

$$n = \frac{1.96^2 (0.95) (0.05) (300)}{0.05^2(300-1) + 1.96^2(0.05)(0.95)}$$

$$n = \frac{54.7428}{0.929976}$$

$$n = 58.86$$
$$n = 59$$

Se consideró a 59 usuarios del Poder Judicial de Sihuas, Ancash, 2017.

**El criterio** que se utilizó fue el de **inclusión** dado que en la provincia de Sihuas existen 4 juzgados, por lo que se encuestaron a 14 usuarios del Juzgado Mixto, a 15 usuarios del Juzgado de Paz Letrado, a 15 usuarios del Juzgado Penal Unipersonal y a 15 usuarios del Juzgado de Investigación Preparatoria de la Provincia de Sihuas.

## 2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

### Técnica

La técnica utilizada fue la encuesta, siendo un proceso sistematizado para la solución de problemas prácticos, se seleccionó según el tema a investigar; el fin de este procedimiento fue indagar la opinión del sector de la población.

### Instrumento/s

Siendo su instrumento el cuestionario estructurado, que es un medio auxiliar para recoger y registrar datos. Las preguntas en esta investigación

fueron 15 preguntas, estuvieron relacionadas con la variable, sus dimensiones e indicadores estudiados en esta investigación. (Anexo 1).

El instrumento fue aplicado es una adaptación del investigador Ramírez Leytón Jesús Alberto.

### **Validez**

El instrumento fue validado por 03 expertos, quienes determinaron la adecuada elaboración del instrumento. (Anexo 2)

### **Confiabilidad**

Se realizó una prueba piloto y se eligió al azar a diez usuarios del Poder Judicial de Pomabamba, Ancash, 2017, y se determinó la confiabilidad, utilizando el Alfa de Cronbach. (Anexo 3)

## **2.5 Métodos de análisis de datos**

El procesamiento estadístico que se realizó fue mediante el software SPSS, se trató de un programa informático para labores estadísticas de mucho uso en las ciencias sociales y exactas (versión 22) fue necesario en las presentaciones, posterior análisis e interpretación de cada resultado final en la investigación

## **2.6 Aspectos éticos**

En el desarrollo de la investigación presente se ciñó a los principios o guías éticas generales de acción como son los principios señalados por Pallalazzani que son:

El Principio de autonomía:

Que ha establecido en la investigación una prioridad por la toma de

decisiones de criterios, de valores y preferencias de los sujetos estudiados, se les ofrece la información suficiente a los sujetos para que tomen una razonada decisión acerca de los costos y beneficios posibles por su participación sin incurrir en abuso alguno. (Pallalazzani, 1992, p.12)

El Principio de no maleficencia:

El cual tienen por obligación no dañar a otras personas anteponiendo algún beneficio” (Pallalazzani, 1992, p.12).

El Principio de beneficencia:

Referido al bien derivado tras la participación y consideración por los riesgos a los que se expone al lograr el beneficio social que es a la vez potencial en la investigación. Los valores contenidos deben medirse conforme a los principios de justicia y de autonomía, es necesaria si de tomar decisiones se trata (Pallalazzani, 1992, p.12)

El Principio de justicia:

Exigencia por el derecho a un trato con privacidad, con equidad, a alcanzar el anonimato y confidencialidad. Igualmente comprende la distribución de bienes sociales requeridos o que en la investigación se generen. (Pallalazzani, 1992, p.12)

Derecho a la libertad para voluntariamente conceder o no alguna participación sobre sí, aunque con la responsabilidad de que la elección esté en concordancia con su dignidad propia y con lo que el individuo sea; toda persona tiene consigo mismo un fuerte compromiso de respeto, puesto que ni la dignidad ni el valor se anteponen a los intereses de cualquier investigador. (Castañeda, 2013).

Asimismo también tiene como aspectos éticos:

El principio de Anonimato: No divulga la identidad del participante, dado que se con su asentimiento.

El principio de Confidencialidad: No se cometa los datos que fueron llenados por

el encuestado.

El principio de Beneficencia: No se puede hacer el bien a costo de un daño; por ende se respeta a la persona que es voluntaria para llenar la encuesta.

El Principio de Originalidad de la Información: Para evitar el plagio, se usa el Software TURNITIN, el cual acepta hasta el 25% de originalidad.

# **CAPÍTULO III**

# **RESULTADOS**

### III. RESULTADOS

**Tabla 1**

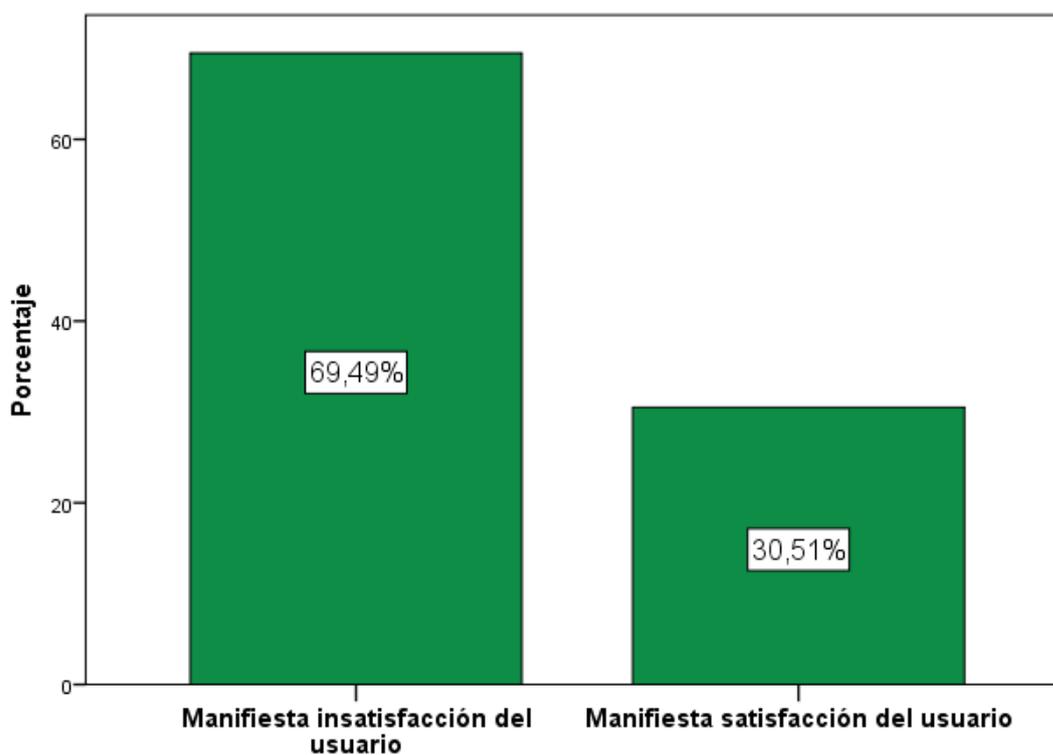
**Niveles de la satisfacción del usuario**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Manifiesta insatisfacción del usuario	41	69,5	69,5	69,5
	Manifiesta satisfacción del usuario	18	30,5	30,5	100,0
	Total	59	100,0	100,0	

**Fuente:** Trabajadores del Poder Judicial de Sihuas

**Figura 1**

**Niveles de la satisfacción del usuario**



**Interpretación:** El 69.5% de los trabajadores del Poder Judicial de Sihuas manifestaron una insatisfacción como usuarios, el 30.5% restante manifestaron una satisfacción como usuarios.

**Tabla 2**

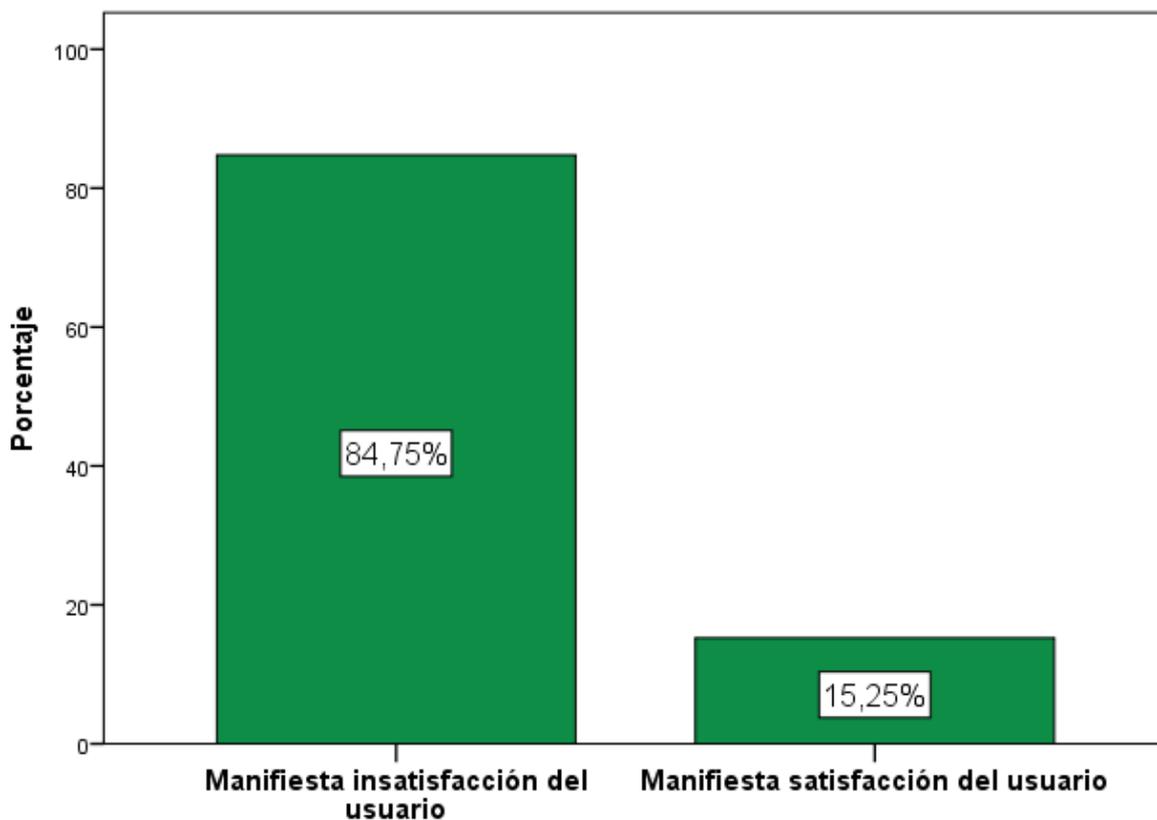
***Niveles de la satisfacción del usuario en la dimensión Fiabilidad***

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Manifiesta insatisfacción del usuario	50	84,7	84,7	84,7
	Manifiesta satisfacción del usuario	9	15,3	15,3	100,0
	Total	59	100,0	100,0	

**Fuente:** Trabajadores del Poder Judicial de Sihuas

**Figura 2**

***Niveles de la satisfacción del usuario en la dimensión Fiabilidad***



**Interpretación:** El 84.75% de los trabajadores del Poder Judicial de Sihuas manifestaron una insatisfacción como usuarios en la dimensión Fiabilidad, el 15.25% restante manifestaron una satisfacción como usuarios en dicha dimensión.

Tabla 3

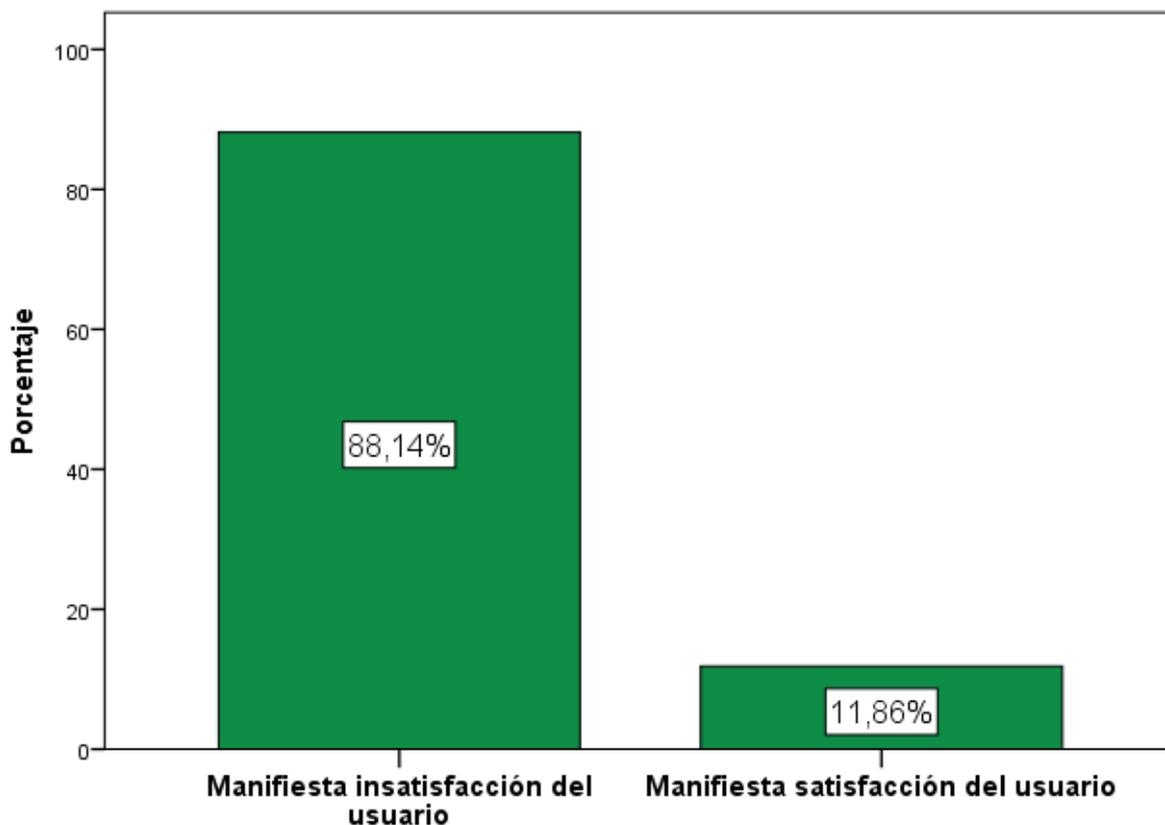
*Niveles de la satisfacción del usuario en la dimensión Sensibilidad*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Manifiesta insatisfacción del usuario	52	88,1	88,1	88,1
Manifiesta satisfacción del usuario	7	11,9	11,9	100,0
Total	59	100,0	100,0	

**Fuente:** Trabajadores del Poder Judicial de Sihuas

Figura 3

*Niveles de la satisfacción del usuario en la dimensión Sensibilidad*



**Interpretación:** El 88.14% de los trabajadores del Poder Judicial de Sihuas manifestaron una insatisfacción como usuarios en la dimensión Sensibilidad, el 11.86% restante manifestaron una satisfacción como usuarios en dicha dimensión.

Tabla 4

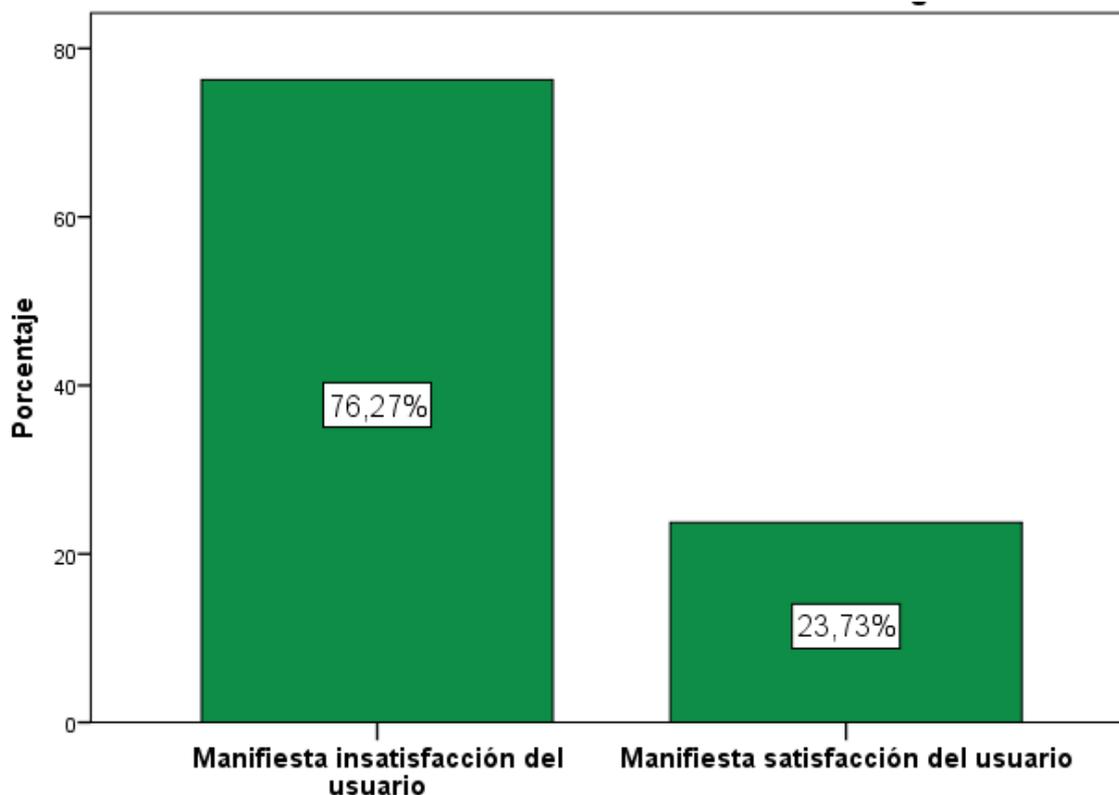
*Niveles de la satisfacción del usuario en la dimensión Tangibilidad*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Manifiesta insatisfacción del usuario	45	76,3	76,3	76,3
	Manifiesta satisfacción del usuario	14	23,7	23,7	100,0
	Total	59	100,0	100,0	

**Fuente:** Trabajadores del Poder Judicial de Sihuas

Figura 4

*Niveles de la satisfacción del usuario en la dimensión Tangibilidad*



**Interpretación:** El 76.27% de los trabajadores del Poder Judicial de Sihuas manifestaron una insatisfacción como usuarios en la dimensión Tangibilidad, el 23.73% restante manifestaron una satisfacción como usuarios en dicha dimensión.

Tabla 5

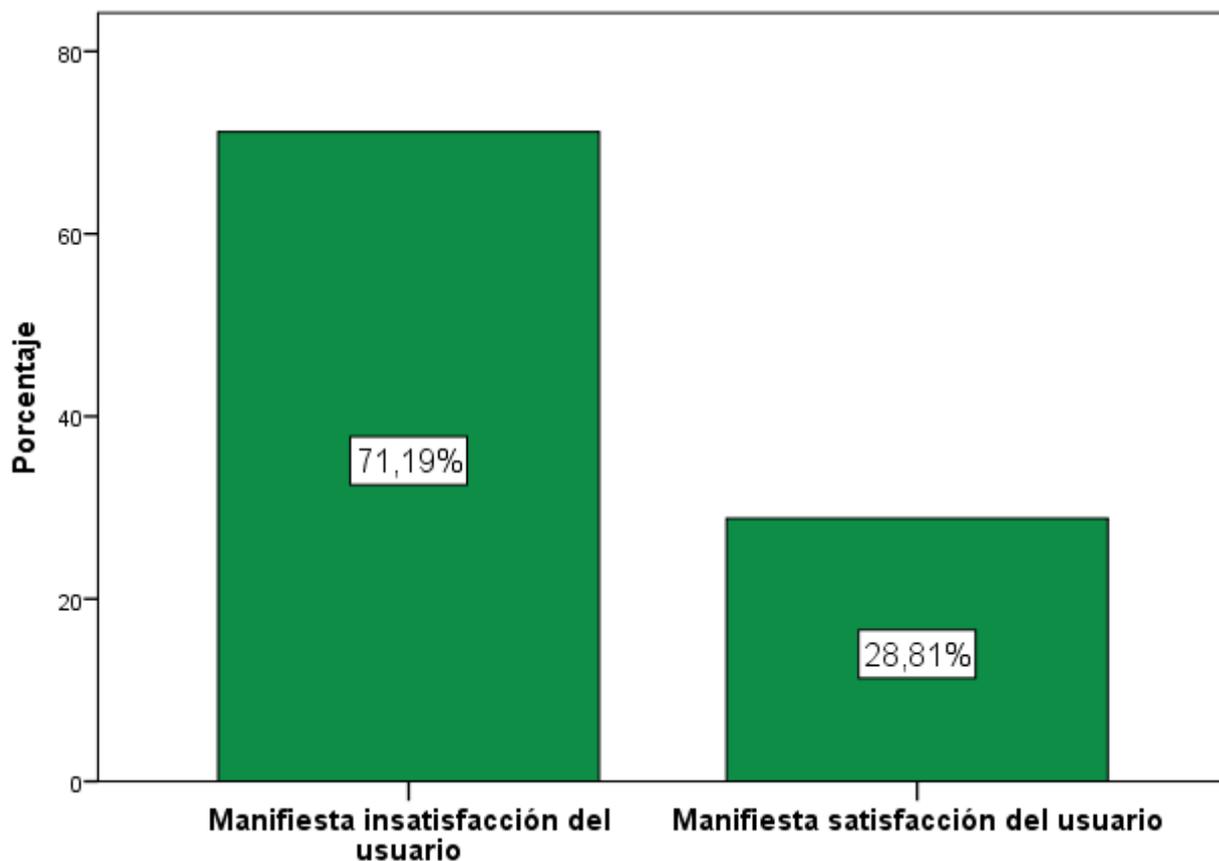
*Niveles de la satisfacción del usuario en la dimensión Aseguramiento*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Manifiesta insatisfacción del usuario	42	71,2	71,2	71,2
Manifiesta satisfacción del usuario	17	28,8	28,8	100,0
Total	59	100,0	100,0	

**Fuente:** Trabajadores del Poder Judicial de Sihuas

Figura 5

*Niveles de la satisfacción del usuario en la dimensión Aseguramiento*



**Interpretación:** El 71.19% de los trabajadores del Poder Judicial de Sihuas manifestaron una insatisfacción como usuarios en la dimensión Aseguramiento, el 28.81% restante manifestaron una satisfacción como usuarios en dicha dimensión.

Tabla 6

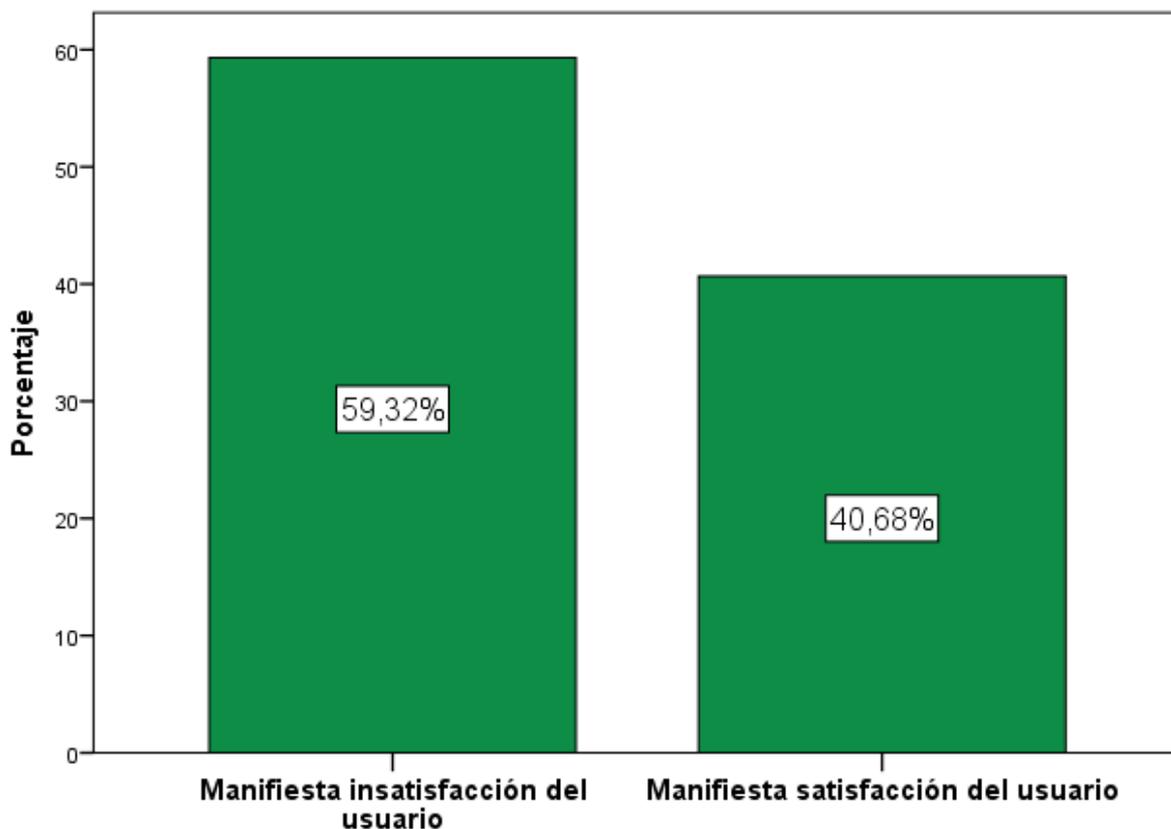
*Niveles de la satisfacción del usuario en la dimensión Empatía*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Manifiesta insatisfacción del usuario	35	59,3	59,3	59,3
Manifiesta satisfacción del usuario	24	40,7	40,7	100,0
Total	59	100,0	100,0	

**Fuente:** Trabajadores del Poder Judicial de Sihuas

Figura 6

*Niveles de la satisfacción del usuario en la dimensión Empatía*



**Interpretación:** El 59.3% de los trabajadores del Poder Judicial de Sihuas manifestaron una insatisfacción como usuarios en la dimensión Empatía, el 40.7% restante manifestaron una satisfacción como usuarios en dicha dimensión.

# **CAPÍTULO IV**

# **DISCUSIÓN**

#### IV. DISCUSIÓN

Desde el inicio del estudio el objetivo rector o general estableció la necesidad de determinar el nivel de satisfacción del usuario del Poder Judicial de Sihuas, Ancash, 2017, por ende, el trabajo estadístico se inició allí, por ello los resultados generales describen en la tabla N° 01, el 69.5% de los trabajadores del Poder Judicial de Sihuas manifestaron una insatisfacción como usuarios, el 30.5% restante manifestaron una satisfacción como usuarios, tales datos son parecidos respecto a los obtenidos por Pascual, A. (2010) en su tesis de maestría “Satisfacción de los usuarios de Justicia ofrecidos por los órganos de impartición de justicia en México”, que la gran mayoría de usuarios de las distintos juzgados de la Corte de la Ciudad de México brindan un pésimo servicio, puesto que el usuario siente el trato como crítico, por tanto es un deficiente desempeño por los trabajadores de los juzgados, así como la demora en la atención brindada, percibiendo que existe una atención preferente para ricos y otro tipo de atención para pobres.

Al respecto cabe comentarse las similitudes en el sentido de que se refleja una conocida percepción por muchos ciudadanos y no de ahora sino de antaño, ello revela una crisis institucional, lo que es muy similar a diversos sondeos de opinión que contrastados con los de la opinión pública se puede considerar los datos como una evidencia sólida.

Considerando que se planteó como primer objetivo específico: Identificar el nivel de satisfacción del usuario en su dimensión de fiabilidad del Poder Judicial de Sihuas, Ancash, 2017. En ese sentido, en la tabla N° 02, El 84.75% de los trabajadores del Poder Judicial de Sihuas manifestaron una insatisfacción como usuarios en la dimensión Fiabilidad, el 15.25% restante manifestaron una satisfacción como usuarios en dicha dimensión, estos resultados se asemejan a los obtenidos por Morillo, M. (2011). En cuyo estudio referente a la calidad del servicio e satisfacción en su condición de usuario, en dicho estudio se concluyó que la parte mayor de usuarios en el caso de las agencias bancarias no manifiestan su satisfacción totalmente, eso debido a que la asociada condición

con cada nivel de calidad en el servicio no es eficiente, se puede indicar que como procedimiento más directo para la incidencia en la satisfacción solo es posible si se eleva la calidad en el respectivo servicio.

Es preciso comentar que la fiabilidad es muy difícil de ganar, actualmente los ciudadanos no están dispuestos a confiar rápidamente, constituye un esfuerzo su conquista, incluso es de a pocos, precisamente esto ocurre por no saber preservar el nivel de promesa implícita o explícita, el de efectividad en el servicio respecto a lo sanitario que se presta en las instituciones” (Elías y Alvares, 1988, p.173). Urge medidas urgentes en el corto plazo para revertir este tipo de resultados.

Se planteó además un objetivo específico que estableció: Identificar el nivel de satisfacción del usuario en su dimensión de sensibilidad del Poder Judicial de Sihuas, Ancash, 2017, en mérito a ello, en el caso de la tabla N° 03, el 88.14% de los trabajadores del Poder Judicial de Sihuas manifestaron una insatisfacción como usuarios en la dimensión Sensibilidad, el 11.86% restante manifestaron una satisfacción como usuarios en dicha dimensión, datos muy similares a los obtenidos por Gavilánez, F. (2012) en cuya investigación que comprendió un estudio sobre la satisfacción respecto a la calidad alcanzada en el servicio para la medición en relación con el cliente externo y interno en la Dirección Provincial del Guayas en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), en el que concluyó que la gran parte de los usuarios encuestados (60%) se sienten insatisfechos por los servicio brindado por el instituto en mención, datos tan críticos son muy extendidos a nivel nacional, deben considerarse más estudios como el presente. Nuevamente los datos son deficitarios en ese sentido, se ofrece posibilidades de sustentar recomendaciones oportunas en el estudio.

Vale comentarse que los usuarios son muy sensibles, pues responden conforme se les trata, es claro que se requiere de expertos asesoren o se encarguen de la voluntad que se percibe en los clientes cuando son asistidos o ayudados en cada necesidad, así como en poder proveerles de un rápido servicio. En este punto, básicamente se realiza una medición de la vocación real

cuando se sirve un cliente, pues es un problema si no se le observa (Zeithmal y Bitner, 2008, p.181).

Respecto al objetivo específico que estableció Identificar el nivel de satisfacción del usuario en su dimensión de tangibilidad del Poder Judicial de Sihuas, Ancash, 2017, cabe referir que en la tabla N° 04, el 76.27% de los trabajadores del Poder Judicial de Sihuas manifestaron una insatisfacción como usuarios en la dimensión Tangibilidad, el 23.73% restante manifestaron una satisfacción como usuarios en dicha dimensión, en este caso se trata de datos que se parecen a los obtenidos por Espinoza, L. (2015) en su investigación sobre la calidad en el servicio y la satisfacción en usuarios de la Fiscalía Provincial Penal de Sihuas en el año 2015, allí se evidenció una satisfacción moderada que asciende a 46.2%, ello indica que existe una correlación positiva aunque moderada entre las variables, dependiendo de manera considerable el tipo de servicio que se brinda en ese establecimiento para poder determinar la satisfacción del usuario que asiste diariamente a realizar trámites documentario.

De lo anterior se desprende que los usuarios son muy observadores respecto a lo concreto que se ofrece, sin embargo resulta crítica la valoración percibida por parte del usuario en lo que respecta al aspecto de la estructura en la entidad prestadora y el de las personas tal como lo han establecido Elías y Alvares (1988, p.173).

La preocupación en la investigación conllevó a plantear otro objetivo específico más, el de identificar el nivel de satisfacción del usuario en su dimensión de aseguramiento del Poder Judicial de Sihuas, Ancash, 2017. En la tabla N° 05, el 71.19% de los trabajadores del Poder Judicial de Sihuas manifestaron una insatisfacción como usuarios en la dimensión Aseguramiento, el 28.81% restante manifestaron una satisfacción como usuarios en dicha dimensión, tales datos son críticos pues, los usuarios acceden por necesidad a servicios de justicia y no perciben una garantía de los procesos, por tanto, son considerados como lamentables los factores que se relacionan a la seguridad transmitida por la organización en lo que respecta al servicio que ha sido

previamente solicitado. Entre otras cosas, se mide la competencia proyectada en el personal para la resolución de problemas, la seguridad recibida será una atención buena, además sin descuidar la credibilidad obtenida sobre su institución, tal como lo precisa Zeithmal y Bitner (2008, p.181).

Cabe un comentario crítico, pues los usuarios conciben como preocupante el aseguramiento, es decir, no perciben seguridad ante el servicio en la instancia mencionada, como puede verse en los datos arriba descritos.

Finalmente, como objetivo específico la preocupación se reflejó también en Identificar el nivel de satisfacción del usuario en su dimensión de empatía del Poder Judicial de Sihuas, Ancash, 2017, luego entonces, se procedió a la obtención de los datos, en la tabla N° 06, el 59.3% de los trabajadores del Poder Judicial de Sihuas manifestaron una insatisfacción como usuarios en la dimensión Empatía, el 40.7% restante manifestaron una satisfacción como usuarios en dicha dimensión, al respecto dichos datos son críticos, aunque comparado a los anteriores las cifras positivas son rescatables por acercarse casi a la mitad, en ese sentido la opinión sobre la comunicación, accesibilidad y comprensión en el usuario por todo el personal en la institución como la define Elías y Alvares, (1988, p.173) es lo más rescatable, ello puede constituir un punto de partida para potenciar la capacidad organizacional adecuada para ponerse en el lugar ajeno y de modo facilitar el acceso a cada servicio que brinde la institución. Son de importancia, en este sentido cada esfuerzo para acercarse al cliente, contactándose con él para profundizar en cada inquietud y necesidad (Zeithmal y Bitner, 2008, p.181).

Como comentario, preocupa la percepción respecto a la empatía que se proporciona, pues al parecer es nula. Considerando todos los datos y viendo lo deficitario de los datos es pertinente un objetivo adicional: Diseñar un plan de capacitación a los trabajadores del Poder Judicial de Sihuas, Ancash, 2017, la misma que se elaboró y validó convenientemente en este estudio.



# **CAPÍTULO V**

# **CONCLUSIONES**

## **V. CONCLUSIONES**

El 69.5% de los trabajadores del Poder Judicial de Sihuas manifestó de manera crítica una insatisfacción como usuarios, siendo apenas el 30.5% restante los que manifestaron una satisfacción como usuarios.

El 84.75% de los trabajadores del Poder Judicial de Sihuas manifestó de manera crítica una insatisfacción como usuarios en la dimensión Fiabilidad, siendo apenas el 15.25% restante quienes manifestaron una satisfacción como usuarios en dicha dimensión.

El 88.14% de los trabajadores del Poder Judicial de Sihuas manifestó de manera crítica una insatisfacción como usuarios en la dimensión Sensibilidad, siendo apenas el 11.86% restante quienes manifestaron una satisfacción como usuarios en dicha dimensión.

El 76.27% de los trabajadores del Poder Judicial de Sihuas manifestó de manera crítica una insatisfacción como usuarios en la dimensión Tangibilidad, siendo apenas el 23.73% restante quienes manifestaron una satisfacción como usuarios en dicha dimensión.

El 71.19% de los trabajadores del Poder Judicial de Sihuas manifestó de manera crítica una insatisfacción como usuarios en la dimensión Aseguramiento, siendo apenas el 28.81% restante quienes manifestaron una satisfacción como usuarios en dicha dimensión.

El 59.3% de los trabajadores del Poder Judicial de Sihuas manifestó de manera crítica una insatisfacción como usuarios en la dimensión Empatía, siendo la importante cifra del 40.7% quienes manifestaron una satisfacción como usuarios en dicha dimensión.

# **CAPÍTULO VI**

# **RECOMENDACIONES**

## **VI. RECOMENDACIONES**

A los funcionarios del Poder Judicial:

Disminuir el alto porcentaje (69.5%) de insatisfacción en usuarios, con mejoras la calidad de los servicios brindados, en cada área o especialidad, para ello se requiere adoptar políticas de adecuación a la calidad en torno a la comunicación eficiente y servicios de calidad.

Capacitar al personal en atención al cliente y mejorar así la la dimensión Fiabilidad hacia los usuarios.

Prever conflictos en la ciudadanía mediante charlas educativas en espacios públicos y evitar llegar instancias de litigio evidenciando mayor sensibilidad con la sociedad.

Realizar charlas públicas para exhibir los resultados y logros del Poder Judicial de Sihuas, de ese modo se pueda palpar con datos concretos (Tangibilidad) el trabajo institucional.

Desarrollar actividades extra laborales con los colaboradores para reducir el estrés laboral y mejorar la empatía de estos hacia los usuarios

A los futuros investigadores, continuar el estudio en la dimensión Aseguramiento de la variable satisfacción de usuarios aprovechando la variedad de diseños al alcance en la investigación científica.

## **VII. REFERENCIAS**

### **VIII. REFERENCIAS**

Acevedo, G. (2011). *Análisis de la satisfacción del usuario en centros de salud*

*del primer nivel de atención en la provincia de Córdoba, Argentina.* (Tesis de maestría.) Facultad de Ciencias Médicas. Universidad de Murcia. Murcia, España. Recuperada de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=365834763014>

Aznaran, M. (2016). *Influencia de la calidad del servicio en la satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital de El Porvenir.* (Tesis de maestría). Facultad de Posgrado. Universidad Nacional de Trujillo. Trujillo, Perú. Recuperada de <http://dspace.unitru.edu.pe/xmlui/handle/UNITRU/5279>

Blum, M. y Naylor, J. (1989). *Psicología Industrial: Sus fundamentos teóricos y sociales.* (2.a ed.). México: Editorial Trillas.

Bohlander, G. y Snell, S. (2008). *Administración de Recursos Humanos.* (14.a ed.). México: Edit. CengageLearning.

Castillo, Y. (2015). *Calidad de servicio de la SUNAT Chimbote y satisfacción del usuario MYPE acreditado en el 2014, Chimbote, 2015.* (Tesis de maestría). Facultad de Posgrado. Universidad Cesar Vallejo. Chimbote, Perú.

Chávarry, P. (2006) *Modelo de gestión pedagógica según competencias para mejorar el desempeño del docente de la escuela de Enfermería de una Universidad Privada de Lambayeque 2016.* Lambayeque. TZHOECOEN. Recuperado de: [https://scholar.google.es/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=es&user=ucrIIC8AAAAJ&citation\\_for\\_view=ucrIIC8AAAAJ:2osOgNQ5qMEC](https://scholar.google.es/citations?view_op=view_citation&hl=es&user=ucrIIC8AAAAJ&citation_for_view=ucrIIC8AAAAJ:2osOgNQ5qMEC)

Chiavenato, I. (2000) *Administración del Recurso Humano.* (5.a ed.). Colombia: Edit. McGraw HILL interamericana.

Chiavenato, I. (2007). *Administración de personal, el capital humano de las organizaciones.* (8.a ed.). México: Mc Graw-Hill.

- Chirinos, C. (1 de diciembre de 2015). *Componentes orientados a la satisfacción del cliente* [mensaje en blog]. Recuperado de <https://www.linkedin.com/pulse/modelo-orientado-la-satisfaccion-del-cliente-carlos-e-chirinos>
- Cruz, H. (2015). *Sistema de gestión de calidad para la satisfacción del usuario en el Área de Trámite Documentario de la Municipalidad Provincial del Santa - 2014*. (Tesis de maestría). Facultad de Posgrado. Universidad Cesar Vallejo. Chimbote, Perú.
- Curry, Jay. (2000). *Gestión de las relaciones con los clientes*. (1.e ed.). Madrid: Edit. McGraw- Hill.
- Dessler, G. (1996). *Administración de personal*. (2.a ed.). México: Editorial Prentice-Hall Hispanoamericana S.A.
- Espinoza, L. (2015). *Calidad del servicio y satisfacción del usuario en la Fiscalía Provincial Penal de Sihuas – 2015*. (Tesis de maestría). Facultad de Posgrado. Universidad Cesar Vallejo. Chimbote, Perú.
- Fernández, D. y Fernández, E. (2010). *Comunicación empresarial y atención al cliente*. (1.a ed.). Madrid, España.
- Ferrell, O. y Hartline, M. (2006). *Estrategia de marketing*. (3.a. ed.). México: CengageLearning Editores.
- Flippo, E. (1970). *Principios de administración de personal*. (4.a ed.). Brasil: Edit. Atlas.
- Flores, J. (1992). *El comportamiento humano en las organizaciones*. (1a ed.). Perú: Edit. Universidad del Pacífico.
- Gavilánez, F. (2012). *Estudio de satisfacción en la calidad del servicio para*

*medir la relación que existe entre el cliente interno y externo de la Dirección Provincial del Guayas del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS).* (Tesis de maestría.) Facultad de Economía y Negocios. Universidad Politécnica del Litoral. Guayaquil, Ecuador. Recuperada de <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/10462/2/Tesis%20Satisfacci%C3%B3n%20del%20Cliente%20Interno%20y%20Externo%20en%20el%20IESS-Presentaci%C3%B3n.pdf>

Gehee, W y Thayer, P. (1961). *Training in business and industry.* (1.a ed.). Nueva York. : Edit. WileyInterscience.

Gosso, F. (2008). *Hipersatisfacción del cliente.* (1.a ed.). México: Panorama Editorial.

Glidemeister, R. (2012). *Calidad de atención y nivel de satisfacción de los usuarios de la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos, Región la Libertad 2012.* (Tesis de maestría). Facultad de Posgrado. Universidad Nacional de Trujillo. Trujillo, Perú. Recuperada de <http://dspace.unitru.edu.pe/xmlui/handle/UNITRU/2522>

Gloria, N. (2014). *Calidad de atención y satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital de Taricá, 2014.* (Tesis de maestría). Facultad de Posgrado. Universidad Cesar Vallejo. Chimbote, Perú.

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2010). *Metodología de la investigación.* (5.a ed.). México: McGraw Hill

Hoyler, S. (1970). *Manual de relaciones industriales.* (4.a ed.). Brasil: Edit. Pionera.

Kotler, P. y Keller, P. (2006). *Dirección de marketing.* (12.a. ed.). México: Pearson Educación.

- Lamb, C. y Hair, C. (2006). *Marketing*.(8.a ed.). Colombia: Thomson.
- Lazzati, S. (2008). *El cambio del comportamiento en el trabajo*. (1.a ed.). Argentina. Editorial Granica.
- Martínez-Tur, V. y Peiro, J. (1999). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente*. (1.e ed.). España: Edit. Síntesis.
- McCauley A. y Salter C. (1998). *Satisfacción del cliente. En: La importancia de la calidad*. (1.e ed.). USA: UniversitySchool of PublicHealth.
- Miranda, F. (2007). *Introducción a la Gestión de Calidad*. (1.e ed.). Madrid: Editorial Delta Publicaciones.
- Mondy, W y NOE, R. (2005). *Administración de Recursos Humanos*. (9.a ed.). México: Edit. Pearson Educación.
- Montoya, C. (2012). *El CRM como herramienta para el servicio al cliente en una organización*. (Tesis de licenciatura). Facultad de Ciencias Económicas. Universidad Nacional de Colombia. Medellín, Colombia. Recuperada de [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S166887082013000100005](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S166887082013000100005)
- Morillo, M. (2011). *La calidad en el servicio y la satisfacción del usuario en instituciones financieras del Municipio Libertador del estado de Mérida*. (Tesis de maestría.) Facultad de Ciencias económicas. Universidad de los Andes. Mérida, Venezuela. Recuperada de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=195614958009>
- Pallalazzani, L. (2014). *Bioética de los principios y bioética de las virtudes*.(1e ed.). España: Edit. Peña Santa.

- Pascual, A. (2010). *Satisfacción de los usuarios de Justicia ofrecidos por los órganos de impartición de justicia en México*. (Tesis de maestría.) Facultad de Posgrado. Universidad Nacional Autónoma de México. Ciudad de México, México. Recuperada de [https://amijorgmx.files.wordpress.com/2016/10/satisfaccion\\_de\\_los\\_usuarios.pdf](https://amijorgmx.files.wordpress.com/2016/10/satisfaccion_de_los_usuarios.pdf)
- Pérez, V. (2006). *Calidad total en la atención al cliente, Pautas para garantizar la excelencia en el servicio*. (1.a ed.). España: Ideas propias editorial.
- Poder Judicial (2017). ODECMA. Recuperado de [https://www.pj.gob.pe/wps/wcm/connect/CorteSuperiorPascoPJ/s\\_corte\\_superior\\_pasco/as\\_Conocenos/Mision+y+Vision#](https://www.pj.gob.pe/wps/wcm/connect/CorteSuperiorPascoPJ/s_corte_superior_pasco/as_Conocenos/Mision+y+Vision#)
- Quispe, E. (2015). *Calidad de atención en el servicio y su relación con la satisfacción de los usuarios en la Oficina Regional de Osinergmin, La Libertad 2015*. (Tesis de maestría). Facultad de Posgrado. Universidad Nacional de Trujillo. Trujillo, Perú. Recuperada de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=449846022001>
- Ribeiro, A. L. A. (2003). *Satisfação dos utentes com os cuidados de enfermagem. Construção e validação de um instrumento de medida*. (1.a ed.). Brasil: Provas.
- Rojas, J. (2015). *Un Modelo de satisfacción de usuarios como herramienta de apoyo a la Gestión de una Municipalidad*. (Tesis de maestría.) Facultad de Ciencias Físicas y Matemáticas. Universidad de Chile. Santiago de Chile, Chile. Recuperada de <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/137581>
- Ruiz, E. (2012). *La calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la empresa Hidrandina S.A., Huamachuco 2012*. (Tesis de maestría). Facultad de Posgrado. Universidad Nacional de Trujillo. Trujillo, Perú.

Recuperada de <http://dspace.unitru.edu.pe/xmlui/handle/UNITRU/3325>

Sewell, C. (1993). *Cientes para siempre*. (1.e ed.). Bogotá: McGraw-Hill.

Tapia, M. (2016). *El capital intelectual factor elemental para la calidad de servicios y la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Provincial de Puno*. (Tesis de maestría). Facultad de Posgrado. Universidad Nacional del Altiplano. Puno, Perú. Recuperada de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=449846022001>

Vargas M. y Aldana L. (2006). *Calidad y Servicio*. (1.a. ed.). Bogotá: Editorial Ecoe.

Vizcardo, F. (2014). *Percepción de la calidad de atención y satisfacción del usuario de la Municipalidad de Huaraz, Ancash, 2014*. (Tesis de maestría). Facultad de Posgrado. Universidad Cesar Vallejo. Chimbote, Perú.

Vox Populi (2013). *Estudio de satisfacción de usuarios del Poder Judicial del Peru*. Recuperado de [https://www.pj.gob.pe/wps/wcm/connect/1e6ab98042f7afb0a73be7f6aa5adbd7/CS\\_D\\_ESTSATUSPJ\\_17022014.pdf?MOD=AJPERES&CACH EID=1e6ab98042f7afb0a73be7f6aa5adbd7](https://www.pj.gob.pe/wps/wcm/connect/1e6ab98042f7afb0a73be7f6aa5adbd7/CS_D_ESTSATUSPJ_17022014.pdf?MOD=AJPERES&CACH EID=1e6ab98042f7afb0a73be7f6aa5adbd7)

Wellington, P. (2010). *Como brindar un servicio integral al cliente*. (1.e ed.). Bogotá. McGraw-Hill.

Zas B. (2006). *La satisfacción como indicador de excelencia en la calidad de los servicios de salud*. Recuperado en <http://www.psicologiacientifica.com/bv/psicologia-80-1-la-satisfaccion-como-indicador-de-excelenciaen-la-calidad-d.htm>

Zeithmal, V. y Bitner, M. (2000). *Marketing de servicios: Un enfoque de*

*integración del cliente a la empresa.* (1.e ed.). Madrid. Edit. McGraw- Hill.

Zeithmal, V. y Bitner, M. (2008). *Calidad total en la Gestión de servicios como lograr el equilibrio entre las percepciones y las expectativas de los consumidores.* Madrid: Editorial McGraw- Hill

# ANEXO

## ANEXOS 1

### Cuestionario para medir el nivel de satisfacción del usuario del Poder Judicial de Sihuas

Instrucciones: Marque con una (x) la respuesta que usted considere conveniente.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Totalmente insatisfecho	Parcialmente insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Parcialmente satisfecho	Totalmente satisfecho
-------------------------	---------------------------	--------------------------------	-------------------------	-----------------------

	1	2	3	4	5
1, Estoy satisfecho con el nivel de compromiso de los trabajadores en otorgarme un servicio dirigido a solucionar mis problemas dentro del Poder Judicial de Sihuas.					
2, Me he sentido satisfecho cuando he tenido algún problema de atención, y el Poder Judicial de Sihuas me ha ofrecido otras alternativas de atención de forma rápida y oportuna					
3, Siento satisfacción global con la atención brindado por el Poder Judicial de Sihuas					
4, Acerca del tiempo real efectivo destinado a su atención personal					
5, Acerca del tiempo de espera para recibir efectivamente la atención					
6, Atención preferente hacia las personas que lo ameritan.					
7, Facilidad y comodidad de instalaciones, pasillos y accesos del Poder Judicial de Sihuas, que permiten una circulación rápida y expedita					
8, Comodidades de la sala de espera: temperatura, ventilación, cantidad de asientos y luminosidad.					
9, Comodidades de la sala de espera, entretenimiento: televisión, música, etc.					
10, Me siento satisfecho con el trato brindado por los trabajadores que me han atendido					
11, Según mi experiencia personal, me siento satisfecho cuando el personal que me atiende utiliza mi información personal con precisión y confiabilidad					
12, Según mi experiencia personal, me siento satisfecho con la disponibilidad para atender apropiadamente mis reclamos, sugerencias e incluso felicitaciones					
13, Estoy satisfecho con la preocupación real que tiene el Poder Judicial de Sihuas por solucionar mis problemas en los trámites que realizo.					
14, Me siento satisfecho cuando el Poder Judicial de Sihuas, se preocupa y considera mi información personal, para lograr una comunicación más permanente, clara y oportuna conmigo					
15, Me siento satisfecho con la información que me brinda el profesional que me atendió acerca del problema presentado.					

**Anexo 2 (validez de expertos)**

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO : CUESTIONARIO  
OBJETIVO : LOGRAR OBTENER LA INFORMACION QUE SERVIRÁ PARA EL ANÁLISIS DEL ESTUDIO.  
DIRIGIDO A : A LOS TRABAJADORES DEL PODER JUDICIAL DE SIHUAS, ANCASH, 2017.

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO :

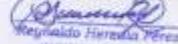
Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
		X		

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR :

HEREDIA PÉREZ, REYNALDO

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR :

MAGISTER EN DOCENCIA Y GESTIÓN EDUCATIVA

  
Reynaldo Heredia Pérez  
MAGISTER EN DOCENCIA Y  
GESTIÓN EDUCATIVA

DNI. 80580453

**VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO**

NOMBRE DEL INSTRUMENTO : CUESTIONARIO  
 OBJETIVO : LOGRAR OBTENER LA INFORMACION QUE SERVIRÁ PARA EL ANÁLISIS DEL ESTUDIO.  
 DIRIGIDO A : A LOS TRABAJADORES DEL PODER JUDICIAL DE SITUAS, ANCASH, 2017.

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO :

Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
		✗		

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR :

Montano Barbuda Julio Jacier

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR :

Magister en Educación

*[Firma manuscrita]*

Dr. Julio Jacier Montano Barbuda  
ANALISTA EN INVESTIGACIÓN  
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO  
CHIMBOTE

DNI: 72977469

Fuente: Formulario enviado por el Área de Investigación de la Escuela de Posgrado de la Universidad César Vallejo

**VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO**

NOMBRE DEL INSTRUMENTO : CUESTIONARIO  
 OBJETIVO : LOGRAR OBTENER LA INFORMACIÓN QUE SERVIRÁ PARA EL ANÁLISIS DEL ESTUDIO.  
 DIRIGIDO A : A LOS TRABAJADORES DEL PODER JUDICIAL DE SIHUAS, ANCASH, 2017.

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO :

Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
		X		

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR :

*Yessica Castillo Guerrero*

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR :

*Magister en Gestión Pública*

*Yessica Castillo*

Mg. Yessica Castillo Guerrero  
 Área de Posgrado y Desarrollo Institucional  
 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

DNI: *46347107*

Fuente: Formulario enviado por el Área de Investigación de la Escuela de Posgrado de la Universidad César Vallejo.

**Nivel de Satisfacción del Usuario**

**Ficha Técnica**

**Autor** : Ramírez Leytón Jesús Alberto

**Año** : 2015

**Adaptado por** : Yaquelin Lorena Valverde Marufo

**Administración** : Colectiva e individual.

**Duración** :20 minutos (aproximadamente).

**Objetivo** : Medir el Nivel de satisfacción del usuario

**Dirigido** : Los usuarios de una organización

**Dimensiones** : Contiene:

- Fiabilidad
- Sensibilidad
- Tangibilidad
- Aseguramiento
- Empatía

**CONFIABILIDAD DE LA ENCUESTA DE LA VARIABLE: SATISFACCION DEL USUARIO**

**COEFICIENTE ALFA DE CRONBACH**

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

**K** : El número de ítems  
 $\sum S_i^2$  Sumatoria de Varianzas de los Items  
 $S_T^2$  Varianza de la suma de los Items  
 $\alpha$  : Coeficiente de Alfa de Cronbach

Items	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	Puntaje
1	4	5	2	3	3	5	5	3	1	5	2	2	3	3	3	49
2	5	5	5	3	3	4	5	3	1	5	3	4	5	5	5	61
3	5	3	4	5	2	5	5	1	2	3	1	2	2	4	3	47
4	4	5	3	1	5	5	3	2	2	3	3	4	5	4	4	48
5	4	3	4	3	2	3	2	2	1	3	2	3	3	4	5	46
6	4	5	3	3	3	4	4	1	2	4	2	1	2	5	5	48
7	5	5	5	5	4	5	5	3	1	4	4	5	5	4	4	62
8	4	4	3	3	4	4	5	1	1	4	2	3	5	4	5	51
9	5	4	2	4	3	3	2	1	1	5	2	1	2	4	3	42
10	5	5	3	5	5	5	5	3	4	5	5	4	4	3	3	64

0.28	0.71	1.2	1.61	1.16	0.68	1.66	0.89	0.93	0.77	1.38	1.88	1.822	0.98	1.10	67.156
------	------	-----	------	------	------	------	------	------	------	------	------	-------	------	------	--------

<b>K</b>	:	15
$\sum S_i^2$	:	14.9
$S_T^2$	:	67.2
$\alpha$	:	0.84

Si el coeficiente es cercano a 1, entonces se tiene una alta confiabilidad del instrumento, en este caso el valor encontrado es 0.84, por lo que podemos afirmar que la encuesta cuenta con confiabilidad altamente positiva.

### Baremo de la variable

Niveles	Satisfacción
Insatisfecho	[15 – 45]

---

Satisfecho [46 – 75]

---

Fuente: Fuente tesis del investigador Ramírez Leytón Jesús  
Alberto

## Anexo 4 Matriz de consistencia

Titulo	Objetivos	Hipótesis	Variable	Dimensiones	Indicador	Ítems	Escala de medición	Tipo de investigación	
NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN EL PODER JUDICIAL DE SIHUAS-ANCASH-2017	<b>General</b>		Satisfacción del Usuario	Facilidad	Compromiso	1,	Ordinal	<p><b>TIPO:</b></p> <p>Según su Carácter: Es una investigación, Descriptiva porque el objetivo central es la descripción de fenómenos.</p> <p>Según su Naturaleza: Es una investigación, Cuantitativa, porque usa la recolección de datos para probar un hipótesis</p> <p>Según el alcance temporal: Es una investigación, transversal porque estudia el desarrollo de la variable en un solo momento dado.</p> <p><b>DISEÑO:</b> Se emplea el Diseño descriptivo simple, porque buscaremos información relacionada con el objeto de estudio, es decir está constituido por una variable y una población.</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center; width: fit-content; margin: 10px auto;"> <p><b>M - O</b></p> </div> <p>Donde:</p> <p>M: Usuarios del Poder Judicial de Sihuas V: Satisfacción del usuario</p>	
	Determinar el nivel de satisfacción del usuario del Poder Judicial de Sihuas, Ancash, 2017				Atencion	2,3			
	<b>Específicos</b>			Identificar el nivel de satisfacción del usuario del Poder Judicial de Sihuas, Ancash, 2017.	Sensibilidad	Tiempo			4,5
	Identificar el nivel de satisfacción del usuario en sudimensión de fiabilidad del Poder Judicial de Sihuas, Ancash, 2017.					Atencion preferencial			6
	Identificar el nivel de satisfacción del usuario en sudimensión de tangibilidad del Poder Judicial de Sihuas, Ancash, 2017.			Tangibilidad	Comodidad	7,8,9			
	Identificar el nivel de satisfacción del usuario en sudimensión de sensibilidad del Poder Judicial de Sihuas, Ancash, 2017.								
	Identificar el nivel de satisfacción del usuario en sudimensión de aseguramiento del Poder Judicial de Sihuas, Ancash, 2017.			Aseguramiento	Trato	10			
	Identificar el nivel de satisfacción del usuario en sudimensión de empatía del Poder Judicial de Sihuas, Ancash, 2017.								Experiencia Personal
	Diseñar un plan de mejora de capacitación a los trabajadores del Poder Judicial de Sihuas, Ancash, 2017.			Empatia	Preocupacion	13,14 y 15			

"Año del Buen Servicio al Ciudadano"



Chimbote, 28 de febrero del 2017

Sra.  
**JAHNNY MARLENY TADEO SOTO**  
JUEZ DEL JUZGADO MIXTO EN ADICIÓN AL JUZGADO UNIPERSONAL DE SIHUAS

Presente -

Es grato dirigirme a usted, para expresarle mi cordial saludo y a la vez comunicarle que la estudiante **Br. VALVERDE MARRUFO YAQUELIN LORENA**, alumna del II ciclo de la MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA, de nuestra casa de estudios, solicita recabar información requerida para su trabajo de investigación titulado: **NIVEL DE SATISFACCION DEL USUARIO EN EL PODER JUDICIAL DE SIHUAS, ANCASH 2017**.

Sin otro particular, aprovecho la oportunidad para reiterar el testimonio de mi especial consideración quedo de usted.

Atentamente



Sra. Hilda María Salas Sanchez  
Directora de la Escuela de Posgrado  
UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO - FILIAL CHIMBOTE



**PODER JUDICIAL  
DEL PERÚ  
CORTE SUPERIOR DE JUSTICIA DE ANCASH  
SIHUAS**

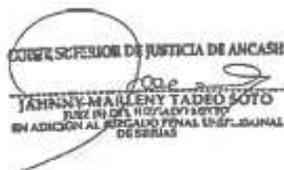
**“Año del Buen Servicio al Ciudadano”**

La que suscribe Juez del Juzgado Mixto en Adición al Juzgado Unipersonal de Sihuas,

**AUTORIZA**

A la Srta. YAQUELIN LORENA VALVERDE MARRUFO, alumna del II Ciclo de la Maestría de Gestión Pública, de la Universidad Cesar Vallejo, para recabar información de su trabajo de investigación titulado **“NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN EL PODER JUDICIAL DE SIHUAS-ANCASH-2017”**.

Sihuas, 3 de marzo del año 2017.

  
CORTE SUPERIOR DE JUSTICIA DE ANCASH  
JOHNNY MARLENY TADEO SOTO  
JUEZ EN CITA, FISCALÍA MIXTA  
EN ADICIÓN AL REGALO PENAL UNIPERSONAL  
DE SIHUAS

Jirón Nueve de Enero S/N- Pigullo Alto- Distrito y Provincia de Sihuas - del  
Departamento de Ancash.

**PROPUESTA: PLAN DE CAPACITACIÓN EN LA  
SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN EL PODER JUDICIAL**

# **SUMANDO SATISFACCIONES**

**AUTORA**

**Yaquelin Lorena Valverde Marrufo**

## **I.- DATOS GENERALES**

### **Nombre de la actividad:**

PROPUESTA: PLAN DE CAPACITACIÓN EN LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN EL PODER JUDICIAL: SUMANDO SATISFACCIONES

### **Tipo de actividad**

Seminario - Taller

### **Autora:**

Yaquelin Lorena Valverde Marrufo

### **Lugar:**

Poder Judicial – Sihuas.

### **Capacidad estimada**

50 asistentes como máximo

### **Fechas:**

Agosto y setiembre del 2017

## **II.- FUNDAMENTACIÓN**

La capacitación denominada SUMANDO SATISFACCIONES está dirigido a los Trabajadores del Poder Judicial en Sihuas, por ende, en su calidad de prestadores de servicios, demandan servicios concretos mejorando la calidad de atención para así generar satisfacción a los usuarios.

Toda capacitación, es un proceso muy ligado a elevar estratégicamente en forma organizada y sistémica los aprendizajes necesarios para brindar calidad, para entregar un buen trato, para responder con eficiencia, como consecuencia, se trata de ver usuarios satisfechos. El personal debe involucrarse para adquirir habilidades o desarrollar los conocimientos específicos referidos al trabajo, de ese modo cambian las actitudes, se superan inconvenientes, aclaran rencillas y se mira hacia adelante. Pocas instituciones tratan sus procesos orientados al desarrollo del personal mediante capacitaciones, es claro que si se espera un tipo de usuario, hay que preparar a quien lo ha de atender, se requiere entonces de una clara sucesión de condiciones y etapas orientadas a lograr en los colaboradores una integración con su puesto, con la organización, por ende también con sus clientes, con su público objetivo.

La capacitación actual está dirigida únicamente a los colaboradores que tienen contacto estrecho con los usuarios del Poder Judicial en Sihuas en el presente año, Existe una cabal y plena seguridad en cada actividad de programada para cumplir satisfactoriamente con cada objetivo.

## **III.- OBJETIVO GENERAL**

Desarrollar las cualidades, habilidades, capacidades, competencias y valores fundamentales de los trabajadores, pertenecientes al Poder Judicial en la

provincia de Sihuas, cuya finalidad será la de generar eficacia organizacional y personal.

#### **IV.- OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Elevar la calidad del compromiso de cada trabajador perteneciente al Poder Judicial en la provincia de Sihuas para mejorar la satisfacción de los usuarios.
- Elevar la calidad de la atención de cada trabajador perteneciente al Poder Judicial en la provincia de Sihuas para mejorar la satisfacción de los usuarios.
- Elevar el ahorro del tiempo en cada trabajador perteneciente al Poder Judicial en la provincia de Sihuas para mejorar la satisfacción de los usuarios.
- Elevar la calidad de la atención preferencial de cada trabajador perteneciente al Poder Judicial en la provincia de Sihuas para mejorar la satisfacción de los usuarios.
- Elevar la calidad de la comodidad de cada trabajador perteneciente al Poder Judicial en la provincia de Sihuas para mejorar la satisfacción de los usuarios.
- Elevar la calidad del trato de cada trabajador perteneciente al Poder Judicial en la provincia de Sihuas para mejorar la satisfacción de los usuarios.
- Elevar la calidad de la Experiencia Personal de cada trabajador perteneciente al Poder Judicial en la provincia de Sihuas para mejorar la satisfacción de los usuarios.
- Elevar la preocupación de cada trabajador perteneciente al Poder Judicial en la provincia de Sihuas para mejorar la satisfacción de los usuarios.

#### **V.- EJES CENTRALES**

La presente capacitación se sustenta en principios elementales para orientar toda gestión basándose en el potencial humano, como consolidación de la modernización organizacional y la

capacidad articuladora en lo que respecta a las competencias laborales con fines de mejorar la satisfacción de usuarios., estos ejes son:

- Calidad organizacional.
- Eficiencia.
- Trabajo en equipo.
- Servicio.
- Atención al cliente

## **VI.- DESARROLLO DE LA PROPUESTA**

### **SESION DE APRENDIZAJE N° 1**

- 1.-Área : Satisfacción del usuario
- 2.-Contenido temático :”Compromiso”

3.-Capacitador :

4.-Tiempo : 02 horas Fecha:

**DESARROLLO DEL APRENDIZAJE:**

<b>Aprendizajes esperados</b>	<b>Actividades</b>	<b>Recursos</b>	<b>Tiempo</b>
Se compromete conscientemente con su trabajo	Recepción y bienvenida		10 min.
	Actividad de motivación mediante dinámica integradora.	Diapositivas	
	Presentación del tema "Compromiso" y manifestación de expectativas.	Láminas	50 min.
	Exposición del tema Compromiso.		.
	Intervención sobre preguntas y aportes		40 min.
	Trabajo de grupo: <ul style="list-style-type: none"><li>- Socialización de casos en entidades sobre la ausencia de compromiso</li><li>- Análisis de grupo sobre casos</li><li>- Análisis FODA respecto al tema tratado</li></ul>		
	Retroalimentación en foro de debate		20 min.
Conclusiones y recomendaciones			

**FICHA DE AUTOEVALUACION**

**Nombres y apellidos del colaborador:**

.....

**Comente brevemente conforme a lo solicitado:**

<b>Criterios</b>
Expectativas al inicio de la charla
Sobre la utilidad de la charla para la organización
Sobre la utilidad de la charla para desempeño laboral
Estado de las expectativas al finalizar la charla
<b>COMENTARIO ADICIONAL (Opcional)</b>

### SESION DE APRENDIZAJE Nº 2

1.-Área : Satisfacción del usuario

2.-Contenido temático :” Atención”

3.-Capacitador :

4.-Tiempo : 02 horas Fecha:

**DESARROLLO DEL APRENDIZAJE:**

<b>Aprendizajes esperados</b>	<b>Actividades</b>	<b>Recursos</b>	<b>Tiempo</b>
Ser atento con los usuarios en su trabajo	Recepción y bienvenida	Diapositivas	10 min.
	Actividad de motivación mediante dinámica integradora.		
	Presentación del tema "Atención" y manifestación de expectativas.	Láminas	50 min.
	Exposición del tema Atención.		.
	Intervención sobre preguntas y aportes		40 min.
	Trabajo de grupo: - Socialización de casos en entidades sobre la deficiente atención - Análisis de grupo sobre casos - Análisis FODA respecto al tema tratado		
	Retroalimentación en foro de debate		20 min.
Conclusiones y recomendaciones			

**FICHA DE AUTOEVALUACION**

**Nombres y apellidos del colaborador:**

.....

**Comente brevemente conforme a lo solicitado:**

<b>Criterios</b>
Expectativas al inicio de la charla
Sobre la utilidad de la charla para la organización
Sobre la utilidad de la charla para desempeño laboral
Estado de las expectativas al finalizar la charla
<b>COMENTARIO ADICIONAL (Opcional)</b>

### SESION DE APRENDIZAJE Nº 3

1.-Área : Satisfacción del usuario

2.-Contenido temático : "Tiempo"

3.-Capacitador :

4.-Tiempo : 02 horas Fecha:

**DESARROLLO DEL APRENDIZAJE:**

<b>Aprendizajes esperados</b>	<b>Actividades</b>	<b>Recursos</b>	<b>Tiempo</b>
Priorizar el tiempo de los usuarios en el trabajo	Recepción y bienvenida		10 min.
	Actividad de motivación mediante dinámica integradora.	Diapositivas	
	Presentación del tema "Tiempo" y manifestación de expectativas.	Láminas	50 min.
	Exposición del tema Tiempo de los usuarios.		.
	Intervención sobre preguntas y aportes		40 min.
	Trabajo de grupo: - Socialización de casos en entidades sobre la ausencia o pérdida de tiempo. - Análisis de grupo sobre casos - Análisis FODA respecto al tema tratado		20 min.
	Retroalimentación en foro de debate		
Conclusiones y recomendaciones			

**FICHA DE AUTOEVALUACION**

**Nombres y apellidos del colaborador:**

.....

**Comente brevemente conforme a lo solicitado:**

<b>Criterios</b>
Expectativas al inicio de la charla
Sobre la utilidad de la charla para la organización
Sobre la utilidad de la charla para desempeño laboral
Estado de las expectativas al finalizar la charla
<b>COMENTARIO ADICIONAL (Opcional)</b>

#### SESION DE APRENDIZAJE Nº 4

1.-Área

: Satisfacción del usuario

2.-Contenido temático : " Atención preferencial"

3.-Capacitador :

4.-Tiempo : 02 horas Fecha:

**DESARROLLO DEL APRENDIZAJE:**

<b>Aprendizajes esperados</b>	<b>Actividades</b>	<b>Recursos</b>	<b>Tiempo</b>
Priorizar la Atención preferencial con los usuarios en el trabajo	Recepción y bienvenida		10 min.
	Actividad de motivación mediante dinámica integradora.	Diapositivas	
	Presentación del tema "Atención preferencial" y manifestación de expectativas.	Láminas	50 min.
	Exposición del tema Atención preferencial		40 min.
	Intervención sobre preguntas y aportes		
	Trabajo de grupo: - Socialización de casos en entidades sobre la ausencia de Atención preferencial - Análisis de grupo sobre casos - Análisis FODA respecto al tema tratado		20 min.
	Retroalimentación en foro de debate		
Conclusiones y recomendaciones			

**FICHA DE AUTOEVALUACION**

**Nombres y apellidos del colaborador:**

.....

**Comente brevemente conforme a lo solicitado:**

<b>Criterios</b>
Expectativas al inicio de la charla
Sobre la utilidad de la charla para la organización
Sobre la utilidad de la charla para desempeño laboral
Estado de las expectativas al finalizar la charla
<b>COMENTARIO ADICIONAL (Opcional)</b>

**SESION DE APRENDIZAJE Nº 5**

1.-Área : Satisfacción del usuario

2.-Contenido temático : "Comodidad"

3.-Capacitador :

4.-Tiempo : 02 horas Fecha:

#### DESARROLLO DEL APRENDIZAJE:

Aprendizajes esperados	Actividades	Recursos	Tiempo
Priorizar la Comodidad de los usuarios en el trabajo	Recepción y bienvenida		10 min.
	Actividad de motivación mediante dinámica integradora.	Diapositivas	
	Presentación del tema "Comodidad" y manifestación de expectativas.	Láminas	50 min.
	Exposición del tema Comodidad.		.
	Intervención sobre preguntas y aportes		40 min.
	Trabajo de grupo: - Socialización de casos en entidades sobre la ausencia de Comodidad - Análisis de grupo sobre casos - Análisis FODA respecto al tema tratado		
	Retroalimentación en foro de debate		20 min.
Conclusiones y recomendaciones			

#### FICHA DE AUTOEVALUACION

**Nombres y apellidos del colaborador:**

.....

**Comente brevemente conforme a lo solicitado:**

<b>Criterios</b>
Expectativas al inicio de la charla
Sobre la utilidad de la charla para la organización
Sobre la utilidad de la charla para desempeño laboral
Estado de las expectativas al finalizar la charla
<b>COMENTARIO ADICIONAL (Opcional)</b>

**SESION DE APRENDIZAJE Nº 6**

1.-Área : Satisfacción del usuario

2.-Contenido temático : "Trato"

3.-Capacitador :

4.-Tiempo : 02 horas Fecha:

#### DESARROLLO DEL APRENDIZAJE:

Aprendizajes esperados	Actividades	Recursos	Tiempo
Priorizar el trato con los usuarios en el trabajo	Recepción y bienvenida		10 min.
	Actividad de motivación mediante dinámica integradora.	Diapositivas	
	Presentación del tema "Trato" y manifestación de expectativas.	Láminas	50 min.
	Exposición del tema Trato.		.
	Intervención sobre preguntas y aportes		40 min.
	Trabajo de grupo: - Socialización de casos en entidades sobre la ausencia de Trato - Análisis de grupo sobre casos - Análisis FODA respecto al tema tratado		
	Retroalimentación en foro de debate		20 min.
Conclusiones y recomendaciones			

#### FICHA DE AUTOEVALUACION

**Nombres y apellidos del colaborador:**

.....

**Comente brevemente conforme a lo solicitado:**

<b>Criterios</b>
Expectativas al inicio de la charla
Sobre la utilidad de la charla para la organización
Sobre la utilidad de la charla para desempeño laboral
Estado de las expectativas al finalizar la charla
<b>COMENTARIO ADICIONAL (Opcional)</b>

**SESION DE APRENDIZAJE N° 7**

1.-Área : Satisfacción del usuario

2.-Contenido temático :” Experiencia Personal”

3.-Capacitador :

4.-Tiempo : 02 horas Fecha:

#### DESARROLLO DEL APRENDIZAJE:

Aprendizajes esperados	Actividades	Recursos	Tiempo
Priorizar su experiencia personal con usuarios en el trabajo	Recepción y bienvenida		10 min.
	Actividad de motivación mediante dinámica integradora.	Diapositivas	
	Presentación del tema “Experiencia Personal” y manifestación de expectativas.	Láminas	50 min.
	Exposición del tema Experiencia Personal.		40 min.
	Intervención sobre preguntas y aportes		
	Trabajo de grupo: - Socialización de casos en entidades sobre la ausencia de Experiencia Personal - Análisis de grupo sobre casos - Análisis FODA respecto al tema tratado		20 min.
	Retroalimentación en foro de debate		
Conclusiones y recomendaciones			

#### FICHA DE AUTOEVALUACION

Nombres y apellidos del colaborador:

.....

**Comente brevemente conforme a lo solicitado:**

<b>Criterios</b>
Expectativas al inicio de la charla
Sobre la utilidad de la charla para la organización
Sobre la utilidad de la charla para desempeño laboral
Estado de las expectativas al finalizar la charla
<b>COMENTARIO ADICIONAL (Opcional)</b>

**SESION DE APRENDIZAJE N° 8**

- 1.-Área : Satisfacción del usuario
- 2.-Contenido temático :” Preocupación”
- 3.-Capacitador :
- 4.-Tiempo : 02 horas Fecha:

**DESARROLLO DEL APRENDIZAJE:**

Aprendizajes esperados	Actividades	Recursos	Tiempo
Atender la Preocupación por los usuarios en el trabajo	<p>Recepción y bienvenida</p> <p>Actividad de motivación mediante dinámica integradora.</p> <p>Presentación del tema “Preocupación” y manifestación de expectativas.</p> <p>Exposición del tema Preocupación.</p> <p>Intervención sobre preguntas y aportes</p> <p>Trabajo de grupo:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Socialización de casos en entidades sobre la ausencia de Preocupación</li> <li>- Análisis de grupo sobre casos</li> <li>- Análisis FODA respecto al tema tratado</li> </ul> <p>Retroalimentación en foro de debate</p> <p>Conclusiones y recomendaciones</p>	<p>Diapositivas</p> <p>Láminas</p>	<p>10 min.</p> <p>50 min.</p> <p>.</p> <p>40 min.</p> <p>20 min.</p>

**FICHA DE AUTOEVALUACION**

**Nombres y apellidos del colaborador:**

.....

**Comente brevemente conforme a lo solicitado:**

<b>Criterios</b>
Expectativas al inicio de la charla
Sobre la utilidad de la charla para la organización
Sobre la utilidad de la charla para desempeño laboral
Estado de las expectativas al finalizar la charla
<b>COMENTARIO ADICIONAL (Opcional)</b>



**INSTRUMENTO DE VALIDACION POR JUICIO DE EXPERTOS DE LA  
PROPUESTAS: PLAN DE CAPACITACIÓN EN LA SATISFACCIÓN DEL  
USUARIO EN EL PODER JUDICIAL: “SUMANDO SATISFACCIONES”**

<b>1. NOMBRES Y APELLIDOS</b>	
<b>PROFESIÓN</b>	
<b>ESPECIALIDAD (GRADO ACADÉMICO)</b>	
<b>EXPERIENCIA PROFESIONAL</b>	
<b>CARGO</b>	
<b>TÍTULO DE LA TESIS</b>	
Nivel de satisfacción del usuario en el Poder Judicial de Sihuas-Ancash-2017	
<b>3. Es necesaria la propuesta que se plantea en esta investigación como aporte a la teoría del conocimiento, detalle por favor.</b>	
<b>EN BASE A UNA CALIFICACIÓN DE 1 A 20, EVALÚE:</b>	
<b>4. Factibilidad de funcionamiento en la práctica de la propuesta presentada:</b>	
<b>4.1 Pertinencia:</b>  Entre la propuesta y los objetivos planteados <b>(0-5)</b> .	
<b>4.2 Coherencia:</b> Existe secuencia entre la propuesta y la problemática identificada. <b>(0- 5)</b>	

<p><b>4.3 Congruencia:</b> Entre la propuesta y las dimensiones e indicadores considerados en la operacionalización de la variable <b>(0- 5)</b></p>	
<p><b>4.4 Secuencialidad:</b> Entre los objetivos específicos de la propuesta y las actividades planificadas por el investigador. <b>(0- 5).</b></p>	
<p><b>PROMEDIO OBTENIDO:</b></p>	
<p><b>5. COMENTARIO GENERALES:</b></p>	
<p><b>6. OBSERVACIONES</b></p>	
<p><b>7. SUGERENCIAS</b></p>	

---

**JUEZ- EXPERTO**  
**NOMBRES Y APELLIDOS**

### Base de datos estadística

Nivel de satisfacción del usuario en el Poder Judicial de Sihuas-Ancash-2017

N°	Ítem 1	Ítem 2	Ítem 3	Ítem 4	Ítem 5	Ítem 6	Ítem 7	Ítem 8	Ítem 9	Ítem 10	Ítem 11	Ítem 12	Ítem 13	Ítem 14	Ítem 15
1	3	3	4	2	2	2	1	4	1	3	2	1	3	1	3
2	4	3	1	2	2	2	1	4	3	2	2	2	3	3	1
3	5	4	1	5	2	4	1	1	2	1	1	2	2	3	1
4	3	4	2	4	4	1	2	1	5	5	2	3	4	4	3
5	4	3	2	3	5	1	2	2	4	4	2	4	3	2	5
6	2	5	2	4	3	1	1	2	3	5	2	2	5	3	4
7	3	4	1	3	4	1	2	3	4	4	2	3	4	4	5
8	4	5	3	4	3	5	3	3	3	2	2	2	3	2	3
9	5	3	1	1	2	3	2	2	1	3	1	1	2	3	1
10	1	1	1	4	5	1	4	2	4	2	2	5	2	2	4
11	4	4	1	2	3	2	3	4	4	5	2	4	4	3	5
12	3	1	1	2	1	3	4	1	2	1	2	3	5	1	1
13	4	3	1	1	3	4	4	1	5	5	2	4	3	3	4
14	4	4	1	1	2	3	1	2	2	1	1	3	3	2	3
15	2	3	1	2	4	3	3	2	3	5	2	2	3	4	3
16	4	3	1	2	4	4	5	5	4	4	2	4	3	3	4
17	1	2	5	1	3	1	2	4	2	2	2	1	1	2	3
18	4	3	1	1	3	4	4	1	5	5	2	4	3	4	4
19	4	1	2	2	2	3	1	4	1	1	5	3	1	1	3
20	2	3	1	2	4	3	3	2	3	5	2	2	3	4	3
21	3	3	4	2	5	2	1	4	1	1	2	3	3	2	1

22	1	3	1	2	2	4	1	4	2	2	2	1	3	1	1
23	5	4	1	5	5	4	4	1	5	5	2	5	4	4	3
24	3	1	2	4	2	1	2	1	3	2	2	3	2	2	2
25	4	3	2	3	5	1	2	2	4	4	2	4	3	3	4
26	2	5	2	4	3	1	1	2	3	5	2	2	5	4	5
27	3	4	1	3	4	1	2	3	4	4	2	3	4	5	3
28	4	5	2	1	3	2	3	1	1	2	2	1	3	1	3
29	5	2	4	2	1	1	4	2	3	2	2	2	1	1	4
30	5	2	1	4	2	2	3	5	1	1	1	2	3	1	1
31	4	4	1	2	2	2	3	4	1	1	2	1	1	2	3
32	3	2	1	2	3	3	1	1	1	2	2	3	2	3	1
33	4	3	1	1	3	4	4	1	5	5	2	4	3	2	3
34	1	4	2	1	2	3	3	4	2	2	1	3	4	1	3
35	2	3	1	2	4	3	3	2	3	5	2	2	3	3	4
36	1	3	4	2	1	1	5	1	4	2	2	2	3	4	1
37	3	2	2	1	3	1	1	2	5	2	2	2	1	3	1
38	4	3	1	1	3	4	4	1	5	5	2	4	3	2	3
39	4	4	1	2	2	3	3	4	2	3	1	3	1	1	2
40	2	3	1	2	4	3	3	2	3	5	2	2	3	2	3
41	3	3	2	1	2	1	1	4	2	1	2	1	3	1	3
42	2	3	1	1	1	2	2	3	1	5	2	1	3	1	2
43	1	4	1	5	5	4	4	1	5	5	2	5	4	3	4
44	3	4	2	1	1	1	2	1	1	1	2	3	2	2	3
45	2	3	2	3	5	1	2	2	4	4	2	4	3	2	5

46	2	5	2	4	3	1	1	2	3	5	2	2	5	3	4
47	3	4	1	3	4	1	2	3	4	4	2	3	4	4	5
48	1	1	2	2	3	5	3	1	4	1	2	1	2	2	3
49	5	5	4	1	5	2	1	2	5	2	2	3	1	2	2
50	5	5	4	2	2	1	2	5	1	4	2	5	2	1	1
51	4	4	1	2	3	2	3	4	4	5	2	4	4	3	5
52	3	5	1	2	4	3	4	1	5	5	2	3	5	4	3
53	4	3	1	1	3	4	4	1	5	5	2	4	3	3	4
54	2	2	1	1	2	3	3	4	2	1	1	3	1	2	1
55	2	3	1	2	4	3	3	2	3	5	2	2	3	4	3
56	4	3	1	2	1	4	2	2	1	1	2	2	3	3	1
57	4	1	2	1	4	2	2	3	1	1	2	1	1	2	3
58	4	3	1	1	3	4	4	1	5	5	2	4	3	4	4
59	4	4	1	4	2	3	3	1	1	4	1	3	2	2	1

**Leyenda:**

Totalmente insatisfecho: 1

Parcialmente insatisfecho: 2

Ni satisfecho, ni insatisfecho: 3

Parcialmente satisfecho: 4

Totalmente satisfecho: 5

