



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

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

Gestión de la calidad en la atención al cliente en una institución  
pública en el año 2020

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

Maestra en Gestión Pública

**AUTORA:**

Vasquez Rodriguez, Lady Mariana (orcid.org/0000-0001-7187-2998)

**ASESOR:**

Dr. Villegas Rivas, Danny Alberto (orcid.org/0000-0002-8651-1367)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Reforma y Modernización del Estado

**LIMA - PERÚ**

**2021**

## **Dedicatoria**

Mi tesis está dedicada a mi hija Marianne al ser mi principal motivación a ser mejor cada día, a mi esposo Luis Miguel quien siempre me brinda su apoyo y me empuja a salir adelante. Y a mis padres que constantemente me brindan el soporte.

## **Agradecimiento**

Agradezco a dios, mis padres, mi esposo, docentes y expertos que me ayudaron en todo el camino de la investigación, para seguir progresando y culminar con satisfactoriamente la maestría.

## Índice de Contenidos

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento .....	iii
Índice de Contenidos .....	iv
Índice de Tablas.....	v
Índice de Gráficos .....	vi
RESUMEN .....	vii
ABSTRACT.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO .....	4
III. METODOLOGÍA.....	10
3.1 Tipo y diseño de investigación: .....	10
3.2 Categorías, subcategorías y matriz de categorización: .....	11
3.3 Escenario de Estudio: .....	11
3.4 Participantes: .....	12
3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos: .....	13
3.6 Procedimientos .....	14
3.7 Rigor científico .....	15
3.8 Método de análisis de datos de la información .....	15
3.9 Aspectos éticos: .....	16
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	17
V. CONCLUSIONES.....	32
VI. RECOMENDACIONES.....	33
REFERENCIAS .....	34
ANEXOS.....	40

## Índice de Tablas

<b>Tabla 1</b> Matriz de Indicadores.....	11
<b>Tabla 2</b> Participantes por tipo de actor .....	12
<b>Tabla 3</b> Calificación de la Entrevista desarrollada.....	25

## Índice de Gráficos

Ilustración 1 Percepción del autor sobre la satisfacción con el servicio .....	23
Ilustración 2 Percepción sobre la aceptación con el servicio .....	24
Ilustración 3 Percepción sobre las emociones con el servicio brindado .....	25

## RESUMEN

El presente trabajo tiene como objetivo determinar el grado de satisfacción del cliente con la atención recibida por la institución, evaluar la influencia de la calidad del servicio con la satisfacción del cliente, y por último establecer como la seguridad, confiabilidad, seguridad y empatía influye en la satisfacción del cliente.

La investigación despliega una justificación teórica ya que al ser una entidad nueva y estar presente solo 5 años, y tener la imagen de ser un órgano de fiscalización, siendo errada dicha imagen sino es una entidad de apoyo a las empresas que requieren tener una producción de calidad, siendo la entidad de Metrología la más incidente en atención con el cliente y por ello deben ser más claro, concisos y atentos.

Teniendo las bases teóricas se presentas como variable X, la atención al cliente, que en el estado brindar un buen servicio es fundamental para generar la buena imagen, y un ambiente agradable, y el gran obstáculo del ciudadano la rapidez de la atención. Ante ello los resultados arrojados por las entrevistas nos indican que hay un problema con respecto a la atención del servicio y las deficiencias.

Palabras clave: Nivel de satisfacción, Criterios de aceptación y Evaluación de las emociones.

## ABSTRACT

The objective of this work is to determine the degree of customer satisfaction with the care received by the institution, evaluate the influence of the quality of the service on customer satisfaction, and finally establish how safety, reliability, security and empathy influences customer satisfaction.

The research displays a theoretical justification since being a new entity and being present for only 5 years, and having the image of being a control body, said image being wrong if it is not a support entity for companies that require quality production, being the Metrology entity the most incident in customer service and therefore must be as clear, concise and attentive.

Taking the theoretical bases, customer service is presented as variable X, which in the state to provide good service is essential to generate a good image, and a pleasant environment, and the great obstacle of the citizen is the speed of service. Given this, the results obtained by the surveys and the questionnaire indicate that there is a problem with respect to the attention of the service and the deficiencies.

Keywords: Level of satisfaction, Criteria of acceptance and Evaluation of emotions.



## I. INTRODUCCIÓN

En el mundo se busca lograr que la gestión del talento humano como una herramienta sirva para mejorar la atención a en la gestión pública y el desempeño laboral, con ello se repotencia el área administrativa, mediante técnicas de opinión de expertos, entrevistas se realizan preguntas que permiten determinan cuan eficiente es la gestión del talento al responder al cliente, siendo esta adecuada para el mejoramiento de la gestión pública y desempeño laboral del ministerio, y en algunos casos depende de su población de estudio del autor Roundy (2018). Al ser una entidad pública se debe tener al mejor talento humano para que la incidencia del mejoramiento de la gestión pública, un caso parecido es el del autor Hirsch et al. (2016) que también se ve que en otros países tenemos el mismo inconveniente.

En nuestro país busca toda entidad que sirva a la población tenga el gran compromiso de mejorar la imagen institución del sector público ya que la mala atención genera la pérdida de imagen, aumento de los reclamos y sobre todo la insatisfacción del cliente. Mejorando ello se fortalece la conceptualización de la atención al cliente del estado.

El título de la presente investigación es: “Gestión en la atención al cliente en una institución pública” en la cual el problema principal de la investigación es: ¿Cómo mejorar la calidad del servicio brindado por una dirección en una institución pública para lograr la satisfacción del cliente?

Con esta problemática su objetivo se centra en poder determinar de qué manera la calidad del servicio influye en la satisfacción del cliente en una institución pública en el 2020 y los objetivos específicos serian: Determinar el grado de satisfacción del cliente con la atención recibida por la institución, evaluar la influencia de la calidad del servicio con la satisfacción del cliente, y por último establecer como la seguridad, confiabilidad, seguridad y empatía influye en la

satisfacción del cliente, al igual que el autor Chakriya et al. (2018). Esta investigación es de tipo no experimental ya que no hay manipulación de variables.

La importancia que se tiene con el cliente, la relación al momento de, consultas o realizar un servicio, ello se debe realizar con la calidad que ofrece el estado y debe estar en las condiciones esperadas. Con el estudio que desarrollan busca identificar cual es la relación entre el entorno con la calidad del servicio, y la debida atención al cliente, se midió ello con las percepciones del personal con el cliente sobre cual fiable es la capacidad de respuesta y la seguridad y empatía al orientar al cliente.

Ello se realizó mediante entrevistas, en donde lo aplicaron a una cierta población y con aspectos relacionados a la calidad de servicio, esta herramienta permite saber la realidad de las sensaciones que tiene el cliente como el personal, y en este estudio realizado en una farmacéutica de Ecuador, del cual tomamos como referencia para el trabajo desarrollado, arrojo que los resultados de acuerdo con las condiciones significativamente buenas para el sector.

La investigación despliega una justificación teórica ya que al ser una entidad nueva y estar presente solo 5 años, y tener la imagen de ser un órgano de fiscalización, siendo errada dicha imagen sino es una entidad de apoyo a las empresas que requieren tener una producción de calidad. Esta entidad está compuesta por tres equipos funcionales siendo la entidad de Metrología la más incidente en atención con el cliente y por ello deben ser lo más claro, concisos y atentos para que el cliente no sea el perjudicado.

En descripción del problema actual de la institución en la cual laboro, es que tenemos la siguiente interrogante: ¿Cómo mejorar la calidad del servicio brindado por la dirección de la institución pública para lograr la satisfacción del cliente?

La hipótesis para el presente trabajo es: La calidad del servicio influye en la satisfacción de los clientes directamente en la institución.

Para los Objetivos, se tienen como objetivo general: Determinar de qué manera la calidad del servicio influye en la satisfacción del cliente de la dirección de la institución pública. Y como Objetivos específicos: Determinar el grado de satisfacción del cliente con la atención recibida por la institución, Evaluar la influencia de la calidad del servicio con la satisfacción del cliente, y por último Establecer como la seguridad, confiabilidad, seguridad y empatía influye en la satisfacción del cliente.

## II. MARCO TEÓRICO

Como repaso de las variables a modo de introducción a nuestro marco teórico, se tiene los siguientes estudios de los antecedentes internacionales a lineados a nuestro trabajo de investigación:

Para el autor Cardona (2016) El objetivo de la investigación es producir el valor agregado a la atención a los clientes, siendo lo primordial la experiencia emocional del consumo del servicio. La metodología de investigación del presente documento es cualitativo, descriptivo – explicativo. Se concluye que lo fundamental para acaparar la necesidad principal de la atención al cliente es la tecnología con ello se logra tener el éxito.

Según Toral et al. (2019) La finalidad de la presente investigación es analizar la relación que tienen el cliente con el entorno comercial con la debida calidad que se ofrecen en el mercado farmacéutico de Ecuador. De acuerdo con la metodología de investigación es no experimental Empírico – Inductivo – Subjetivo. Se concluye que las condiciones del entorno son menores ( $<0.05$ ) a la esperada con la calidad del servicio que brindan en el mercado farmacéutico de Ecuador.

Para el autor Heredia et al. (2020) El objetivo de la presente investigación es buscar el diseño y desarrollo de un modelo mediante la simulación de cómo sería un proceso de atención al cliente de una Pyme, con ello evaluar las estrategias de la optimización. La metodología de investigación es mixta, explicativa. Con la simulación se obtiene las herramientas que hacen posibles la facilidad del proceso, con ello determinamos que la herramienta de simulación no es la idónea para el modelamiento de servicios.

El autor Betancourt y Bautista (2017) determina la situación del servicio de calidad en la atención al cliente se realizó un estudio cuantitativo para así decir los negocios informales, en el año 2016, esta estuvo conformada por 200 clientes y 15 dueños de propiedades, se necesitó el método de observación, teóricos de análisis y las técnicas de encuestas, con ello se determinó que el 42% de trabajadores no

brindaba los servicios adecuados. Siendo los factores de imagen de infraestructura, mala imagen personal y la casi nula variedad en la parroquia de Tachina. Por ello se concluyó que en líneas generales la problemática en los medios en los que el personal se desenvuelve.

Para los autores Leal y Fernanda (2017) según la autora los clientes no obtienen de manera veras el cumplimiento de sus expectativas. ante ello los asesores deben brindar a los clientes las herramientas optimas con ello lograr la buena atención al cliente, la cual debe incluir no solo el área afectada en este caso la comercial, sino todas las demás áreas. Ello se obtiene manejando un buen canal de comunicación, que logre cumplir con lo requerido y permita afianzar lazos con los clientes.

Por otro lado, en el ámbito de los antecedentes nacionales hay estudios recientes, que han desarrollados los siguientes autores:

Según el autor Salazar y Cabrera-Vallejo (2016) El objetivo de la investigación es establecer la calidad del servicio que se brinda en los procesos de la matrícula de la universidad nacional de Chimborazo- Ecuador, y la relación de esta con el mejoramiento de la institución. La metodología de investigación del presente documento es Descriptivo – Transversal. Mediante las entrevistas realizadas a los alumnos, se comparan los resultados con las expectativas de la calidad del servicio, con ello la conclusión es que la atención del servicio es regular según las actitudes de los clientes.

Para los autores Espinoza y Catheryne (2018) La finalidad del objetivo de investigación es determinar la satisfacción del cliente (público consumidor) que tiene sobre la calidad de atención. La metodología de investigación del presente documento es mixta, descriptivo – explicativa. Mediante las entrevistas y prueba de alfa de Cronbach se concluye que la satisfacción del consumidor con la calidad del servicio es de un nivel de 0.87.

Para los autores Jara et al (2018) El objetivo de la investigación es diversificar los acontecimientos que se originan con la gestión del talento humano

según el buen manejo de la gestión pública y la potenciación del desempeño laboral del personal en el área administrativa central del Ministerio. La metodología de investigación es Hipotético deductivo, no experimental, transversal. Se concluye que se puede modificar las diversas formas de administrar y gestionar las organizaciones públicas, según desde la perspectiva económica, estructural, cultural y social; por lo que los esfuerzos deben de estar dirigidos al capital humano y la capacidad de los líderes para maximizar resultados en la organización.

Según los autores Santa Cruz y Augusto (2018) se tiene un problema general en la atención de los servicios administrativos y satisfacción del cliente del poder judicial de huara en el año 2016, para ello quería determinar la relación de la atención y la satisfacción, como medida de diagnóstico se requirieron los cuestionarios según las variables determinadas, según la metodología cuantitativo, con enfoque no experimental, para ello se utilizó un software estadístico para determinar variables, siendo los resultados que la atención y satisfacción tiene una relación alta, y se deben determinar las medidas correctivas necesarias.

Para los autores Mezones y Aurora (2020) para este autor se requiere indicar cuales son las características de la gestión de calidad y atención al cliente de las MYPEs en el 2020, para ellos utilizo el método descriptivo tipo cuantitativo del diseño no experimental, ya que se utilizaron encuestas y cuestionario a los propietarios de la gestión de calidad y 195 clientes. Se concluyó que los factores que son lo idóneos para la correcta atención de la gestión de calidad, que los colaboradores conocen y ejercen sus actividades con conocimiento y la calidad de atención es la correcta.

La comparación entre las entidades sirve para que las variables y la dirección que tienen tengan un reformar y un constante desarrollo, para (Albalushi et al., 2019) la base de ello es la eficiencia y la evaluación del desempeño, además de la vital importancia de la imagen institucional de la entidad que es su principal cualidad de la cultura organizacional.

Para nuestras bases teóricas se presentas como variable X, la atención al cliente, que en el estado brindar un buen servicio es fundamental para generar la buena imagen, y un ambiente agradable, y el gran obstáculo del ciudadano la rapidez de la atención. Además, las dimensiones son:

Categorías: atención al cliente

Subcategorías: Nivel de satisfacción de Cliente, Criterios de aceptación con el servicio y Evaluación de las emociones

Definiendo así nuestros términos básicos para el presente trabajo de investigación alineados a nuestro tema a tratar, ellos son los siguientes conceptos:

Para el término de Imagen institucional, el autor Paz (2020) hace referencia al perfil que ha desarrollado una organización en base a la experiencia institucional, años en el mercado, desenvolvimiento institucional, profesionales a cargo, entre otros. De qué forma los clientes pueden identificarla para optar por la adquisición de un bien o servicio.

La definición de Atención acorde al cliente, nos indica el autor Murillo (2018) El autor hace referencia a diferentes aspectos que garantizan el nivel de servicio, en base a: frecuencia de atención, nivel de atención, calidad de servicio, resultados, grado de satisfacción, entre otros. Cuya finalidad es mejorar el sistema de atención al cliente.

Sobre la mejor descripción del Buen ambiente organizacional, tenemos que el autor De Souza (2017) nos indica con el tema relacionado al buen ambiente organizacional, refiere a los diferentes tipos de armonía que puede existir dentro y fuera de una organización en bienestar de los clientes internos y externos, con el objetivo de generar un contexto de trabajo óptimo para los trabajadores y demás interesados.

Y como una definición importante tenemos al autor Murillo (2018) y Shanmugaraja et al (2010) quienes nos detalla la importancia de la calidad en el servicio al cliente, nos muestra que el sector público está más enfocado en la

relación con el cliente y se espera que se trabaje con eficiencia y calidad ya que ofrecen servicios directos a la población, recordar que ahora el cliente tiene la libertad para exigir su derecho de recibir el mejor servicio, por ello es importante que se perciba los elementos que nos indican el grado de satisfacción.

Para la satisfacción de cliente tenemos al autor Guardia (2018) que nos indica que la calidad en la gestión de atención al cliente es la conformidad del cliente en la amplitud que le incluye las disciplinas y enfoques necesarios, además ello va a depender del área que se investiga, el entorno social y las dimensiones, como se trata al cliente, la competencia que posee el trabajador, su bienestar con la estructura y la estructura organizacional. Por otro lado, los autores Gonzáles y Valdivia (2021) en la actualidad y dada la coyuntura del país tener éxito con los canales de atención al cliente es muy limitado, ello genera insatisfacción con respecto al trato recibido.

Como la fidelización es de vital importancia cuando se habla de calidad de atención al cliente, se tiene los siguientes puntos relevantes: la excelencia para definir un servicio de calidad a los clientes se debe ser cordial, amable, ágil y responsable, el contacto es el inicio para crear el vínculo de fortalecimiento de la relación, y sobre todo tener un servicio de calidad que cubra necesidades en el sector.

Para evaluar las emociones de los clientes es necesario conocer entorno donde se desarrolla, como nos describe el autor Avendaño et al. (2015) mediante una investigación lineal se puede determinar cuan fiable puede ser la reacción del cliente con la entidad, sin que problemas ajenos a ello puedan repercutir, para ello se deben desarrollar preguntas directas y plantearlas lo más cercanas posibles a la realidad.

Además de ello según los autores Gálvez y López (2018) cada vez existe más la preocupación de la entidad en saber que percepción tuvo el cliente con todo lo involucrado a su servicio, ya que sabemos que actualmente el reclamo o queja del cliente, es más consistente y atendida por un órgano regulador, en definitiva,



se debe encontrar un punto de equilibrio entre el cliente y la institución. Investigando la relación entre la practica ética y moral de los servidores públicos con el cliente, para los autores Ruobing et al., (2021) se requiere el conocimiento competitivo como un valor agregado a la instrucción para crear lazos y que las dificultades que se enfrenten no aumenten.

Tomando como una principal definición, se considera que la Fidelización tiene 4 elementos: la Visualización para prestar atención y conocer a los clientes del sector, competidores según cada perfil del cliente. Vinculación para cautivar y constituir a los clientes en la entidad para concertar lazos, el valor para favorecer un vínculo de ambas partes y la verificación para medir los de parámetros la retroalimentación continua.

### III. METODOLOGÍA

#### 3.1 Tipo y diseño de investigación:

Se busco resolver los inconvenientes ocasionados por la gestión de los colaborados, referente al trato con los clientes, y sabiendo que la finalidad de la institución pública es buscar la practicidad para resolver los problemas. Se va a desarrollar una investigación la cualitativa, ya que nuestro enfoque es de variedad metódica que se acerca la interpretación del sujeto de estudio, por ello mediante herramientas se permitirá analizar e interpretar el contexto actual al que se enfrenta la institución, así poder obtener las herramientas que permitan un cambio, esto nos lo informa (Shikova, 2016)

La metodología cualitativa del tipo de investigación explicativa nos permitirá entender a profundidad la realidad problemática, según nuestras variables de atención al cliente y la gestión, así nos indica (López, 2015)

Diseño de la investigación: Para poder ayudarnos con el problema de la presente investigación se requiere una indagación no experimental descriptiva/ fenomenológicos, para detallar el contexto de la realizada problemática, no solo describiendo el problema sino encontrando las posibles causas que lo originen. Según Ramos (2020) la investigación parte del nivel exploratorio, correlacional y descriptivo para tener una perspectiva explicativa, la cual nos dirá manifestará la razón de lo ocurrido.

Para poder identificar cual es la práctica ética de la administración pública, así lo indican Kaijun et al. (2018) tiene una presión en los recursos humanos, ya que genera que las actitudes sean lo más positivas posibles y que se responda al requerimiento requerido.

Para la presente investigación se va a extraer datos, mediante métodos de recolección y así poder analizarlos. Mediante entrevistas, para ello primero se revisó según nuestras bases teóricas la forma de entrevistar a la población de clientes, para elaborar las preguntas, luego se procede a dialogar con los clientes

al azar para finalmente poder obtener el porcentaje de satisfacción con el servicio y calidad brindada por la institución. Los métodos de recolección que se utilizaran en el presente trabajo, como nos dio información Goossen y Austin (2017) la presentación que se le brindara al cliente deberá ser por métodos de recolección que se alinee al comportamiento del contexto.

### 3.2 Categorías, subcategorías y matriz de categorización:

Para el autor Cisterna (2005) para poder definir las categorías y subcategorías es necesario contar con la información previa y los conceptos definidos, para con ello conducirnos a los procesos de análisis de la información. Ver anexo 3

**Tabla 1** *Matriz de Indicadores*

Variable	Dimensiones	Indicadores
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dependiente: Atención al cliente.</li> </ul>	Como la institución de organiza para atender a los clientes.	- Reconocer e incentivar al logro de resultados
	Conocer las necesidades de los clientes	- Identificar las necesidades de clientes según su rubro.
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Independiente: Gestión</li> </ul>	Facilidad de acceso a los canales de atención de los clientes	- Canales de Atención. - Acercamiento con el Cliente.
	Medición de la seguridad, confiabilidad y empatía	- Atención individualizada. - Alcance de las necesidades específicas.

### 3.3 Escenario de Estudio:

La población será los clientes de diferentes rubros que se contactan con personal de la dirección de la institución pública, ya sea de manera presencial, vía

telefónica, cartas o por correo electrónico. Y al ser un estudio cualitativo debemos tener información de persona necesarias e involucradas en el proceso.

Para definir nuestro éxito con el escenario de estudio de Sanchis et al., (2019), se requiere que la utilización de los resultados obtenidos con las herramientas esté correctamente establecida, por ello se debe ensayar y validar que tan fiables son para el cliente expuesto.

Según Bazalar (2018) deben ser considerados los clientes con mayor incidencia con el personal, aquellos con conocimiento del servicio y posicionados en el mercado.

Siendo aproximadamente 6000 anual, la cantidad de personas que solicitan servicios de una dirección de institución pública. Siendo las personas con las que contamos: a analistas que son los que revisan y atienden estos casos en la institución, especialistas quienes es el que evaluó nuestras herramientas y la coordinadora de la dirección de la institución del área a tratar.

#### 3.4 Participantes:

Las personas que brindaron la información mediante las respuestas a las preguntas planteadas que he descrito en el anexo 3 fueron 5 actores tal como nos muestra la siguiente tabla.

En la siguiente tabla se podrá observar la importancia de cada actor, a criterio nuestro y cuanto incide en el proceso de evaluación del trabajo y proceso de la atención al cliente.

**Tabla 2** *Participantes por tipo de actor*

Actor	cantidad	Porcentaje de importancia
Analista	3	50 %
especialista	1	10%
Coordinador	1	40

### 3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos:

Según los autores Avila y Hernandez (2020) para poder realizar el presente trabajo de investigación es necesario la obtención de datos, la cual debe ser confiable y objetiva, con a validez requerida para que los resultados sean útiles. Sobre las técnicas podemos decir que son el conglomerado de instrumentos que realiza el método y los instrumentos son los medios de apoyo para desarrollar una investigación. Este punto es muy importante ya que permite se revise y convierta la obtención de datos, con la finalidad de tener la información más útil posible, pudiendo así tomar mejores decisiones.

Según los autores Machado and Dai Prá (2015) para tener éxito en la gestión de la presente investigación, se deben buscar herramientas que se idealicen con estrategias para las organizaciones, con el fin que tengan intenciones a ser mejores y utilizable con el tiempo. Y con ello se evaluará la calidad y satisfacción de nuestros clientes, como sea el instrumento de medición, este alcance nos los da los autores Hue et al., (2015)

Para lograr tener la idónea recolección de los datos debe alinearse a los siguientes puntos:

- Deberá contar la autorización, ello es importante para tener la veracidad de la información.
- Determinar el tiempo que tomará recabar toda la información necesaria.
- Contar con medios o recursos para llevarlo a cabo.
- Coordinar y/o supervisar el proceso de recaudación de información para desarrollar la investigación.

Para ello desarrollaremos entrevistas semiestructurada, que estará en función a la imagen de la institución y el grado de satisfacción que tiene los clientes con la entidad. Se realizará elaborando una serie de preguntas que se aplica en los 6 autores, con la finalidad de obtener los resultados de sus opiniones del servicio y calidad brindada. Esta será realizada mediante vía telefónica. Para ello se dará

durante una conversación fluida con ellos, exponiendo nuestras preguntas planteadas, pero si durante el curso de la conversación aparecen temas de interés se podrían plantear dichas preguntas.

### 3.6 Procedimientos

Primero se va a estructurar las preguntas que se pondrán en las entrevistas, con no más de 05 ítems en cada una, ya que se busca no causar incomodidad en el cliente, además estas se realizan haciendo énfasis en que la colaboración sería voluntaria y con pleno consentimiento de lo informado. Para lo cual se busca que o tome más de 15 o 20 minutos.

Para aplicar las entrevistas, a la muestra que se emplearán para evaluar y determinar los resultados, según los autores Hernández et al. (2010), nos dice que se debe debemos recoger los datos de la muestra inicial para tener la unidad para analizar, además con ello se puede determinar si el planteamiento del problema es la definición exacta de los sucesos ocurridos en la institución.

Hay que tener en cuenta los siguientes lineamientos:

- Se debe ser flexible con las entrevistas brindadas y serlo más claro posible
- Todas las preguntas que se realicen deberán ser en orden,
- Deberá haber un contexto social amigable, un lenguaje conjunto con el cliente le resultará más cálido al cliente.

Para ello se debe contar con la aprobación para realizar las entrevistas telefónicas. Luego de contar la aprobación se programará la fecha en que se realizarán las llamadas según un cronograma.

Una vez se cuente con los formatos llenados, se procedió a recolectar los datos, utilizando según interpretaciones, nos guiamos de (Horváthová et al., 2019).

Proceso de triangulación:

Nos alineamos a lo explicado por Hernández et al. (2010) debemos de tener la mayor cantidad de fuentes de datos, para saber con detalle que se involucra en cada proceso. En este caso tenemos la herramienta que es la entrevista, pero a su vez podemos observar el contexto en que se desarrolló las incomodidades del cliente, antes y después de la atención. Para buscar la relación entre las herramientas se busca plasmar las siguientes consultas.

El tener los resultados de estas herramientas permitirá saber el nivel de aceptación servicio, saber su perspectiva y entender la raíz de las incomodidades, *Ver anexo 3*, teniendo a nuestros tres actores: el cliente, el especialista y la coordinadora.

### 3.7 Rigor científico

Como parte del proceso de la indagación, estamos sujetos a realizar un trabajo que se alinee a la metodología aplicable, para que los datos reportados sean fiables, válidos y objetivos. *Ver el anexo 1 anexo 2*

### 3.8 Método de análisis de datos de la información

Se utilizarán como principal herramienta el software de Microsoft Office, para emitir los resultados tenemos el Microsoft Excel que no ayudará a saber el porcentaje de personas que serán la muestra para el presente trabajo, además permitirá saber qué cantidad de personas no se sienten a gusto con el trato recibido. Además, para las entrevistas se realizó mediante el Microsoft Word, además para estructurar el trabajo. Además, se cuenta con la herramienta del Turnitin que permitirá medir la cantidad de similitud con otros artículos, trabajos, entre otros.

### 3.9 Aspectos éticos:

Para una descripción real de la presente investigación se ha considerado los principios éticos que aplican en los instrumentos, para poder analizar los datos encontrados. Tomando como base los lineamientos brindados por la universidad Cesar Vallejo que tiene como principio respetar la autoría de las publicaciones. Además, se tuvo el consentimiento del señor de recepción, quien es responsable de la recepción de la dirección de Metrología, nos permitió realizar las entrevistas a las personas correspondientes.

En el presente trabajo se ha respetado la aplicación de cada una de las herramientas, con los siguientes lineamientos:

- El consentimiento informado, la información que se brinda a todo aquel que será entrevistado y los lectores, será con honestidad y transparencia. Para con ello obtener la interpretación de los resultados, y ser los más objetivo posible.
- La confiabilidad, el presente trabajo presenta datos reales y con la problemática presente en la entidad.
- El respeto a los derechos, lo que se busca es que los clientes brindan información de manera anónima, con ello no causar la incomodidad de los clientes a los que se les requiere información sobre la atención de los clientes.
- La integridad científica, es el derecho del autor, se respeta que cada información a la que se citó.



#### IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Para el estudio se utilizó un instrumento de recolección de data, contemplados para las dos variables que es la gestión y la atención al cliente, ambos se estructuraron según las dimensiones que tienen, y se plantearon preguntas con puntuaciones, en las entrevistas se determinaron cuáles son las posibles respuestas a ellas se les dio puntuaciones, según la percepción es la adecuada o no. Esta herramienta es concisa y breve que buscan que los autores entrevistados no estén abrumados y puedan brindarnos respuestas reales para que los resultados sean los más certeros posibles. Un artículo de revista similar a lo que planteamos es el de (McMahon et al., 2016) que se planteó la misma interrogante cual es el inconveniente de la división de la lealtad.

Para las entrevistas, se dio dándole una valoración a las respuestas, se hizo determinando a criterio que tan positivo, regulares o negativo eran los comentarios, según cada pregunta realizada y se les dio una puntuación. Con dicha información se podría determinar el porcentaje de impacto en cada categoría. Y para las encuestas al tener ya una escala de valorización, nos es más fácil determinar el porcentaje de aceptación o no del servicio. Es decir, tienen puntuaciones que van desde 1 (malo o negativo), 2 (regular o medio) y la escala más alta 3 (bueno o positivo)

La matriz de triangulación según (Navarro et al., 2004) tiene como objetivo mostrar las respuestas de nuestros actores aplicados en la investigación, con ello recopilar la información de los distintos enfoques, así enriqueciendo la investigación

Matriz de triangulación de datos

CATEGORÍA	SUB-CATEGORÍA	TIPO DE ACTOR				
		ANALISTA 1	ANALISTA 2	ANALISTA 3	ESPECIALISTA	COORDINADOR
Atención al cliente	Nivel de satisfacción de Cliente	El trato que he recibido no fue el adecuado, no se siente conforme	Actualmente se maneja mayor incidencia en tratar mejor a los clientes	Hay una escasa deficiencia, ya que no hay buena atención	Se busca dar la mejor atención posible, dada las deficiencias actuales	Hay diferencias en las atenciones a los clientes.
		Hay deficiencia en la toma de la información requerida	No se brinda correctamente toda la información y ello va a depender quien se la brinde, ya que no todos conocen los procesos	Alinearse a cada etapa del proceso está tomando un tiempo prudente en el cual el cliente puede sentirse disconforme.	Se debería eliminar pasos inconclusos, para evitar tiempos muertos, ya que el personal de recepción toma datos del requerimiento siendo muy extenso.	se identifican las necesidades según los clientes

		La información que se recibido si bien es cierto cumple con decirla, no se presenta tan simple	Hay problemas para hacerse entender con lo explicado	Se brinda correcta información	La información debería ser más clara y simple para el cliente	En la institución tiene con fin proponer metas laborales y personales que le ayudan a mejorar el desempeño.
		La demora en la atención es varia, y va a depender su hay personal para atender.	Al no haber mayor personal el tiempo que se podría tomar para atender es extenso.	Es de acorde a la disponibilidad de atención y actividades diarias	Los tiempos están establecidos según el procedimiento de atención al cliente	
	Criterios de aceptación con el servicio	El servicio no ayuda a realizar los trámites más simples, al ser la única institución a la	El servicio debería ser reestructurado ya que tiene muchas deficiencias	Hay una clara discusión entre tiene y servicio necesario.	El rol de la institución es de subsidiario, busca que existan entidades que puedan	Es necesario que se simplifiquen pasos y adecuarnos a las exigencias requeridas

		cual requiere mayor demanda.			acreditarse para brindar estos servicios	
		El personal no conoce a la perfección el servicio que brinda la institución	El desconocimiento del servicio es una clara deficiencia	Va a depender de que servicio sea ya que hay 3 líneas de atención.	A través de capacitación se brinda información que es relevante para el cliente.	Se podría brindar una capacitación más dirigida a la problemática central.
		Considero que se debe ver la disminución de los tiempos y alcance del servicio	Hay tiempo para cada actividad en la cual la atención al cliente no es prioridad	No se debe disminuir tiempo sino calidad de atención.	Los criterios considerados no pueden ser evaluados ya que son los recursos con los que se cuenta.	Es necesario evaluar la calidad del servicio
		Se resuelven las observaciones luego de un tiempo largo	El tiempo de respuestas es largo	Según su línea de atención es correcto	La obtención es muy burocrática, teniendo tiempos de espera largos.	Se debe simplificar etapas para entrega de respuestas.

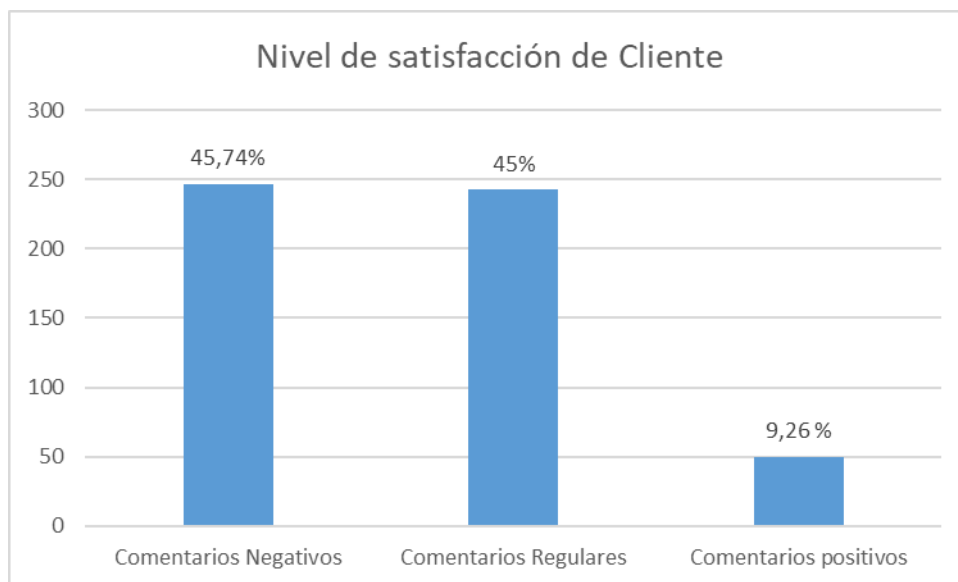
		Se podría indicar que se requiere de más personal para atención y mejor capacitación del personal	Actualmente ello no se podría mejorar al no tener más recursos	Se debe buscar mejorar la atención al cliente	Es importante que el personal tenga un mejor uso de sus recursos para evitar incomodidad en la atención.	Se podría mejorar los canales de atención al cliente
	Evaluación de las emociones	No se sienten identificado con nuestras problemáticas, ya que no se adaptan a las necesidades	Si se brinda amable al atender al cliente	Hay momentos de despotismo de ambas partes	La necesidad de empatía para entender las necesidades.	Existe una clara desmotivación para alcanzar las metas institucionales
		El trato no se percibió como se esperaba de la institución	No se podría hacer énfasis en ello ya que si se brinda la correcta orientación	Se considera correcta la atención al cliente	Capacidad de manejo de situación no debería ser un fracaso.	Coincide en que se requiere el acompañamiento y monitoreo del personal

		Al solo haber una persona, es mucha la demanda, pero tiene algo de conocimiento del tema.	No hay una atención personalizada con el cliente.	Hay muchas personas en la recepción, que no se dan abasto.	Mayor compromiso de la institución para entender sobre el servicio	que labora en la institución que permita, retroalimentarnos , realizar reformas en el desempeño
		Tiene deficiencias, pero no es pésimo como se tiene la imagen	Hay problemas de atención que se debe corregir, para que el servicio no se vea tan perjudicado.	Para mi opinión no hay problemas que resolver	Deficiencia en trazas lazos con el cliente, no hay fidelización	laboral mismo tiempo aprender de las experiencias del trabajo, y preocuparse de nuestra practica laboral
		Si, al no tener mayores recursos para la atención esperada	Se debería tener mayor carisma al atender al cliente	No hay deficiencias que se deban mejorar	Se adapta con habilidad a cualquier escenario organizacional	

Para las subcategorías nuestros resultados están alineados a los objetivos específicos se obtienen los siguientes resultados, esto aplicando las entrevistas a los actores y de acuerdo con las respuestas dadas en el cuadro de triangulación:

Objetivo 1. Determinar el grado de satisfacción del cliente con la atención recibida por la institución.

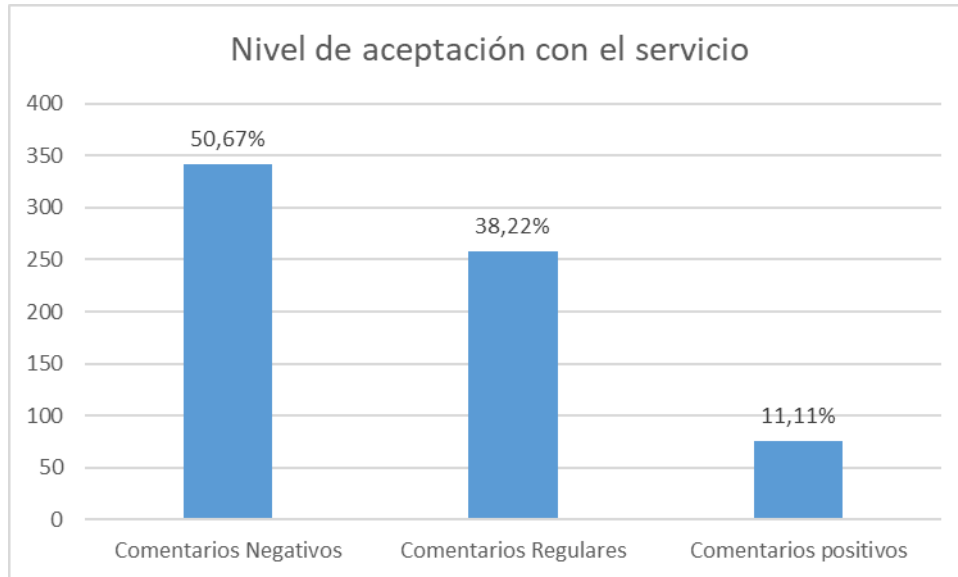
Ilustración 1 *Percepción del autor sobre la satisfacción con el servicio*



Interpretación: Para analizando la gráfica, nos muestra según las preguntas planteadas para la categoría del nivel de satisfacción del cliente, las repuestas negativas según la precepción son de 45.74% en otro punto como respuestas regulares (con oportunidad de mejora si así fuese el caso) se tiene 45% y por último en esta categoría se ve que las respuestas positivas para entidad no superan el 9.26%

Objetivo 2. Evaluar la influencia de la calidad del servicio con la satisfacción del cliente

Ilustración 2 *Percepción sobre la aceptación con el servicio*

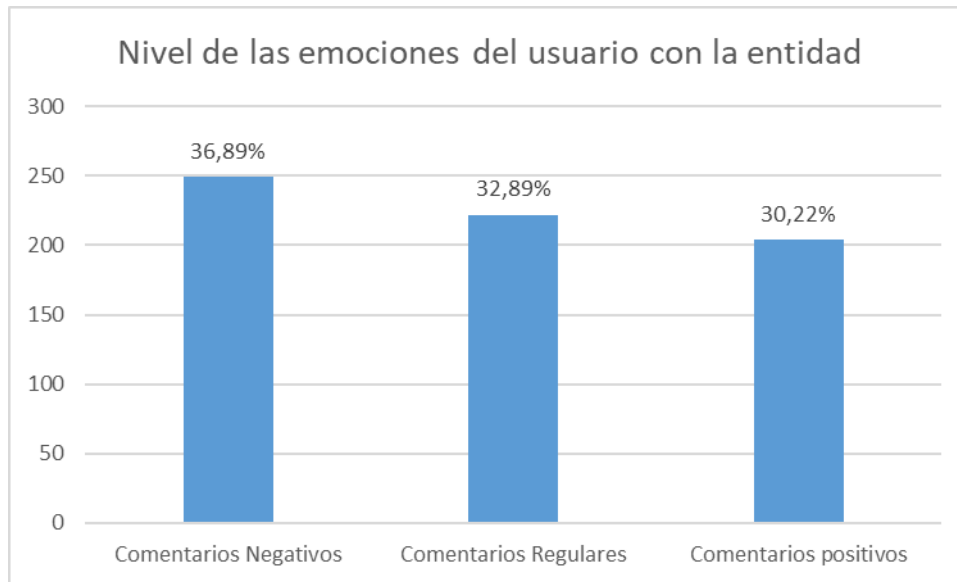


Interpretación: En ella nos muestra según las preguntas planteadas para la categoría aceptación con el servicio, las repuestas negativas según la precepción del cliente son de 50.67%, en otro punto como respuestas regulares (en este caso es más difícil obtener una oportunidad de mejora ya que nos alineamos a lo establecido por el Gobierno, según los servicios que brindamos) se tiene 38.22% y por último en esta categoría se ve que las respuestas positivas para entidad no superan el 11.11%.

Objetivo 3. Establecer como la seguridad, confiabilidad, seguridad y empatía influye en la satisfacción del cliente.



Ilustración 3 *Percepción sobre las emociones con el servicio brindado*



Interpretación: se muestra según las preguntas planteadas para la categoría del nivel de satisfacción del cliente. En ella se observa que las repuestas negativas según la precepción son de 36.89%, en otro punto como respuestas regulares (con oportunidad de mejora si así fuese el caso) se tiene 32.89% y por último en esta categoría se ve que las respuestas positivas para entidad no superan el 30.22%.

En líneas generales de nuestra muestra que nuestros actores, se dio la siguiente calificación:

Tabla 3 *Calificación de la Entrevista desarrollada*

RANGO	CALIFICACIÓN	PUNTAJE	%
42 - 32	Excelente	7	5,19
31 - 21	Regular	100	74,07
20 - 14	Deficiente	28	20,74

Interpretación: Analizando la tabla, Que nos muestra según las preguntas planteadas en la entrevista, el servicio y atención del cliente es deficiente en un 20.74% con 28 personas, es regular con 100 personas al 74.07% y es excelente en un 5.19% con unas 7 personas.

## Discusión:

La finalidad de la investigación tiene como objetivo hallar la relación entre la gestión de la atención al cliente con el nivel de satisfacción de este con la institución pública, como es el caso de (Verde et al., 2018). Con ello la institución pública que brinda servicios tiene con finalidad mejorar sus servicios para una mejor atención al cliente, así poder satisfacer expectativas y necesidades, de ser necesarios con los resultados del capítulo anterior se creara la filosofía de la mejora continua en la calidad de atención, como bien sabemos es uno de los más grandes inconvenientes que tienen las instituciones públicas, por el déficit de capacidad de respuesta según las exigencias actuales y demandas de la población en general. Ante ello era importante conocer cuáles eran los problemas a los que se enfrentaban y como ello repercutía en los clientes, así lo desarrollo (Nikitinsky, 2018)

Al ser un estudio cualitativo, ya que es una herramienta utilizada que nos demuestran la aceptación de la atención del servicio, según la percepción del actor, la toma de dato para el caso de las entrevistas, se dio dándole una valoración a las respuestas, se hizo determinando a criterio que tan positivo, regulares (en una situación que podría mejorar según lo amerite) o negativo eran los comentarios, según cada pregunta realizada y se les dio una puntuación, así lo refirió (Shekhar and Ashish, 2013). Con dicha información se podría determinar el porcentaje de impacto en cada categoría. Y para las encuestas al tener ya una escala de valorización, nos es más fácil determinar el porcentaje de aceptación o no del servicio.

En este contexto tenemos muchos autores que nos describen como debería aplicarse la atención de clientes en el estado, como es el caso del autor Loli et al. (2013), que nos indica que para poder abordar el análisis de los datos se tiene que orientar a dos puntos claves la satisfacción del cliente y la calidad del servicio, según la muestra que manejemos en este caso son 5 actores, esto ligado a que servicios reciban, de este modo se resume que la calidad del servicio que se brinde

tiene 4 factores importantes a bordar la capacidad de respuesta de la entidad, la calidad y/o capacidad de profesionales, la actitud del profesional y la capacidad de recepción del cliente.

Nos manifiesta que la entidad debe estar flexible para poder optimizar los resultados, se debe tener una postura que permita mejorar el desempeño y equilibrar las metas, de ello debe tener total conocimiento de los resultados obtenidas según el autor (Følstad et al. 2018)

Para evaluar los resultados, se procesaron y se interpreta según las subcategorías formuladas en el trabajo y se presentaron en el punto de resultados las tablas, en esta sección vamos a detallar cada uno.

Respecto a nuestra primera subcategoría: Nivel de satisfacción de Cliente, según su perspectiva es que en su gran mayoría con 45.74% de respuestas fueron negativos y 45% regulares, ante ello la entidad debe mejorar su atención.

Además, se halló que según nuestra matriz los 3 analistas nos dicen que hay deficiencia en la toma de la información requerida, que el trato que he recibido no fue el adecuado, no se siente conforme, la información que se recibido si bien es cierto cumple con decirla, no se presenta tan simple y la demora en la atención es varia, y va a depender su hay personal para atender.

Para el Especialista de la materia nos indica que se busca dar la mejor atención posible, dada las deficiencias actuales, se debería eliminar pasos incompletos, para evitar tiempos muertos, en la institución el personal de recepción toma datos de su requerimiento siendo muy extenso, la información debería ser más clara y simple para el cliente y los tiempos están establecidos según el procedimiento de atención al cliente y para el coordinador de la dirección de la entidad, nos dice que Hay diferencias en las atenciones a los clientes, se identifican las necesidades según los clientes y que la en la institución tiene con fin proponer metas laborales y personales que le ayudan a mejorar el desempeño.

Según Ruydiaz et al. (2018) En su estudio se encontró que, para determinar el grado de la satisfacción de un cliente, establece que la base es la disciplina para que el trabajador sepa cómo tratar al cliente, la interacción y tener una comunicación asertiva, como la transmisora de toda la información, con el único objetivo de determinar el grado de satisfacción de sus clientes.

Respecto a nuestra segunda subcategoría la categoría: Criterios de aceptación con el servicio, tenemos 50.67% comentarios negativos y solo 11.11% comentarios positivos, es decir hay una deficiencia con la calidad del servicio brindado por la institución, sobre todo en los plazos de atención.

Se halló en la matriz de triangulación que los analistas tienen diferentes puntos de vista de acuerdo al área de enfoque, pero también nos dice el servicio no ayuda a realizar los trámites más simples, al ser la única institución a la cual requiere mayor demanda, el personal no conoce a la perfección el servicio que brinda la institución, considero que se debe ver la disminución de los tiempos y alcance del servicio, se resuelven las observaciones en un tiempo largo y se podría indicar que se requiere de mayor personal para atención y mejor capacitación.

El experto Lora-Guzmán et al. (2020) nos expresa que el rol de la institución es de subsidiario, busca que existan entidades que puedan acreditarse para brindar estos servicios, a través de capacitación se brinda información que es relevante para el cliente, los criterios considerados no pueden ser evaluados ya que son los recursos con los que se cuenta, la obtención es muy burocráticos, teniendo tiempos de espera largos y es importante que el personal tenga un mejor uso de sus recursos para evitar incomodidad en la atención. Y el coordinador nos expresa que es necesario que se simplifiquen pasos y adecuarlos a las exigencias requeridas, se podría brindar una capacitación más dirigida a la problemática central, es necesario evaluar la calidad del servicio, se debe simplificar etapas para entrega de respuestas y se podría mejorar los canales de atención al cliente.

Según (Otero et al., 2018) es necesario evaluar que nuestras fuentes de información nos den la oportunidad de evaluar todo el proceso de la atención al

usuario, así con ello determinar un procedimiento de validación de la investigación cualitativa. Mediante la encuesta y entrevista dada al cliente, será de beneficio para valorar las respuestas de este.

Respecto a nuestra tercera subcategoría: Evaluación de las emociones, se puede decir que solo el 36.89% de las respuestas fueron negativas y 30.22% fueron positivas, con ello se determina que las emociones del cliente no se han visto tan afectadas con la atención recibida.

Se halla que 2 de los 3 analistas no se sienten identificados con nuestras problemáticas, ya que no se adaptan a las necesidades, el trato no se percibió como se esperaba de la institución, al solo haber una persona, es mucha la demanda, pero tiene algo de conocimiento del tema, tiene deficiencias, pero no es pésimo como se tiene la imagen y al no tener mayor recurso se acepta la atención esperada.

Pero el especialista dice que la necesidad de empatía para entender las necesidades, capacidad de manejo de situación no debería ser un fracaso, mayor compromiso de la institución para entender sobre el servicio, deficiencia en trazas lazos con el cliente, no hay fidelización y se adapta con habilidad a cualquier escenario organizacional. Y para el coordinador Existe una clara desmotivación para alcanzar las metas institucionales, y coincide en que se requiere el acompañamiento y monitoreo del personal que labora en la institución que permita, retroalimentarnos, realizar reformas en el desempeño laboral mismo tiempo aprender de las experiencias del trabajo, y preocuparse de nuestra practica laboral.

Para este trabajo (Urbina, 2015) considera que las respuestas tienen consistencia con la determinación de este objetivo, ya que hay una clara falta de seguridad y empatía del cliente con respecto a la atención y al servicio, pero hay una falta de confianza del colaborador, además se analizó la atribución de la gestión de la calidad, como una estrategia organizacional.

Además (Monferrer et al., 2019) que debería existir una relación entre el compromiso y la lealtad que el colaborador le otorgue al cliente, teniendo en claro las limitaciones según los datos transversales de la investigación, y sobre todo la originalidad al establecer la confidencialidad y lealtad hacia el cliente, además con ello nos aseguramos de que el cliente sepa que hay un compromiso de mejora de la entidad y mejorar la relación con la calidad.

Con respecto los resultados de la tabla 3, nos indica que según la perspectiva de 45% de los actores, consideran que el servicio y la atención recibido fue deficiente y 19% nos indicaron que debíamos mejorar o pulir algunos aspectos, por último se tuvo que solo 11% consideran que la entidad si brinda un adecuado servicio y que la atención es la adecuada, ello nos da un panorama general de cómo está la situación en la entidad pública, más del 60% nos dice que hay deficiencias en diferentes áreas y se debe enfocar en esas respuestas para poder mejorar como institución..

Ya desde un panorama general de toda la investigación, en los resultados reportados hay variedad de reclamos, quejas y/o sugerencias que se deben relaciona directamente con la satisfacción del cliente, el coordinador nos dice que se debe mejorar los canales de comunicaciones, orientándolo a contribuir con la gestión de la calidad.

Para Chun-Chu et al. (2016) Este trabajo nos determina la evidente que es la satisfacción del cliente puede mejorar, ya que en esta oportunidad si hubo una persona que ayudo en la toma de las mediciones, así determinar que indicadores se podrían aplicar para la comprobación. Hay varios trabajos que reflejan que los resultados obtenidos de una investigación, tengo la relación positiva y moderar la calidad del servicio, (Inca, 2015) además que al influenciar la calidad del servicio que ofrece la organización donde se hizo el estudio. Además, se tiene que la calidad de la entidad tiene una influencia importante en el nivel de la satisfacción del cliente.

También se debe revisar que existe una clara desorganización en la entidad con respecto a los procesos en general, para ello se requiere trabajar con conjunto con el único fin de tener la integración de todas las mejoras de las deficiencias, teniendo herramientas consistentes que faciliten los procesos existenciales y mejorar la calidad del trabajo brindado, y se tiene que estandarizar todos los conocimientos para que se fortalezca los lazos con el cliente. La toma de muestra a los 5 actores nos va a permitir identificar cuáles son las deficiencias actuales y que se han mantenido hasta ahora presentes, con ello se va a tomar medidas correctivas, pero solo para el presente trabajo brindaremos las recomendaciones oportunas.

Además, abordando 2 de nuestras principales palabras claves la satisfacción del cliente y fidelización, son como el requisito indispensable para ocupar gran importancia en los clientes, donde todos los procesos del servicio deberán ser lo más claros posibles, tener la mejor calidad del servicio y del personal, para calar en las expectativas del cliente.

## V. CONCLUSIONES

Primero: Respecto al objetivo general “Determinar de qué manera la calidad del servicio influye en la satisfacción del cliente de la dirección de la institución pública” Se concluye que el modelo actual de atención al cliente es en su gran mayoría insatisfactorio, en tanto al comportamiento de la entidad, ya que, si bien pueda absolver dudas, no logra ser empático con el cliente o solucionar sus problemas ni satisfacer sus necesidades.

Segundo: Respecto al primer objetivo específico “Determinar el grado de satisfacción del usuario con la atención recibida por la institución” el grado de atención al cliente es insatisfactorio, en cuanto al comportamiento del trabajador que no se muestra comprensivo ante una necesidad dada y no hay la suficiente empatía para resolver los inconvenientes del cliente.

Tercero: Respecto al segundo objetivo específico “Evaluar la influencia de la calidad del servicio con la satisfacción del usuario” Se concluye que según la encuesta se considera que el servicio y la atención recibido fue deficiente y que se deben aplicar mejoras continuas en el servicio y la atención.

Cuarto: Respecto al tercer objetivo específico “Establecer como la seguridad, confiabilidad, seguridad y empatía influye en la satisfacción del usuario” del total de nuestros actores, se puede decir que casi 79% no tuvo casi ningún inconveniente, solo un 21% piensa que es un servicio totalmente malo, ello nos lleva a decir que se debe trabajar en áreas específicas para abordar la atención pertinente.



## VI. RECOMENDACIONES

Primero: Se recomienda que la gerencia y director de cada sede tomen como un indicador de deficiencia el presente trabajo, para la atención al cliente, con ello planificar, organizar, controlar y evaluar los procesos a implementar, de acuerdo con la mejora continua. Además, habiendo una relación considerable entre el liderazgo y la calidad de atención al cliente, se debe contar con entidades públicas que gestionen estos temas, para mejorar el desempeño de la atención hacia los clientes.

Segundo: El área de calidad debería diseñar e implementar el modelo de gestión por resultados para con ello mejorar la atención al cliente de la entidad pública, además de realizar las mediciones correspondientes según resultados, mediante indicadores y se haga periódicamente.

Tercero: Al tener al coordinador y el experto casi alineamos a las mismas respuestas, toman conciencia que se debe ofrecer capacitaciones a los colaboradores sobre los procesos de la entidad, además de talleres de sensibilización hacia el cliente.

Cuarto: implantar en la institución los temas de calidad total, como consecuencia de la insatisfacción del cliente, establecer como herramienta la mejora continua en las entidades públicas a fin de optimizar la calidad de los procesos y del servicio, según la mejora continua que es planificación de los que se van a realizar, ejecutar según las estrategias a aplicar, verificar es medir nuestros resultados y para actuar se debe subsanar los problemas que se encuentren en la retroalimentación.

## REFERENCIAS

- Albalushi, A., Zaidan, A., & Adabi, F. (4 De 12 De 2019). Competency Management In The Context Of Omani Civil Service Reform & Development. *International*, 76-89. Obtenido De <https://ideas.repec.org/a/ibn/ibrjnl/v12y2019i4p76-89.html>
- Avendaño W., Paz L. Y Rueda G. (Junio De 2015). Auditory Stimuli In Neuro-Marketing Practices; Case. *Cuadernos De Administración*, 117-129. Doi:ISSN 0120-4645
- Betancourt, Bautista. (24 De 02 De 2017). Pontificia Universidad Católica Del Ecuador, Sede Esmeraldas. Doi:ISSN 2528-7915
- Chun-Chu Y., Kuo-Ting H., And Chin-Huang H. (2016). Service Quality Improving Effects And Recreational Benefits For Sports Tourism—A Case Study. *Tourism Economics: The Business And Finance Of Tourism And Recreation*, 1332-1337. Obtenido De <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5844316>
- De Souza, Daiane Cristina. (2017). *Kroton- Repositório Institucional*. Obtenido De Repositório Institucional Banco De Produccion Academica E Intelectual: <https://repositorio.pgskroton.com/handle/123456789/26752>
- Duana Avila D., Hernandez Mendoza S. (05 De 12 De 2020). *Técnicas E Instrumentos De Recolección De Datos. Boletín Científico De Las Ciencias Económico Administrativas Del ICEA*. Doi:[Ttps://Doi.Org/10.29057/lcea.v9i17.6019](https://doi.org/10.29057/lcea.v9i17.6019)
- Elizabeth Guardia Mimata. (Mayo De 2018). *Repositorio De La Universidad César Vallejo*. Obtenido De Repositorio De La Universidad César Vallejo: <https://hdl.handle.net/20.500.12692/21084>
- Espinoza Requejo, Cinthy Catheryne. (20 De 12 De 2018). Universidad Cesar Vallejo. Doi:DOI: <https://doi.org/10.18050/revucvhacer.v7n3a9>

Følstad, A., Y Kvale, K. (2018). Customer Journeys: A Systematic Literature Review. *Journal Of Service Theory And Practice*,, 196-227. Doi:<https://doi.org/10.1108/Jstp-11-2014-0261>

Francisco Cisterna Cabrera. (Enero De 2005). *Red De Revistas Científicas De América Latina, El Caribe, España Y Portugal*. Doi:ISSN: 0717-196X

Gálvez M. Y López I. (23 De Abril De 2018). Amplitud Del Surtido Como Generador De Emociones Negativas En El Consumidor. *Revista Académica De Marketing Aplicado*, 231-247. Doi:<https://doi.org/10.17979/Redma.2018.01.020.4835>

Gonzáles J. Y Valdivia I. (2021). Satisfacción de los clientes con los canales de atención en una entidad financiera de arequipa. Estudio en tiempos de la covid 19. *Revista Arbitrada: Orinoco, Pensamiento Y Praxis* , 70-81. Doi:ISSN 2244-8314

Goossen, C., & Austin, M. (2017). Service User Involvement In UK Social Service Agencies And Social Work Education. *Journal Of Social Work Education*, 37-51. Doi:<https://doi.org/10.1080/10437797.2016.1246271>

Heredia, Ceballos, Torres. (22 De Julio De 2020). Doi:<https://doi.org/10.17081/Invino.8.2.3639>

Horváthová, P., Copíková, A., & Mokra, K. (2019). Methodology Proposal Of The Creation Of Competency Models And Competency Model For The Position Of A Sales Manager In An Industrial Organisation Using The AHP Method And Saaty's Method Of Determining Weights. *Economic Research-Ekonomska*, 2594-2613. Doi:<https://doi.org/10.1080/1331677X.2019.1653780>

Hue, N., Nguyen, T., & Matsui, Y. (2015). Service Quality And Customer Satisfaction: A Case Study Of Hotel. *Asian Social Science*. 73-85. Doi:<https://dx.doi.org/10.5539/ass.v11n10p73>

Jara, Asmat, Alberca, Medina . (2018). Obtenido De ISSN: 1315-9984

José Ramón Cardona. (19 De 01 De 2016). Centro Nacional ISSN Para España. ESPAÑA. Doi:ISSN/2530-3260

Kaijun Y., Ruiyi G., Yongliang Z., Yuzhou L. Y Ruoyang L. (2018). Interaction between the employees' psychological capital on job involvement based on job satisfaction in medical industry: empirical research from china. *Revista De Cercetare Si Interventie Sociala*, 279-289. Doi: ISSN: 1584-5397

Leal Leal, Andrea Fernanda. (11 De 06 De 2017). Universidad Militar Nueva Granada. Obtenido De [Https://Repository.Unimilitar.Edu.Co/Handle/10654/16408](https://Repository.Unimilitar.Edu.Co/Handle/10654/16408)

Lida Murillo Moreno. (Setiembre De 2018). *AREANDINA- Fundación Universitaria Del Área Andina*. Obtenido De [Https://Digitk.Areandina.Edu.Co/](https://Digitk.Areandina.Edu.Co/)

Loli A., Del Carpio J., Vergara A., Cuba E., Morales S., Flores M. Y Lamas L. (15 De Mayo De 2013). La satisfacción y la calidad de servicio en organizaciones públicas y privadas de lima metropolitana. *IIPSI*, 190. Doi:ISSN 1609 - 7445

López A. (2015). Qualitative Studies In Quality Of Life. Methodology And Practice. *Revista Latinoamericana De Ciencias Sociales, Niñez Y Juventud*, 1314-1315. Doi:ISSN-E 1692-715X

Lora-Guzmán, H. S., Castilla-Paternina, S., & Góez-Flórez, M. C. (2020). Management By Competencies As A Strategy For The Improvementof Efficiency And Organizational Effectiveness. *Revista Saber, Ciencia Y Libertad*, 15(1), 83 - 94. Doi:[Https://Doi.Org/10.18041/2382-3240/Saber.2020v15n1.6291](https://doi.org/10.18041/2382-3240/Saber.2020v15n1.6291)

M., I. (2015). Calidad De Servicio Y Satisfacción De Los Usuarios De La Municipalidad Distrital De Pacucha, Andahuaylas. *Universidad Nacional José María Arguedas. Pacucha- Andahuaylas*. Obtenido De [Http://Repositorio.Unajma.Edu.Pe/Handle/123456789/225](http://Repositorio.Unajma.Edu.Pe/Handle/123456789/225)

- Machado F. And Dai Prá C. (10 De 01 De 2015). Project management success. *Gestão E Projetos - Gep*, 28-44. Doi:10.5585
- McMahon, L., Tipirneni, R., & Chopra, V. . (2016). Health System Loyalty Programs An Innovation In Customer Care And Service. *JAMA Network* , 863-864. Doi:10.1001/Jama.2015.19463
- Mezones Orozco, Aurora Ibelis. (04 De 09 De 2020). Obtenido De <Http://Repositorio.Uladech.Edu.Pe/Handle/123456789/17604>
- Monferrer D., Moliner M. Y Estrada M. (2019). Increasing Customer Loyalty Through Customer Engagement In The Retail Banking Industry. *Retail Banking Industry*, 461-484. Doi:10.1108/SJME-07-2019-0042
- Navarro L., Pasadas S. Y Ruiz J. (2004). La triangulación metodológica en el ámbito de la investigación social: dos ejemplos de uso. España. Obtenido De <File:///C:/Users/Lvasquez/Downloads/409413.Pdf>
- Nikitinsky, N. (2018). Improving Talent Management With Automated Competence Assessment: Research Summary. *Proceedings Of The Scientific-Practical Conference*, 73-82. Doi:Doi.Org/10.1007/978-3-319-62870-7\_8
- Ok, S., Suy, R., Leaksmy, C., & Chakriya, C. (2018). Customer Satisfaction And Service Quality In The Marketing Practice: Study On Literature Review. *Asian*, 21-27. Doi:Doi.Org/10.33094/Journal.139.2018.11.21.27
- Oscar Armando Bazalar Rivas. (25 De Setiembre De 2018). *Repositorio De La Universidad César Vallejo*. Obtenido De <Https://Hdl.Handle.Net/20.500.12692/22713>
- Otero M., Pose J., Lopes R. Y Gallas M. . (Junio De 2018). Validación De Una Encuesta De Satisfacción De Servicios Públicos De Salud Bucodental. *RCOE: Revista Del Ilustre Consejo General De Colegios De Odontólogos Y Estomatólogos De España*, 54-60. Obtenido De <Https://Dialnet.Unirioja.Es/Servlet/Articulo?Codigo=6823852>

- Paz Aguilar Liseth. (2020). *Repositorio De La Universidad César Vallejo*. Obtenido De Repositorio De La Universidad César Vallejo:  
[Https://Repositorio.Ucv.Edu.Pe/](https://Repositorio.Ucv.Edu.Pe/)
- Ramos C. (Julio De 2020). *Fundación Dialnet*. Doi:ISSN 1390-9592 ISSN-L 1390-681X
- Rest, K.-D., & Hirsch, P. (2016). Daily Scheduling Of Home Health Care Services Using Time-Dependent Public Transport. *Flexible Services And Manufacturing Journal Volume* , 495-525. Doi:Doi.Org/10.1007/S10696-015-
- Roberto Hernández S., Carlos Fernández C., María Del Pilar Baptista. (2010). *Metodología De La Investigación* (5ta Edición Ed.). (J. M. Chacón, Ed.) Mexico: Mcgraw-HILL. Doi:ISBN: 978-607-15-0291-9
- Roundy, P. (2018). Paying Attention To The Customer: Consumer Forces In Small Town Entrepreneurial Ecosystems. *Journal Of Research In Marketing And Entrepreneurship*, 323-334. Doi:Doi.Org/10.1108/JRME-11-2017-
- Ruobing Z., Zhen L. Y Yige H. (2021). Correlation research on the practice of school administrative ethics and teachers' job morale and job involvement. *Revista De Cercetare Si Interventie Sociala*, 44-55. Doi:ISSN: 1584-5397
- Ruydiaz K., Saldarriaga G., & Fernández S. (2018). Satisfacción Del Usuario: Un Reto A La Calidad Del Cuidado. *Revistas CURN*, 49-61.  
Doi:[Https://Doi.Org/10.22519/21455333.969](https://doi.org/10.22519/21455333.969)
- Salazar, Cabrera-Vallejo. (12 De 02 De 2016). Diagnóstico De La Calidad De Servicio, En La Atención Al Cliente. Doi:ISSN: 1560-9146
- Sanchis, R., Andrés, B. And Poler, R. (2019). Methodology To Validate Results From European Research Projects: Thec2net Case Study. *International Journal Of Production Management And Engineering*, 81-90. Doi:ISSN-E 2340-4876
- Santa Cruz Jaure, Elliot Augusto. (2018). Obtenido De  
[Http://Renati.Sunedu.Gob.Pe/Handle/Sunedu/1800082](http://Renati.Sunedu.Gob.Pe/Handle/Sunedu/1800082)

- Shanmugaraja, M., Nataraj, M., & Gunasekaran, N. (2010). Customer Care Management Model For Service Industry . *Scientific Research*, 146-155.  
Doi:Doi.Org/10.4236/Ib.2010.22018
- Shekhar S. And Ashish B. (2013). Impact of customer care services on customer satisfaction-a study of mobile phone subscribers of u.p. (east) circle. *International journal of management research and review*, 2224-2242.  
Doi:issn: 2249-7196
- Shikova, N. (2016). Competency-Based Management In Public Administration. *Global Encyclopedia Of Public Administration, Public Policy, And Governance*, 1-6.  
Doi:Doi.Org/10.1007/978-3-319-31816-
- Toral Tinitana, Gallardo, Pasaca- Mor, Cevallos. (2019). Obtenido De ISSN: 1560-9146
- Urbina, S. (2015). *La Calidad De Servicio Y La Satisfacción De Los Clientes De La Empresa: Corporación Norte S:A:C-Ciudad Trujillo 2014*. Trujillo. Obtenido De [Https://Dspace.Unitru.Edu.Pe/Handle/UNITRU/973](https://Dspace.Unitru.Edu.Pe/Handle/UNITRU/973)
- Verde, H., Castañeda, J., Meléndez, J., Gómez, R., & Tapia, C. (2018). Calidad De Servicio Y Satisfacción Del Contribuyente De La Municipalidad Distrital De Salaverry. *REVISTA DE INVESTIGACIÓN ESTADÍSTICA*, 1-7. Obtenido De [Https://Revistas.Unitru.Edu.Pe/Index.Php/REDIES/Article/View/2788/2864](https://Revistas.Unitru.Edu.Pe/Index.Php/REDIES/Article/View/2788/2864)

ANEXOS



## Anexo 1

### CONSTANCIA DE VALIDACION DE INSTRUMENTOS

Mediante la presente, se deja constancia de haber revisado los ítems de los Instrumentos: Entrevistas y encuestas; que la investigadora Lady Mariana Vasquez Rodriguez usó para su trabajo de tesis de maestría en Gestión Pública: *"Gestión de la calidad en la atención al cliente en una institución pública en el año 2020"*.

Ambos instrumentos miden, respectivamente, las variables atención al cliente y la gestión. Los ítems de los instrumentos muestran en general 1. Claridad (se comprende fácilmente, su sintáctica y semántica son adecuadas); 2 Coherencia (tienen relación lógica con la dimensión o indicador que miden) y 3. Relevancia (son esenciales o importantes, deben ser incluidos); y son consecuentes con mediciones previas que han surgido de investigaciones precedentes en el tema.

En tal sentido, se garantiza la validez de dichos instrumentos presentados por el referido investigador.

Lima, 25 de mayo de 2021



**Nombres y apellidos**

Cargo, experiencia u otro

Roberto Carlos Colonio Suvichagui  
Especialista de Metodología legal

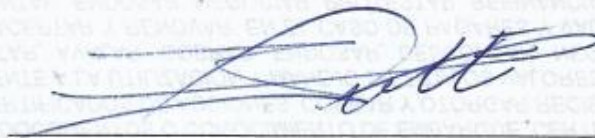
## CONSTANCIA DE VALIDACION DE INSTRUMENTOS

Mediante la presente, se deja constancia de haber revisado los ítems de los Instrumentos: Entrevistas y encuestas; que la investigadora Lady Mariana Vasquez Rodriguez usó para su trabajo de tesis de maestría en Gestión Pública: "*Gestión de la calidad en la atención al cliente en una institución pública en el año 2020*".

Ambos instrumentos miden, respectivamente, las variables atención al cliente y la gestión. Los ítems de los instrumentos muestran en general 1. Claridad (se comprende fácilmente, su sintáctica y semántica son adecuadas); 2 Coherencia (tienen relación lógica con la dimensión o indicador que miden) y 3. Relevancia (son esenciales o importantes, deben ser incluidos); y son consecuentes con mediciones previas que han surgido de investigaciones precedentes en el tema.

En tal sentido, se garantiza la validez de dichos instrumentos presentados por el referido investigador.

Lima, 25 de mayo de 2021



**JUAN VICTOR ARCE ESPINOZA**  
COORDINADOR DE METROLOGIA LEGAL  
INSTITUTO NACIONAL DE CALIDAD – INACAL

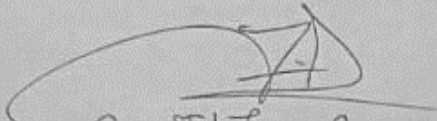
## CONSTANCIA DE VALIDACION DE INSTRUMENTOS

Mediante la presente, se deja constancia de haber revisado los ítems de los Instrumentos: Entrevistas y encuestas; que la investigadora Lady Mariana Vasquez Rodriguez usó para su trabajo de tesis de maestría en Gestión Pública: *"Gestión de la calidad en la atención al cliente en una institución pública en el año 2020"*.

Ambos instrumentos miden, respectivamente, las variables atención al cliente y la gestión. Los ítems de los instrumentos muestran en general 1. Claridad (se comprende fácilmente, su sintáctica y semántica son adecuadas); 2 Coherencia (tienen relación lógica con la dimensión o indicador que miden) y 3. Relevancia (son esenciales o importantes, deben ser incluidos); y son consecuentes con mediciones previas que han surgido de investigaciones precedentes en el tema.

En tal sentido, se garantiza la validez de dichos instrumentos presentados por el referido investigador.

Lima, 25 de mayo de 2021



Galia Style Licóns Conza

**Nombres y apellidos**

**Cargo, experiencia u otro**

Licenciada en Química  
Maestría en Gestión Pública

## ANEXO 02

### Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez(a): Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Cuestionario que indica el criterio y apreciación del servicio brindado, del usuario". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando tanto al área investigativa en **Gestión de la calidad en la atención al cliente en una dirección de una institución pública en el año 2020**, como a sus aplicaciones. Agradecemos su valiosa colaboración.

#### 1. Datos Generales del Juez

<b>Nombre del juez:</b>	JUAN ARIEL ESPINOSA	
<b>Grado profesional:</b>	Maestro ( <input checked="" type="checkbox"/> )	Bachiller ( )
	Doctor ( )	
<b>Área de Formación académica:</b>	Gestión pública ( <input checked="" type="checkbox"/> )	Política y gobernabilidad ( )
	Administración o economía ( )	Otra ( <input checked="" type="checkbox"/> INGENIERÍA )
<b>Áreas de experiencia profesional:</b>	METROLOGIA LEGAL	
<b>Institución donde labora:</b>	INSTRUMENTAL NACIONAL DE CALIDAD	
<b>Tiempo de experiencia profesional en el área:</b>	2 a 4 años ( )	
	Más de 5 años ( <input checked="" type="checkbox"/> )	
<b>Experiencia en Investigación Psicométrica:</b>	Trabajo(s) psicométricos realizados Título del estudio realizado.	
	/	

2. Propósito de la evaluación.
  - a. Validar lingüísticamente el contenido del instrumento, por juicio de expertos.
3. Datos del instrumento.

Nombre de la Prueba:	Entrevista para determinar el nivel de satisfacción de la gestión de atención, que recibe el cliente
Autor (a)(es):	Lady Mariana Vasquez Rodriguez
Procedencia:	Perú (aún no estandarizado)
Administración:	Individual
Tiempo de aplicación:	Entre 10 minutos a 15 minutos
Ámbito de aplicación:	Clientes que reciben atención de la Dirección de una institución pública
Significación:	Esta guía de preguntas está compuesta por 9 Reactivos, sobre la base de tres pre categorías. La pre categoría Nivel de satisfacción del cliente con reactivos que tienen la función de sondear las diferentes perspectivas que tienen los clientes que reciben el trato de parte del personal administrativo de la institución. La pre categoría criterios de aceptación del servicio consta de reactivos que van a indicar cuál es el impacto de los servicios que brinda la institución. La tercera y última pre categoría evaluación de las emociones que consta de reactivos que dan a conocer la reciprocidad que hay entre la entidad, el personal que atiende y los clientes.

#### 4. Soporte teórico.

VARIABLE	Sub escala (dimensiones )	Definición / Explicación
Gestión de atención al cliente	Nivel de satisfacción de Cliente	<p>En esta pre categoría los reactivos que se encuentran dirigidos a:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Alinearnos a las necesidades de los clientes, de esta manera, habrá una relación positiva.</li> <li>- Entender cuál es la necesidad real y en qué contexto se encuentra la institución.</li> <li>- La solución de dudas e inquietudes son resultados sin errores, que puedan generar mayor incomodidad al cliente. Ello puede generar que sea una buena experiencia y fidelización.</li> </ul>
	Criterios de aceptación con el servicio	<p>En esta pre categoría están los reactivos que están direccionado a:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- El servicio que brinda la institución es la correcta, no hay inconvenientes o incumplimientos de tiempos, que pueda perjudicar en el cliente.</li> <li>- Entender cuál es el punto de quiebre con respecto a la atención y los puntos más débiles que se deban atender.</li> </ul>
	Evaluación de las emociones	<p>En esta pre categoría se dirige a los siguientes reactivos a:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Para evaluar la empatía se tiene que saber el tipo de atención que brinda la institución, si esta es individualizada.</li> <li>- El tiempo el factor importante en la atención, cual es la rapidez con la que se solucionan las consultas o inconvenientes.</li> <li>- Tener la seguridad y confianza del personal para poder retransmitirle al cliente, con la disposición de querer ayudarlo en lo que requieran.</li> </ul>

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presentó el instrumento Entrevista para determinar el grado de satisfacción de la gestión de atención, que recibe el cliente, elaborado por la Ing. Lady Vasquez Rodriguez (2021). De acuerdo con los siguientes indicadores, califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
<p style="text-align: center;"><b>CLARIDAD</b></p> <p>El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.</p>	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<p style="text-align: center;"><b>COHERENCIA</b></p> <p>El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.</p>	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio).	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo).	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel).	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de acuerdo (alto nivel).	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.

<p><b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.</p>	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

*Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente.*

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel



**DIMENSIONES DEL INSTRUMENTO: Cuestionario que indica el criterio y apreciación del servicio brindado, del usuario**

- Primera dimensión: Nivel de satisfacción de Cliente

Objetivos de la dimensión: Determinar el grado de satisfacción del usuario con la atención recibida por la institución.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Nivel de satisfacción de Cliente	¿Indicar el nivel de la calidad del servicio que ofrece la Institución?	4	4	4	✓
	¿Qué nivel tienen los empleados de la institución sobre el conocimiento suficiente de los servicios que brindan?	3	3	3	Pueden mejorar

- Segunda dimensión: Criterios de aceptación con el servicio.

Objetivos de la dimensión: Evaluar la influencia de la calidad del servicio con la satisfacción del usuario.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
	¿Siente que la institución cumple con el servicio que indica?	4	4	4	✓
<b>Criterios de aceptación con el servicio</b>	¿Qué nivel de importancia tienen para usted, las condiciones y personal externo a su atención?	4	4	4	✓

- Tercera dimensión: Evaluación de las emociones.

Objetivos de la dimensión: Establecer como la seguridad, confiabilidad, seguridad y empatía influye en la satisfacción del usuario.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
<b>Evaluación de las emociones</b>	¿Según su perspectiva indicar que nivel tiene la entidad	3	3	3	Puede mejorar.

	para conservar un ceñido contacto con los usuarios?				
--	--	--	--	--	--



**Firma del evaluador**

**DNI:** 42332465

Juan Luis E.

### Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez(a): Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Entrevista para determinar el nivel de satisfacción de la gestión de atención, que recibe el usuario". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando tanto al área investigativa en **Gestión de la calidad en la atención al cliente en una dirección de una institución pública en el año 2020**, como a sus aplicaciones. Agradecemos su valiosa colaboración.

#### 1. Datos Generales del Juez

Nombre del juez:	JUAN VICOR ARTE ESPINOZA	
Grado profesional:	Maestro ( <input checked="" type="checkbox"/> )	Bachiller ( )
	Doctor ( )	
Área de Formación académica:	Gestión pública ( <input checked="" type="checkbox"/> )	Política y gobernabilidad ( )
	Administración o economía ( )	Otra ( <u>INGENIERÍA</u> )
Áreas de experiencia		
profesional:	METROLOGÍA LEGAL	
Institución donde labora:	INSTITUTO NACIONAL DE SALUD	
Tiempo de experiencia profesional en el área :	2 a 4 años ( )	
	Más de 5 años ( <input checked="" type="checkbox"/> )	
Experiencia en Investigación	Trabajo(s) psicométricos realizados	
Psicométrica :	Título del estudio realizado.	
	_____	

**DIMENSIONES DEL INSTRUMENTO: Entrevista para determinar el grado de satisfacción de la gestión de atención, que recibe el usuario**

- Primera dimensión: Nivel de satisfacción de Cliente

Objetivos de la dimensión: Determinar el grado de satisfacción del usuario con la atención recibida por la institución.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Nivel de satisfacción de Cliente	1. ¿Considera que el trato recibido por la institución fue el adecuado?	3	3	3	/
	2. ¿Qué opinión tiene sobre la calidad de información que ha recibido?	3	3	3	/
	3. ¿La información y trato recibido fue útil para usted, despejo sus dudas?	3	3	3	/
	4. ¿Hubo demora en la atención que recibió, de ser así lo consideraría normal?	3	3	3	Puede mejorar

- Segunda dimensión: Criterios de aceptación con el servicio.

Objetivos de la dimensión: Evaluar la influencia de la calidad del servicio con la satisfacción del usuario.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Criterios de aceptación con el servicio	1. Considera que el servicio que ofrece la institución es el adecuado	4	4	4	/
	2. ¿El comportamiento que tuvo el personal que lo atendió, fue el adecuado?	3	3	3	/
	3. ¿Cuáles fueron las deficiencias del servicio que recibió de la institución?	3	3	3	/
	4. Si ocurrió un imprevisto, ¿Existió una comunicación posterior absolviendo sus inquietudes?	4	4	4	✓
	5. ¿Qué recomendaría mejorar del servicio brindado?	3	3	3	mayor eficiencia

- Tercera dimensión: Evaluación de las emociones.

Objetivos de la dimensión: Establecer como la seguridad, confiabilidad, seguridad y empatía influye en la satisfacción del usuario.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Evaluación de las emociones	1. Sobre el personal que lo atendió, le inspira la confianza y cortesía que usted requiere	3	3	3	
	2. ¿Cómo se sintió con el trato que recibió?	3	3	3	Puede mejorar
	3. ¿Qué opinión merece el personal que atiende en la recepción de la institución?	3	3	3	Puede mejorar
	4. ¿Qué tipo de servicio considera que tiene deficiencias?	3	3	3	atenderá al usuario
	5. en Líneas generales, Referente a la atención que brindan ¿considera que es la adecuada?	3	3	3	Puede mejorar algunos aspectos.



Firma del evaluador

DNI:

42332465

Juan Luis E.

### Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez(a): Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Entrevista para determinar el nivel de satisfacción de la gestión de atención, que recibe el cliente". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando tanto al área investigativa en **Gestión de la calidad en la atención al cliente en una dirección de una institución pública en el año 2020**, como a sus aplicaciones. Agradecemos su valiosa colaboración.

#### 1. Datos Generales del Juez

Nombre del juez:	Roberto Carlos Cobano Suroboguí	
Grado profesional:	Maestro (X)	Bachiller ( )
	Doctor ( )	
Área de Formación académica:	Gestión pública ( )	Política y gobernabilidad ( )
	Administración o economía ( )	Otra (Ingeniería y Metrología)
Áreas de experiencia profesional:	- Docente universitario - Metrología en sistemas fabrilísticos - Metrología legal	
Institución donde labora:	INSTITUTO NACIONAL DE CALIDAD	
Tiempo de experiencia profesional en el área :	2 a 4 años ( )	Más de 5 años (X)
Experiencia en Investigación Psicométrica :	Trabajo(s) psicométricos realizados Título del estudio realizado.	



2. Propósito de la evaluación.
  - a. Validar lingüísticamente el contenido del instrumento, por juicio de expertos.
3. Datos del instrumento.

Nombre de la Prueba:	Entrevista para determinar el nivel de satisfacción de la gestión de atención, que recibe el cliente
Autor (a)(es):	Lady Mariana Vasquez Rodriguez
Procedencia:	Perú (aún no estandarizado)
Administración:	Individual
Tiempo de aplicación:	Entre 10 minutos a 15 minutos
Ámbito de aplicación:	Clientes que reciben atención de la Dirección de una institución pública
Significación:	Esta guía de preguntas está compuesta por 9 Reactivos, sobre la base de tres pre categorías. La pre categoría Nivel de satisfacción del cliente con reactivos que tienen la función de sondear las diferentes perspectivas que tienen los clientes que reciben el trato de parte del personal administrativo de la institución. La pre categoría criterios de aceptación del servicio consta de reactivos que van a indicar cuál es el impacto de los servicios que brinda la institución. La tercera y última pre categoría evaluación de las emociones que consta de reactivos que dan a conocer la reciprocidad que hay entre la entidad, el personal que atiende y los clientes.

4. Soporte teórico.

VARIABLE	Sub escala (dimensiones )	Definición / Explicación
Gestión de atención al cliente	Nivel de satisfacción de Cliente	<p>En esta pre categoría los reactivos que se encuentran dirigidos a:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Alinearnos a las necesidades de los clientes, de esta manera, habrá una relación positiva.</li> <li>- Entender cuál es la necesidad real y en qué contexto se encuentra la institución.</li> <li>- La solución de dudas e inquietudes son resultados sin errores, que puedan generar mayor incomodidad al cliente. Ello puede generar que sea una buena experiencia y fidelización.</li> </ul>
	Criterios de aceptación con el servicio	<p>En esta pre categoría están los reactivos que están direccionado a:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- El servicio que brinda la institución es la correcta, no hay inconvenientes o incumplimientos de tiempos, que pueda perjudicar en el cliente.</li> <li>- Entender cuál es el punto de quiebre con respecto a la atención y los puntos más débiles que se deban atender.</li> </ul>
	Evaluación de las emociones	<p>En esta pre categoría se dirige a los siguientes reactivos a:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Para evaluar la empatía se tiene que saber el tipo de atención que brinda la institución, si esta es individualizada.</li> <li>- El tiempo el factor importante en la atención, cual es la rapidez con la que se solucionan las consultas o inconvenientes.</li> <li>- Tener la seguridad y confianza del personal para poder retransmitirle al cliente, con la disposición de querer ayudarlo en lo que requieran.</li> </ul>

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presenté el instrumento Entrevista para determinar el grado de satisfacción de la gestión de atención, que recibe el cliente, elaborado por la Ing. Lady Vasquez Rodriguez (2021). De acuerdo con los siguientes indicadores, califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
<p style="text-align: center;"><b>CLARIDAD</b></p> <p>El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.</p>	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<p style="text-align: center;"><b>COHERENCIA</b></p> <p>El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.</p>	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio).	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo).	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel).	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de acuerdo (alto nivel).	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.

<p><b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.</p>	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

*Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente.*

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

**DIMENSIONES DEL INSTRUMENTO: Entrevista para determinar el grado de satisfacción de la gestión de atención, que recibe el cliente**

- Primera dimensión: Nivel de satisfacción de Cliente

Objetivos de la dimensión: Determinar el grado de satisfacción del cliente con la atención recibida por la institución.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Nivel de satisfacción de Cliente	1. ¿Considera que el trato recibido por la institución fue el adecuado?	4	4	4	Ninguna
	2. ¿Qué opinión tiene sobre la calidad de información que ha recibido?	4	4	4	Ninguna
	3. ¿La información y trato recibido fue útil para usted, despejo dudas?	4	4	4	Ninguna
	4. ¿Hubo demora en la atención que recibió, de ser así lo consideraría normal?	4	4	4	Ninguna

- Segunda dimensión: Criterios de aceptación con el servicio.

Objetivos de la dimensión: Evaluar la influencia de la calidad del servicio con la satisfacción del cliente.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Criterios de aceptación con el servicio	1. Considera que el servicio que ofrece la institución es el adecuado	4	4	4	Ninguna
	2. ¿El comportamiento que tuvo el personal, fue el adecuado?	4	4	4	Ninguna
	3. ¿Cuáles fueron las deficiencias del servicio que recibió de la institución?	4	4	4	Ninguna
	4. Si ocurrió un imprevisto, ¿Existió una comunicación posterior absolviendo sus inquietudes?	4	4	4	Ninguna
	5. ¿Qué recomendaría mejorar del servicio brindado?	4	4	4	Ninguna

- Tercera dimensión: Evaluación de las emociones.

Objetivos de la dimensión: Establecer como la seguridad, confiabilidad, seguridad y empatía influye en la satisfacción del cliente.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Evaluación de las emociones	1. Sobre el personal que lo atendió, le inspira la confianza y cortesía que usted requiere.	4	4	4	Ninguna
	2. ¿Cómo se sintió con el trato que recibió?	4	4	4	Ninguna
	3. ¿Qué opinión merece el personal que atiende en la recepción de la institución?	4	4	4	Ninguna
	4. ¿Qué tipo de servicio considera que tiene deficiencias?	4	4	4	Ninguna
	5. en Líneas generales, Referente a la atención que brindan ¿considera que es la adecuada?	4	4	4	Ninguna



Firma del evaluador

DNI: 41337194

## Anexo 2

### Matriz de Categorización

Tema	Problema de Investigación	Objetivos generales	Objetivos específicos	Categoría	Subcategorías
Gestión de la calidad en la atención al cliente en la dirección de la institución pública en el año 2020	¿Cómo mejorar la calidad del servicio brindado por la dirección de metrología de la institución pública para lograr la satisfacción del cliente?	Determinar de qué manera la calidad del servicio influye en la satisfacción del cliente de la dirección de metrología de la institución pública.	Determinar el grado de satisfacción del cliente con la atención recibida por la institución.	Atención al cliente	Nivel de satisfacción de Cliente
			Evaluar la influencia de la calidad del servicio con la satisfacción del cliente.		Criterios de aceptación con el servicio
			Establecer como la seguridad, confiabilidad, seguridad y empatía influye en la satisfacción del cliente.		Evaluación de las emociones



## Anexo 3

### Entrevista sobre el criterio y apreciación del servicio brindado

La finalidad de esta entrevista es conocer como el estudio, servirá de mejora para la atención del cliente, además tiene como propósito recopilar información para establecer el nivel de calidad de atención a los clientes en la institución del año 2020. Por lo cual se requiere pueda contestar a las preguntas con sinceridad y honestidad.

A continuación, se presenta 14 preguntas de respuestas abiertas, y las preguntas serán según su criterio y apreciación del servicio que brinda la institución, según las categorías planteadas para el trabajo de investigación:

- Nivel de satisfacción de Cliente

1. ¿Considera que el trato brindado por la institución es el adecuado?

---

---

2. ¿Qué opinión tiene sobre la calidad de información que se brinda?

---

---

3. ¿La información y trato recibido son de utilidad, despeja duda?

---

---

4. ¿Hubo demora en la atención, de ser así lo consideraría normal?

---

---

- Criterios de aceptación con el servicio

1. Considera que el servicio que ofrece la institución es el adecuado

---

---

2. ¿El comportamiento que tuvo el personal, es el adecuado?

---

---

3. ¿Cuáles fueron las deficiencias del servicio que brinda la institución?

---

---

4. Si ocurrió un imprevisto, ¿Existe una comunicación posterior absolviendo las inquietudes?

---

---

5. ¿Qué recomendaría mejorar del servicio brindado?

---

---

- Evaluación de las emociones

1. Sobre el personal, ¿Inspira la confianza y cortesía, que se requiere?

---

---

2. ¿Cómo se sintió con el trato que recibió?

---

---

3. ¿Qué opinión merece el personal que atiende en la recepción de la institución?

---

---

4. ¿Considera que el servicio tiene deficiencias?

---

---

5. En Líneas generales, Referente a la atención que brindan ¿considera que es la adecuada?

---

---



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSGRADO  
MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA**

### **Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, VILLEGAS RIVAS DANNY ALBERTO, docente de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "GESTIÓN DE LA CALIDAD EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN UNA INSTITUCIÓN PÚBLICA EN EL AÑO 2020", cuyo autor es VASQUEZ RODRIGUEZ LADY MARIANA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 5.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 28 de Julio del 2021

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
VILLEGAS RIVAS DANNY ALBERTO <b>CARNET EXT.:</b> 003066317 <b>ORCID:</b> 0000-0002-8651-1367	Firmado electrónicamente por: DAVILLEGASV el 30- 07-2021 16:41:15

Código documento Trilce: TRI - 0157049