



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN
GESTIÓN PÚBLICA**

**Calidad de Servicio Administrativo y satisfacción del usuario en la
Subgerencia de Promoción Empresarial - Municipalidad de Mi
Perú, 2022**

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

AUTOR:

Pérez Cribillero Wilder Gabriel (ORCID: 0000-0001-7625-3547)

ASESOR:

Dr. Calderón Paniagua Dennys Geovanni (ORCID:0000-0002-8589-0834)

COASESOR:

Dr. Merino Núñez Mirko (ORCID:0000-0002-8820-6382)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de políticas públicas

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Fortalecimiento de la democracia, ciudadanía y cultura de paz

LIMA – PERÚ

2022

Dedicatoria

El presente trabajo de investigación se lo dedico a mis padres Juana y Walter que siempre están aconsejándome en todo momento, a mi esposa Carol por sus palabras de aliento y ayuda, a mis hijos Clara, Fabrizio y Marcela que son mi gran motivación para ser mejor cada día, a mis hermanos y sobrinos para que cada una de mis metas logradas les quede como ejemplo.

Agradecimiento

A Dios, gracias por derramar sus bendiciones, a mi asesor el Dr. Dennys Calderón Paniagua, por su paciencia y profesionalismo, a mi asesora externa la Mg. Lusmila Repetto, por sus aportes profesionales y estar siempre cuando el horario se hacía complicado, a todos aquellos que formaron parte de este proceso y me ayudaron incondicionalmente.

Índice de Contenidos

	Pág.
Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de Contenidos	iv
Índice de Tablas	v
Resumen	vi
Abstact	vii
I. INTRODUCCION	1
II. MARCO TEORICO	5
III. METODOLOGIA	14
3.1. Tipo y diseño de investigación	14
3.2. Variables y Operacionalización	15
3.3. Población, muestra y muestreo	16
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	18
3.5. Procedimientos	20
3.6. Método de análisis de datos	20
3.7. Aspectos éticos	20
IV. RESULTADOS	21
V. DISCUSION	47
VI. CONCLUSIONES	55
VII. RECOMENDACIONES	56
REFERENCIAS	57
ANEXOS	62

Índice de Tablas

		Pág.
Tabla 1	Prueba de normalidad por Kolmogórov-Smirnov	21
Tabla 2	Tabla de frecuencia de la variable1 y variable 2	22
Tabla 3	Tabla de frecuencia de la dimensión Elementos Tangibles	25
Tabla 4	Tabla de frecuencia de la dimensión Fiabilidad	27
Tabla 5	Tabla de frecuencia de la dimensión capacidad de respuesta	29
Tabla 6	Tabla de frecuencia la dimensión seguridad	31
Tabla 7	Tabla de frecuencia de la dimensión empatía	33
Tabla 8	Relación entre Calidad de servicio administrativo y satisfacción del usuario	36
Tabla 9	Relación entre elementos tangibles y satisfacción del usuario.	37
Tabla 10	Relación entre fiabilidad y satisfacción del usuario	38
Tabla 11	Relación entre capacidad de respuesta y satisfacción del usuario	40
Tabla 12	Relación entre seguridad y satisfacción del usuario	42

Resumen

El estudio tuvo como propósito determinar la relación que existe entre la calidad de servicio administrativo y la satisfacción del usuario en la subgerencia de Promoción empresarial-Municipalidad de Mi Peru,2022, Así mismo se realizó una investigación de tipo aplicada, con una ruta cuantitativa ,de alcance descriptivo correlacional , se utilizó una muestra de 200 usuarios, que acudieron a pedir sus licencias de funcionamiento en los meses de agosto, setiembre y octubre ,;se aplicó el instrumento servperf ;el estudio tuvo como hallazgo una rho de spearman de 0,853 con un nivel de significancia menor a 0,05 por lo que se comprobó que existe una relación positiva alta para las variables, concluyendo que mientras mayor sea la calidad en la prestación mayor será la correspondencia en los usuarios que acuden a dicha subgerencia.

Palabras clave: Calidad de servicio administrativo, satisfacción del usuario.

Abstract

The purpose of the study was to determine the relationship that exists between the quality of administrative service and user satisfaction in the sub-management of Business Promotion-Municipality of Mi Peru, 2022, an applied type of research was carried out, with a quantitative route, of descriptive correlational scope, a sample of 200 users was used, who came to request their operating licenses in the months of August, September and October,; the servperf instrument was applied; the study found a spearman's rho of 0.853 with a significance level of less than 0.05, so it was proved that there is a high positive relationship for the variables, concluding that the higher the quality of the service, the higher the correspondence in the users who come to this submanagement.

Keywords: Quality of administrative service, user satisfaction.

I. INTRODUCCIÓN

Según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos [OCDE] (2009) manifiesta que las instituciones públicas enfrentan en todo el mundo uno de los mayores retos como la eficacia de sus servicios con la finalidad de un mejoramiento constante que debe evaluarse periódicamente. Los usuarios esperan relaciones abiertas y transparentes con las entidades.

La calidad de un servicio incluye las medidas que van desde el proceso en una prestación, el acceso y la atención hasta todo un conjunto de acciones que realiza la propia institución, en concreto cada organización debe comprender lo que el usuario necesita y del cual genera un interés en la institución como ampliar, diversificar, simplificar, utilizar la tecnología como herramienta que genera una buena comunicación de los colaboradores administrativos con las personas es primordial para obtener una mejoría en la prestación en una entidad (Presidencia del Consejo de Ministros [PCM], 2019).

Así mismo Ruiz (2012) manifiesta que la calidad en una organización está en aumento como lo está el progreso económico, que afecta o favorece en todos los procesos, la autonomía en los estados gubernamentales trae consigo una mejor administración pública para que los ciudadanos estén más en contacto con el gobierno.

Según Lavado y Yamada (2021), este es uno de los puntos más importantes que se deben llevar a cabo en toda institución privada y pública, esto contribuiría a la percepción de los usuarios y a fidelizarlos, además de generar buenos comentarios, para los autores, las instituciones gubernamentales siempre han estado a la cabeza de las críticas por parte de los ciudadanos, esto se debe a la burocracia, a la lentitud y a la ineficacia de los servicios y a pesar de los esfuerzos de cada institución por reducir los niveles de desaprobación, que se consideran brechas en la mejora continua de la calidad, sigue siendo un problema. La exploración incesante de la complacencia del usuario en las entidades, a través de la mejora continua, es un problema por el que pasan todas las organizaciones del mundo, para ello Rey (2022) sugiere involucrar al ciudadano generando apertura. Hace dos décadas que se da la innovación en América Latina y por tanto una mejora en el ámbito de la administración estatal.

En general, las instituciones tienen más apertura, mejorando el acceso con los usuarios. Sin embargo, la confianza de los ciudadanos, la unión social de ese sector como empleador se han estropeado. (Comisión Económica para América Latina [CEPAL], 2018).

Según Pizzo (2013) nos muestra que una prestación adecuada, flexible, de fácil acceso y confiable debe ser primordial dentro de las organizaciones, sin embargo, aclara que para ello se debe de pensar siempre primero en el usuario, en como siente y piensa. En el ámbito internacional. Roseth, Jarquín y Molina (2018) mencionan que existe una insatisfacción inminente por las prestaciones recibidas por parte del estado, es mucho más frecuente en los países latinoamericanos, por ende, mantienen un alejamiento con la ciudadanía. En países como Chile y Argentina a pesar que existe un estado moderno, acorde a la innovación existe además una de las principales afectaciones hacia los usuarios de las entidades públicas de esos países como lo es la burocracia, además del tiempo de espera y el no contar con las herramientas necesarias para optimizar la gestión. (Oszlak, 2006). Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos [INEC] (2008) hay una gran cantidad de población que manifiestan un alcance muy bajo en la percepción con un 85,5% de personas insatisfechas con la prestación que brindan las instituciones públicas de ese país, adjudicando a la burocracia como principal objeto de desaprobación de su parte. Una entidad debe ser capaz de llevar una filosofía en la prestación que conlleve a clientes complacidos capaces de reconocer un buen servicio que el estado brinda.

En Perú, la situación no se ciega ante dicha problemática, es por eso que se han presentado leyes con el propósito de buscar la complacencia del usuario, como la que rige acerca de la modernización del estado en el DS N° 004-2013-PCM a fin de ofrecer una administración de calidad, que sea eficiente y sobre todo que este a libre disposición del ciudadano (PCM, 2013).

En el ámbito local, la subgerencia de Promoción empresarial de la jurisdicción del distrito de Mi Perú, encargada de la ejecución de licencias para apertura de negocios se halla inmerso en esta incertidumbre, eso obedece a que solo 44 personas, una vez que se dio la reactivación económica, en contexto de pandemia en el año 2021; entre ellas 72,7% representado por 32 mujeres y un

27.2% representado por varones que abrieron una pequeña y mediana en el distrito (INEI, 2021) , lo cual evidencia la escasa predisposición de los usuarios para favorecer en el desarrollo económico del distrito , esto por la falta de información y capacitación hacia los usuarios que tramitan documentación en dicha jurisdicción, que conlleva a una insatisfacción inminente, presenta múltiples desbalances en cuanto a la cualidad de la prestación ,que afecta al ciudadano que son en su mayoría micro comerciantes con poca capacidad adquisitiva, incluso perjudicando a la misma institución; esto por la falta de empatía el tiempo de espera de los tramites, infraestructura no adecuada ,y la desconfianza de los ciudadanos al contratar personal no capacitado según Delgado (2019) por esta razón nos planteamos como problema general ¿Cuál es la relación que existe entre calidad de servicio administrativo y satisfacción del usuario en la Sub gerencia de Promoción empresarial, de la Municipalidad de Mi Perú,2022?.

Como problemas específicos: a) ¿Cuál es la relación que existe entre elementos tangibles y satisfacción del usuario en la Subgerencia de Promoción empresarial-Municipalidad de Mi Perú, 2022? b) ¿Cuál es la relación que existe entre fiabilidad y satisfacción del usuario en la Subgerencia de Promoción empresarial-Municipalidad de Mi Perú, 2022? c) ¿Cuál es la relación que existe entre capacidad de respuesta y satisfacción del usuario en la Subgerencia de Promoción empresarial - Municipalidad de Mi Perú,2022? d) ¿Cuál es la relación que existe entre seguridad y satisfacción del usuario en la Subgerencia de Promoción empresarial - Municipalidad de Mi Perú, 2022? e) ¿Cuál es la relación que existe entre empatía y satisfacción del usuario en la Subgerencia de Promoción empresarial - Municipalidad de Mi Perú, 2022?

La investigación además se orienta en una justificación práctica, porque con los hallazgos obtenidos beneficiará a la institución para que mejore sus procesos de gestión, además será de gran aporte para futuras investigaciones Por otro lado, se planteó el objetivo del estudio que fue determinar la relación que existe entre la calidad de servicio administrativo y satisfacción del usuario en la Subgerencia de Promoción empresarial - Municipalidad de Mi Perú, 2022, es así que se plantearon además los específicos como: a) Determinar la relación entre elementos tangibles y satisfacción del usuario en la Subgerencia de

Promoción empresarial - Municipalidad de Mí, Perú 2022. b) Determinar la relación que existe entre fiabilidad y satisfacción del usuario en la Subgerencia de Promoción empresarial - Municipalidad de Mi Perú, 2022 c) Determinar la relación que existe entre capacidad de respuesta y satisfacción del usuario en la Subgerencia de Promoción empresarial - Municipalidad de Mi Perú, 2022. d) Determinar la relación que existe entre seguridad y satisfacción del usuario en la Subgerencia de Promoción empresarial - Municipalidad de Mi Perú,2022. e) Determinar la relación que existe entre empatía y satisfacción del usuario en Subgerencia de Promoción empresarial - Municipalidad de Mi Perú, 2022. De ese modo se trazó la hipótesis:

Existe relación entre calidad de servicio administrativo y la satisfacción del usuario en la Subgerencia de Promoción empresarial - Municipalidad de Mi Perú, 2022, esbozando así las hipótesis específicas: a) Existe relación entre elementos tangibles y satisfacción del usuario en la Subgerencia de Promoción empresarial - Municipalidad de Mi Perú, 2022. b) Existe relación entre fiabilidad y satisfacción del usuario en la Subgerencia de Promoción empresarial - Municipalidad de Mi Perú, 2022. c) Existe relación entre capacidad de respuesta y satisfacción del usuario en la Subgerencia de Promoción empresarial - Municipalidad de Mi Perú, 2022. d) Existe relación entre seguridad y satisfacción del usuario en la Subgerencia de Promoción empresarial - Municipalidad de Mi Perú, 2022. e) Existe relación entre empatía y satisfacción del usuario en la Subgerencia de Promoción empresarial - Municipalidad de Mi Perú, 2022.

II. MARCO TEORICO

Se localizaron investigaciones a nivel internacional como lo realizado por Corrales (2022) en su estudio realizado en la Agencia Civil de Ecuador, encuestando a 385 personas, utilizo como instrumento la encuesta servqual, de nivel descriptivo correlacional cuyo objetivo fue la asociación de sus variables determinando que los elementos tangibles presento un nivel alto con un 54,1%; en cuanto al análisis inferencial obtuvo una r de 0,334 es decir una asociación positiva baja con un p valor de 0,000 ,en cuanto a la empatía obtuvo un nivel alto con un 46,5%; respecto al análisis inferencial presento una r de 0,481 es decir una asociación positiva media con un p valor de 0,000; la autora concluye que se deben realizar estrategias para la mejora de la prestación

Por otro lado Atiaga (2020), en su estudio realizado en una entidad pública de Ecuador como lo es la agencia de registro civil con una muestra de 400 personas, utilizo como instrumento la encuesta servqual, de nivel descriptivo correlacional cuyo objetivo fue la asociación de sus variables determinando un r de 0,855 es decir una asociación positiva alta con un p valor de 0,000; y un nivel de percepción de 64% por tanto el autor concluye que a pesar de tener un nivel de aceptación alto se debe tener en cuenta que los servicios ofrecidos deben de ser atendidos con un tiempo prudente para los usuarios.

En el caso de Gancino (2020) en su investigación en una municipalidad de Ecuador en el área de transporte de dicha jurisdicción encuestó a 379 usuarios, con enfoque cuantitativo y nivel correlacional, determinó que existe una asociación entre sus variables con un r de Pearson de 0,738 y un p valor de 0,000 lo cual indico una asociación positiva alta; en cuanto al análisis descriptivo los resultados arrojaron un nivel bajo en todas sus dimensiones evidenciando la falta de empatía y de acceso al servicio, la autora considero que la institución se desentiende de sus usuarios.

Así mismo, Moreira (2019) en su investigación siguió una ruta mixta con el propósito de indagar sobre la prestación de la gerencia de transportes en una entidad estatal de Ecuador; realizo una análisis descriptivo, por lo cual evaluó a trabajadores de esa institución en el que indicaron realizar sus labores con el sentido de calidad dando como resultado un 100% de los colaboradores

encuestados, quienes además indicaron que no existen falencias en su institución, un 87% cumple con los requerimientos que necesita el usuario.

Aunado a ello, Jerez et al (2018) en su investigación realizada con la prestación de residuos sólidos en una municipalidad de Ecuador, realizaron una encuesta a 125 usuarios, con el modelo servqual, enfoque cuantitativo, con el propósito fue describir la percepción que tienen acerca de ese servicio, por lo cual quedó en evidencia que la fiabilidad observó el nivel de percepción más alto con un 81,6% es decir que el personal que atiende muestra confianza y valoración en tener en cuenta a los usuarios.

En referencia al ámbito nacional se encontró estudios como el de Marín (2022) en él busco correlacionar la calidad de la prestación y la complacencia en la jurisdicción de Tacna a una muestra de 100 usuarios, su estudio tuvo un nivel descriptivo asociativo en el que su extensión de capacidad de respuesta fue el único que obtuvo un nivel alto con un 50% y un 57% de la muestra encuestada se siente satisfecho con la prestación recibida, concluye que las variables estudiadas no se relacionan entre si obteniendo un rho de -0,57 y un p valor de 0,572 es decir $>0,005$ por lo que se admite la suposición nula.

Sin embargo, Burgos (2022) en su investigación a 325 usuarios de la municipalidad de Cajamarca, en el área de atención al ciudadano, con una ruta cuantitativa cuyo objetivo fue la asociación de sus variables estudiadas, utilizo el nivel descriptivo correlacional obteniendo como resultado un rho de 0,374 y un p valor de 0,000, El autor considera que se debe capacitar al personal y buscar nuevas estrategias que permitan un avance en la prestación.

En el caso de Ponce y Urbano (2020) en su estudio en el área de transporte de la municipalidad de Trujillo, utilizo la encuesta servperf a 384 personas en el que su objetivo correlacional de sus variables dio como resultado que existe una relación positiva alta entre ellas, hallando para ello un rho de 0,727 con un p valor $>0,05$; para el autor mientras mayor sea la calidad, mayor será la aceptación de los usuarios en dicha institución.

Por otra parte Ortiz (2019) en su estudio realizado en el área de rentas en la jurisdicción de Huacho a 230 clientes con el objetivo de evaluar la asociación de sus variables, el estudio tuvo un nivel descriptivo correlacional, utilizo como instrumento de medición el modelo servqual, en su investigación

determino que la variable 1 tiene un nivel medio en percepción con un 38%, de igual manera sus dimensiones presentaron un nivel medio y un r de 0,867 es decir una correlación positiva alta, la autora concluye que se deben realizar encuestas de manera periódica y capacitación al personal en cuanto al trato a los usuarios.

Para Rosales (2018) en su estudio cuantitativo en la Municipalidad de Chaclacayo a 155 personas que realizaron la gestión para obtener la licencia de funcionamiento cuyo objetivo fue asociar las variables determinando que existe una relación positiva alta con un rho de 0,703 y con un sig. bilateral de 0,000; respecto a la fiabilidad la relación fue un rho de 0,291 es decir una relación positiva baja, un 57,8% consideró como mala la calidad de prestación brindada en esa institución, por lo que concluye que se debe poner más énfasis en el área.

En cuanto al estudio y sus teorías a través la revisión, respecto a la primera variable se debe priorizar que es esencial entender la definición de calidad, para ello, Cubillos y Rodríguez (2009) mencionan a autores representativos que conceptualizan el termino como: a) Ishikawa en 1986, el termino es puesto en práctica desde la capacitación de los colaboradores, para el autor una rigurosa inspección que no muestra resultados no puede ser una inspección. b) Crosby en cambio plantea en 1988 que el termino calidad es conformidad con los requerimientos, estos deben formularse con claridad para que no haya malentendidos y deben de medirse periódicamente no conformidad encontrada es una falta de calidad; Deming (1989) manifestó que la cualidad está centrada en el nivel jerárquico más alto de una entidad ,además pretende lograr la complacencia del usuario desde la parte humana de los colaboradores de la entidad eliminando así las brechas existentes que impiden la mejora y el compromiso de la institución. La calidad de una prestación es la percepción que tienen los usuarios acerca de un servicio optimo, que supera las expectativas o puede hacer lo contrario. (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1988). El desempeño de una organización es percibido en el instante que se da la prestación (Cronin y Taylor, 1992 citado por Duque, 2005).

Por otro lado, en cuanto a la cualidad de la prestación administrativa los autores García et al (2007) lo precisan como la incesante búsqueda de las entidades con la única meta de lograr la complacencia entre los colaboradores y

los usuarios. Castelló y Lizcano (1998) consideran que la inquietud por la calidad de la prestación pública no es novedosa, sino que presenta tres períodos a lo largo del tiempo: 1) el respeto a las normas y procedimientos de una organización. 2) es la que relaciona la virtud y la vigencia en una prestación y 3) es la complacencia de los ciudadanos.

Para López (2013) es vital darle importancia a esta terminología independientemente la organización que sea y de la cantidad de colaboradores que laboran, porque permite observar a tiempo las deficiencias y evitar riesgos innecesarios que en muchos casos se convierten en una amenaza para la institución. Respecto a la primera variable se esbozaron diversas teorías las cuales como lo indica Duque (2005) en su análisis, vinculando las definiciones, destaca la aparición de dos modelos: el modelo de Gronoroos de calidad percibida en las escuelas nórdica en 1984 y otros modelos de la escuela americana.

En cuanto a la escuela nórdica; quien la representa es Gronoroos que en 1984 con el modelo de la Imagen señaló que para tener en cuenta la calidad de una prestación y para alcanzarla se debe regir por dos extensiones que son: a) Extensión técnica, es la destreza de los colaboradores para brindar soluciones, el conocimiento impartido en sus funciones, es decir que es lo que la entidad ofrece a los usuarios y que recibe el usuario, como lo reafirma Rosander (1992) quien menciona que la relevancia que tienen los colaboradores dentro de una entidad ,si cometen errores , son ellos los que determinan la baja calidad de una prestación y b) Extensión funcional , es la parte humana del colaborador cuando brinda acceso, el contacto con el usuario, la apariencia y las actitudes que presenta frente a la relación que tiene con él, es decir como lo recibe(Serrano y Lopez,2001).

Para Abalo et al (2006) la relación entre un colaborador y el usuario, además de lo tangible de una prestación juegan un rol preponderante en la calidad de una entidad. Por otro lado, la escuela americana, que se enmarca en el modelo de las brechas como teoría, el eje central es lo que el usuario percibe, este modelo permite esclarecer los momentos negativos que conducen a resultados que el usuario no espera y que afectan de manera que es la discrepancia de las expectativas y lo que percibe acerca de la prestación.

Existen cinco brechas que dificultan el desarrollo de una entidad y su crecimiento, estos trechos son: 1) No conocer lo que espera el usuario, es decir una diferencia entre lo que el usuario desea y lo que la entidad observa 2) Cuando no coincide lo que el usuario percibe con los estándares de calidad de la entidad, una diferencia entre la percepción con los estándares de calidad 3) diferencia entre las especificaciones de calidad con lo que realmente ofrece a los usuarios. 4) No igualar el desempeño a lo que se quiere ofrecer a los usuarios, es decir lo que verdaderamente se ofrece no se informa bien al usuario. prometer aquello que realmente se quiere dar .5) diferencia entre lo que la prestación ofrece y lo que el beneficiario de esa prestación percibe (Parasuraman et al.,1988).

Para Ruiz (2018) es preciso poner en conocimiento y desarraigar cada una de ellas, por lo que las expectativas que tienen los usuarios respecto a la prestación no siempre compensan las necesidades de los usuarios. De la teoría de las 5 gaps o vacíos nace el modelo Servqual (Matsumoto,2014).

Según Zamudio (2005) menciona que este modelo es usado para medir la cualidad de una prestación, condescendiendo de manera moldeable en cualquier área que se requiera dependiendo de la realidad de cada entidad.

Según Parasuraman et al (1988) desde el principio de su creación representaban atributos importantes para los usuarios, inicialmente fueron diez, luego con el tiempo quedaron en cinco atributos multidimensionales, de esta manera el modelo servqual presenta veintidós interrogantes para esas cinco extensiones: a) Fiabilidad, es la capacidad de entregar lo que se ofrece de manera correcta, cumpliendo con las normas desde la primera vez para la atención del usuario (Solano y Uzcátegui, 2017). b) Capacidad de contestación, actitud hacia el usuario de proporcionar el servicio de manera rápida y eficaz (Cuatrecasas,2010). El apoyo de manera pertinente y acelerada de los tramites (Pumacayo et al., 2020). c) Seguridad, es lo que siente el usuario cuando la entidad es capaz de resolver sus problemas, además de brindarle credibilidad y honestidad (Moyano., 2011). d) Empatía, es el compromiso que muestra el colaborador hacia el usuario con el trato (Flores, 2012). e) Elementos tangibles, es como el usuario observa el aspecto físico de las instalaciones de la prestación y el aspecto del personal (Sierra et al., 2016).

Cronin y Taylor (1994) aportan respecto a la teoría de Parasuraman, Zeithaml y Berry de 1984, en el que consideran que el modelo realizado por dichos autores tiene un desenfoque en su creación considerándolo redundante, y en el que solo recogen la disconformidad con la prestación puesto que al separar las expectativas de lo que el usuario percibe no se enfoca en la medida del desempeño de la prestación, por lo que discurren no es el adecuado para la evaluación de las prestaciones (Ibarra y Casas, 2015), es por esta razón que se esbozan el modelo Servperf que mide única y exclusivamente las percepciones de los usuarios, considerando menos tiempo en la administración del cuestionario, suministrando las mismas extensiones del modelo servqual, existen dos versiones en su utilización como la simple que recoge lo que el usuario observa acerca del rendimiento de la prestación y la ponderada a y través de puntuaciones; sin embargo el más utilizado es la primera antes mencionada (Palacios,2014).

El usuario o ciudadano es el eje fundamental por los que las entidades deben afianzar la cualidad en las prestaciones que ofrece, a diferencia del ámbito privado los recursos económicos con los que cuenta la organización provienen de los usuarios, que muchas veces no puede elegir entre diversas entidades y es por eso que con mayor relevancia debe velar por dar una mejor prestación (Acuña,2019).

Las entidades en el sector público son objeto de constantes críticas en la prestación por lo que los procesos que hacen viable el que una organización se ponga en marcha deben formularse a partir de estas críticas y considerar una evaluación permanente, además que en el sector público se mide a través como los colaboradores reaccionan ante los requerimientos de los usuarios por lo que se necesita contratar personal capacitado para lograr la satisfacción del ciudadano (Pumacayo,2020),de igual manera Pérez (2006) manifiesta que para lograr los objetivos, todos los colaboradores que tienen contacto con el usuario deben inmiscuirse en la meta. El presente estudio se sustenta en el modelo servperf de Cronin y Taylor de 1994.

Respecto a la segunda variable Kotler (2012) lo define como el estado emocional llevado por el placer o descontento que resulta del grado de comparar el rendimiento percibido de una prestación frente a lo que desea, es decir

depende de la experiencia que ya haya tenido con la prestación, del mismo modo Oliver (1981) lo define como un nivel de estado cognoscitivo final, es decir las emociones que siente el usuario cuando obtiene una prestación. Louro et al (2016) es la obtención de lo que el usuario observa luego de haber realizado una evaluación en el que se encuentran las expectativas y el resultado último en la adquisición de un servicio. el cumplimiento de las expectativas a través de las necesidades de los usuarios, el conocer sus características permite identificar qué es lo que desea el usuario.

Gustafsson, Herrmann y Huber (1997) la catalogan con la complacencia de una transacción específica con el servicio donde se evalúa desde un determinado tiempo, es pues algo en concreto y la satisfacción de una transacción acumulada como la experiencia continua con la prestación.

Obtener la complacencia del usuario trae beneficios a una organización según Kotler (2012) menciona que una persona complacida con el servicio se vuelve leal a ello, por tanto, vuelve a adquirirlo; el beneficio de la publicidad gratuita, por tanto, la persona comunica una experiencia positiva con la organización y el beneficio de una participación activa. La complacencia es la valoración de una prestación que hace el usuario cuando recibe el servicio a medida en que la prestación haya respondido a sus necesidades y expectativas. Si no es así, surge la no complacencia (Kotler y Armstrong ,2003).

De acuerdo a la revisión de la literatura se encontraron teorías respecto a la segunda variable como la teoría la equidad de Adams creada en 1963, en el supone una justicia orientada a la complacencia y al trato igualitario, se basa además en la opinión formada de la experiencia del entorno de los usuarios, por tanto, se compara para obtener ese grado de complacencia. La diferencia en los costos y los beneficios que ofrece la prestación debe ser equitativo, es por eso la importancia que tiene el involucramiento de la entidad con este tipo de factores, pues supone al usuario invirtiendo dinero, tiempo, esfuerzo para lograr un beneficio (Sierra et al.,2008). Esta teoría se aplica a toda situación que a su vez supone un intercambio, considerar los aspectos de equidad en la evaluación de la complacencia es relevante, ya que se trata de considerar explícitamente los resultados que obtienen ambas partes del intercambio, es decir quien ofrece el servicio y el que lo recibe (Oliver y Swan, 1989).

Sin embargo, a través de la historia en estudios realizados anteriormente se implanto como principal acto evaluativo para determinar los factores que generan una complacencia a la teoría del paradigma de des confirmación de Churchill y Surprenant, creada en 1982 (Varela,1991).

En este paradigma la complacencia se asocia con las experiencias de des confirmación y el nivel de las expectativas del usuario. Existe una confirmación de las expectativas cuando el rendimiento percibido de la prestación es como se esperaba, en cambio existe des confirmación negativa cuando lo que recibe el usuario es mucho peor de lo que esperaba y una des confirmación positiva cuando excede las expectativas de la prestación, para Oliver (1980) solo existiría una complacencia cuando se produce una des confirmación positiva.

En cuanto a los elementos o extensiones que conforman la complacencia de los usuarios que reciben una prestación son: 1) Calidad funcional percibida: es la forma en cómo se da la prestación, todo lo que el usuario recibe que genera una experiencia. 2) Calidad Técnica percibida: propio de las características de la prestación, todo lo que el usuario recibe en el momento. Produciendo una consecuencia de ese proceso. 3) Valor percibido: es el rendimiento de la prestación fijado por el trato de este hacia el usuario mostrando voluntad para brindar una prestación apropiada. 4) Confianza: es la complacencia y no complacencia en el momento de recibir el servicio y como resultado de una conformidad o disconformidad con ello originados por un estado cognitivo después de su uso. 5) Expectativas: lo que percibe el usuario tras conseguir la prestación deseada (Mejías y Manrique, 2011).

En cuanto a las prestaciones en una entidad pública Sureshchandar et al (2002) manifiestan que la complacencia que tiene el usuario está asentada bajo la experiencia con el colaborador, con la entidad en conjunto, esta complacencia de los usuarios es el grado de cumplimiento de lo que desea el usuario con lo que percibe de la prestación y de sus colaboradores, teniendo en cuenta los servicios ofrecidos por la institución y por el prestador de servicios (Montalvo et al., 2020).

Para Calva (2009) el termino se define cuando la entidad cumple con los requerimientos, además de procedimientos en el que el usuario quede

satisfecho. La complacencia del usuario se consigue a través de las aspiraciones, necesidades y expectativas.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

Tipo de Investigación

Referente al tipo de estudio, se planteó de tipo aplicada porque se analiza un problema en la investigación y se relacionan las variables (Hernández et al., 2018).

Por otro lado, la presente investigación se realizó desde un enfoque cuantitativo, como lo mencionan Hernández y Mendoza (2018) que especifican que esta ruta de estudio se basa en mediciones numéricas y la búsqueda de la correspondencia entre las variables de estudio respecto a supuestos encontrados de acuerdo al objetivo del estudio.

Aunado a ello el presente estudio tuvo un alcance descriptivo y correlacional; en tal sentido se analiza el comportamiento y se asocian las variables de estudio (Hernández et al., 2014).

Diseño de Investigación

El presente estudio se realizó desde el diseño no experimental, tal y como lo indican Hernández et al (2014) en el que afirman que las variables de estudio no se manipulan y es precisamente la observación y el recojo de datos que permiten entenderlas.

Se utilizó un diseño no experimental aduciendo que no se manipulan ninguna de las variables, estrictamente se fundó en observar y recolectar los datos. (Vara, 2012).

Aunado a ello se planteó que sea de corte transversal como lo indican Robles y Rojas (2015) quienes manifiestan que se realiza ese tipo de corte al ser en un solo momento determinado.

3.2 Variables y Operacionalización

V1: Calidad servicio Administrativo

Para la Variable 1 referente a la definición conceptual los autores Cronin y Taylor (1994), lo mencionan como la etapa evaluativa del rendimiento de la prestación con exclusión de la expectación del servicio, usando solo las percepciones.

En cuanto a la definición operacional de la primera variable se almacenaron los datos mediante el instrumento de medición servperf que contenía 20 incógnitas que representaban cinco extensiones la cuales fueron: elementos tangibles con 4 interrogantes, fiabilidad con 4 interrogantes, capacidad de contestación con 4 interrogantes, seguridad con 4 interrogantes y empatía con 4 interrogantes (Ver anexo 1).

Respecto a los indicadores se consideraron según sus extensiones; para la extensión de elementos tangibles: Modernidad, buen ambiente, buena imagen. información precisa. para la extensión de fiabilidad: puntualidad., respeto por el orden de llegada, disponibilidad de citas.; para la extensión de capacidad de contestación: Rapidez de atención; para la extensión de seguridad: privacidad y eficiencia en el servicio.; para la extensión de empatía: disposición, paciencia, muestras de interés y comunicación

Por último, se realizó la escala ordinal tipo Likert con cinco respuestas múltiples que son 1) Nunca, 2) Casi Nunca ,3) A veces,4) Casi Siempre 5) Siempre, y un nivel de interpretación por la variable de Bajo, Medio y Alto.

V2: Satisfacción del usuario

En cuanto a la definición conceptual según Kotler (2012) manifestó que es la parte cognitiva del usuario, que viene determinada por el placer o la insatisfacción resultante del grado en que el rendimiento observado de una prestación se ajusta a las expectativas, es decir, depende de la experiencia antepuesta del usuario con la prestación.

Respecto a la definición operacional estará fraccionado en 5 extensiones; estas son: Calidad funcional percibida (4 ítems), calidad técnica percibida (4 ítems), valor percibido (4), confianza (4 ítems) y expectativas (4 ítems).

En cuanto a la variable 2 se consideraron los siguientes indicadores; para la dimensión calidad funcional percibida: Solución satisfactoria, servicio esperado, conocimiento de necesidades y comparación ; para la extensión de calidad técnica percibida se tomó en cuenta: Calidad excelente, tiempo necesario, mejoras en servicio y buen trato; para la dimensión de valor percibido ; refleja confianza, precios justos, solucionar problemas; para la extensión de confianza: no cometer errores, inquietud por las necesidades de los usuarios y para la extensión de expectativa se tomó en cuenta: Adaptación, claridad, conocimiento y simplificación

Aunado a ello se realizó la escala ordinal tipo Likert con cinco respuestas múltiples que son 1) Nunca, 2) Casi Nunca ,3) A veces,4) Casi Siempre 5) Siempre. El nivel de interpretación por la variable es de Insatisfecho, regularmente satisfecho y Satisfecho.

3.3 Población, muestra y muestreo

Población

Respecto a la población en la presente investigación, Carrasco (2005) precisa que es el conjunto en su totalidad de los elementos con determinadas particularidades. En el presente estudio se determinó una población de 200 usuarios (de acuerdo a la data proporcionada por el área de informática de la jurisdicción) los mismos que realizaron tramites de obtención de licencias de funcionamiento en la Sub Gerencia del Municipio de Mi Perú en agosto, setiembre y octubre del 2022. Es relevante mencionar que dicha cantidad a su vez es considerada como la muestra del presente estudio como lo indica Arias (2006) quien menciona que el caso de que la población resulta viable al mismo tiempo no será obligatorio tomar una parte de la muestra, es de esta manera que se considera una muestra censal, Tamayo y Tamayo (2007) considera que

mientras la población sea reducida es necesario y más favorable realizar una muestra censal para mayor representatividad.

Respecto a los criterios de inclusión y exclusión se precisa lo siguiente:

Criterios de inclusión: Se considero encuestar a usuarios con mayoría de edad de ambos géneros que acudieron de manera reiterada a la sub gerencia de Promoción empresarial de la jurisdicción por ser una encuesta que mide únicamente las percepciones.

Criterios de exclusión: No se consideró a personas que acudían por vez primera para realizar trámites de obtención de licencias de funcionamiento.

Muestreo

Para Tamayo y Tamayo (2007) es el procedimiento estadístico que se realiza escogiendo los elementos que conforman la muestra según ciertos criterios, lo que determina la representatividad en una población. Para la presente investigación se consideró al total de la población lo cual indica que no presenta técnicas de muestreo (Vara, 2012).

Unidad de Análisis

Hernández y Mendoza (2018) mencionan que es el conglomerado de personas u objetos que forman parte de la población que se analiza en una investigación de acuerdo al objetivo de estudio, es por esta razón que en el presente estudio se consideró como unidad de análisis a la entidad pública del distrito de Mi Perú, que cuenta con el área de Promoción Empresarial responsable de la expedición de licencias de funcionamiento.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas

Respecto a la técnica en la presente investigación se considerará la encuesta como lo indican Hernández et al (2014), para los autores son los medios utilizados para recoger los datos y la información necesaria, como las entrevistas y las encuestas. La presente investigación utilizó la encuesta. Para Méndez (2008) proporciona información sobre la opinión de los usuarios.

Instrumentos

En relación al instrumento empleado en el presente estudio se realizó el cuestionario para el recojo de los datos. Según Hernández et al (2014) esta herramienta es un recurso utilizado por los investigadores para recoger información, además estos autores mencionan que el cuestionario es el método más adecuado en la etapa de evaluación acerca de lo que piensan las personas.

El instrumento que se utilizó en la presente investigación para la variable 1 será el cuestionario SERVPERF que será propuesto para medir la calidad de la prestación administrativa a partir de lo que piensan los usuarios, esta encuesta incluirá 5 extensiones y 20 ítems (Cronin y Taylor, 1994)

Se realizó mediante la escala ordinal tipo Likert recibiendo calificaciones de 5 contestaciones múltiples del 1 al 5, que vienen a ser 1, Nunca, 2 es casi nunca, 3 es a veces, 4 es casi siempre y 5 es siempre. Los niveles de interpretación para esta variable serán; Bajo, medio y alto.

Para la variable 2 se utilizaron las dimensiones descritas por Mejías y Manrique (2011) en el que mencionan 5 extensiones, contando con 20 interrogantes, se empleó la escala de Likert de la misma forma que la variable anteriormente mencionada y con niveles de interpretación de: Insatisfecho, medianamente satisfecho y satisfecho.

Ficha técnica del instrumento 1

Nombre del cuestionario: Calidad de Servicio Administrativo

Autor: Wilder Gabriel Pérez Cribillero

Dimensiones: Fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles.

Baremos: Bajo (40-60), medio (61-81) y alto (82-100)

Ficha técnica del instrumento 2

Nombre del Cuestionario: Satisfacción del usuario

Autor: Wilder Gabriel Pérez Cribillero

Dimensiones: Rendimiento percibido, expectativas y conformidad

Baremos: Insatisfecho (43-61), medianamente satisfecho (62-80) y satisfecho (81-100).

Validación y confiabilidad del instrumento

Por otro lado, la validación del instrumento es el nivel en que un instrumento refleja un dominio concreto de su contenido (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

En ese sentido es necesaria la validación del contenido del instrumento por tres expertos, los cuales inspeccionaran aspectos como la claridad, relevancia y pertinencia para determinar su validez; por un lado, se contara con la Mg. Lusmila Repetto Tkachenko (Maestra en Gestión Pública), por su vinculación a temas afines al sector, de otro lado se seleccionara al experto en administración pública, el Mg. Arnaldo Villalva (Maestro en Administración Pública) por su amplia experiencia en el sector al que identifica la unidad de análisis y finalmente se seleccionara al Mg. Aldo Seminario Bravo (Maestro en Gestión Pública) por su trayectoria como docente y por su expertis en el ámbito del sector público. Después de haber llenado el formato de validación indicaron una validación favorable para los instrumentos de la variable 1 y variable 2.

Respecto a la confiabilidad del instrumento Hernández et al (2014) mencionan que es el grado en que los instrumentos presentan sentido de coherencia y consistencia; en ese sentido se verifica en una prueba piloto.

Por lo cual en la presente investigación utilizo el alfa de Cronbach, como coeficiente estadístico para determinar su consistencia y ver su asociación como lo indica Hernández et al (2014) se estableció realizando la prueba piloto a 20 personas que no formaron parte de la muestra posteriormente obteniendo una resulta de 0,944 para la primera variable lo cual indica que es excelente y 0,967 para la segunda variable, lo cual indico una consistencia excelente para ser aplicado a la muestra. (Ver Anexo 5).

3.5. Procedimientos

Es preciso señalar que luego de realizar la validación de contenido a través del juicio de tres expertos y luego de hacer la prueba piloto mediante el alfa de Cronbach se procedió a enviar un documento a la Municipalidad del distrito de Mi Perú, donde se solicitara la autorización para ejercer la investigación precisando que será anónima para los usuarios que acudieron en el mes de agosto del año en curso a expedir una licencia de funcionamiento, es pertinente señalar que las encuestas se realizaran con el modelo servperf, es decir que mide las percepciones de los usuarios únicamente, por tanto, solo son usuarios que tuvieron más de una experiencia en el área de la subgerencia de Promoción Empresarial de esa jurisdicción. . (ver Anexo 7)

Para el recojo de datos se hizo mediante la herramienta digital de Google form previo a la obtención de la data por intermedio del área de informática de la entidad.

3.6. Método de análisis de datos

Para el análisis de datos se eligió el programa estadístico Spss a utilizar, como lo indican Hernández y Mendoza (2018) quienes mencionan que es a través de un programa estadístico donde se examinan los datos. Para ello y después de realizar las encuestas se procedió a colocar los datos en Excel para

hacer la tabulación según las respuestas múltiples de contestación en escala de Likert por cada usuario, por consiguiente, la información será traspasada al programa estadístico spss versión 24, lo cual sirvió para procesar, evidenciar y aprobar los supuestos vertidos en la presente investigación de acuerdo al objetivo.

Se procedió luego a utilizar la estadística que describe las variables y sus dimensiones con la técnica de baremos lo cual se determinó que para la variable 1 sea: bajo, medio y alto y para la variable 2 sea: Insatisfecho, medianamente satisfecho y satisfecho.

Aunado a ello, la data conseguida en la tabulación se agruparon en el programa spss para empezar la estadística descriptiva utilizando las tablas cruzadas , luego de ese análisis fue precisa la realización de comprobación de los supuestos de la investigación, para Hernández et al(2014) esa comprobación es un análisis en el que las variables se infieren mediante un estadígrafo por lo que de acuerdo al objetivo de estudio nos cuestionamos ¿Cuál es la relación que existe entre las variables de estudio y sus dimensiones? , por lo que se hace necesario realizar un análisis inferencial, para ello se hará la prueba de normalidad; que por tener una muestra mayor a 50 se usara Kolmogorov Smirnov determinando una regla de decisión con un nivel de significancia menor a 0.05 y dependiendo del resultado se utilizara el estadígrafo de Pearson o spearman.

3.7 Aspectos éticos

En referencia a los principios éticos los autores Beauchamp y Childress (2001) mencionan que toda investigación se debe regir respetando la beneficencia, no maleficencia, autonomía y justicia. Como principios éticos universales la presente investigación tendrá a bien regirse por el principio de autonomía a través del consentimiento informado, de manera voluntaria, permitiendo el tiempo que sea necesario para su ejecución, brindado antes de la encuesta (Ver anexo 6). Aunado a ello se respetaron los lineamientos de la Universidad Cesar Vallejo

IV RESULTADOS

De acuerdo a la exposición de las resultas descriptivas e inferenciales en el presente capitulo. se consideró para el análisis descriptivo realizar en base al objetivo general y objetivos específicos la técnica estadística de baremación por cada variable y sus extensiones, utilizando la tabla de contingencia.

La prueba de normalidad se realizó para establecer el uso de la estadística para la prueba de hipótesis. Como la muestra era superior a 50, se utilizó Kolmogórov-Smirnov, con un nivel de confianza al 95% y un sig. bilateral mayor a 0,05 lo que determino el uso del coeficiente de correlación r de Pearson(paramétrica) por tener una distribución normal de los datos para las dos variables. En el que la disposición fue:

H0 → Los datos proceden de una distribución normal

H1 → Los datos proceden de una distribución normal

Significancia y/o p valor > 0.05 admitimos H0

Significancia y/o p valor < 0.05 no admitimos H0

Tabla 1

Prueba de normalidad por Kolmogórov-Smirnov para las variables de estudio

Variable	Estadístico	gl.	Significancia
Calidad de Servicio Administrativo	0,073	200	0,064
Satisfacción del usuario	0,083	200	0,001

Nota. Resultados conseguidos con el Programa estadístico SPSS V24.

La prueba de normalidad señala los datos de la muestra llevan a una distribución normal o no normal; en ese contexto, en los resultados de la tabla de Kolmogorov-Smirnov, se aprecia que para la variable 1 el valor de significancia ha sido 0,064, mayor a 0.05; con un nivel de confianza al 95%, por

tanto los datos siguen una distribución normal paramétrica, de la misma forma para la variable 2 el resultado obtenido fue un p valor $< 0,05$, es decir un nivel de significancia de $0,001$. Por tanto, existe una distribución no normal y no paramétrica, por consiguiente los datos en cuanto a la estadística inferencial de las variables para la demostración de suposiciones mediante la correlación de spearman; por lo cual, se acepta la H_1 , que significa que la distribución de los datos es no normal.

4.1 Resultados Descriptivos

Respecto al Objetivo General

Partiendo del objetivo general de determinar la asociación entre la calidad de servicio administrativo y la complacencia del usuario, en la subgerencia de Promoción empresarial-Municipalidad de Mi Perú, 2022 se obtuvo realizando una tabla de contingencia con las resultas descriptivas.

Tabla 2

Tabla de Frecuencia de la variable 1 y variable 2 en la subgerencia de Promoción empresarial-Municipalidad de Mi Peru.2022

		Satisfacción del Usuario			Total	
		Insatisfecho	Medianamente satisfecho	Satisfecho		
Calidad de Servicio Administrativo	Bajo	Recuento	23	2	0	25
		% del total	11,5%	1,0%	0,0%	12,5%
	Medio	Recuento	6	113	9	128
		% del total	3,0%	56,5%	4,5%	64,0%
	Alto	Recuento	0	16	31	47
		% del total	0,0%	8,0%	15,5%	23,5%
Total		Recuento	29	131	40	200
		% del total	14,5%	65,5%	20,0%	100,0%

Nota. Resultados conseguidos con el Programa estadístico SPSS V24

Lo mostrado en la Tabla 2 y en concordancia con el objetivo general de la investigación, se observó que del total de encuestados, el 56,5% (113 usuarios) percibieron un nivel medio en cuanto a la calidad de la prestación administrativa en la subgerencia de Promoción empresarial -Municipalidad de Mi Perú ,2022, esto hace que se encuentren medianamente satisfechos en cuanto a la prestación recibida; el 15,5% de encuestados (31 usuarios) percibieron un alto nivel en relación a la calidad de la prestación administrativa y esto genera que estén satisfechos, finalmente el 11,5%(23 usuarios) consideraron a la prestación un nivel bajo por lo que manifestaron sentirse insatisfechos con la prestación .

Aunado a ello, más de la mitad de la muestra encuestada es decir un 64,0% (128 usuarios) percibieron un nivel medio, respecto a la prestación, por otro un 23,5% (47 usuarios) percibieron la calidad de prestación administrativa brindada por la subgerencia de Promoción empresarial con un nivel alto y un 12,5% (25 usuarios) lo percibe de un nivel bajo. Estos resultados evidencian que

si bien la entidad, específicamente la subgerencia de Promoción empresarial cumple con dar el servicio a los usuarios, este debe ser reflejada en la calidad de la gestión de entrega de la prestación de manera correcta desde el primer momento debe ser llevado a la mejora continua para que sea percibido con un nivel alto por parte de los usuarios.

Es preciso señalar que para realizar el estudio descriptivo de la variable 1, se utilizó la técnica estadística de baremos para establecer los niveles, que en el caso de la variable mencionada fueron bajo, con un rango de 40 al 60; nivel medio, con un rango del 61 al 81; y el nivel alto, con un rango del 82 al 100 por medio de las cuales y de acuerdo a los ítems consignados en el instrumento y la recolección de los datos se planteó además para cada variable y sus dimensiones.

Por otro lado, en mención de la segunda variable, un total de 131 encuestados representado por un 65,5% consideran estar medianamente satisfechos con la prestación recibida por la subgerencia de promoción empresarial de la Municipalidad de Mi Perú ; un total de 40 encuestados representado por un 20,0% manifestaron estar satisfechos y únicamente un total de 29 encuestados representados por un 14,5% manifestaron estar insatisfechos con la prestación brindada; en ese contexto es primordial que la entidad considere implementar estrategias de mejora continua para brindar un servicio eficiente conllevando así una mejora en el nivel de percepción de los usuarios

Es preciso señalar que para realizar el estudio descriptivo de la variable 2, se utilizó la técnica estadística de baremos para establecer los niveles, que en el caso de la variable mencionada fueron insatisfecho ,con un rango de 43 al 61; nivel medianamente satisfecho, con un rango del 62 al 80 y el nivel satisfecho, con un rango del 81 al 100 por medio de las cuales y de acuerdo a los ítems consignados en el instrumento y la recolección de los datos se planteó además para cada variable y sus dimensiones.

Respecto al primer objetivo específico

Partiendo del primer objetivo específico que fue determinar la relación que existe entre elementos tangibles y satisfacción del usuario en la subgerencia de Promoción empresarial-Municipalidad de Mi Perú, 2022 se obtiene en la tabla 3 con las resultas descriptivas

Tabla 3

Tabla de frecuencia de la dimensión Elementos Tangibles y la variable satisfacción del Usuario.

		Satisfacción del Usuario			Total	
		Insatisfecho	Medianamente satisfecho	Satisfecho		
Elementos Tangibles	Bajo	Recuento	11	0	0	11
		% del total	5,5%	0,0%	0,0%	5,5%
	Medio	Recuento	18	77	5	100
		% del total	9,0%	38,5%	2,5%	50,0%
	Alto	Recuento	0	54	35	89
		% del total	0,0%	27,0%	17,5%	44,5%
Total		Recuento	29	131	40	200
		% del total	14,5%	65,5%	20,0%	100,0%

Nota. Resultados conseguidos con el Programa estadístico SPSS V24

De los expuesto en la Tabla 3 antes precisada y en correspondencia con el primer objetivo se observó que 77 usuarios representados por un 38,5% de la muestra encuestada perciben un nivel medio en razón a los aspectos tangibles por lo cual, los usuarios encuestados se encuentran medianamente satisfechos,

un total de 35 usuarios representado por el 17,5% de la muestra encuestada consideraron un nivel alto respecto a la dimensión, manifestando estar satisfechos y 11 usuarios representados por el 5,5% de la muestra encuestada manifestaron estar insatisfechos respecto a los elementos tangibles que brinda la prestación en la subgerencia de promoción empresarial de la jurisdicción del distrito de Mi Perú.

Aunado a ello, respecto a la extensión en mención de forma conjunta la mitad de la muestra encuestada, es decir 100 usuarios que representan al 50,0% percibieron un nivel medio, un total de 89 encuestados representado por el 44,5% de la muestra encuestada percibió un nivel alto y un total de 11 encuestados representado por el 5,5% percibieron un nivel bajo, evidenciando que los usuarios tienen una percepción medianamente positiva sobre las instalaciones y el equipamiento de la subgerencia de promoción empresarial de la Municipalidad de Mi Perú, por lo que impera la necesidad de reforzar una mejora continua en cuanto a los elementos tangibles como para que exista una mayor percepción de los usuarios.

Es preciso señalar que, para realizar el estudio descriptivo de la extensión de elementos tangibles, se utilizó la técnica estadística de baremos para determinar los niveles, que en el caso de la dimensión antes mencionada fueron bajo, con un rango de 6 al 10; nivel medio, con un rango del 11 al 15 y el nivel alto, con un rango del 16 al 20.

Por otro lado, en mención de la segunda variable, un total de 131 encuestados representado por un 65,5% consideran estar medianamente satisfechos con la prestación recibida por la subgerencia de promoción empresarial de la Municipalidad de Mi Perú; un total de 40 encuestados representado por un 20,0% manifestaron estar satisfechos y únicamente un total de 29 encuestados representados por un 14,5% manifestaron estar insatisfechos con la prestación brindada; en ese contexto es primordial que la entidad considere implementar estrategias de mejora continua para brindar un servicio eficiente conllevando así una mejora en el nivel de percepción de los usuarios.

Respecto al segundo objetivo específico

Partiendo del segundo objetivo específico que fue determinar la relación que existe entre fiabilidad y satisfacción del usuario en la subgerencia de Promoción empresarial-Municipalidad de Mi Perú, 2022 se observa en la tabla 4 con las resultas descriptivas.

Tabla 4

Tabla de frecuencia de la dimensión Fiabilidad y la variable satisfacción del Usuario.

			Satisfacción del Usuario			Total
			Insatisfecho	Mediana mente satisfecho	Satisfec ho	
Fiabilidad	Bajo	Recuento	25	22	0	47
		% del total	12,5%	11,0%	0,0%	23,5%
	Medio	Recuento	4	103	16	123
		% del total	2,0%	51,5%	8,0%	61,5%
	Alto	Recuento	0	6	24	30
		% del total	0,0%	3,0%	12,0%	15,0%
Total	Recuento	29	131	40	200	
	% del total	14,5%	65,5%	20,0%	100,0%	

Nota. Resultados conseguidos con el Programa estadístico SPSS V24

De lo expuesto en la tabla antes precisada y en correspondencia con el segundo objetivo específico, se observó que 103 encuestados representado por un 451,5% ; es decir más de la mitad de la muestra encuestada percibieron un

nivel medio respecto a la fiabilidad percibida en la prestación, teniendo en cuenta estos resultados se observó que respecto al buen cumplimiento del servicio desde la primera vez se encontraron medianamente satisfechos ; un total de 25 usuarios representados por el 12,5% percibieron un nivel bajo de fiabilidad que tiene el personal en la subgerencia de Promoción de empleo de la jurisdicción del distrito de Mi Perú, manifestando estar insatisfechos .Por otro lado y en similitud a la proporción de encuestados que percibieron un nivel bajo, se hallaron 24 encuestados representados por el 12,0% que percibieron un nivel alto manifestando estar satisfechos con la prestación recibida respecto a la fiabilidad en la subgerencia de Promoción empresarial de la Municipalidad de Mi Perú.

Aunado a ello, respecto a la dimensión de fiabilidad de forma conjunta se observó que 123 usuarios representados por un 61.5% percibieron un nivel medio, un total de 47 usuarios representado por un 23,5% percibieron un nivel bajo y 30 usuarios representado por un 15,0% percibieron un nivel alto, por lo que, si bien se evidencia la rapidez en la entrega de documentos y de cumplimiento en el tiempo establecido de entrega de tramites, es de nivel regular esta puede mejorar desde el primer momento en que el usuario utiliza la prestación; es necesario una capacitación al personal para brindar la información adecuada que favorezca al usuario.

Es preciso señalar que, para realizar el análisis descriptivo de la dimensión de fiabilidad se utilizó la técnica estadística de baremos para determinar los niveles, que en el caso de la dimensión antes mencionada fueron bajo, con un rango de 8 al 12; nivel medio, con un rango del 13 al 17 y el nivel alto, con un rango del 18 al 20.

Por otro lado, en mención de la segunda variable, un total de 131 encuestados representado por un 65,5% consideran estar medianamente satisfechos con la prestación recibida por la subgerencia de promoción empresarial de la Municipalidad de Mi Perú; un total de 40 encuestados representado por un 20,0% manifestaron estar satisfechos y únicamente un total de 29 encuestados representados por un 14,5% manifestaron estar insatisfechos con la prestación brindada; en ese contexto es primordial que la entidad

considere implementar estrategias de mejora continua para brindar un servicio eficiente conllevando así una mejora en el nivel de percepción de los usuarios.

Respecto al tercer objetivo específico

Partiendo del tercer objetivo específico que fue determinar la relación que existe entre capacidad de respuesta y satisfacción del usuario en la subgerencia de Promoción empresarial-Municipalidad de Mi Perú, 2022 se tiene en la tabla 5 con los resultados descriptivos.

Tabla 5

Tabla de frecuencia de la dimensión Capacidad de Respuesta y la variable satisfacción del usuario.

		Satisfacción del Usuario			Total	
		Insatisfecho	Medianame nte satisfecho	Satisfecho		
Capacidad De respuesta	Bajo	Recuento	24	0	0	24
		% del total	12,0%	0,0%	0,0%	12,0%
	Medio	Recuento	5	100	11	116
		% del total	2,5%	50,0%	5,5%	58,0%
	Alto	Recuento	0	31	29	60
		% del total	0,0%	15,5%	14,5%	30,0%
Total	Recuento	29	131	40	200	
	% del total	14,5%	65,5%	20,0%	100,0%	

Nota. Resultados conseguidos con el Programa estadístico SPSS V24

De los descrito en la tabla antes precisada y en relación con el objetivo se observó que la mitad de la muestra encuestada es decir un 50% (100 encuestados) percibieron un nivel intermedio en relación a la capacidad de contestación percibida en la prestación, teniendo en cuenta estos resultados se

observó que respecto al tiempo de espera de sus trámites, los usuarios encuestados mostraron estar medianamente satisfechos; un total de 31 usuarios equivalente al 15,5% percibieron un nivel alto en la capacidad de contestación que muestra el personal en la subgerencia de Promoción de empleo de la jurisdicción del distrito de Mi Perú, manifestando estar medianamente satisfechos. Por otro lado un 12,0% equivalente a 24 percibieron un nivel bajo manifestando estar insatisfechos con la capacidad de contestación recibida en la subgerencia de Promoción empresarial de la Municipalidad de Mi Perú percibiendo un nivel alto.

Sumado a ello, respecto a la extensión de capacidad de contestación de forma conjunta se observó que 116 usuarios representados por el 58,0% percibieron un nivel medio, un total de 60 usuarios representado por un 30,0% percibieron un nivel alto y 24 usuarios representado por un 12,0% percibieron un nivel bajo, por lo que se evidencia que en cuanto a la rapidez en la entrega de los tramites, la privacidad en la información y la manera adecuada con la que explican los procedimientos a seguir; son realizados de forma regular, por lo que se necesita de una mejora para que la percepción sea alta en su totalidad por lo que es necesario una capacitación al personal que favorezca al usuario.

Es preciso señalar que, para realizar el estudio descriptivo de la extensión de capacidad de contestación se utilizó la técnica estadística de baremos para determinar los niveles, que en el caso de la dimensión antes mencionada fueron bajo, con un rango de 6 al 10; nivel medio, con un rango del 11 al 15 y el nivel alto, con un rango del 16 al 20.

Por otro lado, en mención de la segunda variable, un total de 131 encuestados representado por un 65,5% consideran estar medianamente satisfechos con la prestación recibida por la subgerencia de promoción empresarial de la Municipalidad de Mi Perú; un total de 40 encuestados representado por un 20,0% manifestaron estar satisfechos y únicamente un total de 29 encuestados representados por un 14,5% manifestaron estar insatisfechos con la prestación brindada; en ese contexto es primordial que la entidad considere implementar estrategias de mejora continua para brindar un servicio eficiente conllevando así una mejora en el nivel de percepción de los usuarios.

Respecto al cuarto objetivo específico

Teniendo como base el cuarto objetivo específico que fue determinar la relación que existe entre seguridad y satisfacción del usuario en la subgerencia de Promoción empresarial-Municipalidad de Mi Perú, 2022 se tiene en la Tabla 6 con los resultados descriptivos.

Tabla 6

Tabla de frecuencia de la dimensión Seguridad y la variable satisfacción del usuario

		Satisfacción del Usuario			Total	
		Insatisfecho	Medianamente satisfecho	Satisfecho		
Seguridad	Bajo	Recuento	25	16	0	41
		% del total	12,5%	8,0%	0,0%	20,5%
	Medio	Recuento	4	96	8	109
		% del total	2,0%	48,0%	4,5%	54,5%
	Alto	Recuento	0	19	31	50
		% del total	0,0%	9,5%	15,5%	25,0%
Total	Recuento	29	131	40	200	
	% del total	14,5%	65,5%	20,0%	100,0%	

Nota. Resultados conseguidos con el Programa estadístico SPSS V24

De los descrito en la tabla antes precisada y en relación con el objetivo específico cuatro se observó que un 48,0%(96 usuarios) percibieron un nivel medio respecto a la seguridad, teniendo en cuenta estos resultados manifestaron estar medianamente satisfechos ; un el 15,5%(31 usuarios) percibieron un nivel alto respecto a la seguridad que brindan los colaboradores en la subgerencia de Promoción de empleo de la jurisdicción del distrito de Mi Perú, manifestando estar satisfechos .Por otro lado el 12,5 % de la muestra encuestada (25 usuarios)

percibieron un nivel bajo manifestando estar insatisfechos con la seguridad percibida de la prestación recibida en la subgerencia de Promoción empresarial de la Municipalidad de Mi Perú.

Aunado a ello, respecto a la dimensión de seguridad de forma conjunta se observó que 54,5% (109 usuarios) es decir más de la mitad de la muestra encuestada percibieron un nivel medio; un 25 0%, es decir un cuarto de la muestra encuestada (50 usuarios) percibieron un nivel alto y un 20,5% (41 usuarios) percibieron un nivel bajo, por lo que se evidencia la necesidad de capacitar al personal para que tenga los conocimientos en aras de responder cualquier duda del usuario. frente a sus necesidades y así obtener un nivel alto de percepción.

Es preciso señalar que, para realizar el análisis descriptivo de la dimensión de seguridad se utilizó la técnica estadística de baremos para determinar los niveles, que en el caso de la dimensión antes mencionada fueron bajo, con un rango de 9 al 12; nivel medio, con un rango del 13 al 16 y el nivel alto, con un rango del 17 al 20.

Por otro lado, en mención de la segunda variable, un total de 131 encuestados representado por un 65,5% consideran estar medianamente satisfechos con la prestación recibida por la subgerencia de promoción empresarial de la Municipalidad de Mi Perú; un total de 40 encuestados representado por un 20,0% manifestaron estar satisfechos y únicamente un total de 29 encuestados representados por un 14.,5% manifestaron estar insatisfechos con la prestación brindada; en ese contexto es primordial que la entidad considere implementar estrategias de mejora continua para brindar un servicio eficiente conllevando así una mejora en el nivel de percepción de los usuarios

Respecto al quinto objetivo específico

Con base al quinto objetivo específico que fue determinar la relación que existe entre empatía y satisfacción del usuario en la subgerencia de Promoción empresarial-Municipalidad de Mi Perú, 2022 se muestra en la Tabla 7 las resultas descriptivas:

Tabla 7

Tabla de frecuencia de la dimensión Empatía y la variable satisfacción del usuario.

			Satisfacción del Usuario			Total
			Insatisfecho	Medianamente satisfecho	Satisfecho	
Empatía	Bajo	Recuento	14	4	0	18
		% del total	7,0%	2,0%	0,0%	9,0%
	Medio	Recuento	15	110	16	141
		% del total	7,5%	55,0%	8,5%	70,5%
	Alto	Recuento	0	17	24	41
		% del total	0,0%	8,5%	12,0%	20,5%
Total	Recuento	29	131	40	200	
	% del total	14,5%	65,5%	20,0%	100,0%	

Nota. Resultados conseguidos con el Programa estadístico SPSS V24.

De lo puntualizado en la tabla antes precisada y en relación con el objetivo específico cinco, se observó que más de la mitad de la muestra encuestada; es decir un 55,0% (110 usuarios) percibieron un nivel medio en relación a la empatía percibida en la prestación, teniendo en cuenta estos resultados manifestaron estar medianamente satisfechos; un total de 24 usuarios representados por el 12,0% de la muestra encuestada percibieron un nivel alto en cuanto a la fiabilidad, esto hace que se sientan satisfechos. Por otro lado 14 usuarios representado por el 7,0% de la muestra encuestada manifestaron estar insatisfechos con la empatía que brinda el personal percibiendo un nivel bajo. Aunado a ello respecto a la dimensión de empatía de forma conjunta se observó que el 70,5% (141 usuarios) percibieron un nivel medio, un 20,5% (41 usuarios) percibieron un nivel alto y un 9,0% (18 usuarios) 1 percibieron un nivel bajo, por lo que se evidencia en el trato, la comprensión, la paciencia y el lenguaje claro que brindan a los usuarios, debe ser mejorado para que puedan tener una percepción más alta respecto a esa dimensión.

Es preciso señalar que, para realizar el análisis descriptivo de la dimensión de empatía se utilizó la técnica estadística de baremos para determinar los niveles, que en el caso de la dimensión antes mencionada fueron bajo, con un rango de 7 al 11; nivel medio, con un rango del 12 al 15 y el nivel alto, con un rango del 16 al 20. Por otro lado, en mención de la segunda variable, un total de 131 encuestados representado por un 65,5% consideran estar medianamente satisfechos con la prestación recibida por la subgerencia de promoción empresarial de la Municipalidad de Mi Perú; un total de 40 encuestados representado por un 20,0% manifestaron estar satisfechos y únicamente un total de 29 encuestados representados por un 14,5% manifestaron estar insatisfechos con la prestación brindada; en ese contexto es primordial que la entidad considere implementar estrategias de mejora continua para brindar un servicio eficiente conllevando así una mejora en el nivel de percepción de los usuario.

4.2 Resultados Inferenciales

Teniendo en cuenta el objetivo general y los específicos desarrollados desde el inicio de la investigación corresponde detallar los resultados inferenciales en consecuencia del análisis estadístico y de la obtención del coeficiente de Rho de spearman a continuación:

Contrastación de la Hipótesis General

En relación al objetivo general de este estudio, que fue: Determinar la relación entre la calidad de los servicios administrativos y la satisfacción del cliente en la subgerencia de promoción empresarial - Municipalidad de Mi Perú, 2022.

H0: No Existe relación entre la calidad del servicio administrativo y la satisfacción del usuario de la subgerencia de Promoción empresarial-Municipalidad de Mi Perú, 2022.

H1: Existe una relación entre la calidad del servicio administrativo y la satisfacción del usuario de la subgerencia de Promoción empresarial-Municipalidad de Mi Perú, 2022

Tabla 8

Significancia y correlación entre Calidad de servicio administrativo y satisfacción del usuario

			Calidad de servicio administrativo	Satisfacción del usuario
Rho Spearman	Calidad de servicio administrativo	Coeficiente correlación	1,000	0,853
		Sig. (bilateral)	.	0,000
		N	200	200
	Satisfacción Usuario	Coeficiente correlación	0,853	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	.
		N	200	200

Nota. Resultados obtenidos con el Programa estadístico SPSS V24.

A partir de los valores detallados en la Tabla 8 se observó que el nivel de significancia es 0,000 el mismo que al ser menor a 0,05, que representa el 95% de confianza, Así mismo se obtuvo un rho de spearman de 0,853 con un p valor <0,05; el análisis pone en evidencia que existe una relación positiva alta entre la calidad de prestación administrativa y la correspondencia del usuario en la subgerencia de Promoción empresarial de la Municipalidad de Mi Peru, 2022, según los rangos de spearman mencionados por Hernández y Mendoza (2018).

Contrastación de la primera hipótesis específica

Los aspectos vinculantes al desarrollo de esta contrastación tienen su origen en el objetivo específico uno, el cual fue determinar la relación que existe entre elementos tangibles y satisfacción del usuario en la subgerencia de Promoción empresarial-Municipalidad de Mi Perú, 2022

H0: No Existe relación entre elementos tangibles y la satisfacción del usuario de la subgerencia de Promoción empresarial-Municipalidad de Mi Perú, 2022.

H1: Existe una relación entre elementos tangibles y la satisfacción del usuario de la subgerencia de Promoción empresarial-Municipalidad.

Tabla 9

Significancia y correlación entre elementos tangibles y satisfacción del usuario.

			Elementos tangibles	Satisfacción del usuario
Rho Spearman	Elementos tangibles	Coefficiente correlación	1,000	0,682
		Sig. (bilateral)	.	0,000
		N	200	200
	Satisfacción Usuario	Coefficiente correlación	de 0,682	1.000
		Sig. (bilateral)	0,000	.
		N	200	200

Nota. Resultados conseguidos con el Programa estadístico SPSS V24

A partir de los valores detallados en la Tabla 9 se observó que el nivel de significancia es 0,000 el mismo que al ser menor a 0,05, que representa el 95% de confianza, Así mismo se obtuvo un rho de spearman de 0,682 con un p valor <0,05; el análisis pone en evidencia que existe una relación positiva moderada entre los elementos tangibles y la correspondencia del usuario en la

subgerencia de Promoción empresarial de la Municipalidad de Mi Peru,2022 , según los rangos de spearman mencionados por Hernández y Mendoza (2018).

Contrastación de la segunda hipótesis específica

Los aspectos vinculantes al desarrollo de esta contrastación tienen su origen en el objetivo específico dos, el cual fue determinar la relación que existe entre fiabilidad y satisfacción del usuario en la subgerencia de Promoción empresarial-Municipalidad de Mi Perú, 2022

H0: No Existe relación entre fiabilidad y la satisfacción del usuario de la subgerencia de Promoción empresarial-Municipalidad de Mi Perú, 2022.

H1: Existe una relación entre fiabilidad y la satisfacción del usuario de la subgerencia de Promoción empresarial-Municipalidad.

Tabla 10

Significancia y correlación entre fiabilidad y satisfacción del usuario

			Fiabilidad	Satisfacción del usuario
Rho Spearman	Fiabilidad	Coeficiente correlación	1,000	0,740
		Sig. (bilateral)	.	0,000
		N	200	200
	Satisfacción Usuario	Coeficiente correlación	0,740	1,000
Sig. (bilateral)		0,000	.	
N		200	200	

Nota. Resultados conseguidos con el Programa estadístico SPSS V24

A partir de los valores detallados en la Tabla 10 se observó que el nivel de significancia es 0,000 el mismo que al ser menor a 0,05, que representa el 95% de confianza, Así mismo se obtuvo un rho de Spearman de 0,740 con un p valor $<0,05$; el análisis pone en evidencia que existe una relación positiva alta entre fiabilidad y la correspondencia del usuario en la subgerencia de Promoción empresarial de la Municipalidad de Mi Perú, 2022, según los rangos de Spearman mencionados por Hernández y Mendoza (2018).

Contrastación de la tercera hipótesis específica

Los aspectos vinculantes al desarrollo de esta contrastación tienen su origen en el objetivo específico, el cual fue determinar la relación que existe entre capacidad de respuesta y satisfacción del usuario en la subgerencia de Promoción empresarial-Municipalidad de Mi Perú, 2022, en ese contexto es que a continuación se detalla el hallazgo obtenido referente al objetivo en mención, luego del procesamiento estadístico y el valor de rho de spearman obtenido.

H0: No Existe relación entre capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario de la subgerencia de Promoción empresarial-Municipalidad de Mi Perú, 2022.

H1: Existe una relación entre capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario de la subgerencia de Promoción empresarial-Municipalidad.

Tabla 11

Significancia y correlación entre Capacidad de respuesta y satisfacción del usuario.

			Capacidad de respuesta	Satisfacción del usuario
Rho Spearman	Capacidad De respuesta	Coefficiente correlación	1,000	0,719
		Sig. (bilateral)	.	0,000
		N	200	200
	Satisfacción Usuario	Coefficiente correlación	0,719	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	.
		N	200	200

Nota. Resultados conseguidos con el Programa estadístico SPSS V24

A partir de los valores detallados en la Tabla 11, se observó que el nivel de significancia es 0,000 el mismo que al ser menor a 0,05; que representa el

95% de confianza , Así mismo se obtuvo un rho de spearman de 0,719 con un p valor <0,05; el análisis pone en evidencia que existe una relación positiva alta entre capacidad de contestación y la correspondencia del usuario en la subgerencia de Promoción empresarial de la Municipalidad de Mi Peru,2022, según los rangos de spearman mencionados por Hernández y Mendoza (2018).

Contrastación de la cuarta hipótesis específica

Los aspectos vinculantes al desarrollo de esta contrastación tienen su origen en el objetivo específico cuatro, el cual fue determinar la relación que existe entre seguridad y satisfacción del usuario en la subgerencia de Promoción empresarial-Municipalidad de Mi Perú, 2022, en ese contexto es que a continuación se detalla el hallazgo obtenido referente al objetivo en mención, luego del procesamiento estadístico y el valor de rho de spearman obtenido.

H0: No Existe relación entre seguridad y la satisfacción del usuario de la subgerencia de Promoción empresarial-Municipalidad de Mi Perú, 2022.

H1: Existe una relación entre seguridad y la satisfacción del usuario de la subgerencia de Promoción empresarial-Municipalidad.

Tabla 12

Significancia y correlación entre seguridad y satisfacción del usuario.

			Seguridad	Satisfacción del usuario
Rho Spearman	Seguridad	Coeficiente correlación	1,000	0,800
		Sig. (bilateral)	.	0,000
		N	200	200
	Satisfacción Usuario	Coeficiente correlación	0,800	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	.
		N	200	200

Nota. Resultados conseguidos con el Programa estadístico SPSS V24

A partir de los valores detallados en la Tabla 12 ,se observó que el nivel de significancia es 0,000 el mismo que al ser menor a 0,05; que representa el 95% de confianza , Así mismo se obtuvo un rho de spearman de 0,800 con un

p valor $<0,05$; el análisis pone en evidencia que existe una relación positiva alta entre seguridad y la correspondencia del usuario en la subgerencia de Promoción empresarial de la Municipalidad de Mi Perú, 2022; según los rangos de spearman mencionados por Hernández y Mendoza (2018).

Contrastación de la quinta hipótesis específica

Los aspectos vinculantes al desarrollo de esta contrastación tienen su origen en el objetivo específico quinto, el cual fue determinar la relación que existe entre empatía y satisfacción del usuario en la subgerencia de Promoción empresarial-Municipalidad de Mi Perú, 2022, en ese contexto es que a continuación se detalla el hallazgo obtenido referente al objetivo en mención, luego del procesamiento estadístico y el valor de rho de spearman obtenido.

H0: No Existe relación entre empatía y la satisfacción del usuario de la subgerencia de Promoción empresarial-Municipalidad de Mi Perú, 2022.

H1: Existe una relación entre empatía y la satisfacción del usuario de la subgerencia de Promoción empresarial-Municipalidad.

Tabla 13

Significancia y correlación entre seguridad y satisfacción del usuario.

			Empatía	Satisfacción del usuario
Rho Spearman	Empatía	Coeficiente correlación	1,000	0,819
		Sig. (bilateral)	.	0,000
		N	200	200
	Satisfacción Usuario	Coeficiente correlación	0,819	1.000
		Sig. (bilateral)	.	0,000
		N	200	200

Nota. Resultados conseguidos con el Programa estadístico SPSS V24

A partir de los valores detallados en la Tabla 13 ,se observó que el nivel de significancia es 0,000 el mismo que al ser menor a 0,05; que representa el

95% de confianza, Así mismo se obtuvo un rho de spearman de 0,819 con un p valor $<0,05$; el análisis pone en evidencia que existe una relación positiva alta entre empatía y la correspondencia del usuario en la subgerencia de Promoción empresarial de la Municipalidad de Mi Peru,2022 , según los rangos de spearman mencionados por Hernández y Mendoza (2018).

En resumen y respecto a los hallazgos inferenciales obtenidos, en referencia a la hipótesis general, segunda hipótesis, tercera hipótesis ,la cuarta hipótesis y la quinta hipótesis se halló una asociación positiva alta denotando que a mejor sea la calidad de servicio administrativo en la gestión de la subgerencia de promoción empresarial de la Municipalidad de Mi Perú, mejor será la percepción de los usuarios respecto a la prestación, sin embargo en la hipótesis específica uno se halló una asociación positiva moderada.

V. DISCUSIÓN

En este capítulo se describe la discusión de los resultados en función de los objetivos del estudio, cuyo objetivo general fue determinar la relación entre la calidad del servicio administrativo y la satisfacción del cliente en la subgerencia de promoción empresarial - Municipalidad de Mi Perú, 2022.

Bajo esa premisa, luego del procesamiento de la data respecto al objetivo general y sobre la relación de las variables se determinó que existe una relación positiva alta respecto a las dos variables hallando un nivel de significancia menor a 0,05; por lo que se rechaza la hipótesis nula, dando como resultado un rho de 0,853; es decir una relación positiva alta, confirmando que mientras se incrementa la calidad de servicio administrativo se incrementará la satisfacción del usuario.

De otro lado, respecto al análisis descriptivo a través de la tabla de contingencia, el hallazgo en este estudio permitió evidenciar en relación a la calidad de prestación administrativa que los usuarios encuestados percibieron un nivel medio con un 56,5% de la muestra encuestada, un 15,5% calificaron la prestación con un nivel alto manifestando estar satisfechos y finalmente un 11,5% mostraron insatisfacción en el servicio que brinda la Sugerencia de Promoción Empresarial de la Municipalidad de Mi Perú, calificándolo con un nivel bajo; esto evidencia que se tiene una prestación de servicio que se viene dando de forma regular por lo que los usuarios se sienten medianamente satisfechos.

Aunado a ello el análisis descriptivo arrojó que un 64,0% de la muestra encuestada percibieron un nivel medio en cuanto a la prestación recibida, del mismo modo un 23,5% percibió a la variable con un nivel alto y un 12,5% considera que la prestación que recibe en la subgerencia de promoción empresarial es deficiente considerándolo en un nivel bajo. Por otro lado, y en correspondencia con la complacencia del usuario el 65,5% de la muestra encuestada manifestaron estar medianamente satisfechos, un 20,0% manifestó estar satisfecho con la prestación y un 14,5% manifestaron estar insatisfechos con los servicios que brinda la subgerencia en mención de la jurisdicción en el distrito de Mi Perú, sobresaliendo que es necesario implementar estrategias para

la mejora en la prestación y así aumentar el nivel de correspondencia en los usuarios.

En ese contexto, las resultas obtenidas en el presente estudio no coinciden con los hallados por Marin (2022) en una subgerencia donde se brindan las licencias de funcionamiento, en una jurisdicción de Tacna, en el que le arrojo un p valor mayor a 0,05; es decir un $p > 0,572$ evidenciando que no existe relación entre sus variables. Por otro lado, la presente investigación coincide con lo hallado por Ortiz (2019) en el que alcanzó una correspondencia positiva alta con un rho de 0,867 y un sig. bilateral de 0,000.

Por otra parte, y en concordancia con el primer objetivo específico el hallazgo en la presente investigación arrojo un rho de 0,682 lo cual indico una correlación positiva moderada y un p valor $< 0,05$; por lo que se rechaza la hipótesis nula.

En cuanto al análisis en la tabla cruzada en este estudio respecto al primer objetivo específico se halló que un 38,5% de la muestra encuestada percibieron un nivel medio manifestando estar medianamente satisfechos con la apariencia y pulcritud de las instalaciones físicas, así como el aspecto moderno de la documentación, solo un 2,5% manifestaron estar satisfechos, sin embargo, percibieron un nivel medio y 11 usuarios representados por el 5,5% consideran los aspectos tangibles con un nivel bajo manifestando estar insatisfechos con esa dimensión.

Así mismo se halló en la estadística descriptiva de forma conjunta en cuanto al resultado del primer objetivo específico un nivel medio percibido por los usuarios encuestados, arrojando un 50,0%, es decir la mitad de la muestra encuestada, un 44,5% percibieron el aspecto físico de las instalaciones con un nivel alto y solo 11 personas representadas por el 5,5% de la muestra encuestada percibieron un nivel bajo. Es primordial que la subgerencia se encargue de mantener las instalaciones en buen estado y sobre todo el aspecto personal de cada colaborador para mejorar la percepción del usuario respecto a ello.

Estos hallazgos coinciden inferencialmente con Rosales (2018) en su estudio acerca de una subgerencia donde expiden las licencias de funcionamiento en el que halló una asociación positiva moderada, es decir un rho de 0,433 y p valor $< 0,05$; sin embargo, difieren con los hallados por Ponce y

Urbano (2020) en el que en su estudio en una subgerencia de una jurisdicción de Trujillo hallaron una correlación positiva baja, es decir una rho de 0,383 y un p valor <0,05.

En referencia al análisis descriptivo de los elementos tangibles, la presente investigación coincide con lo estudiado por Burgos (2022) en la que en su investigación a 325 usuarios de una subgerencia de una jurisdicción en Cajamarca mostro que 52 % de su muestra percibieron un nivel regular en cuanto a las instalaciones físicas, aduciendo de esa manera que en esa entidad no hay buenas expectativas respecto a la dimensión; la presente investigación difiere con Corrales (2022) en su estudio en una entidad pública de Ecuador, tuvo un hallazgo de un nivel alto en la extensión de aspectos tangibles con un 90% de aceptación por parte de su muestra encuestada, que en su caso fueron 385 usuarios , quienes manifestaron estar satisfechos con el aspecto físico de las instalaciones .

Por otra parte, y en concordancia con el segundo objetivo específico el hallazgo en la presente investigación arroja una rho de 0,740; lo cual mostro una asociación positiva alta y un p valor <0,05; por lo que se rechaza la hipótesis nula, por lo cual se evidencia una asociación directa entre la fiabilidad y la correspondencia del usuario, lo cual hace indicar que el usuario valora de manera significativa que se cumpla con la prestación desde la primera vez sin tener que cometer errores.

En cuanto al análisis en la tabla cruzada en el presente estudio en relación al segundo objetivo específico se halló que el 51,5% de la muestra encuestada percibieron un nivel medio ,lo que implico que estén medianamente satisfechos con la fiabilidad brindada por el personal de la subgerencia de promoción empresarial de la jurisdicción del distrito de Mi Perú, un 12,0% percibieron un nivel alto en referencia a que el personal cumple de manera regular con los servicios de manera correcta desde la primera vez sin tener que cometer errores y un 12,5% percibieron un nivel bajo estando insatisfechos con la fiabilidad brindada.

Aunado a ello se halló en la estadística descriptiva de forma conjunta en cuanto al resultado del primer objetivo específico un nivel medio percibido por los usuarios encuestados, arrojando un 61,5.0%, es decir, más mitad de la

muestra encuestada. Un 23,5% percibieron un nivel bajo y un 15,0% percibieron un nivel alto.

El porcentaje regular de calificación en cuanto a esta extensión, indica que los usuarios encuestados no se sienten del todo satisfechos desde la primera vez que realizan la prestación considerando así que existen falencias que deben ser sustituidas por un buen servicio de manera inmediata con capacitación a los colaboradores de forma frecuente.

Estos hallazgos difieren de manera inferencial con los hallados por Burgos (2022) en su estudio, obtuvo como resultado un rho de 0,353; es decir una asociación positiva baja en comparación del presente estudio, con un sig. bilateral de 0,000; evidenciando así la falta de compromiso de los trabajadores en cuanto a la resolución de trámites y la prestación oportuna

En referencia al análisis descriptivo del segundo objetivo específico, la presente investigación coincide con lo hallado por Ponce y Urbano (2020) en el que les arrojó un nivel regular en cuanto a lo que los usuarios observaron acerca de la fiabilidad con una resulta de 58,9% de su muestra encuestada.

De igual manera y en concordancia con el tercer objetivo específico el hallazgo en la presente investigación arrojó una rho de 0,719; lo cual indica una correlación positiva alta y un p valor $<0,05$; por lo que se rechaza la hipótesis nula, por lo cual se evidencia una asociación directa y significativa entre la capacidad de respuesta y la correspondencia del usuario; por lo que al asociarse se denota que al usuario le importa es primordial capacitar al personal para brindar un tiempo prudencial en la entrega de documentación , en solucionar impases de los propios usuarios, es decir más agilidad en los procesos, para que puedan así obtener una percepción favorable .

En cuanto al análisis en la tabla cruzada en el presente estudio en relación al tercer objetivo específico arrojó a la mitad de la muestra encuestada percibiendo un nivel regular con un 50,0 % manifestando estar medianamente satisfechos, un 14,5% percibieron un nivel alto manifestando estar satisfechos con la rapidez en la entrega de documentos y un 12,0% percibieron un nivel bajo manifestando estar insatisfechos

Aunado a ello se halló en la estadística descriptiva de forma conjunta los resultados proyectaron que más de la mitad de la muestra encuestada, es decir

un 58,0% percibieron un nivel medio, un 30% percibieron un nivel alto y solo un 12,0% percibieron un nivel bajo.

Estos hallazgos en relación con lo descrito anteriormente difieren con Marin (2022) en el que en su estudio demostró que el tiempo de espera y de entrega de documentos no se relaciona con la complacencia del usuario, dando como resultado un p valor de 0,320; es decir un $p > 0,05$ por lo que se acepta en este hallazgo la hipótesis nula, no existiendo una relación entre la capacidad de contestación y la complacencia del usuario.

En cuanto al análisis descriptivo la presente investigación difiere con Corrales (2018) en el que en su estudio los usuarios encuestados, es decir un 56,9% percibieron un nivel alto, lo cual hace indicar que los usuarios en una entidad de Ecuador se sienten satisfechos con el tiempo que usan los colaboradores para responder sus dudas y en cuanto a la entrega de sus documentos , por el contrario coincide con Ortiz (2019) en su estudio, los usuarios percibieron un nivel medio con un 49% de la muestra encuestada.

Por otra parte, y en correspondencia con el cuarto objetivo específico el hallazgo en la presente investigación arrojó una rho de 0,800 lo cual indica una correlación positiva alta y un p valor $< 0,05$; por lo que se rechaza la hipótesis nula, por lo cual se evidencia una asociación directa y significativa entre la seguridad que brindan los colaboradores de la entidad y la correspondencia del usuario, por tanto cuando mayor sea la predisposición de los colaboradores para ayudar a los usuarios a resolver sus dudas de acuerdo a sus necesidades habrá mayor complacencia de quienes acuden a pedir la expedición de sus licencias de funcionamiento.

En cuanto al análisis en la tabla cruzada en el presente estudio en relación al cuarto objetivo específico la presente investigación los resultados evidenciaron que el 48,0% (96 usuarios) percibieron un nivel medio denotando estar medianamente satisfechos con la solución que brinda el personal de la subgerencia de promoción empresarial en cuanto a sus necesidades, un 15,0% percibió la seguridad con un nivel alto y manifestaron estar satisfechos y un 12,5% percibieron la extensión en mención con un nivel bajo manifestando estar insatisfechos con la seguridad que brindan al momento de la prestación .

Aunado a ello se halló en la estadística descriptiva de forma conjunta las resultados proyectaron que más de la mitad de la muestra encuestada, es decir un

54,5% percibieron un nivel medio, un cuarto de la mitad de la muestra encuestada, es decir un 25% percibieron un nivel alto y solo un 12,5% percibieron un nivel bajo.

Estos hallazgos en relación con lo descrito anteriormente coinciden con Ortiz (2019) en el que en su estudio demostró que la confianza que transmiten los colaboradores y el respeto a su privacidad se relaciona con la complacencia del usuario, dando como resultado un p valor de 0,000, es decir un $p < 0,05$ y un rho de 0,787; por lo que se evidencia una asociación positiva alta entre la seguridad y la complacencia del usuario.

En cuanto al análisis descriptivo los hallazgos en la presente investigación difieren con los hallados por Ponce y Urbano (2020) en el que, en su estudio, los usuarios percibieron un nivel alto con un 56,3% de su muestra encuestada, destacando la importancia de que el usuario se siente en confianza para poder realizar sus trámites y que estos sean resueltos con claridad.

Por otra parte, y en relación con el quinto objetivo específico el hallazgo en la presente investigación arroja una correlación positiva alta con una rho de 0,819 y un p valor $< 0,005$ por lo que se rechaza la hipótesis nula, demostrando que existe relación entre la extensión de empatía y la complacencia con el usuario. Lo cual evidencia que es de alta importancia para lograr la complacencia del usuario, así mismo, hallazgos prueban que mientras mejor sea el trato del colaborador con el usuario mayor será la complacencia.

En cuanto al análisis en la tabla cruzada en la presente investigación respecto al quinto objetivo específico la presente investigación los resultados evidenciaron que más de la mitad de la muestra percibieron un nivel regular con un 55,0% manifestando estar medianamente satisfechos, solo un 12% manifestó estar satisfecho con la empatía que brindan los colaboradores de la entidad, es decir percibieron que el personal no los escucha atentamente y no explica de forma adecuada el llenado de solicitud para la expedición de licencias de funcionamiento, estos resultados demostraron que el 7% percibieron un nivel bajo, predominando así que en cuanto a esta extensión el personal se desempeña de manera regular.

Aunado a ello se halló en la estadística descriptiva de forma conjunta los resultados arrojaron que más de la mitad de la muestra encuestada, es decir un 70,5% percibieron un nivel medio, un cuarto de la mitad de la muestra

encuestada, es decir un 20,5% percibieron un nivel alto y solo un 9,0% percibieron un nivel bajo.

Por lo que esta extensión es importante para los usuarios en cuanto al trato que reciben, la comprensión, la paciencia y el respeto, refleja de ese modo la necesidad que de que el colaborador debe adecuarse a las necesidades de los usuarios recibiendo una capacitación para ello y por ende aumentara la percepción respecto a esta extensión.

Estos hallazgos en relación con lo detallado anteriormente coinciden con los hallados por Rosales (2019) en una subgerencia que expide licencias de funcionamiento en el que determino una correlación positiva alta con un rho de 0,743 y un p valor $<0,005$. El presente estudio difiere con lo hallado por Ortiz (2019) en el que el grado de correlación arrojó un rho de 0,679; es decir una asociación positiva moderada con un p valor de 0,000.

En cuanto al análisis descriptivo los hallazgos en el presente estudio difieren con Corrales (2019) en su estudio en una entidad de Ecuador arrojó un nivel alto con un 46,5%, donde indicaron la alta predisposición de sus colaboradores para brindar ayuda de acuerdo a las necesidades de los usuarios.

Por otra parte, el presente estudio guarda una línea en el contexto peruano con lo manifestado por la Presidencia del Consejo de ministros (2018) en la Ley Marco de la Modernización de la Gestión del Estado, ley N°28056, en el que prevalece la complacencia del usuario como eje principal, en el que el colaborador o funcionario público tiene el deber de ejercer sus funciones de manera oportuna, honesta, otorgando una prestación acorde a las necesidades del usuario.

Relacionado con lo antes descrito y desde el aspecto teórico recogido en la revisión de la literatura en la presente investigación en cuanto a las variables estudiadas como lo menciona Oszlak (2006), en países latinoamericanos como Chile y Argentina, repercute de manera frecuente en la complacencia del usuario, el hecho de que la prestación no cuente con los instrumentos necesarios para optimizar la gestión y así poder generar confianza con el usuario y una percepción alta acerca del servicio.

Así mismo, en cuanto a las fortalezas, en el presente estudio de forma general se puede evaluar la calidad de servicio utilizando como herramienta de evaluación el modelo servperf, para conocer de manera directa la percepción

que tiene el usuario acerca de la prestación recibida desde el primer momento, de modo que permita conocer e identificar las deficiencias en los procesos del servicio que se brinda; sin embargo, ante ello, la calidad de la prestación y la complacencia del usuario en la subgerencia de la entidad del distrito de Mi Perú y en consecuencia del estudio realizado, la presente investigación logro identificar un servicio regular en cuanto a las dimensiones estudiadas, evidenciando la necesidad de implementar estrategias, es decir implicancias decisivas que permitan la complacencia del usuario, por lo que toda actividad desempeñada por el colaborador afecta directamente en la perspectiva del usuario ante el servicio recibido, lo cual es determinante, por lo que la entidad debe cuidar cada proceso característico de su prestación .

Si bien, las variables en la presente investigación son frecuentemente utilizadas en diferentes ámbitos de estudio, se precisa que tiene una utilidad metodológica por tanto se realizó mediante la herramienta de medición del modelo servperf, siendo esta adaptada a la realidad y unidad de análisis en el contexto actual, post pandemia del covid 19, considerando las características de la población y, además pretende contribuir en futuras investigaciones.

V. CONCLUSIONES

- Primera:** Se determinó que existe una relación positiva alta entre la calidad de servicio administrativo y satisfacción del usuario en la subgerencia de Promoción empresarial - Municipalidad de Mi Perú, 2022, lo cual pone en evidencia un vínculo entre las variables por lo que mientras mayor sea la calidad de servicio administrativo, mayor es la satisfacción del usuario.
- Segunda:** Se determinó que existe una relación positiva moderada entre los elementos tangibles y satisfacción del usuario, demostrando que a medida que se cuiden las instalaciones físicas de la entidad, podría ayudar a aumentar la percepción del usuario.
- Tercera:** Se determinó que existe una relación positiva alta entre la fiabilidad y satisfacción del usuario, lo cual pone en evidencia un vínculo, por lo que mientras mejor sea prestación desde la primera vez y mejore el cumplimiento de entrega de documentos en las fechas indicadas, aumentaría la satisfacción del usuario.
- Cuarta:** Se determinó que existe una relación positiva alta entre la capacidad de respuesta y satisfacción del usuario, lo cual pone en evidencia un vínculo, por lo que mientras los colaboradores de la entidad están dispuestos a mejorar el tiempo de espera, aumentaría es la satisfacción del usuario.
- Quinta:** Se determinó que existe una relación positiva alta entre la seguridad y satisfacción del usuario, lo cual pone en evidencia un vínculo, por lo que mientras los colaboradores estén capacitados, aumentaría la satisfacción del usuario.
- Sexta:** Se determinó que existe una relación positiva entre la empatía y satisfacción del usuario, lo cual pone en evidencia que mientras mejor sea el trato del personal hacia el usuario generaría una mayor satisfacción

VI. RECOMENDACIONES

- Primera:** Se recomienda al subgerente y al personal encargado en la subgerencia de Promoción empresarial de la Municipalidad de Mi Perú, realizar de manera periódica el cuestionario servperf con la finalidad de medir la cualidad en la prestación y generar una mejora continua.
- Segunda:** Se recomienda al personal encargado apuntar a tener áreas de servicio bien distribuidas y con señalización clara para que el usuario pueda acceder fácilmente.
- Tercera:** Se recomienda capacitar de manera constante al personal que tiene contacto directo con el usuario para que puedan brindar una mejor prestación desde la primera vez que el usuario asiste a la subgerencia.
- Cuarta:** Se recomienda al personal encargado agilizar los trámites para que el tiempo de espera sea corto y pertinente con el propósito de generar complacencia en el usuario.
- Quinta:** Se recomienda al personal encargado solucionar de forma pertinente cualquier inconveniente que pudiera presentar el usuario de manera que pueda generar mayor confianza y seguridad.
- Sexta:** Se recomienda capacitar al personal para que tenga un buen trato, donde se muestre interés con el usuario utilizando un lenguaje comprensible y de manera fluida.

REFERENCIAS

- Abalo, J; Varela, J y Rial, A (2006) El análisis de importancia-valoración aplicado a la gestión de servicios. *Psicothema* 2006. <https://www.psicothema.com/pdf/3301.pdf>
- Arias, F. (2006) El proyecto de Investigación. Introducción a la metodología científica. Caracas, Editorial Episteme. [https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=W5n0BgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA11&dq=Arias,+F.+\(2006\)&ots=kYoN8qrrp7&sig=imzk7Qggu-bKcSI9FYXDHT0T_pg#v=onepage&q=Arias%2C%20F.%20\(2006\)&f=false](https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=W5n0BgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA11&dq=Arias,+F.+(2006)&ots=kYoN8qrrp7&sig=imzk7Qggu-bKcSI9FYXDHT0T_pg#v=onepage&q=Arias%2C%20F.%20(2006)&f=false)
- Atiaga, A. (2020) *Gestión de la calidad y la satisfacción al usuario en las agencias de Registro Civil* [tesis de maestría, Universidad Técnica de Ambato, Ecuador]. Repositorio Institucional UTA. <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/31761>
- Beauchamp, T y Childress, J (2001) Principios de ética biomédica. Oxford University. [https://www.scirp.org/\(S\(351jmbntvnsjt1aadkozje\)\)/reference/referencespapers.aspx?referenceid=436743](https://www.scirp.org/(S(351jmbntvnsjt1aadkozje))/reference/referencespapers.aspx?referenceid=436743)
- Calva, J. (2009) satisfacción de usuarios: la investigación sobre las necesidades de información, Universidad Nacional Autónoma de México. Primera Edición. <https://libros.metabiblioteca.org/bitstream/001/329/9/978-607-02-0575-0.pdf>
- Carrasco, S (2005). Metodología de la Investigación - Aplicaciones en Educación y otras ciencias Sociales. <https://www.biblioteca.une.edu.pe/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=65302>
- Corrales, N (2022) *Calidad del servicio en el sector público y su relación con la satisfacción de los usuarios externos*. [tesis de maestría, Universidad Técnica de Ambato, Ecuador]. Repositorio Institucional UTA. <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/35345/1/46%20ADP.pdf>
- Cronin, J. y Taylor. SERVPEF vs. SERVQUAL: reconciling performance bases and perceptions minus expectations measurement of service quality. *Journal of Marketing*

- Cubillos, M y Rodríguez, D (2009) El concepto de calidad: Historia, evolución e importancia para la competitividad. *Revista de la Universidad de la Salle*
<https://ciencia.lasalle.edu.co/ruls/vol2009/iss48/4/>
- Duque, E (2005) Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición INNOVAR. *Revista de Ciencias Administrativas y Sociales* Universidad Nacional de Colombia Bogotá, Colombia.
 Ecuador.<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9976/1/T-UCSGPOS-MGSS-115.pdf>
- Gancino, H y Santamaria, E. (2020). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la Unidad de Matriculación de la Dirección de Tránsito Transporte y Movilidad del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Ambato* [tesis de maestría, Universidad Técnica de Ambato, Ecuador]. Repositorio Institucional UTA.
<https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/31535>
- García, F., Gil, M., y García, P. (2007). *Técnicas de Atención al Cliente*. Madrid: Paraninfo.
https://books.google.com.pe/books?id=OuA4dE308GAC&printsec=frontcover&dq=tecnicas+de+atenci%C3%B3n+al+cliente+de+garcia+libro&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjVwZmpyJDIAhUOLKwKHWU_DO0Q6AEIjzAA#v=onepage&q=tecnicas%20de%20atenci%C3%B3n%20al%20cliente%20de%20garcia%2
- Gustafsson, A; Herrmann, A y Huber, F (1997) De la mejora de la calidad orientada al valor a la satisfacción del cliente: un estudio de caso para automóviles de pasajeros
https://www.researchgate.net/publication/36391504_From_Value-Orientated_Quality_Improvement_to_Customer_Satisfaction_-_A_Case_Study_for_Passenger_Cars
- Hernández, R.; y Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. McGraw-Hill Interamericana Editores; México.
- Ibarra, L y Casas, E. (2015) Aplicación del modelo Servperf en los centros de atención Telcel, Hermosillo: una medición de la calidad en el servicio Contaduría y Administración. *Revista Contaduría y Administración*
<https://www.redalyc.org/pdf/395/39533059010.pdf>

- INEC. (2008) Calidad de los Servicios en Ecuador. *Instituto Nacional de Estadística y Censos*.
https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Estudios/Estudios_Economicos/Calidad_Servicio_2008.pdf
- Jerez, W; Borja, E; D'Armas, M. (2018) *Percepción de la calidad del servicio de recolección de desechos sólidos: evaluación de un Gobierno Autónomo Descentralizado del Ecuador*. [tesis de maestría, Universidad del Milagro, Ecuador].
http://laccei.org/LACCEI2019-MontegoBay/full_papers/FP185.pdf
- Kotler, P. (2012). Dirección de Marketing. (14ª ed.). México: Pearson.
- Lavado, P y Yamada, G (2021). *Empleo e informalidad laboral en la nueva normalidad Proyecto Perú Debate 2021: propuestas hacia un mejor gobierno*
https://cies.org.pe/sites/default/files/investigaciones/15._dp_empleo.pdf
- López, M. (2013) Importancia de la Calidad de servicio al cliente. El Buzón de Paccioli ,*Revista del Departamento de Contaduría y Finanzas publicada por el Instituto*
<https://www.itson.mx/publicaciones/paccioli/Documents/no82/paccioli-82.pdf>
- López, M. (2021) *Calidad de Servicio y satisfacción del usuario del área de Mesa de Partes de la Municipalidad Distrital de Santa, 2020*. [tesis de maestría, Universidad Cesar Vallejo, Lima-Perú]
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/64504/L%3bpez_PMM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Marin, J. (2022). *Calidad de atención y satisfacción del usuario en la Municipalidad Provincial de Tacna, 2021*[tesis de maestría, Universidad Cesar Vallejo, Perú]. Repositorio UCV.
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/83572>
- Matsumoto, R. (2014). Desarrollo del modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad ayuda experto. Bolivia
- Mauro, S; Cinquin, G; Pianezzi, D. (2019). New Public Management between reality and illusion: Analysing the validity of performance-based budgeting. *British Accounting Review*, 100825.

<https://doi.org/10.1016/j.bar.2019.02.007>

Montalvo, S. y Estrada, E. y Mamani, H. (2020). Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Hospital Santa Rosa de Puerto Maldonado. *Revista Ciencia y Desarrollo. Universidad Alas Peruanas* vol. 23 (2), pp. 21-26. Recuperado

de: <http://revistas.uap.edu.pe/ojs/index.php/CYD/article/view/2085>

Moyano, J. Bruque, S. Martínez, P. y Maqueira, J. (2011) *Gestión de la calidad en empresas tecnológicas*

<https://es.scribd.com/document/538897109/Administracion-de-Empresas-Un-Enfoque-Teorico-practico-1ed-Moyano-Bruque-Maqueira-Fidalgo-y-Martinez>

Muntane, J. (2019) *Introducción a la Investigación Básica*
<https://www.researchgate.net/publication/341343398>

OCDE. (2018), *Perspectivas económicas de América Latina 2018: Repensando las instituciones para el desarrollo*, París. <http://cort.as/-MDTO>

Ortiz, J. (2019) *Calidad Del Servicio Y Satisfacción Del Usuario En La Sub Gerencia De Administración Tributaria Y Rentas De La Municipalidad Distrital De Santa María* [Tesis de maestría, Universidad José Faustino Sánchez Carrión, Perú]

<http://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14067/2845/Jaimen%20Ulises%20Ortiz%20Borchani.pdf?sequence=1>

Osizlak, O. (2006). Burocracia estatal: política y políticas públicas. *Postdata*, http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-96012006000100002&lng=es&tlng=es.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. y Berry, L. (1988): "SERVQUAL: a multiple scale for measuring consumer perceptions of service quality". *Journal of Retailing*. <http://www.cyta.com.ar/ta0604/v6n4a2.htm>

Pérez, V. (2006). *Calidad total en la atención al cliente, Pautas para garantizar la excelencia en el servicio*. España: Ideas propias editorial

Pizzo, M. (2013). *Servir con Excelencia*

<http://comoservirconexcelencia.com/blog/wp-content/uploads/2014/05/Trainingintensivo-Parte-1.pdf>

Pumacayo, I., Calla, K., Yangali, J., Vásquez, M., Arrátia, G., y Rodríguez, J. (2020). *Responsabilidad social universitaria y la calidad de servicio*

- administrativo*. Apuntes Universitarios, 10(2), 46-63.
<http://dx.doi.org/10.17162/au.v10i2.440>
- Pérez, V. (2006). Calidad total en la atención al cliente, Pautas para garantizar la excelencia en el servicio. España: Ideas propias editorial
- Rey, C. (2000) la satisfacción del usuario: un concepto en alza, España Universidad de Barcelona.
<https://revistas.um.es/analesdoc/article/view/2451/2441>
- Robles, P y Rojas, M (2016) La validación por juicio de expertos: dos investigaciones cualitativas en Lingüística aplicada. *Revista Lingüística*. Universidad de Roma.
<https://www.nebrija.com/revista-linguistica/la-validacion-por-juicio-de-expertos-dos-investigaciones-cualitativas-en-linguistica-aplicada.html>
- Rosander, A (1992): *La búsqueda de la calidad en los servicios*, Diaz de Santos, Madrid
<https://books.google.com.pe/books?id=9OkkQnFjtYAC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Roseth, B; Jarquín, J; Molina, E (2018) Auditoria de desempeño para una mejor gestión pública en América Latina y el Caribe. *Banco Interamericano de Desarrollo*.
<https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Auditor%C3%ADa-de-desempe%C3%B1o-para-una-mejor-gesti%C3%B3n-p%C3%BAblica-en-Am%C3%A9rica-Latina-y-el-Caribe.pdf>
- Ruiz, J (2012) Calidad en la gestión pública: del azar a la necesidad. *Revista del CLAD Reforma y Democracia*.
<https://www.redalyc.org/pdf/3575/357533686003.pdf>
- Sierra, L., Orta, M., Moreno, F. (2016) Elaboración y validación de un instrumento de medida de la calidad del servicio de auditoría, Barcelona, España. *Revista de contabilidad*. <https://revistas.um.es/rccsar/article/view/357191>
- Surprenant, C. Y Solomon, M. (1987) *Predictability and Personalization in the Service Encounter*, Journal of Marketing
<https://www.jstor.org/stable/1251131>
- Sureshchandar, G, Rajendran, C. y Anantharaman, R (2002) La relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente: un enfoque de factor

específico. *Revista de Marketing de Servicios*
<http://dx.doi.org/10.1108/08876040210433248>

Varela, J. (1991) *Satisfacción/insatisfacción de los consumidores y comportamientos postconsumo derivados.*

https://www.researchgate.net/publication/28245531_Satisfaccioninsatisfaccion_de_los_consumidores_y_comportamientos_postconsumo_derivados

Tamayo, T y Tamayo, M. (1997) *El proceso de la investigación científica.* Editorial Limusa S.A. México 1997.

Anexos

Anexo 1 Matriz de consistencia Calidad de servicio Administrativo y satisfacción del usuario de la Subgerencia de Promoción Empresarial - Municipalidad de Mi Perú, 2022.

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA	POBLACIÓN Y MUESTRA	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOJO DE DATOS
<p>PROBLEMA GENERAL: ¿Cuál es la relación entre la calidad de servicio administrativo y satisfacción del usuario en la Subgerencia de Promoción empresarial-Municipalidad de Mi Perú, 2022?</p> <p>PROBLEMAS ESPECÍFICOS: P1 ¿Cuál es la relación entre elementos tangibles y satisfacción del usuario en la Subgerencia de Promoción empresarial-Municipalidad de Mi Perú, 2022 P2 ¿Cuál es la relación entre la fiabilidad y satisfacción del usuario en la Subgerencia de Promoción empresarial-Municipalidad de Mi Perú, 2022? P3 ¿Cuál es la relación entre capacidad de respuesta y satisfacción del usuario en la Subgerencia de Promoción empresarial-Municipalidad de Mi Perú, 2022? P4 ¿Cuál es la relación entre seguridad y satisfacción del usuario en la Subgerencia de Promoción empresarial-Municipalidad de Mi Perú, 2022? P5 ¿Cuál es la relación entre empatía y satisfacción del usuario en la Subgerencia de Promoción empresarial-Municipalidad de Mi Perú, 2022?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL: Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio administrativo y la satisfacción del usuario en la Subgerencia de Promoción empresarial-Municipalidad de Mi Perú, 2022</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS: O1 Determinar la relación que existe entre elementos tangibles y satisfacción del usuario en la Subgerencia de Promoción empresarial-Municipalidad de Mi Perú, 2022. O2 Determinar la relación que existe entre la capacidad de respuesta y satisfacción del usuario en la Subgerencia de Promoción empresarial-Municipalidad de Mi Perú, 2022. O3 determinar la relación que existe entre capacidad de respuesta y satisfacción del usuario en la Subgerencia de Promoción empresarial-Municipalidad de Mi Perú, 2022. O4 Determinar la relación que existe entre seguridad y satisfacción del usuario en la Subgerencia de Promoción empresarial-Municipalidad de Mi Perú, 2022 O5 Determinar la relación que existe entre empatía y satisfacción del usuario en la Subgerencia de Promoción empresarial-Municipalidad de Mi Perú, 2022</p>	<p>HIPÓTESIS GENERAL: Existe relación entre la calidad de servicio administrativo y satisfacción del usuario en la Subgerencia de Promoción empresarial-Municipalidad de Mi Perú, 2022</p> <p>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS: HE1 Existe relación entre elementos tangibles y satisfacción del usuario en la Subgerencia de Promoción empresarial-Municipalidad de Mi Perú, 2022 HE2 Existe relación entre fiabilidad y satisfacción del usuario en la Subgerencia de Promoción empresarial-Municipalidad de Mi Perú, 2022 HE3 Existe relación entre capacidad de respuesta y satisfacción del usuario en la Subgerencia de Promoción empresarial-Municipalidad de Mi Perú, 2022 HE4 Existe relación entre seguridad y satisfacción del usuario en la Subgerencia de Promoción empresarial-Municipalidad de Mi Perú, 2022 HE5 Existe relación entre empatía y satisfacción del usuario en la Subgerencia de Promoción empresarial-Municipalidad de Mi Perú, 2022</p>	<p>VARIABLE 1: Calidad de Servicio Administrativo Dimensiones: Elementos tangibles Fiabilidad Capacidad de Respuesta Seguridad Empatía</p> <p>VARIABLE 2: Satisfacción del Usuario Calidad Funcional Calidad Técnica Valor Percibido Confianza Expectativa</p>	<p>TIPO DE INVESTIGACIÓN Aplicada MÉTODO GENERAL: Método científico NIVEL DE INVESTIGACIÓN Descriptivo - Correlacional ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN Cuantitativo DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN No experimental – transversal, correlacional</p>	<p>POBLACIÓN: La población es de 80 usuarios atendidos en el mes de agosto del 2022 en la subgerencia de Promoción empresarial MUESTRA: 80 usuarios externos MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS: La estadística descriptiva: Análisis de frecuencia a través de tablas de contingencia La estadística inferencial: coeficiente correlación Rho de Spearman.</p>	<p>TÉCNICA: Encuesta INSTRUMENTOS: Para Calidad de Servicio Administrativo Cuestionario Servperf de Cronin y Taylor (1994) adaptado Para Satisfacción del Usuario Marin (2022) adaptado ESCALA DE MEDICIÓN: Escala Ordinal tipo Likert: Niveles de interpretación para Calidad de Servicio Administrativo: Bajo (40-60) Medio (61-81) Alto (82-100) Satisfacción del Usuario : No Satisfecho (43-61), Regularmente Satisfecho (62-80) y Satisfecho (81-100).</p>

Anexo 2. Matriz de operacionalización de la variable Calidad de Servicio Administrativo

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Valores	Escala y Rangos	Niveles y
de Servicio Administrativo	Calidad	Es una visión subjetiva la cual valora el desempeño del servicio que no incluye expectativas y por lo tanto genera una mejora en la prestación. (Cronin y Taylor ,1994)	Se operacionalizo la variable 1 mediante un cuestionario que contiene 20 preguntas las que señalan cinco ramificaciones: elementos tangibles (4ítems), fiabilidad (4 ítems), capacidad de respuesta (4 ítems), seguridad (4 ítems) y empatía (4 ítems).	Elementos tangibles	Aspecto atractivo limpieza Pulcritud Buena señalización	1,2,3,4	Escala ordinal tipo LIKERT 1.Nunca 2.Casi 3.A 4.Casi 5.Siempre	Nivel de interpretación variable Bajo Medio Alto
			Fiabilidad	Tiempo corto cumplimiento primera vez continuidad apropiada	5,6,7,8			
			Capacidad de respuesta	tiempo de espera precisa	9.10.11.12			
			Seguridad	Información disponible Pronta	13.14.15.16			
				respuesta				
				Empatía	Solución apropiada Conocimiento privacidad Tiempo necesario Inmobiliario suficiente	17,18,19,20		
			usuario simple	Trato al usuario Comprensión Paciencia Lenguaje simple				

Servicio
prometido

Adaptación
Claridad
Conocimiento
Simplificación

Anexo 3 Instrumento de Medición de la Variable 1

**CUESTIONARIO CALIDAD DE SERVICIO
ADMINISTRATIVO**

Estimado usuario (a), estamos interesados en conocer su opinión sobre la calidad de atención en el servicio en la Sub gerencia de Promoción Empresarial de la Municipalidad de Mi Perú. Sus respuestas son totalmente confidenciales y anónimas. Por favor, sírvase contestar todas las preguntas. Marca con una (x) donde considere su respuesta.

ESCALA VALORATIVA

1	Nunca	2	Casi nunca	3	A veces	4	Casi siempre	5	Siempre	
N.º	ÍTEMS					1	2	3	4	5
	DIMENSIÓN 1 ELEMENTOS TANGIBLES									
1	Las instalaciones físicas, tienen un aspecto atractivo.									
2	La limpieza de las instalaciones físicas es impecable									
3	La presentación personal de los empleados es excelente									
4	Los avisos de señalización son visuales y comprensibles.									
	DIMENSIÓN 2 FIABILIDAD									
5	El tiempo de espera desde el momento en que llega hasta que atienden al usuario es corto.									
6	El personal cumple con la fecha y hora que le asignan a un usuario para citas programadas.									
7	La Subgerencia desempeña sus servicios de manera correcta la primera vez, sin tener que efectuarlos por segunda vez.									
8	La secuencia (orden) y continuidad con la que se presta la atención al usuario es apropiada.									
	DIMENSIÓN 3 CAPACIDAD DE RESPUESTA									
9	El tiempo de espera para pedir una cita u otros servicios programados es corto.									
10	El personal le informa de manera precisa y con sinceridad.									

11	El personal siempre está dispuesto a resolver las preguntas o inquietudes del usuario.					
12	La respuesta a las quejas o reclamos del usuario es pronta.					
	DIMENSIÓN 4 SEGURIDAD					
13	La solución dada por el personal a la necesidad del usuario es apropiada.					
14	El personal tiene conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los usuarios en forma clara y precisa.					
15	El personal muestra seguridad, respetando su privacidad a la hora de su atención.					
16	El personal le brinda el tiempo necesario para contestar sus dudas acerca de su problema.					
	DIMENSIÓN 5 EMPATIA					
17	El trato dado al usuario por parte del personal es excelente					
18	La comprensión del personal frente a las necesidades y sentimientos del usuario, es excelente					
19	El personal lo escucha atentamente y lo trata con paciencia y respeto.					
20	El personal explica en un lenguaje simple y de manera detallada el procedimiento de su solicitud.					

**INSTRUMENTOS DE LA VARIABLE II SATISFACCIÓN DEL USUARIO CUESTIONARIO
SATISFACCIÓN DEL USUARIO**

ESCALA VALORATIVA

1	Nunca	2	Casi nunca	3	A veces	4	Casi siempre	5	Siempre	
N.º	ÍTEMS					1	2	3	4	5
	DIMENSIÓN 1 CALIDAD FUNCIONAL PERCIBIDA									
1	El personal soluciona satisfactoriamente sus quejas.									
2	La Subgerencia de Promoción empresarial da el servicio que usted espera.									
3	El personal conoce los intereses y necesidades de sus usuarios									
4	La Subgerencia de promoción empresarial presta un servicio satisfactorio en comparación con otras municipalidades									
	DIMENSIÓN 1 CALIDAD TECNICA PERCIBIDA									
5	La calidad de los servicios prestados al usuario es excelente.									
6	El personal le da el tiempo necesario para absolver su necesidad.									
7	Cree usted que hay mejoras en el servicio brindado									
8	Recibe un buen trato por parte del personal de la subgerencia de Promoción Empresarial									
	DIMENSIÓN 3: VALOR PERCIBIDO									
9	Confía usted en el personal que lo atiende									
10	Percibe usted que los precios y las tasas son acorde al servicio prestado									
11	Cuando se le presento un problema o inconveniente con los servicios prestados el personal mostro un interés por resolverlo									
12	El personal valora el tiempo que usted invierte para realizar sus trámites.									
	DIMENSIÓN 4: CONFIANZA									

13	El personal le trata con confianza.					
14	El personal ha desconfiado de los documentos que usted ha presentado al realizar algún trámite.					
15	El personal se preocupa por las necesidades de sus usuarios.					
16	El personal cumple con el servicio que promete.					
	DIMENSIÓN 5: EXPECTATIVA					
17	El servicio que ofrece la subgerencia de Promoción Empresarial se adapta a sus necesidades como usuario					
18	El personal es claro en explicarle o brindarle la información solicitada.					
19	El personal posee los conocimientos acerca de los servicios prestados.					
20	El personal simplifica los trámites de acuerdo a su necesidad					

Anexo 4 Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la Calidad de Servicio Administrativo

N.º	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1 ELEMENTOS TANGIBLES							
1	Las instalaciones físicas, tienen un aspecto atractivo.	X		X		X		
2	La limpieza de las instalaciones físicas es impecable	X		X		X		
3	La presentación personal de los empleados es excelente	X		X		X		
4	Los avisos de señalización son visuales y comprensibles.	X		X		X		
	DIMENSIÓN FIABILIDAD	Si	No	Si	No	Si	No	
5	El tiempo de espera desde el momento en que llega hasta que atienden al usuario es corto.	X		X		X		
6	El personal cumple con la fecha y hora que le asignan a un usuario para citas programadas.	X		X		X		
7	La Subgerencia desempeña sus servicios de manera correcta la primera vez, sin tener que efectuarlos por segunda vez.	X		X		X		
8	La secuencia (orden) y continuidad con la que se presta la atención al usuario es apropiada.	X		X		X		
	DIMENSIÓN 3 CAPACIDAD DE RESPUESTA	Si	No	Si	No	Si	No	
9	El tiempo de espera para pedir una cita u otros servicios programados es corto.	X		X		X		
10	El personal le informa de manera precisa y con sinceridad.	X		X		X		

11	El personal siempre está dispuesto a resolver las preguntas o inquietudes del usuario.	X		X		X		
12	La respuesta a las quejas o reclamos del usuario es pronta.	X		X		X		
	DIMENSIÓN 4 SEGURIDAD	Si	No	Si	No	Si	No	
13	La solución dada por el personal a la necesidad del usuario es apropiada.	X		X		X		
14	El personal tiene conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los usuarios en forma clara y precisa.	X		X		X		
15	El personal muestra seguridad, respetando su privacidad a la hora de su atención.	X		X		X		
16	El personal le brinda el tiempo necesario para contestar sus dudas acerca de su problema.	X		X		X		
	DIMENSION 5 EMPATIA	Si	No	Si	No	Si	No	
17	El trato dado al usuario por parte del personal es excelente	x		x		x		
18	La comprensión del personal frente a las necesidades y sentimientos del usuario, es excelente	x		x		x		
19	El personal lo escucha atentamente y lo trata con paciencia y respeto.	x		x		x		
20	El personal explica en un lenguaje simple y de manera detallada el procedimiento de su solicitud.	x		x		x		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador: Dr./ Mg: Arnaldo Florencio Villalva Rengifo **DNI:** 25849800

Especialidad del validador: Magister en Administración Pública

¹Partinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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

27 de setiembre del 2022



Firma del Experto Informante.

Especialidad

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE SATISFACCION DEL USUARIO

N.º	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1 CALIDAD FUNCIONAL PERCIBIDA							
1	El personal soluciona satisfactoriamente sus quejas.	X		X		X		
2	La Subgerencia de Promoción empresarial da el servicio que usted espera.	X		X		X		
3	El personal conoce los intereses y necesidades de sus usuarios	X		X		X		
4	La Subgerencia de promoción empresarial presta un servicio satisfactorio en comparación con otras municipalidades	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2 CALIDAD TECNICA PERCIBIDA							
5	La calidad de los servicios prestados al usuario es excelente	X		X		X		
6	El personal le da el tiempo necesario para absolver su necesidad.	X		X		X		
7	Cree usted que hay mejoras en el servicio brindado	X		X		X		
8	Recibe un buen trato por parte del personal de la subgerencia de Promoción Empresarial	X		X		X		
	DIMENSIÓN 3 VALOR PERCIBIDO							
9	Confía usted en el personal que lo atiende	X		X		X		
10	Percibe usted que los precios y las tasas son acorde al servicio prestado	X		X		X		
11	Cuando se le presento un problema o inconveniente con los servicios prestados el personal mostro un interés por resolverlo	X		X		X		

12	El personal valora el tiempo que usted invierte para realizar sus trámites.	X		X		X		
	DIMENSIÓN 4 CONFIANZA	Si	No	Si	No	Si	No	
13	El personal le trata con confianza.	X		X		X		
14	El personal ha desconfiado de los documentos que usted ha presentado al realizar algún trámite.	X		X		X		
15	El personal se preocupa por las necesidades de sus usuarios.	X		X		X		
16	El personal cumple con el servicio que promete.	X		X		X		
	DIMENSIÓN 5 EXPECTATIVA	Si	No	Si	No	Si	No	
17	El servicio que ofrece la subgerencia de Promoción Empresarial se adapta a sus necesidades como usuario	X		X		X		
18	El personal es claro en explicarle o brindarle la información solicitada.	X		X		X		
19	El personal posee los conocimientos acerca de los servicios prestados.	X		X		X		
20	El personal simplifica los trámites de acuerdo a su necesidad	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr./ Mg: Arnaldo Florencio Villalva Rengifo DNI: 25849800

Especialidad del validador: Magister en Administración Pública

¹Perfinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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

27 de setiembre del 2022



Handwritten signature of Arnaldo Florencio Villalva Rengifo over a circular official stamp of the Tribunal de lo Contencioso Administrativo.

Firma del Experto Informante.

Especialidad

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la Calidad de Servicio Administrativo

N.º	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1 ELEMENTOS TANGIBLES							
1	Las instalaciones físicas, tienen un aspecto atractivo.	X		X		X		
2	La limpieza de las instalaciones físicas es impecable	X		X		X		
3	La presentación personal de los empleados es excelente	X		X		X		
4	Los avisos de señalización son visuales y comprensibles.	X		X		X		
	DIMENSIÓN FIABILIDAD							
5	El tiempo de espera desde el momento en que llega hasta que atienden al usuario es corto.	X		X		X		
6	El personal cumple con la fecha y hora que le asignan a un usuario para citas programadas.	X		X		X		
7	La Subgerencia desempeña sus servicios de manera correcta la primera vez, sin tener que efectuarlos por segunda vez.	X		X		X		
8	La secuencia (orden) y continuidad con la que se presta la atención al usuario es apropiada.	X		X		X		
	DIMENSIÓN 3 CAPACIDAD DE RESPUESTA							
9	El tiempo de espera para pedir una cita u otros servicios programados es corto.	X		X		X		
10	El personal le informa de manera precisa y con sinceridad.	X		X		X		

11	El personal siempre está dispuesto a resolver las preguntas o inquietudes del usuario.	X		X		X		
12	La respuesta a las quejas o reclamos del usuario es pronta.	X		X		X		
	DIMENSIÓN 4 SEGURIDAD	Si	No	Si	No	Si	No	
13	La solución dada por el personal a la necesidad del usuario es apropiada.	X		X		X		
14	El personal tiene conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los usuarios en forma clara y precisa.	X		X		X		
15	El personal muestra seguridad, respetando su privacidad a la hora de su atención.	X		X		X		
16	El personal le brinda el tiempo necesario para contestar sus dudas acerca de su problema.	X		X		X		
	DIMENSION 5 EMPATIA	Si	No	Si	No	Si	No	
17	El trato dado al usuario por parte del personal es excelente	X		X		X		
18	La comprensión del personal frente a las necesidades y sentimientos del usuario, es excelente	X		X		X		
19	El personal lo escucha atentamente y lo trata con paciencia y respeto.	X		X		X		
20	El personal explica en un lenguaje simple y de manera detallada el procedimiento de su solicitud.	X		X		X		

--	--	--	--	--	--	--	--	--

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador: Dr./ Mg: Lusmila Victorovna Repetto Tkachenko **DNI:** 40703613

Especialidad del validador: Magister en Gestión Pública

- ¹Perfinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- ²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- ³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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

27 de setiembre del 2022



Firma del Experto Informante.

Especialidad

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE SATISFACCION DEL USUARIO

N.º	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1 CALIDAD FUNCIONAL PERCIBIDA							
1	El personal soluciona satisfactoriamente sus quejas.	X		X		X		
2	La Subgerencia de Promoción empresarial da el servicio que usted espera.	X		X		X		
3	El personal conoce los intereses y necesidades de sus usuarios	X		X		X		
4	La Subgerencia de promoción empresarial presta un servicio satisfactorio en comparación con otras municipalidades	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2 CALIDAD TECNICA PERCIBIDA							
5	La calidad de los servicios prestados al usuario es excelente	X		X		X		
6	El personal le da el tiempo necesario para absolver su necesidad.	X		X		X		
7	Cree usted que hay mejoras en el servicio brindado	X		X		X		
8	Recibe un buen trato por parte del personal de la subgerencia de Promoción Empresarial	X		X		X		
	DIMENSIÓN 3 VALOR PERCIBIDO							
9	Confía usted en el personal que lo atiende	X		X		X		
10	Percibe usted que los precios y las tasas son acorde al servicio prestado	X		X		X		
11	Cuando se le presento un problema o inconveniente con los servicios prestados el personal mostro un interés por resolverlo	X		X		X		

12	El personal valora el tiempo que usted invierte para realizar sus trámites.	X		X		X		
	DIMENSIÓN 4 CONFIANZA	Si	No	Si	No	Si	No	
13	El personal le trata con confianza.	X		X		X		
14	El personal ha desconfiado de los documentos que usted ha presentado al realizar algún trámite.	X		X		X		
15	El personal se preocupa por las necesidades de sus usuarios.	X		X		X		
16	El personal cumple con el servicio que promete.	X		X		X		
	DIMENSIÓN 5 EXPECTATIVA	Si	No	Si	No	Si	No	
17	El servicio que ofrece la subgerencia de Promoción Empresarial se adapta a sus necesidades como usuario	X		X		X		
18	El personal es claro en explicarle o brindarle la información solicitada.	X		X		X		
19	El personal posee los conocimientos acerca de los servicios prestados.	X		X		X		
20	El personal simplifica los trámites de acuerdo a su necesidad	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable** [X] **Aplicable después de corregir** [] **No aplicable** [..]

Apellidos y nombres del juez validador: Dr. / Mg: Lusmila Victorovna Repetto Tkachenko **DNI:** 40703613

Especialidad del validador: Magister en Gestión Pública

¹Perlinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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

27 de setiembre del 2022



Firma del Experto Informante.

Especialidad

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la Calidad de Servicio Administrativo

N.º	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1 ELEMENTOS TANGIBLES							
1	Las instalaciones físicas, tienen un aspecto atractivo.	X		X		X		
2	La limpieza de las instalaciones físicas es impecable	X		X		X		
3	La presentación personal de los empleados es excelente	X		X		X		
4	Los avisos de señalización son visuales y comprensibles.	X		X		X		
	DIMENSIÓN FIABILIDAD							
5	El tiempo de espera desde el momento en que llega hasta que atienden al usuario es corto.	X		X		X		
6	El personal cumple con la fecha y hora que le asignan a un usuario para citas programadas.	X		X		X		
7	La Subgerencia desempeña sus servicios de manera correcta la primera vez, sin tener que efectuarlos por segunda vez.	X		X		X		
8	La secuencia (orden) y continuidad con la que se presta la atención al usuario es apropiada.	X		X		X		
	DIMENSIÓN 3 CAPACIDAD DE RESPUESTA							
9	El tiempo de espera para pedir una cita u otros servicios programados es corto.	X		X		X		
10	El personal le informa de manera precisa y con sinceridad.	X		X		X		

11	El personal siempre está dispuesto a resolver las preguntas o inquietudes del usuario.	X		X		X		
12	La respuesta a las quejas o reclamos del usuario es pronta.	X		X		X		
	DIMENSIÓN 4 SEGURIDAD	Si	No	Si	No	Si	No	
13	La solución dada por el personal a la necesidad del usuario es apropiada.	X		X		X		
14	El personal tiene conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los usuarios en forma clara y precisa.	X		X		X		
15	El personal muestra seguridad, respetando su privacidad a la hora de su atención.	X		X		X		
16	El personal le brinda el tiempo necesario para contestar sus dudas acerca de su problema.	X		X		X		
	DIMENSION 5 EMPATIA	Si	No	Si	No	Si	No	
17	El trato dado al usuario por parte del personal es excelente	X		X		X		
18	La comprensión del personal frente a las necesidades y sentimientos del usuario, es excelente	X		X		X		
19	El personal lo escucha atentamente y lo trata con paciencia y respeto.	X		X		X		
20	El personal explica en un lenguaje simple y de manera detallada el procedimiento de su solicitud.	X		X		X		

--	--	--	--	--	--	--	--	--

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador: Dr./ Mgr: Aldo Maximiliano Seminario Bravo **DNI:** 25764546

Especialidad del validador: Magister en Gestión Pública

27 de setiembre del 2022

¹Perfincia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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



Firma del Experto Informante.

Especialidad

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE SATISFACCION DEL USUARIO

N.º	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1 CALIDAD FUNCIONAL PERCIBIDA							
1	El personal soluciona satisfactoriamente sus quejas.	X		X		X		
2	La Subgerencia de Promoción empresarial da el servicio que usted espera.	X		X		X		
3	El personal conoce los intereses y necesidades de sus usuarios	X		X		X		
4	La Subgerencia de promoción empresarial presta un servicio satisfactorio en comparación con otras municipalidades	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2 CALIDAD TECNICA PERCIBIDA							
5	La calidad de los servicios prestados al usuario es excelente	X		X		X		
6	El personal le da el tiempo necesario para absolver su necesidad.	X		X		X		
7	Cree usted que hay mejoras en el servicio brindado	X		X		X		
8	Recibe un buen trato por parte del personal de la subgerencia de Promoción Empresarial	X		X		X		
	DIMENSIÓN 3 VALOR PERCIBIDO							
9	Confía usted en el personal que lo atiende	X		X		X		
10	Percibe usted que los precios y las tasas son acorde al servicio prestado	X		X		X		
11	Cuando se le presento un problema o inconveniente con los servicios prestados el personal mostro un interés por resolverlo	X		X		X		

12	El personal valora el tiempo que usted invierte para realizar sus trámites.	X		X		X		
	DIMENSIÓN 4 CONFIANZA	Si	No	Si	No	Si	No	
13	El personal le trata con confianza.	X		X		X		
14	El personal ha desconfiado de los documentos que usted ha presentado al realizar algún trámite.	X		X		X		
15	El personal se preocupa por las necesidades de sus usuarios.	X		X		X		
16	El personal cumple con el servicio que promete.	X		X		X		
	DIMENSIÓN 5 EXPECTATIVA	Si	No	Si	No	Si	No	
17	El servicio que ofrece la subgerencia de Promoción Empresarial se adapta a sus necesidades como usuario	X		X		X		
18	El personal es claro en explicarle o brindarle la información solicitada.	X		X		X		
19	El personal posee los conocimientos acerca de los servicios prestados.	X		X		X		
20	El personal simplifica los trámites de acuerdo a su necesidad	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr./ Mg: Aldo Maximiliano Seminario Bravo DNI: 25764546

Especialidad del validador: Magister en Gestión Pública

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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

27 de setiembre del 2022



Firma del Experto Informante.

Especialidad

Anexo 5 Confiabilidad de los instrumentos (Alfa de Cronbach)

Para el desarrollo del presente anexo se está considerando el lineamiento base precisado por George y Mallery (2003) quienes hacen las siguientes recomendaciones para evaluar los coeficientes de alfa de Cronbach:

Cuadro1

Escala de Interpretación del Alfa de Cronbach

Escala	Significado
Coeficiente alfa mayor a 0.9	Excelente
Coeficiente alfa mayor a 0.8	Bueno
Coeficiente alfa mayor a 0.7	Aceptable
Coeficiente alfa mayor a 0.6	Cuestionable
Coeficiente alfa mayor a 0.5	Pobre
Coeficiente alfa menor a 0.5	inaceptable

Nota: *George y Mallery (2003)*

En tal sentido se procede a detallar los resultados obtenidos para las dos variables de investigación

Respecto a la Variable” Calidad de Servicio Administrativo”

Estadísticas de Fiabilidad

Alfa de Cronbach	N°de elementos
0.944	20

Sobre la primera variable se ha obtenido un resultado de 0.944 respecto a los 20 ítems plateados de la revisión del cuadro 1, se concluye que este instrumento es pertinente de ser aplicado a la muestra seleccionada por ser excelente, acto seguido se detalla los resultados por cada una de las preguntas planteadas en el citado cuestionario.

Respecto a la Variable” Satisfacción del Usuario”

Estadísticas de Fiabilidad

Alfa de Cronbach	N°de elementos
0.967	20

Sobre la segunda variable se ha obtenido un resultado de 0.967 respecto a los 20 ítems plateados de la revisión del cuadro 1, se concluye que este instrumento es factible de ser aplicado a la muestra seleccionada por ser excelente, acto seguido se detalla los resultados por cada una de las preguntas planteadas en el citado cuestionario.

Alfa de Cronbach de la Variable 1

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
1. Las instalaciones físicas, tienen un aspecto atractivo.	67,90	115,463	,395	,946
2. La limpieza de las instalaciones físicas es impecable	67,90	113,463	,659	,942
3. La presentación personal de los empleados es excelente	67,90	110,516	,780	,939
4. Los avisos de señalización son visuales y comprensibles.	68,10	113,568	,512	,944
5. El tiempo de espera desde el momento en que llega hasta que atienden al usuario es corto.	68,30	112,642	,622	,942
6. El personal cumple con la fecha y hora que le asignan a un usuario para citas programadas.	68,25	109,776	,866	,938
7. La Subgerencia desempeña sus servicios de manera correcta la primera vez, sin tener que efectuarlos por segunda vez.	68,25	111,882	,726	,940
8. La secuencia (orden) y continuidad con la que se presta la atención al usuario es apropiada.	68,00	111,368	,862	,939
9. El tiempo de espera para pedir una cita u otros servicios programados es corto.	68,30	109,379	,591	,944
10.. El personal le informa de manera precisa y con sinceridad.	67,95	114,366	,657	,942
11. El personal siempre está dispuesto a resolver las preguntas o inquietudes del usuario.	67,95	112,471	,642	,942
12. La respuesta a las quejas o reclamos del usuario es pronta.	68,25	110,829	,725	,940
13. La solución dada por el personal a la necesidad del usuario es apropiada.	68,10	114,832	,681	,942
14. El personal tiene conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los usuarios en forma clara y precisa.	68,05	111,313	,641	,942
15. El personal muestra seguridad, respetando su privacidad a la hora de su atención	67,85	112,450	,675	,941
16. El personal le brinda el tiempo necesario para contestar sus dudas acerca de su problema.	68,00	112,526	,629	,942

17.. El trato dado al usuario por parte del personal es excelente	68,00	112,000	,727	,940
18.. La comprensión del personal frente a las necesidades y sentimientos del usuario, es excelente	68,25	110,092	,620	,943
19. El personal lo escucha atentamente y lo trata con paciencia y respeto.	68,10	110,095	,838	,939
20. El personal explica en un lenguaje simple y de manera detallada el procedimiento de su solicitud.	67,95	116,261	,604	,943

Alfa de Cronbach de la Variable 2

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
21. El personal soluciona satisfactoriamente sus quejas.	68,90	141,358	,810	,965
22. La Subgerencia de Promoción empresarial da el servicio que usted espera.	68,75	143,776	,676	,966
23. El personal conoce los intereses y necesidades de sus usuarios	68,95	141,945	,634	,967
24. La Subgerencia de promoción empresarial presta un servicio satisfactorio en comparación con otras municipalidades	68,90	139,042	,728	,966
25.. La calidad de los servicios prestados al usuario es excelente.	68,65	141,082	,793	,965
26. El personal le da el tiempo necesario para absolver su necesidad.	68,95	139,524	,836	,965
27. Cree usted que hay mejoras en el servicio brindado	68,75	140,618	,661	,967
28. Recibe un buen trato por parte del personal de la subgerencia de Promoción Empresarial	68,70	138,853	,826	,965
29. Confía usted en el personal que lo atiende	68,75	134,092	,827	,965
30. Percibe usted que los precios y las tasas son acorde al servicio prestado	68,65	139,397	,812	,965
31. cuando se le presento un problema o inconveniente con los servicios prestados el personal mostro un interés por resolverlo	68,85	136,976	,835	,965
32. El personal valora el tiempo que usted invierte para realizar sus trámites.	68,65	141,082	,793	,965
33. El personal le trata con confianza.	68,70	143,379	,717	,966
34. El personal ha desconfiado de los documentos que usted ha presentado al realizar algún trámite.	68,85	142,555	,736	,966
35.. El personal se preocupa por las necesidades de sus usuarios.	68,85	145,503	,632	,967

36.. El personal cumple con el servicio que promete.	68,95	141,313	,816	,965
37. El servicio que ofrece la subgerencia de Promoción Empresarial se adapta a sus necesidades como usuario	68,75	136,513	,762	,966
38. El personal es claro en explicarle o brindarle la información solicitada.	68,65	138,345	,743	,966
39. El personal posee los conocimientos acerca de los servicios prestados	68,60	136,989	,892	,964
40. El personal simplifica los trámites de acuerdo a su necesidad	68,80	141,958	,781	,965

Anexo 6 Consentimiento Informado

El estudio es realizado por Gabriel Pérez Cribillero ,estudiante de Maestría en Gestión Pública, con título de Tesis Calidad de Servicio Administrativo y Satisfacción del Usuario en la Sub Gerencia de Promoción Empresarial de la Municipalidad de Mi Perú, el estudiante es quien recoge los datos de las personas encuestadas con la finalidad de obtener el objetivo de investigación que es determinar la relación que existe entre las variables estudiadas, para tal efecto se realiza a los usuarios que acudieron a la sub gerencia de Promoción Empresarial de la Municipalidad de Mi Perú para realizar trámites respecto a la expedición de licencias de funcionamiento , por lo cual es preciso indicar que será de estricta confidencialidad el desenvolvimiento de los resultados que se acojan al cuestionario por lo que no llevara ningún dato adicional a lo llenado en las encuestas como su nombre , dirección y teléfono.

De presentar algún inconveniente, para su realización puede usted escribir al número telefónico brindado.

Descrita la forma de proceder de su intervención respecto al llenado, la cual nos será de mucha ayuda para continuar con la investigación por lo que quien conduce dicho estudio Wilder Gabriel Pérez Cribillero agradece su participación voluntaria y reitera que los datos no serán sometidos a ningún otro documento que no sea el propósito de la investigación, pudiendo además pedir los datos del investigador en cualquier momento incluso en el término del estudio puede comunicarse para enviarle el formato digital, en el que podrá corroborar la información. Puede usted además retirarse en cualquier momento si no desea continuar siendo parte de la investigación.

Firma

Fecha

Anexo 7 Data del Área de Informática de la Municipalidad de Mi Perú para Alfa de Cronbach



MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE MI PERÚ
GERENCIA DE DESARROLLO HUMANO, SOCIAL Y ECONÓMICO
SUB GERENCIA DE PROMOCIÓN EMPRESARIAL

N°	AÑO	EXPEDIENTE	RESOLUCIÓN	LICENCIA	NOMBRE COMERCIAL	RAZÓN SOCIAL	R.U.C.	habilitación	Habilitación	Manzana	Lote	DE NEG.	ÁREA	D. DE ATPO	DE ITSE	SENTE	CELULAR	CORRECHA	EMIS	MES
22	2022	02387-2022	22 MDMP	15-2022	JTRO ODONTOLOGICO ALTIVEL	ITOLOGICO ALTIVEL	2.1E+10	SECTOR	J	J16	3	RIO ODO	54.00 M2	AM A 11:00PM	VIGENTE				#####	AGOSTO
92	2022	04782-2022	22 MDMP	ESE 13-20	HAVEZ CUADROS ELVIRA LIZET	ADROS ELVIRA LIZE	1.1E+10	SECTOR	K	K4	27	ELUQUER	10	AM A 11:0	MEDIO	CESE			#####	AGOSTO
96	2022	04690-2022	22 MDMP	81-2022	SALINAS QUINONES JHENI	S QUINONES JHENI	1E+10	SECTOR	J	J9	18	BOTICA	16.07	AM A 11:0	MEDIO	VIGENTE			#####	AGOSTO
97	2022	04957-2022	22 MDMP	80-2022	GARCIA CCANTO JUAN	A CCANTO JUAN	1E+10	SECTOR	H	H5	20	BODEGA	27.7	AM A 11:0	MEDIO	VIGENTE			#####	AGOSTO
98	2022	04616-2022	22 MDMP	MINOSO	DULCI POSTRES E.I.R.L.	POSTRES E.I.R.L.	2.1E+10	SECTOR	A	A9	20	LA FUENTE DE	9600	AM A 11:0	MEDIO	NUNCIO F			#####	AGOSTO
100	2022	05079-2022	22 MDMP	MINOSO	JTRO ODONTOLOGICO ALTIVEL	ITOLOGICO ALTIVEL	2.1E+10	SECTOR	J	J16	3	RIO ODONTOLOGICO	6000	AM A 11:0	MEDIO	NUNCIO F			#####	AGOSTO
102	2022	05172-2022	22 MDMP	81-2022	ONTES CASTRO ANGEL ALBER	TRO ANGEL ALBER	1E+10	SECTOR	J	J16	5A	JAS Y COM	55	AM A 11:0	MEDIO	VIGENTE			#####	AGOSTO
103	2022	05053-2022	22 MDMP	82-2022	CORA VASQUEZ MAURICIO JAV	QUEZ MAURICIO JA	1E+10	SECTOR	I	I22	2	RIA SIN CO	60	AM A 11:0	MEDIO	VIGENTE			#####	AGOSTO
105	2022	4860-2022	22 MDMP	86-2022	TELLO SORIA AYDEE TEODORA	IA AYDEE TEODOR	040168340	SECTOR	I	I10	4	REPIA BA	15		MEDIO	VIGENTE			#####	AGOSTO
106	2022	04569-2022	22 MDMP	84-2022	RIO ODONTO SALUD PERUANA	DO SALUD PERUANA	2.1E+10	SECTOR	J	J16	9	RIO ODO	45	AM A 11:0	MEDIO	VIGENTE			#####	AGOSTO
107	2022	05534-2022	22 MDMP	85-2022	PINOZA ANDRADE JUAN ANTON	DRADE JUAN ANTI	1E+10	SECTOR	VILLA DE	D	6	BODEGA	9	AM A 11:0	MEDIO	VIGENTE			#####	AGOSTO
109	2022	5605-2022	22 MDMP	86-2022	ASQUEZ PINEDO LOURDES LUIS	NEDO LOURDES LU	1E+10	SECTOR	F	F1	16	RIO ODO	60		MEDIO	VIGENTE			#####	AGOSTO
110	2022	05665-2022	22 MDMP	87-2022	MIRANO TORRES MARJEORY	RRRES MARJEORY	1.1E+10	SECTOR	D	D3	13	GIMNASIO	132	AM A 11:0	MEDIO	VIGENTE			#####	AGOSTO
111	2022	05869-2022	22 MDMP	SE LIC 03-3	FUENTES MORENO DELIA VILM	MORENO DELIA VIL	1E+10	AAHH	A ESCUD	D	13	BODEGA	06:00	AM A 11:0	MEDIO	VIGENTE			#####	AGOSTO
112	2022	04518-2022	22 MDMP	89-2022	IERO ESPINOZA KATHERINE MA	OZA KATHERINE N	1E+10	SECTOR	G	G1	14	DS DE ASA	35	AM A 11:0	MEDIO	VIGENTE			#####	AGOSTO
114	2022	6087-2022	22 MDMP	SE LIC 83-	HUAMAN DE RUIZ SULEMA	N DE RUIZ SULEMA	1E+10	SECTOR	D	D15	14	DEGA BA	6		MEDIO	VIGENTE			#####	AGOSTO
115	2022	05559-2022	22 MDMP	P.S 89-20	IERO ESPINOZA KATHERINE MA	OZA KATHERINE N	1E+10	SECTOR	G	G1	14	DS DE ASAR Y AP	100	AM A 11:0	MEDIO	IO PUBLIC			#####	AGOSTO
117	2022	5873-2022	22 MDMP	90-2022	RUIZ HUAMAN GLENDY	JAMAN GLENDY	1E+10	SECTOR	B	B1	18	BODEGA	24.55		MEDIO	VIGENTE			#####	AGOSTO
118	2022	04902-2022	22 MDMP	91-2022	FERNANDEZ TAFUR RAUL	JDEZ TAFUR RAUL	1E+10	SECTOR	F	F6	7	BODEGA	7	AM A 11:0	MEDIO	VIGENTE			#####	AGOSTO
119	2022	5860-2022	22 MDMP	92-2022	RSIONES Y NEGOCIACIONES 3M	NEGOCIACIONES 3M	2.1E+10	SECTOR	J	J15	3	ERRETER	120	AM A 11:0	MEDIO	VIGENTE		19/082022	#####	AGOSTO
120	2022	5943-2022	22 MDMP	93-2022	DELGADO RAMIREZ CLAUDINA	RAMIREZ CLAUDIN	1E+10	SECTOR	B	B10	27	BTAURAN	50	AM A 11:0	MEDIO	VIGENTE			#####	AGOSTO
121	2022	6086-2022	22 MDMP	94-2022	HUAMAN DE RUIZ SULEMA	N DE RUIZ SULEMA	1E+10	SECTOR	D	D15	14	BODEGA	12.88	AM A 11:0	MEDIO	VIGENTE			#####	AGOSTO
122	2022	3314-2022	22 MDMP	95-2022	BONZALES CALVO DENI DENNE	ALVO DENI DENNE	1E+10	SECTOR	D	D16	6	LERIA-CH	120	AM A 11:0	MEDIO	VIGENTE			#####	AGOSTO
112	2022	5872-2022	22 MDMP	88-2022	ROJAS PASCUAL PONCIANO	ASCUAL PONCIANO	1E+10	AAHH	LLA EMIL	R	17	BOTICA	20.38	AM A 11:0	MEDIO	VIGENTE			#####	AGOSTO

Anexo 8 Respuesta de la Entidad para realización de encuesta

AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES

Datos Generales

Nombre de la Organización:	RUC: 20565232356
Municipalidad Distrital de Mi Perú	
Nombre del Titular o Representante legal:	
Nombres y Apellidos: Jade Elisa Vega Vega	DNI: 70920196

Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 7^o, literal "f" del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo ⁽¹⁾, autorizo , no autorizo publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

Nombre del Trabajo de Investigación	
Calidad de servicio y satisfacción del usuario en la Subgerencia de Promoción Empresarial de la municipalidad de Mi Perú, 2022.	
Nombre del Programa Académico:	
Maestría en Gestión Pública	
Autor: Nombres y Apellidos	DNI:
Wilder Gabriel Perez Cribillero	43484407

En caso de autorizarse, soy consciente que la investigación será alojada en el Repositorio Institucional de la UCV, la misma que será de acceso abierto para los usuarios y podrá ser referenciada en futuras investigaciones, dejando en claro que los derechos de propiedad intelectual corresponden exclusivamente al autor (a) del estudio.

Lugar y Fecha: Callao, 03 de octubre del 2022

Firma: 

Jade Elisa Vega Vega
(Titular o Representante legal de la Institución)

⁽¹⁾ Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo-Artículo 7^o, literal "f" Para difundir o publicar los resultados de un trabajo de investigación es necesario mantener bajo anonimato el nombre de la institución donde se llevó a cabo el estudio, salvo el caso en que haya un acuerdo formal con el gerente o director de la organización, para que se difunda la identidad de la institución. Por ello, tanto en los proyectos de investigación como en los informes o tesis, no se deberá incluir la denominación de la organización, pero sí será necesario describir sus características.

Anexo 9 Data de usuarios encuestados



**MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE MI PERÚ
GERENCIA DE DESARROLLO HUMANO, SOCIAL Y ECONÓMICO
SUB GERENCIA DE PROMOCIÓN EMPRESARIAL**

N°	AÑO	NOMBRE COMERCIAL	NOMBRE / RAZÓN SOCIAL	R.M.C.	DISTRICTO	VIA DE ACCESO	N°	ESTADO	CIRO DE NEGOCIO	CELEBRAN	MESES
22	2022	CENTRO ODONTOLÓGICO ALTIVEL EIRL	CENTRO ODONTOLÓGICO ALTIVEL EIRL	26588815191	SECTOR	J	J16	3	CONSULTORIO ODONTOLÓGICO	302838841	AGOSTO
32	2022	CHAVEZ CUADROS ELVIRA LIZETH	CHAVEZ CUADROS ELVIRA LIZETH	1678055933	SECTOR	K	K4	27	PELLUQUERIA	321823512	AGOSTO
35	2022	SALINAS QUIROGAS JHEMI	SALINAS QUIROGAS JHEMI	16447433755	SECTOR	J	J5	18	BOTICA	351957533	AGOSTO
37	2022	GARCIA CORTO JUAN	GARCIA CORTO JUAN	10842528831	SECTOR	H	H5	28	BODEGA	382528331	AGOSTO
38	2022	DULCI POSTRES E.I.R.L.	DULCI POSTRES E.I.R.L.	26584443334	SECTOR	A	A3	28	PASTELERIA FUENTE DE SODA	335523371	AGOSTO
408	2022	CENTRO ODONTOLÓGICO ALTIVEL EIRL	CENTRO ODONTOLÓGICO ALTIVEL EIRL	26588815191	SECTOR	J	J16	3	CONSULTORIO ODONTOLÓGICO	302838841	AGOSTO
482	2022	MONTES CASTRO ANGEL ALBERTO	MONTES CASTRO ANGEL ALBERTO	18254823884	SECTOR	J	J16	56	GOLOSINAS Y CONFITERIA	334851885	AGOSTO
483	2022	PACORA VASQUEZ MAURICIO JAVIER	PACORA VASQUEZ MAURICIO JAVIER	16425727887	SECTOR	I	I22	2	LICORERIA SIN CONSUMO	334825455	AGOSTO
485	2022	TELLO SORIA AYDEE TEODORA	TELLO SORIA AYDEE TEODORA	16491628488	SECTOR	I	I18	4	LIBRERIA PAZAR	364451588	AGOSTO
486	2022	CENTRO ODONTO SALUD PERUANA E.I.R.	CENTRO ODONTO SALUD PERUANA E.I.R.	26585657324	SECTOR	J	J16	3	CONSULTORIO ODONTOLÓGICO	352376518	AGOSTO
487	2022	ESPIÑOZA ANDRADE JUAN ANTONIO	ESPIÑOZA ANDRADE JUAN ANTONIO	16457648315	SECTOR	AAHN VILLA DEL MAR	D	5	BODEGA	351235141	AGOSTO
488	2022	VASQUEZ PINEDO LOURDES LUISA	VASQUEZ PINEDO LOURDES LUISA	1645423331	SECTOR	F	F1	16	CONSULTORIO ODONTOLÓGICO	341338173	AGOSTO
488	2022	ALTAMIRANO TORRES MARJEORY PAOLA	ALTAMIRANO TORRES MARJEORY PAOLA	16788533337	SECTOR	D	D3	15	GIMNASIO	338443331	AGOSTO
411	2022	SIFUENTES MORENO DELIA VILMA	SIFUENTES MORENO DELIA VILMA	1641822335	SECTOR	AAHN VILLA ESCUDERO	D	15	BODEGA	338438121	AGOSTO
412	2022	ROMERO ESPINOZA KATHERINE MARIA	ROMERO ESPINOZA KATHERINE MARIA	16457628751	SECTOR	G	G1	14	CASA DE JUEGOS DE ASAR Y APUESTAS	355535641	AGOSTO
414	2022	HUAMAN DE RUIZ SULEMA	HUAMAN DE RUIZ SULEMA	16457628751	SECTOR	D	D15	14	BODEGA PAZAR	338882113	AGOSTO
415	2022	ROMERO ESPINOZA KATHERINE MARIA	ROMERO ESPINOZA KATHERINE MARIA	16457628751	SECTOR	G	G1	14	CASA DE JUEGOS DE ASAR Y APUESTAS	355535641	AGOSTO
417	2022	RUIZ HUAMAN GLENDY	RUIZ HUAMAN GLENDY	16438245887	SECTOR	D	D1	18	BODEGA	378183321	AGOSTO
418	2022	FERNADEZ TAFUR RAUL	FERNADEZ TAFUR RAUL	16258125254	SECTOR	F	F1	7	BODEGA	362832416	AGOSTO
419	2022	INVERSIONES Y NEGOCIACIONES 3M S.A.	INVERSIONES Y NEGOCIACIONES 3M S.A.	26567764845	SECTOR	J	J15	3	FERRETERIA	337851673	AGOSTO
428	2022	DELGADO RAMIREZ CLAUDINA	DELGADO RAMIREZ CLAUDINA	16888278145	SECTOR	D	D18	27	RESTAURANTE	327457533	AGOSTO
424	2022	HUAMAN DE RUIZ SULEMA	HUAMAN DE RUIZ SULEMA	16457628751	SECTOR	D	D15	14	BODEGA	338882113	AGOSTO
422	2022	GONZALES CALVO DENI DENNER	GONZALES CALVO DENI DENNER	16479484845	SECTOR	D	D16	5	POLLERIA-CHIFA	373966537	AGOSTO
423	2022	ROJAS PASCUAL PONCIANO	ROJAS PASCUAL PONCIANO	16474433727	SECTOR	VILLA EMILIA	R	17	BOTICA	338754445	AGOSTO
424	2022	ALARCON DE DELGADO ASTRIA	ALARCON DE DELGADO ASTRIA	16254737133	SECTOR	F	F1	4	CONSULTORIO ODONTOLÓGICO	338754445	AGOSTO
425	2022	HUARANGA REINOSO JULIO	HUARANGA REINOSO JULIO	16255195471	SECTOR	D	D1	1	BODEGA	338754445	AGOSTO
425	2022	TENAZOZA VEGA MARIA LINDAURA	TENAZOZA VEGA MARIA LINDAURA	16254188123	SECTOR	D	D1	1	BODEGA	338754445	AGOSTO
426	2022	MURRIETA DE DIAZ ANA BERTHA	MURRIETA DE DIAZ ANA BERTHA	16258188155	SECTOR	A	A15	26	BODEGA PAZAR	338754445	AGOSTO
428	2022	ESPIÑOZA BOZA SILVIA MARGARITA	ESPIÑOZA BOZA SILVIA MARGARITA	16488748184	SECTOR	D	D1	23	POLLERIA-CHIFA	338754445	AGOSTO
429	2022	VASQUEZ ZUMARAN JULIO FRANCISCO	VASQUEZ ZUMARAN JULIO FRANCISCO	16884558885	SECTOR	D	D1	23	PELLUQUERIA	338754445	AGOSTO
438	2022	SUAREZ DE ORE EDITA	SUAREZ DE ORE EDITA	16276884733	SECTOR	D	D1	31	LICORERIA SIN CONSUMO	338754445	AGOSTO
434	2022	PEREZ SALINAS MARCELA	PEREZ SALINAS MARCELA	1627252842	SECTOR	D	D15	11	CONSULTORIO ODONTOLÓGICO	338754445	AGOSTO
432	2022	GONZALES MACHUCA ROSANA	GONZALES MACHUCA ROSANA	16183351827	SECTOR	D	D1	7	PASTELERIA FUENTE DE SODA	338754445	AGOSTO
433	2022	JAIME GUERRERO ERICK ALEJANDRINO	JAIME GUERRERO ERICK ALEJANDRINO	16431921658	SECTOR	D	D18	14-15	BODEGA	338754445	AGOSTO
434	2022	MAMANI FLORES ANACLETO	MAMANI FLORES ANACLETO	16257254422	SECTOR	C	C1	15-16	BODEGA	338754445	AGOSTO
435	2022	LLONTOP DAMIAN TERESA	LLONTOP DAMIAN TERESA	16254359228	SECTOR	D	D1	28	BODEGA	338754445	AGOSTO
436	2022	HIDALGO CARDENAS ESTEFITA	HIDALGO CARDENAS ESTEFITA	16884793321	SECTOR	C	C16	04-05	BOTICA	338754445	AGOSTO
437	2022	JIMENEZ CORREA FELIDORO	JIMENEZ CORREA FELIDORO	16424468961	SECTOR	C	C16	06-07	BODEGA	338754445	AGOSTO
438	2022	PANDURO CHUMBE ALCALA	PANDURO CHUMBE ALCALA	16257219621	SECTOR	D	D1	38	BODEGA	338754445	AGOSTO
439	2022	CALDERON FERRO DE PAZ LAURIANA	CALDERON FERRO DE PAZ LAURIANA	16193724486	SECTOR	D	D1	39	POLLERIA-CHIFA	338754445	AGOSTO
121	2022	HUAMAN DE RUIZ SULEMA	HUAMAN DE RUIZ SULEMA	16457628751	SECTOR	D	D15	14	BODEGA	3.4E+08	AGOSTO
122	2022	GONZALES CALVO DENI DENNER	GONZALES CALVO DENI DENNER	16479484845	SECTOR	D	D16	5	POLLERIA-CHIFA	3.3E+08	AGOSTO
123	2022	ROJAS PASCUAL PONCIANO	ROJAS PASCUAL PONCIANO	16474433727	SECTOR	VILLA EMILIA	R	17	BOTICA	3.3E+08	AGOSTO
124	2022	ALARCON DE DELGADO ASTRIA	ALARCON DE DELGADO ASTRIA	16254737133	SECTOR	F	F1	4	CONSULTORIO ODONTOLÓGICO		AGOSTO
125	2022	HUARANGA REINOSO JULIO	HUARANGA REINOSO JULIO	16255195471	SECTOR	D	D1	1	BODEGA		AGOSTO
126	2022	TENAZOZA VEGA MARIA LINDAURA	TENAZOZA VEGA MARIA LINDAURA	17410042339	SECTOR	D	D1	1	BODEGA		AGOSTO
127	2022	MURRIETA DE DIAZ ANA BERTHA	MURRIETA DE DIAZ ANA BERTHA	16258188155	SECTOR	A	A15	26	BODEGA PAZAR		AGOSTO
128	2022	ESPIÑOZA BOZA SILVIA MARGARITA	ESPIÑOZA BOZA SILVIA MARGARITA	16488748184	SECTOR	D	D1	23	POLLERIA-CHIFA		AGOSTO
129	2022	VASQUEZ ZUMARAN JULIO FRANCISCO	VASQUEZ ZUMARAN JULIO FRANCISCO	16884558885	SECTOR	D	D1	23	PELLUQUERIA		AGOSTO
130	2022	SUAREZ DE ORE EDITA	SUAREZ DE ORE EDITA	16276884733	SECTOR	D	D1	31	LICORERIA SIN CONSUMO		AGOSTO
131	2022	PEREZ SALINAS MARCELA	PEREZ SALINAS MARCELA	1627252842	SECTOR	D	D15	11	CONSULTORIO ODONTOLÓGICO		AGOSTO
132	2022	GONZALES MACHUCA ROSANA	GONZALES MACHUCA ROSANA	16183351827	SECTOR	D	D1	7	PASTELERIA FUENTE DE SODA		AGOSTO
133	2022	JAIME GUERRERO ERICK ALEJANDRINO	JAIME GUERRERO ERICK ALEJANDRINO	16431921658	SECTOR	B	B18	14-15	BODEGA		AGOSTO
134	2022	MAMANI FLORES ANACLETO	MAMANI FLORES ANACLETO	16257254422	SECTOR	C	C1	15-16	BODEGA		AGOSTO
135	2022	LLONTOP DAMIAN TERESA	LLONTOP DAMIAN TERESA	16254359228	SECTOR	D	D1	28	BODEGA		AGOSTO
136	2022	HIDALGO CARDENAS ESTEFITA	HIDALGO CARDENAS ESTEFITA	16884793321	SECTOR	C	C16	04-05	BOTICA		AGOSTO
137	2022	JIMENEZ CORREA FELIDORO	JIMENEZ CORREA FELIDORO	16424468961	SECTOR	C	C16	06-07	BODEGA		AGOSTO
138	2022	PANDURO CHUMBE ALCALA	PANDURO CHUMBE ALCALA	16257219621	SECTOR	D	D1	38	BODEGA		AGOSTO
139	2022	CALDERON FERRO DE PAZ LAURIANA	CALDERON FERRO DE PAZ LAURIANA	16193724486	SECTOR	D	D1	39	POLLERIA-CHIFA		AGOSTO
140	2022	SUCESION HINDIOLA PERALTA PAZ MARIANO	SUCESION HINDIOLA PERALTA PAZ MARIANO	16485421478	SECTOR	D	D1	39	PELLUQUERIA		AGOSTO
141	2022	DARWIN RASHUAMANI CHAMPORRO	DARWIN RASHUAMANI CHAMPORRO	16463223548	SECTOR	D	D1	3	LICORERIA SIN CONSUMO		AGOSTO
142	2022	DE LA VEGA HUAMANI EUSENIO	DE LA VEGA HUAMANI EUSENIO	16862186442	SECTOR	D	D2	6	CONSULTORIO ODONTOLÓGICO		AGOSTO
143	2022	VILLANUEVA GUTIERREZ JANET GIANNINA	VILLANUEVA GUTIERREZ JANET GIANNINA	16893875494	SECTOR	D	D2	1	PASTELERIA FUENTE DE SODA		AGOSTO
144	2022	LLONTOP ALDAY MARCO ANTONIO	LLONTOP ALDAY MARCO ANTONIO	16167336359	SECTOR	D	D2	03	BODEGA		AGOSTO
145	2022	LLONTOP ALDAY NELLY VIRGINIA	LLONTOP ALDAY NELLY VIRGINIA	16455783442	SECTOR	D	D2	03	BODEGA		AGOSTO
146	2022	CHAUCA ARMAS ROSA GREGORIA	CHAUCA ARMAS ROSA GREGORIA	16987524331	SECTOR	D	D2	2	FERRETERIA		AGOSTO
147	2022	MENDEZ FLORES LEONARDA ATILA	MENDEZ FLORES LEONARDA ATILA	16327146931	SECTOR	D	D2	4	BODEGA		AGOSTO
148	2022	GONZALES CORNEJO CESAR ENRIQUE	GONZALES CORNEJO CESAR ENRIQUE	16457935847	SECTOR	D	D2	5	BOTICA		AGOSTO
149	2022	VELA TARAZONA CRISOSTOMO	VELA TARAZONA CRISOSTOMO	16887244955	SECTOR	D	D2	9	CONSULTORIO ODONTOLÓGICO		AGOSTO
150	2022	DEL POZO PRADO ALFREDO	DEL POZO PRADO ALFREDO	16259530785	SECTOR	D	D2	14	BODEGA		AGOSTO
151	2022	GONZALES HINOSTROZA SOLEDAD EMILIA	GONZALES HINOSTROZA SOLEDAD EMILIA	16258195405	SECTOR	D	D2	16	BODEGA		AGOSTO
152	2022	SANCHEZ MENDEZ GLADYS ROSARIO	SANCHEZ MENDEZ GLADYS ROSARIO	16882744967	SECTOR	D	D2	19	BODEGA PAZAR		AGOSTO
153	2022	CHERO SILVA WILBER FELIX	CHERO SILVA WILBER FELIX	16884844911	SECTOR	D	D2	19	POLLERIA-CHIFA		AGOSTO
154	2022	CERDAN SANCHEZ JOSE LUIS	CERDAN SANCHEZ JOSE LUIS	16075643331	SECTOR	D	D2	20	PELLUQUERIA		SETIEMBRE
155	2022	GARCIA YANAYACO SENOVIO	GARCIA YANAYACO SENOVIO	16624746314	SECTOR	D	D2	17	LICORERIA SIN CONSUMO		SETIEMBRE
156	2022	JAIMES DE ESPINOZA BLANQUINA	JAIMES DE ESPINOZA BLANQUINA	16258164607	SECTOR	D	D2	19	CONSULTORIO ODONTOLÓGICO		SETIEMBRE
157	2022	HACQUIWILLAM ELENA	HACQUIWILLAM ELENA	16254929664	SECTOR	D	D2	28	PASTELERIA FUENTE DE SODA		SETIEMBRE
158	2022	BAMOS HONCADA ROSA MARIA	BAMOS HONCADA ROSA MARIA	16257912486	SECTOR	D	D2	28	BODEGA		SETIEMBRE
159	2022	GRAMADOS SILVIA ELIZABETH GLADYS	GRAMADOS SILVIA ELIZABETH GLADYS	16463223548	SECTOR	D	D2	19	BODEGA		SETIEMBRE
160	2022	ESPIÑOZA DURAND MARIELLA ESTHER	ESPIÑOZA DURAND MARIELLA ESTHER	16862362444	SECTOR	D	D2	22	FERRETERIA		SETIEMBRE
161	2022	TASAYCO DE AMAYA VILMA RUTH	TASAYCO DE AMAYA VILMA RUTH	16257339471	SECTOR	D	D2	23	BODEGA		SETIEMBRE

121	2022	HUAMAN DE RUIZ SULEMA	HUAMAN DE RUIZ SULEMA	16457628751	SECTOR	D	D15	14	BODEGA	3.4E+08	AGOSTO
122	2022	GONZALES CALVO DENI DENNER	GONZALES CALVO DENI DENNER	16479484845	SECTOR	D	D16	5	POLLERIA-CHIFA	3.3E+08	AGOSTO
123	2022	ROJAS PASCUAL PONCIANO	ROJAS PASCUAL PONCIANO	16474433727	SECTOR	VILLA EMILIA	R	17	BOTICA	3.3E+08	AGOSTO
124	2022	ALARCON DE DELGADO ASTRIA	ALARCON DE DELGADO ASTRIA	16254737133	SECTOR	F	F1	4	CONSULTORIO ODONTOLÓGICO		AGOSTO
125	2022	HUARANGA REINOSO JULIO	HUARANGA REINOSO JULIO	16255195471	SECTOR	D	D1	1	BODEGA		AGOSTO
126	2022	TENAZOZA VEGA MARIA LINDAURA	TENAZOZA VEGA MARIA LINDAURA	17410042339	SECTOR	D	D1	1	BODEGA		AGOSTO
127	2022	MURRIETA DE DIAZ ANA BERTHA	MURRIETA DE DIAZ ANA BERTHA	16258188155	SECTOR	A	A15	26	BODEGA PAZAR		AGOSTO
128	2022	ESPIÑOZA BOZA SILVIA MARGARITA	ESPIÑOZA BOZA SILVIA MARGARITA	16488748184	SECTOR	D	D1	23	POLLERIA-CHIFA		AGOSTO
129	2022	VASQUEZ ZUMARAN JULIO FRANCISCO	VASQUEZ ZUMARAN JULIO FRANCISCO	16884558885	SECTOR	D					

154	2022	GERDAN SANCHEZ JOSE LUIS	GERDAN SANCHEZ JOSE LUIS	10075612311	SECTOR	D	D2	20	PELUQUERIA	SEPTIEMBRE
155	2022	GARCIA TANAYAGO SENOVIO	GARCIA TANAYAGO SENOVIO	10024786374	SECTOR	D	D2	17	LICORERIA SIN CONSUMO	SEPTIEMBRE
156	2022	JAIMES DE ESPINOZABLANDINA	JAIMES DE ESPINOZABLANDINA	1025164647	SECTOR	D	D2	18	CONSULTORIO ODONTOLOGICO	SEPTIEMBRE
157	2022	HAQUIHILLAM ELENA	HAQUIHILLAM ELENA	1025492964	SECTOR	D	D2	25	PASTELERIA FUENTE DE SODA	SEPTIEMBRE
158	2022	RAMOS MONCADA ROSA MARIA	RAMOS MONCADA ROSA MARIA	10257015486	SECTOR	D	D2	28	BODEGA	SEPTIEMBRE
159	2022	GRANADOS SILVA ELIZABETH GLADYS	GRANADOS SILVA ELIZABETH GLADYS	10412121711	SECTOR	D	D2	19	BODEGA	SEPTIEMBRE
160	2022	ESPINOZA DURAND HARELLA ESTHER	ESPINOZA DURAND HARELLA ESTHER	10062462844	SECTOR	D	D2	22	FERRETERIA	SEPTIEMBRE
161	2022	TASATICO DE BARRIA VILMA RUTH	TASATICO DE BARRIA VILMA RUTH	10257359471	SECTOR	D	D2	23	BODEGA	SEPTIEMBRE
162	2022	CHICHON SALAZAR DE CHACALTANA CARMEN LUZ	CHICHON SALAZAR DE CHACALTANA CARMEN LUZ	10407435261	SECTOR	D	D2	26	BOTICA	SEPTIEMBRE
163	2022	ATALAYA DE GUZMAN MARIA ISABEL	ATALAYA DE GUZMAN MARIA ISABEL	10452879128	SECTOR	D	D2	27	CONSULTORIO ODONTOLOGICO	SEPTIEMBRE
164	2022	LLONTOP CUSTODIO MARCO ANTONIO	LLONTOP CUSTODIO MARCO ANTONIO	10258224835	SECTOR	D	D2	03	BODEGA	SEPTIEMBRE
165	2022	LOYOLA MORALES ADRIAN AGUSTIN	LOYOLA MORALES ADRIAN AGUSTIN	10257224631	SECTOR	D	D2	11	BODEGA	SEPTIEMBRE
166	2022	CONDORILVA REZ LUCCIA	CONDORILVA REZ LUCCIA	10257237244	SECTOR	D	D2	16	BODEGA BAZAR	SEPTIEMBRE
167	2022	ROJAS DE LA CRUZ ARNULFO	ROJAS DE LA CRUZ ARNULFO	10025204654	SECTOR	D	D2	08	POLLERIA-CHIFA	SEPTIEMBRE
168	2022	PUICON SANTA CRUZ ROSALUZ	PUICON SANTA CRUZ ROSALUZ	10060994021	SECTOR	D	D2	07	PELUQUERIA	SEPTIEMBRE
169	2022	HUARAJ GARCIA ADELINO	HUARAJ GARCIA ADELINO	10354794747	SECTOR	D	D2	12	LICORERIA SIN CONSUMO	SEPTIEMBRE
170	2022	CASTRO BUTRON JUANA	CASTRO BUTRON JUANA	10254793501	SECTOR	D	D2	21	CONSULTORIO ODONTOLOGICO	SEPTIEMBRE
171	2022	MEJIA TRUJILLO EVELYN LUZ	MEJIA TRUJILLO EVELYN LUZ	10703140320	SECTOR	D	D2	31	PASTELERIA FUENTE DE SODA	SEPTIEMBRE
172	2022	SALINAS GUISPE HERMELINDA SALOME	SALINAS GUISPE HERMELINDA SALOME	10254421354	SECTOR	D	D10	23	BODEGA	SEPTIEMBRE
173	2022	SARNIENHO GUTIERREZ DE SORAS CRISTINA	SARNIENHO GUTIERREZ DE SORAS CRISTINA	10007194173	SECTOR	D	D10	24	BODEGA	SEPTIEMBRE
174	2022	RIVERA RODRIGUEZ ROSALUZ	RIVERA RODRIGUEZ ROSALUZ	10083158074	SECTOR	D	D10	25	FERRETERIA	SEPTIEMBRE
175	2022	HUERTAS CHAVEZ JOSE CESAREO	HUERTAS CHAVEZ JOSE CESAREO	10258202702	SECTOR	D	D10	26	BODEGA	SEPTIEMBRE
176	2022	CONDORINAVARRO ORLANDO DAVID	CONDORINAVARRO ORLANDO DAVID	10430616246	SECTOR	D	D10	27	BOTICA	SEPTIEMBRE
177	2022	NORABUENA CASTRO SANTOS JUAN	NORABUENA CASTRO SANTOS JUAN	10254526152	SECTOR	D	D10	28	CONSULTORIO ODONTOLOGICO	SEPTIEMBRE
178	2022	TORRES DE PINEDO ANGELICA ROBERTINA	TORRES DE PINEDO ANGELICA ROBERTINA	10244887356	SECTOR	C	G8	20-21	BODEGA	SEPTIEMBRE
179	2022	JARAMILLO LOPEZ GUILLELMO SANTOS	JARAMILLO LOPEZ GUILLELMO SANTOS	10259034946	SECTOR	C	G8	22-23	BODEGA	SEPTIEMBRE
180	2022	GALAGARZA NIÑAS DE BERNABE NEDY	GALAGARZA NIÑAS DE BERNABE NEDY	10006426311	SECTOR	C	G8	24-27	BODEGA BAZAR	SEPTIEMBRE
181	2022	ZAPATA QUEREVALU MIGUEL GILBERTO	ZAPATA QUEREVALU MIGUEL GILBERTO	10255270644	SECTOR	C	G8	28-29	POLLERIA-CHIFA	SEPTIEMBRE
182	2022	LLALLICO ALCANTARA GODOFREDO	LLALLICO ALCANTARA GODOFREDO	10204019345	SECTOR	C	G8	30-34A	PELUQUERIA	SEPTIEMBRE
183	2022	SUCESION REYNO DE HUARANGA DOMINGA	SUCESION REYNO DE HUARANGA DOMINGA	10995679856	SECTOR	D	D2	24	LICORERIA SIN CONSUMO	SEPTIEMBRE
184	2022	ABURTO CASTILLO GRISELDA	ABURTO CASTILLO GRISELDA	10475746594	SECTOR	C	G8	1	CONSULTORIO ODONTOLOGICO	SEPTIEMBRE
185	2022	CALDERON CALLE DIGNA MILAGROS	CALDERON CALLE DIGNA MILAGROS	10067549745	SECTOR	C	G7	01A	PASTELERIA FUENTE DE SODA	SEPTIEMBRE
186	2022	COJAL UROQUIZO FLOR STEFANY	COJAL UROQUIZO FLOR STEFANY	1047151415	SECTOR	C	G7	18-19	BODEGA	SEPTIEMBRE
187	2022	LOPEZ DE ROSALES SANTOS	LOPEZ DE ROSALES SANTOS	10258177415	SECTOR	C	G7	23-24	FERRETERIA	SEPTIEMBRE
188	2022	BREÑA RAMIREZ ROLANDO JOSE	BREÑA RAMIREZ ROLANDO JOSE	10458967316	SECTOR	C	G7	24-25	BODEGA	SEPTIEMBRE
189	2022	MARIA JESUS ALVA SOTO	MARIA JESUS ALVA SOTO	17309204632	SECTOR	A	A9	26	BOTICA	SEPTIEMBRE
190	2022	HARUWILLAM ELENA	HARUWILLAM ELENA	10254929644	SECTOR	D	D2	25	CONSULTORIO ODONTOLOGICO	SEPTIEMBRE
191	2022	ECHEHARRIA VICTORIO ENRIQUE	ECHEHARRIA VICTORIO ENRIQUE	10040563701	SECTOR	B	B10	18	BODEGA	SEPTIEMBRE
192	2022	ORE SUAREZ NANCY HAYDEE	ORE SUAREZ NANCY HAYDEE	10251190153	SECTOR	B	B10	19	BODEGA	SEPTIEMBRE
193	2022	MONTALBAN JIMENEZ JUANA DEYANIRA	MONTALBAN JIMENEZ JUANA DEYANIRA	10254955975	SECTOR	B	B10	23	BODEGA BAZAR	SEPTIEMBRE

265	2022	KONG TON SION ON	KONG TON SION ON	10432725320	SECTOR	D	D1	14	CHIFA	OCTUBRE
266	2022	CUYA MONTA DE GALLO IRMA MARGARITA	CUYA MONTA DE GALLO IRMA MARGARITA	10072726401	SECTOR	A	A9	20	LICORERIA SIN CONSUMO	OCTUBRE
267	2022	BERTINETTI CHIHUIRELLA ADA	BERTINETTI CHIHUIRELLA ADA	10077506484	SECTOR	E	E7	08	CONSULTORIO ODONTOLOGICO	OCTUBRE
268	2022	CATY SYSTEMS E.I.R.L.	CATY SYSTEMS E.I.R.L.	20430185702	SECTOR	A	A10	23	PASTELERIA FUENTE DE SODA	OCTUBRE
269	2022	COLCHAO BECERRA DE NECIOSUP SARA YOLANDA	COLCHAO BECERRA DE NECIOSUP SARA YOLANDA	10257215925	SECTOR	A	A10	29	BODEGA	OCTUBRE
270	2022	YONGHUNG OHEN COMERCIO E.I.R.L.	YONGHUNG OHEN COMERCIO E.I.R.L.	20404032061	SECTOR	A	A9	23	FERRETERIA	OCTUBRE
271	2022	HINOJOSA CUEVA MODESTO DEMETRIO	HINOJOSA CUEVA MODESTO DEMETRIO	10258177353	SECTOR	A	A9	27	BODEGA	OCTUBRE
272	2022	LEZAMA GONZALES SONIA MADELEINE	LEZAMA GONZALES SONIA MADELEINE	10042851329	SECTOR	B	B10	22	BOTICA	OCTUBRE
273	2022	RODRIGUEZ JUAN / CHAVEZ REINER MARIA	RODRIGUEZ JUAN / CHAVEZ REINER MARIA	10256392131	SECTOR	J	J1	05	CONSULTORIO ODONTOLOGICO	OCTUBRE
274	2022	CHIFFOZ CRISTINE ROSA ESTEFAN	CHIFFOZ CRISTINE ROSA ESTEFAN	1025703706	SECTOR	J	J1	07	BODEGA	OCTUBRE
275	2022	CACSIRE PAREDES ELIZABETH VILMA	CACSIRE PAREDES ELIZABETH VILMA	10077499607	SECTOR	J	J1	18	POLLERIA-CHIFA	OCTUBRE
276	2022	HUAYHUA VIDAL ROCIO	HUAYHUA VIDAL ROCIO	10257994398	SECTOR	J	J16	05A	PELUQUERIA	OCTUBRE
277	2022	ASTETE SAAVEDRA DEIVID AARON	ASTETE SAAVEDRA DEIVID AARON	10461600193	SECTOR	J	J1	17	LICORERIA SIN CONSUMO	OCTUBRE
278	2022	ASTETE SAAVEDRA KARLA ANDREA	ASTETE SAAVEDRA KARLA ANDREA	10257994398	SECTOR	J	J1	17	CONSULTORIO ODONTOLOGICO	OCTUBRE
279	2022	ALEJOS NIÑA CARMEN AURORA	ALEJOS NIÑA CARMEN AURORA	10089730114	SECTOR	J	J16	09	BODEGA	OCTUBRE
280	2022	PALACIOS FLORES TERESA FLORENTINA	PALACIOS FLORES TERESA FLORENTINA	10257227486	SECTOR	J	J16	14	BODEGA	OCTUBRE
281	2022	QUISPE COOYLLO PRUDENCIA	QUISPE COOYLLO PRUDENCIA	10257224124	SECTOR	I	I10	23	BODEGA	OCTUBRE
282	2022	YEMPEZ CRISTINE ROSA ESTEFAN	YEMPEZ CRISTINE ROSA ESTEFAN	17174282111	SECTOR	I	I10	25	BOTICA	OCTUBRE
283	2022	CUIPAR GONZALES JULIA	CUIPAR GONZALES JULIA	10258225961	SECTOR	I	I10	26	CONSULTORIO ODONTOLOGICO	OCTUBRE
284	2022	CONTRERAS ROJAS NEMESIO VICTOR	CONTRERAS ROJAS NEMESIO VICTOR	10196167812	SECTOR	I	I10	27	BODEGA	OCTUBRE
285	2022	TAIPE CANO MAURECIA	TAIPE CANO MAURECIA	10258448505	SECTOR	I	I10	29	BODEGA	OCTUBRE
286	2022	SANTANA BERNARDINA MARIA	SANTANA BERNARDINA MARIA	10064203589	SECTOR	I	I10	30	BODEGA BAZAR	OCTUBRE
287	2022	CORONADO NAVARRO CARMELO	CORONADO NAVARRO CARMELO	10258557249	SECTOR	D	D10	29	POLLERIA-CHIFA	OCTUBRE
288	2022	GONZALES SANTOYO LUCILA	GONZALES SANTOYO LUCILA	10071203958	SECTOR	D	D10	30	PELUQUERIA	OCTUBRE
289	2022	LAMA MONTERO SEBASTIAN BARTOLOME	LAMA MONTERO SEBASTIAN BARTOLOME	10324027572	SECTOR	D	D3	01	LICORERIA SIN CONSUMO	OCTUBRE
290	2022	GARCIA SAABEDRA RUTH	GARCIA SAABEDRA RUTH	10258244539	SECTOR	D	D3	02	CONSULTORIO ODONTOLOGICO	OCTUBRE
291	2022	MORE SALDIVAR FRANCISCO	MORE SALDIVAR FRANCISCO	10472219450	SECTOR	D	D10	07	PASTELERIA FUENTE DE SODA	OCTUBRE
292	2022	YESOUEN NANCHE MARIA ISABEL	YESOUEN NANCHE MARIA ISABEL	10003034704	SECTOR	J	J7	12	FERRETERIA	OCTUBRE
293	2022	PADILLA RAMIREZ SABINA	PADILLA RAMIREZ SABINA	10000919661	SECTOR	J	J7	10	BODEGA	OCTUBRE
294	2022	SALAZAR PEREZ ANGELICA	SALAZAR PEREZ ANGELICA	10254121935	SECTOR	J	J7	09	BOTICA	OCTUBRE
295	2022	ORTIZ JAIME JULIA IVONNE	ORTIZ JAIME JULIA IVONNE	10322490041	SECTOR	H	H2	09	CONSULTORIO ODONTOLOGICO	OCTUBRE
296	2022	CACERES GUERRERO ANGELICA	CACERES GUERRERO ANGELICA	10258294762	SECTOR	H	H2	12	BODEGA	OCTUBRE
297	2022	VALENCIA HUERTA MARCOS	VALENCIA HUERTA MARCOS	102582307471	SECTOR	H	H2	19	BODEGA	OCTUBRE
298	2022	OCHOA TORRES PEDRO	OCHOA TORRES PEDRO	10258261096	SECTOR	H	H3	01	BODEGA BAZAR	OCTUBRE
299	2022	DIAZ LUNA CESAR	DIAZ LUNA CESAR	10257222484	SECTOR	H	H3	08	POLLERIA-CHIFA	OCTUBRE
300	2022	ZAPATA FLORES ESTHER FILA	ZAPATA FLORES ESTHER FILA	10258242622	SECTOR	H	H4	25	PELUQUERIA	OCTUBRE



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**ESCUELA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, CALDERON PANIAGUA DENNYS GEOVANNI, docente de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "Calidad de servicio administrativo y satisfacción del usuario en la Subgerencia de Promoción Empresarial-Municipalidad de Mi Perú, 2022", cuyo autor es PEREZ CRIBILLERO WILDER GABRIEL, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 18.00%, 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, 05 de Enero del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
CALDERON PANIAGUA DENNYS GEOVANNI DNI: 70082745 ORCID: 0000-0002-6569-0634	Firmado electrónicamente por: DCALDERONPA el 07-01-2023 23:22:39

Código documento Trilce: TRI - 0510537