



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

**Actitud laboral del personal administrativo y satisfacción del usuario de
una municipalidad de Lima, 2022**

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
MAESTRO EN GESTIÓN PÚBLICA**

AUTOR:

Machado Paredes, Juan Dennis (orcid.org/0000-0002-9523-8569)

ASESOR:

Mg. Papanicolau Denegri, Jorge Nicolas Alejandro (orcid.org/0000-0002-0684-8542)

COASESORA:

Dra. Robladillo Bravo, Liz Maribel (orcid.org/0000-0002-08613-1882)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Reforma y Modernización del Estado

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA – PERÚ

2023

Dedicatoria

A mi familia, por brindarme todo su apoyo de forma constante en este proceso de aprender. Les dedico este trabajo, ya que fueron mi impulso para cada día avanzar a nivel profesional.

Agradecimientos

En primer lugar, a Dios por guiar mi camino y darme fortaleza para seguir adelante y lograr mis objetivos profesionales. A mi asesor, Mg. Jorge Nicolás Papanicolau Denegri, por todo el apoyo, las enseñanzas brindadas y lograr presentar este trabajo.

Índice de contenidos

	Pág.
Dedicatoria	ii
Agradecimientos	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	5
III. METODOLOGÍA	13
3.1. Tipo y diseño de investigación	13
3.2. Variables y operacionalización	14
3.3. Población, muestra y muestreo	15
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	16
3.5. Procedimientos	18
3.6. Métodos de análisis de datos	18
3.7. Aspectos éticos	18
IV. RESULTADOS	19
V. DISCUSIÓN	25
VI. CONCLUSIONES	31
VII. RECOMENDACIONES	32
REFERENCIAS	33
ANEXOS	

Índice de tablas

	Pág.
Tabla 1 Frecuencia y porcentaje de la variable 1 actitud laboral	19
Tabla 2 Frecuencia y porcentaje de la variable 2 satisfacción del usuario	20
Tabla 3 Grado de correlación y nivel de significancia entre la variable 1 actitud laboral y variable 2 satisfacción del usuario	21
Tabla 4 Grado de correlación y nivel de significancia entre la dimensión 1 componente cognitivo y variable 2 satisfacción del usuario	22
Tabla 5 Grado de correlación y nivel de significancia entre la dimensión 2 componente afectivo y variable 2 satisfacción del usuario	23
Tabla 6 Grado de correlación y nivel de significancia entre la dimensión 3 componente conductual y variable 2 satisfacción del usuario	24

Índice de figuras

	Pág.
Figura 1 Esquema del diseño de investigación	14

Resumen

La tesis planteó el objetivo general de determinar la relación que existe entre la actitud laboral del personal administrativo y la satisfacción del usuario de una municipalidad de Lima, 2022. Para ello, se procedió a indagar y analizar distintas fuentes de investigación científica, además de distintas bases teóricas nacionales e internacionales. El nivel de investigación fue descriptivo correlacional y el diseño fue no experimental de corte transversal. La población y muestra fueron 50 colaboradores un municipio limeño, teniendo como instrumento de medición dos cuestionarios, uno por variable, compuestos por 21 preguntas cada uno, estructurados en una escala Likert. La base de datos obtenida se analizó bajo el *software* estadístico SPSS 26. Se concluyó que la relación entre la actitud laboral del personal administrativo y la satisfacción del usuario de una municipalidad de Lima es positiva, moderada y significativa.

Palabras clave: actitud laboral, satisfacción del usuario, personal administrativo.

Abstract

The general objective of this thesis was to determine the relationship between the work attitude of administrative personnel and user satisfaction in a municipality of Lima, 2022. For this purpose, we proceeded to investigate and analyze different sources of scientific research, as well as different national and international theoretical bases. The level of research was descriptive-correlational and the design was non-experimental cross-sectional. The population and sample were 50 collaborators in a municipality of Lima, with two questionnaires as measurement instruments, one for each variable, composed of 21 questions each, structured on a Likert scale. The database obtained was analyzed using SPSS 26 statistical software. It was concluded that the relationship between the work attitude of administrative personnel and user satisfaction in a Lima municipality is positive, moderate and significant.

Keywords: work attitude, user satisfaction, administrative personnel.

I. INTRODUCCIÓN

Las instituciones públicas de atención al ciudadano son un lugar donde se recogen, reciben, cotejan y responden las solicitudes de información de los usuarios, esta interacción requiere que se desarrollen y aplican métodos, procesos, técnicas con enfoques eficaces para ayudar a satisfacer las expectativas del usuario, contemplando tiempo, valorando los aspectos afectivos y conductuales, con el fin de construir relaciones efectivas con el público. La satisfacción es una variable psicológica que ha sido estudiada en la ciencia organizacional contemporánea debido a su relación con una serie de variables como el desempeño, la rotación, el compromiso organizacional y la resiliencia (Hora et al., 2018).

Con el mismo fin, monitorear la calidad del servicio facilita a las entidades públicas detectar de cerca el rendimiento e identificar rápidamente los problemas, corrigiendo tanto su desempeño como las conductas, buscando obtener una satisfacción positiva de los usuarios. Asimismo, las actitudes que generan los empleados en su centro de trabajo son significativas para la empresa u organización, porque de esto va a depender de su desarrollo y logro de objetivos. Por otra parte, la satisfacción y las experiencias que perciben los usuarios son una parte importante de la identificación de los servicios de calidad que brindan las empresas (Braga et al., 2021).

En la región, en Ecuador, las entidades públicas se encontraron atravesando una transformación por las constantes incorporaciones de tecnología y exigencias de los usuarios, pero la escasa competencia, la falta de atención, entre otros factores no permiten que se efectúe un correcto progreso para que los ciudadanos se sientan satisfechos con sus gestiones (Villa et al., 2017). Tener personal con la actitud correcta hacia el trabajo es vital, ya que influye en el comportamiento con un efecto en los resultados del mercado laboral. Hasta la actualidad, las entidades públicas de la región se han permitido avanzar un poco en la mejora de atención a través de la calidad y poder satisfacer a los usuarios, pero a pesar de ello un porcentaje de los ciudadanos manifestó que aún faltan procesos por mejorar, como es la actitud por parte del personal y agilidad de los trámites, para que de esta manera los usuarios se sientan satisfechos con sus servicios (Villa et al., 2017).

En Perú, según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2018). hay 1643 municipalidades que se encuentran enfocadas en las gestiones para aportar recursos que permitan implementar nuevas políticas y servicios, para una mayor cercanía con la población. Sin embargo, existen deficiencias al momento de ofrecer atención a los usuarios, por lo que el personal tiene poca experiencia para brindar los servicios, generando insatisfacción a los pobladores. Por ende, los empleados son bases primordiales para que las empresas tengan éxito, es por ello que se deben mantener motivados en sus áreas de trabajo. Mientras mayor es la motivación percibida, mejor será la actitud que ellos tendrán al momento de ofrecer un servicio y mayor será la satisfacción que obtendrán los usuarios, que a la vez es para beneficio de la empresa (Castillo et al., 2020).

Asimismo, la actitud laboral, hace posible vincular los elementos laborales con las experiencias personales y las metas de la empresa, así como con todos los aspectos de la satisfacción de los empleados (Chávez et al., 2017). Tal es el caso de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Puno, que prioriza a sus empleados para que ellos tengan buena conducta y, por ende, los usuarios que visitan adquieran satisfacción.

Por otro lado, en una institución pública de Lima, los empleados de atención al cliente muestran conductas poco agradables, lo que ha causado incomodidad a la población y han catalogado el servicio lento, ineficiente, corrupto e insuficiente (Sarmiento y Paredes, 2019). Asimismo, en un gobierno local de Lima, es el personal quien ofrece servicio a los usuarios y depende de ellos que los ciudadanos sientan satisfacción por la atención percibida. Por lo tanto, la organización debe priorizar a sus trabajadores para que ellos se sientan a gusto. En tal sentido, no es un secreto que los gobiernos desatienden a sus empleados, exponiéndolos a regímenes laborales, excesivas horas de trabajo, remuneración muy baja, contrataciones informales, entre otros, lo que hace que haya desmotivación y por ende sus actitudes sean negativas (Calle, 2021).

A nivel local, en una Municipalidad Distrital de Lima, se ha detectado que la actitud que muestra el personal administrativo al momento de brindar una atención no es la adecuada, lo que ha generado que se tome la iniciativa de indagar las

causas que derivan en incomodidad e insatisfacción en los usuarios. al visitar e interactuar en las instalaciones de la municipalidad en post de un servicio. por ende, afecta la imagen institucional de la misma, se genera una fricción, un desgaste y se evidencia en un marketing negativo. Es pertinente considerar que para que el personal se sienta motivado, con deseos de trabajar y sobre todo con actitud positiva, se debe contar con un ambiente laboral agradable y adecuado. Un clima organizacional muy equilibrado, un ecosistema organizacional en constante mantenimiento.

Una política de adentro hacia afuera es importante que los mejores valores individuales afloren, que el compañerismo prevalezca, que la comunicación sea excepcional entre empleador y trabajador, donde se reconozcan los esfuerzos y la buena predisposición de todos y, lo más importante, hacer sentir al empleado que es tomado en cuenta. Y que su función complementa el trabajo de todos. En este sentido, las debilidades de estos aspectos podrían ser las causas que generan en el personal una actitud negativa, trayendo como consecuencias que los usuarios se quejen por el mal trato, por el exceso de tiempo en espera, mala información, comunicación inadecuada y sobre todo por las conductas inapropiadas del personal, produciendo insatisfacción en ellos.

Con respecto al problema general: ¿Cuál es la relación que existe entre la actitud laboral del personal administrativo y la satisfacción del usuario de una municipalidad de Lima, 2022? y los problemas específicos: a) ¿Cuál es la relación que existe entre el componente cognitivo del personal administrativo y la satisfacción del usuario?; b) ¿Cuál es la relación que existe entre el componente afectivo del personal administrativo y la satisfacción del usuario?; c) ¿Cuál es la relación que existe entre el componente conductual del personal administrativo y la satisfacción del usuario?

La justificación teórica del estudio brindó el conocimiento y buscó determinar si existe o no relación entre la actitud laboral del personal administrativo y la satisfacción del usuario, para evidenciar si las conductas hacen que las personas sientan insatisfacción o por el contrario se sientan complacidas. Para ello se analizaron teorías que respaldaron la investigación y sirvieron de aporte para

mejorar eficientemente las debilidades de la entidad y las organizaciones semejantes.

En cuanto a la justificación metodológica, el estudio fue de enfoque cuantitativo y nivel correlacional, aproximaciones que ayudaron a concretar la investigación y se determinó la correlación entre las variables, Considerando la justificación práctica, tuvo como propósito emplear estrategias que ayudaron a dar soluciones a cualquier inconveniente que se presente, en este caso, mostrarles a las empresas cuán importante son los empleados para su desarrollo, de tal manera que haya más preocupación y participación con ellos. Gestionar y apoyar de forma activa a los trabajadores que y delinear formas de facilitar que los gerentes brinden el apoyo necesario. Es esencial promover una cultura de apoyo en el lugar de trabajo, una cultura que haga que los trabajadores se sientan valorados y dignos, ya que lo primero mejoraría las actitudes laborales al atender a los usuarios y estos podrán sentirse satisfechos.

El objetivo general del estudio fue determinar la relación que existe entre la actitud laboral del personal administrativo y satisfacción del usuario de una municipalidad de Lima, 2022, mientras que los objetivos específicos son: a) Determinar la relación que existe entre el componente cognitivo del personal administrativo y satisfacción del usuario; b) Determinar la relación que existe entre el componente afectivo del personal administrativo y satisfacción del usuario; y c) Determinar es la relación que existe entre el componente conductual del personal administrativo y satisfacción del usuario.

La hipótesis general de la investigación postuló: la actitud laboral del personal administrativo se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario de una municipalidad de Lima 2022, y las hipótesis específicas son: a) el componente cognitivo del personal administrativo se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario ; b) el componente afectivo del personal administrativo se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario; y c) el componente conductual del personal administrativo se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario

II. MARCO TEÓRICO

A continuación, se expresarán antecedentes internacionales y nacionales de acuerdo a las variables del estudio. A nivel internacional, Hsiang et al. (2020), en su investigación de enfoque cuantitativo y nivel correlacional, señalaron que la actitud en el trabajo obtuvo una fiabilidad según el alfa de Cronbach de 0,822, mostrando que la comunicación y capacitación mejoran las actitudes laborales positivas de los empleados. Se concluyó que para que los empleados mantengan una actitud positiva dentro de sus áreas de trabajo deben recibir constantes capacitaciones, además de estar en constante comunicación con sus superiores.

Salazar (2018), en su estudio correlacional y enfoque cuantitativo, pudo determinar que la satisfacción laboral se asocia con el desempeño laboral mostrando que mientras más satisfacción mantengan los empleados mejor serán sus desempeños en las funciones que le devengan. Por lo que concluyó que la satisfacción encontrada en los trabajadores es de nivel bajo, ello porque los directivos y subordinados no se preocupan ni realizan actividades que puedan comprometer mejor al personal.

Considerando a Sathyanarayan y Latha (2018), en su estudio de enfoque cuantitativo y nivel correlacional, abordaron en sus resultados que la actitud laboral tuvo una confiabilidad de 0.99 según la fiabilidad del alfa de Cronbach, mostrando que, cuanto más comprometidos se consideren los empleados, más exitosos se vuelven en el trabajo. Concluyeron que, si los colaboradores abandonan la organización, la calidad del servicio que esta brinda se verá afectada. Alhelalat et al. (2017), en su estudio cuantitativo, con nivel explicativo, mostraron que tanto los aspectos funcionales como los personales del comportamiento de los trabajadores explican la satisfacción del cliente, con una mayor contribución de los aspectos personales sobre los funcionales. Concluyeron que las actitudes de los empleados se asocian con la satisfacción de los usuarios, mostrando que, mientras el trabajador tenga buena actitud, la satisfacción será positiva. Por el contrario, si su comportamiento es negativo, los clientes obtendrán insatisfacción de los servicios que espera.

Por último, se conoció el estudio de Steffanell et al. (2017), en su estudio cuantitativo y de nivel descriptivo-correlacional, determinaron la satisfacción del usuario y sus dimensiones, haciendo notar que las personas se sienten satisfechas por los servicios y productos que superan sus expectativas. Mientras mejores sean los servicios y las atenciones prestadas, la satisfacción será más elevada, factor que es indispensable para la productividad de la empresa. Se concluyó que la satisfacción del usuario obtuvo niveles bajos por la atención brindada por los empleados de la empresa, por lo que es conveniente que los trabajadores tengan mejores actitudes al momento de atender a los usuarios. Mientras mayor sea la actitud, mayor será la satisfacción que sentirán los clientes.

Con respecto a los antecedentes nacionales, Cordero et al. (2020), en su tesis cuantitativa, con nivel correlacional, manifestaron que los empleados mantienen una actitud se asocia a los caracteres afectivos, y va relacionada a las emociones que siente una persona, y cognitivos, que se caracteriza por las cantidades y calidad de información que muestran al momento de brindar una atención. Concluyeron que se deben gestionar factores que prioricen a los trabajadores y, por ende, muestren una actitud positiva frente a los clientes. Por otra parte, Cotrado (2021), en su estudio de paradigma cuantitativo y nivel correlacional, detalló en sus resultados que la relación entre la actitud laboral del personal administrativo y la satisfacción del usuario de la Municipalidad Provincial de la Convención, en Quillabamba, Cusco, es positiva.

Barrera (2020), en su estudio cuantitativo y nivel correlacional, mostró que la satisfacción que mostraron los usuarios estuvo en un nivel bajo, ello porque no existe el trabajo en equipo haciendo que el ambiente no sea el apropiado brindar las mejores atenciones. Concluyó que la satisfacción del usuario se correlaciona con el desempeño laboral, mientras el personal brinde mejores atenciones las personas sentirán más satisfacción y más comodidad al momento de visitar nuevamente a institución.

Por su parte, Murayari (2018), en su estudio cuantitativo y de nivel correlacional, señaló en sus resultados que el porcentaje menor de los trabajadores muestra una actitud positiva en el área de trabajo, mientras que el porcentaje mayor

señaló no tener buena actitud, por la falta de motivación, estrés y convivencia de la institución. De esta manera, se sostiene que los componentes cognitivo, conductual y afectivo se vinculan con las actitudes de los empleados, el personal al mostrar una mala conducta perjudica directamente a la empresa por el hecho de no realizar adecuadamente las actividades o atender de forma inapropiada a un usuario. Se concluyó que la actitud laboral debe estar en un nivel óptimo para beneficio y satisfacción de la misma empresa.

Finalmente, Lapo (2018), en su investigación cuantitativa y correlacional, mostró como resultados que el entorno laboral permite que los trabajadores adquieran buenas actitudes, sintiéndose satisfechos y sobre todo comprometidos con la organización. Se conoció que las actitudes o los comportamientos de los empleados va a depender mucho de cómo se maneje el ambiente y sobre todo el contacto que tenga los superiores con ellos. Se concluyó que la actitud laboral tiene correlación directa con el compromiso organizacional, mostrando que la empresa es quien se encarga de educar y supervisar al personal para que maneje actitudes efectivas y transmitir las al momento de atender a los clientes.

En cuanto a las bases teóricas, se considera la variable actitud laboral y su teoría aprendizaje social creada por Bandura (1977), quien expone que la mayoría de los comportamientos humanos se aprenden observando a los modelos que los realizan y es uno de los medios con más poder para traspasar valores, actitudes, patrones de pensamientos y comportamientos. Manifiesta que es un caso de determinación mutua, puesto que el entorno influye directamente en la conducta, por lo que se sostuvo que solo los humanos aprenden de su comportamiento, pero el entorno donde se interactúa no se queda atrás, ya que desempeña un papel importante. Si una persona con un comportamiento hostil interactúa con el entorno, recibirá el mismo trato que muestra, dependiendo de la conducta presentada, es decir, rechazo, hostilidad o miradas. La reacción sería diferente si la persona es amable con los demás porque recibe amor de ellos (Jara et al., 2018).

Basándose en la perspectiva de aprendizaje social de principios, que propone que las personas aprendan los principios que gobiernan las conductas observadas, se afirma que los empleados, especialmente aquellos con una

orientación de alta distancia del poder, abstraen y aprenden un principio moral de actitudes de desconexión mediante la observación (Huiwen et al., 2020). Teniendo en cuenta a Chávez et al. (2017), expresaron que es un concepto pluridimensional que engloba una serie de situaciones que se vinculan al trabajo, las satisfacciones, las motivaciones y el rendimiento. Es así que las actitudes son un procedimiento dispuesto y continuo centrado en el bienestar de los empleados, con énfasis en la toma de decisiones, la propiedad y la seguridad en el trabajo.

Por otra parte, las actitudes laborales se definen como la predisposición de los comportamientos que fomenta el cumplimiento con la empresa, además, que promueve actitud positiva no solo en su trabajo sino en todos los ámbitos. Por tanto, la actitud en el trabajo se convierte en un factor intermediario en cuanto a las estrategias usadas para llevar una excelente gestión y el clima laboral (Lapo y Bustamante, 2018). La actitud laboral es el sentimiento que tiene un empleado hacia los diferentes aspectos del ambiente de trabajo. Se refiere a la evaluación o intereses personales de los objetivos relacionados con el ambiente laboral. Es la tendencia de un sujeto en respuesta a un objeto tanto positivo como negativo en las áreas laborales.

En este caso, se explica que una persona tiende a realizar un determinado servicio o adquirir un producto si el empleado tiene una actitud positiva trabajo (Sathyanarayan y Latha, 2018; Abun et al., 2021). De la misma manera, la actitud de los empleados es definida como el resultado de valor, actitud, percepción, habilidades y conductas particulares y colectivos que establecen los compromisos, los estilos y el control del sistema de gestión de una organización (Arguello et al., 2017). Señalaron que la actitud que tenga el personal dependerá para que la empresa tenga éxito en un futuro, señalando que los miembros tenderán a comportarse de manera que sirva al equipo como un todo (Cherian et al., 2021).

Tener personal con la actitud correcta hacia el trabajo es vital, ya que influye en el comportamiento con un efecto en los resultados del mercado laboral. Para esto es indispensable considerar tanto los factores internos como los externos, ya que influyen en la actitud de los trabajadores en el lugar de trabajo y en el éxito, la supervivencia y el crecimiento de los mismos (Diegong et al., 2019). En cuanto a la

importancia de la actitud laboral, se trata de vincular los elementos laborales con las experiencias personales y las metas de la empresa, así como con todos los aspectos de la satisfacción de los empleados, la salud, el bienestar y el área de trabajo (Chávez et al., 2017). En tal sentido, los empleados cuando mantienen una actitud positiva contribuyen con los objetivos de la organización. Esta depende del comportamiento, compromiso y participación de los trabajadores para con la empresa (Ashfaq et al., 2020).

Para mantener una actitud laboral positiva, el trato y la comunicación que se tiene con los superiores es eminente, además de las relaciones con los compañeros se vuelven más imprescindibles cuando las personas trabajan en un entorno laboral complejo que requiere trabajo en equipo. Una buena relación entre compañeros produce confianza, motivación y más ganas de laborar, por lo que es de ayuda para mantener una excelente actitud (Gopinath, 2020). Las actitudes son el estudio de la conducta humana en el área laboral, las interacciones entre los individuos y la organización misma. Asimismo, es una disciplina que estudia el impacto de los individuos, los grupos y las estructuras en el comportamiento de las empresas y trata de utilizar este conocimiento para mejorar el rendimiento de las mismas (Peña et al., 2016).

Existen diversos factores que influyen en la actitud hacia el trabajo, como la personalidad, la adaptación al ambiente de trabajo, las características del trabajo, los contratos psicológicos, la justicia organizacional, las relaciones laborales y el estrés. Una actitud laboral es el sentimiento que tiene el empleado hacia diferentes aspectos del ambiente laboral (Anindita y Hardjo, 2021). En la actualidad, los empleados desempeñan un papel fundamental en las empresas y, por lo tanto, es necesario modernizar las políticas de recursos humanos para cumplir y apoyar las metas propuestas por la organización, se debe reforzar la dimensión humana para que haya mejor rendimiento y poder alcanzar sus objetivos, preparar a cada persona para que acepte el cambio organizativo y satisfacer sus necesidades para entender su trabajo y comprometerse emocional, social e intelectualmente con su labor (Chávez et al., 2017).

Definiendo las dimensiones de la actitud laboral, se tomó el componente cognitivo: es la manera de cómo se percibe el objeto de una actitud. En efecto, son conjuntos de creencias y opiniones que la persona tiene acerca de las actitudes y lo que conoce sobre el mismo, en aras del componente cognitivo implica el recurso del conocimiento humano y las creencias resultantes sobre el objeto de la actitud. Asimismo, se tiene el componente afectivo: sentimientos de agrado o desagrado hacia el objeto de la actitud. Este componente forma las conductas y disminuir las cogniciones y reacciones. Componente conductual: hace referencia a las tendencias, disposiciones o intenciones conductuales ante el objeto de actitud. Hace referencia a la tendencia de una persona a realizar una acción que es coherente con los componentes cognitivos y afectivos (Dobrowolska et al., 2020).

En cuanto a la variable satisfacción del usuario, Oliver (1980) (como se citó en Morillo y Morillo, 2017) la teoría de desconfirmación de la expectativa la satisfacción se consigue mediante un proceso de verificación o desaprobación de las expectativas del cliente antes de realizar la compra. En otras palabras, después de utilizar el servicio, los resultados se comparan con las expectativas y, si coinciden, se confirman. Si hay una discrepancia entre los resultados y las expectativas, se produce una no confirmación, que es negativa (si los resultados son inferiores a las expectativas) o positiva (si los resultados son superiores a las expectativas). Considerando las definiciones, la satisfacción del cliente es una consecuencia de la percepción de la calidad, las expectativas y el valor, lo que es el resultado de cómo el cliente evalúa la calidad y el valor del servicio (Reyes y Veliz, 2021).

No obstante, mencionan que la satisfacción del usuario es una medida importante de la calidad de un producto o servicio y es fundamental para la sostenibilidad de una organización porque interviene en la decisión de los usuarios de reincidir su experiencia con el servicio y en el efecto multiplicativo a través de las interacciones verbales (Morillo y Morillo, 2017). Asimismo, se considera que la satisfacción del usuario es el resultado de un proceso cognitivo de la información, que media entre las expectativas de los clientes y lo brindado por las empresas (percepciones). Se refleja cuando sus expectativas fueron alcanzadas o superadas por lo brindado por las organizaciones (Febres y Mercado, 2020). Dicho de otra

forma, es un factor clave en la ventaja competitiva. Generalmente, cuando los usuarios evalúan el desempeño del producto, se enfocan en el valor proporcionado por cada función en lugar del desempeño general (Yang y Deng, 2022).

La satisfacción del cliente es el sentimiento que tienen las personas hacia una organización al momento que cumplen o superan sus expectativas con el uso de un producto o servicio. El logro de las satisfacciones del usuario conduce a la lealtad de la empresa y la recompra del producto (Intan et al., 2014). Se establece que es una situación dada que se define como la suma de los sentimientos y las actitudes de uno hacia varios factores que afectan la situación como la satisfacción del usuario, que denota la evaluación general de un producto específico durante un transcurso de tiempo. Es una encarnación esencial del valor del producto, afectado por el sentimiento, la reacción interna y la percepción. Para conservar una alta ventaja competitiva en el mercado global, la tarea principal de las empresas es cumplir con las necesidades o requisitos de los clientes y lograr la satisfacción del cliente (Siqi et al., 2022).

De acuerdo a la Organización Panamericana de la Salud (OPS), la satisfacción del usuario es una vivencia racional o cognitiva resultante de la comparación entre las expectativas y el rendimiento de un producto o servicio. Depende de una serie de componentes, como las experiencias anteriores, las perspectivas y reacciones de otros clientes y la propia empresa. Por consiguiente, la satisfacción varía de una persona a otra (Hernández et al., 2021). Por otro lado, la satisfacción depende de las perspectivas, las necesidades personales y los productos. Por lo tanto, los niveles de satisfacción que mantiene cada persona son diversos así sean atendidos en la misma empresa (Montalvo et al., 2020). La satisfacción del usuario se ha convertido en una de las principales prioridades para las organizaciones que requiera mantener vínculos a largo plazo con su clientela y actualmente se considera fundamental para las empresas (Kiseleva et al., 2016).

Además, es la satisfacción o insatisfacción que surge al comparar el resultado obtenido de un producto o servicio con el valor que se espera del mismo. Son muchos los estudios que se han realizado sobre la satisfacción del usuario y en ellos han establecido modelos que se dividen en macro y micromodelos con el

fin de evaluar profundamente la satisfacción (Tinggui et al., 2020). En efecto, el grado de satisfacción del usuario se mide mediante la diferencia existente entre la expectativa y su percepción, por tanto, las actitudes que muestran los empleados administrativos del sector público dependerán de la satisfacción o insatisfacción de los usuarios, quien se reflejará a través de quejas, reclamos y denuncias (La Torre et al., 2018).

En cuanto a la importancia de la satisfacción, se tiene que un cliente satisfecho repite su compra y atrae a más clientes, lo que se convierte en beneficio para la empresa. Asimismo, la satisfacción del cliente y la confianza tienen un mayor impacto en el servicio al cliente que la confianza. A mayor satisfacción, más recomendaciones positivas y confianza (Guadarrama y Rosales, 2015). Los usuarios son cada vez más importantes para las organizaciones, siendo sus principales objetivos mantener satisfecho y emotivo a las personas, así se mantiene con ellos a largo plazo (Mejías et al., 2018). Se dice que la satisfacción del usuario es uno de los criterios importantes para justificar el éxito de una empresa (Subiyakto et al., 2016). Por otro lado, la insatisfacción se relaciona con las omisiones en el proceso de consulta, con el maltrato por parte del personal administrativo y con la percepción de mala calidad de atención (La Torre et al., 2018).

Las empresas que se centran en mantener a los clientes desarrollan mejores estrategias que serán beneficiosas en un futuro al ver que las personas se mantienen adquiriendo sus servicios o productos. Así, mantendrán satisfechos a los usuarios (Guadarrama y Rosales, 2015). Seguidamente, se expondrán las dimensiones de la variable satisfacción del usuario, las cuales son: rendimiento percibido: se define como la eficacia en términos de proporcionar el valor que el cliente cree haber recibido después de comprar el producto o servicio. En efecto, son las percepciones que tiene el cliente del producto o servicio obtenido. Expectativas: este término se utiliza de forma indistinta con dos significados distintos: lo que el cliente cree que está recibiendo y lo que el cliente quiere adquirir (Reyes y Veliz, 2021).

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

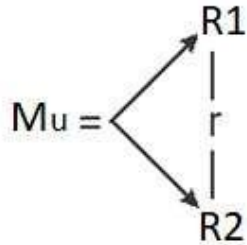
El presente trabajo de investigación fue de tipo básico, ya que su fin fue extender y ahondar conocimientos que ya existen sobre la actitud laboral y la satisfacción que sienten los usuarios al recibir un servicio. Para ello, se debe indagar teorías que sirvan como base al momento de analizar y mejorar los conocimientos (Carrasco, 2015).

Asimismo, fue de enfoque cuantitativo, puesto que tuvo como finalidad examinar información estadística sobre las variables actitud laboral y satisfacción del usuario. De esta manera, se pudo comprobar las hipótesis de la investigación, por medio de una muestra que ayudará para que los resultados sean veraces y cuantificables (Hernández y Mendoza, 2018). También fue descriptivo-correlacional, ya que buscó determinar características de las variables y evaluar la relación entre ellas (Hernández Sampieri et al., 2018). En cuanto al diseño de investigación, fue no experimental. En este caso, no fue necesario controlar o maniobrar las variables, siempre y cuando los hechos hayan acontecido antes de realizar el estudio (Valderrama, 2015). También, fue de corte transversal, que se utilizó para realizar estudios de hechos y fenómenos de la realidad, en un momento determinado del tiempo (Carrasco, 2015).

Con respecto al nivel de investigación, fue correlacional. Hernández et al. (2014). citados en Gómez (2020). mencionan que tiene como fin comprobar, evidenciar o demostrar si existe o no asociación entre variables y para ello se debe efectuar los resultados, ya que a través de ellos se conoció si existe diversificación o no.

Figura 1

Esquema del diseño de investigación



En donde:

Mu= Muestra de estudio

R1 = Actitud Laboral

R2 = Satisfacción del usuario

r = Coeficiente de correlación

El modelo a utilizar fue el hipotético-deductivo, ya que luego de la formulación del problema se plantearon hipótesis a ser contrastadas luego de la revisión y análisis de los datos recabados durante el proceso investigativo (Valderrama, 2015).

3.2. Variables y operacionalización

Variable R1: Actitud laboral

Conceptualmente las actitudes laborales son un procedimiento dispuesto y continuo centrado en el bienestar de los empleados y todo su entorno, con énfasis en la toma de decisiones, la propiedad y la seguridad en el trabajo. Por otra parte, las actitudes laborales se definen como la predisposición de los comportamientos que fomenta el cumplimiento con la empresa, además, que promueve actitud positiva no solo en su trabajo sino en todos los ámbitos (Lapo y Bustamante, 2018).

En cuanto, a la definición operacional a la evaluación por medio de 3 dimensiones, componente cognitivo, que manejó los indicadores niveles de confianza en su labor y grado de valoración de su capacidad; componente afectivo, que trabajó con los indicadores grado de satisfacción con su labor y grado de satisfacción con los compañeros de trabajo; y componente conductual, de acuerdo a los indicadores participa en los grupos de trabajo y atiende bien a los compañeros, cuyo instrumento de medición fue un cuestionario ordinal en escala Likert, con las siguientes codificaciones: 1) Totalmente en desacuerdo, (2) En desacuerdo, (3) Indiferente, (4) De acuerdo, (5) Totalmente de acuerdo.

Variable R2: Satisfacción del usuario

Conceptualmente la satisfacción es una consecuencia de la percepción de la calidad, las expectativas y el valor, es el resultado de cómo el cliente evalúa la calidad y el valor del servicio (Reyes y Veliz, 2021).

Conociendo la operacionalidad a través de las dimensiones rendimiento percibido, cuyos indicadores son percepción del cliente y resultado del servicio, y expectativas, según los indicadores ofertas de la empresa y experiencias de los usuarios. Esta variable también se evaluó por medio de un cuestionario en forma ordinal en escala Likert, codificado así: 1= Muy insatisfecho, 2=Insatisfecho, 3=Regular, 4=Satisfecho, 5=Muy satisfecho.

3.3. Población, muestra y muestreo

3.3.1. Población

La población son conjuntos de personas limitadas y accesibles que podrán formar parte al momento de seleccionar la muestra. Esta debe cumplir con diversos criterios de preselección (Arias et al., 2016). Para la investigación se contó con la participación de 200 trabajadores de una Municipalidad Distrital de Lima, durante el año 2022.

Criterios de inclusión

Se incluyó solo al personal del área administrativa de una municipalidad.

Y personal administrativo que quiera participar voluntariamente.

Criterios de exclusión

Se excluyó al personal que no pertenezca al área de administración.

Y a los empleados que no quieran participar voluntariamente.

3.3.2. Muestra

La muestra son subconjuntos característicos de la población. Es característica porque muestra firmemente las particularidades de la población cuando se emplean las técnicas apropiadas del muestreo (Valderrama, 2015). La muestra estuvo conformada por 50 trabajadores administrativos de la municipalidad antes señalada.

3.3.3. Muestreo

Para la elección de la muestra de estudio, se trabajó con un muestreo no probabilístico intencional. Es un subgrupo de la población que el investigador escoge según sus criterios, ya que lo considera representativo (Hernández et al., 2014).

3.3.4. Unidad de análisis

Personal administrativo de una Municipalidad Distrital de Lima.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas

El presente estudio empleó como técnica para el recojo de información la encuesta. Consiste en un proceso que se usa para dar a conocer lo que las personas opinan sobre una situación o contextos (Hernández y Mendoza, 2018).

Instrumento

Se aplicó el cuestionario, que es un documento que se formula con una serie de interrogantes que se redactan de manera resumida y puntual, con la finalidad de

que se relacionen con la hipótesis de investigación para así afirmar o negar (Hernández y Mendoza, 2018).

Para la variable actitud laboral se expuso la escala de autoevaluación de las actitudes creada por Luis Meza en el año 2012, la cual pretendió evaluar las actitudes que mantiene el personal administrativo dentro de sus puestos de trabajo. Este instrumento consta de 3 dimensiones: componente cognitivo, componente afectivo y componente conductual, cada una conformada por 7 ítems, haciendo un total de 21 preguntas en escala Likert. Se dio un tiempo prolongado de 15 minutos para que los empleados respondan según su perspectiva.

En cuanto a la variable satisfacción del usuario, se aplicó un cuestionario para medir qué tan convencido está el empleado de haber realizado su labor y la satisfacción que le produjo al usuario. Este se elaboró en escala Likert, con los siguientes significados: 1= Muy insatisfecho, 2=Insatisfecho, 3=Regular, 4=Satisfecho, 5=Muy satisfecho. Estuvo conformado por un total de 21 preguntas según las dimensiones rendimiento percibido y expectativas, dando un período para que respondieran de 10 minutos. Este instrumento pasó por el juicio de expertos para su validación y la confiabilidad se evaluó cona través del alfa de Cronbach.

Validez y confiabilidad

Validez

Hace referencia a la precisión con la que los resultados de una evaluación reflejan la propiedad, la característica o los rasgos de medida. Existen diferentes grados de validez y hay que determinar el tipo de validez de una prueba. Para que los instrumentos sean validados, deben ser evaluados por jurados expertos académicos (Valderrama, 2015).

Confiabilidad

La confiabilidad del instrumento se determina mediante una prueba alfa de Cronbach para demostrar el grado de uniformidad de las preguntas del instrumento (Valderrama, 2015).

3.5. Procedimientos

Para la aplicación de los instrumentos, se pidieron los permisos pertinentes en una Municipalidad Distrital de Lima, durante el año 2022. Una vez concedida la autorización, se dialogó con el personal administrativo que participó en el estudio para explicarle de que trato la investigación. Aclarando las dudas de lo que fue el estudio, los empleados pudieron negarse o acceder a participar. Luego de ello, se aplicaron los instrumentos y los datos recolectados se colocaron en tablas de Excel para proceder a pasarlos al programa estadístico SPSS versión 26, donde se analizaron e interpretaron en tablas y gráficos.

3.6. Métodos de análisis de datos

En el presente trabajo de investigación se usó el método descriptivo, que permitió describir datos sobre las variables que se estudiaron y sus dimensiones. Además, el método inferencial permitió comprobar las hipótesis expuestas, es decir, medir si existe o no correlación entre variables. La información descrita en los cuestionarios fue organizada en una hoja electrónica y se utilizó en el software estadístico SPSS v.26 a fin de realizar los diferentes análisis estadísticos. El tamaño de la muestra de estudio fue de 50 participantes.

3.7. Aspectos éticos

La investigación se elaboró respetando los derechos de autor y toda cita expuesta contuvo con sus respectivas referencias. Además, se basó en la ética de la beneficencia, es decir, no se expuso a ningún participante, sino todo lo contrario, se protegió y defendió sus derechos y opiniones respecto al tema investigado. En cuanto a la ética y no maleficencia, no se causó ningún daño físico ni psicológico a personas y a entidades. Se debió actuar con rectitud, honradez y honestidad. Así mismo, prevaleció el Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo, publicado a través de la Resolución de Consejo Universitario N° 0262-2020/UCV, en todos sus capítulos, artículos y considerandos.

IV. RESULTADOS

Resultados descriptivos

Variable 1: Actitud laboral

Tabla 1

Frecuencia y porcentaje de la variable 1 actitud laboral

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Deficiente	6	12,0	12,0	12,0
Regular	31	62,0	62,0	74,0
Bueno	13	26,0	26,0	100,0
Total	50	100,00	100,00	

Como se muestra en la tabla 1, la variable actitud laboral se encontró dentro de un nivel medio de acuerdo con el 62% del total de personas que respondieron. A su vez, el 26% indicó que se encontraba dentro del nivel alto, mientras que un 12% respondió que se encontraba en un nivel bajo. Por tanto, en cuanto a sus dimensiones prevalece un desarrollo parcial del componente cognitivo, en torno a niveles de confianza en su labor y grado de valoración de su capacidad. Asimismo, en cuanto al desenvolvimiento del componente afectivo, incorporan el grado de satisfacción con su labor y grado de satisfacción con los compañeros de trabajo. Por último, en cuanto al desarrollo del componente conductual, parcialmente se aplican la participación en los grupos de trabajo y buena atención a los compañeros.

Variable 2: satisfacción del usuario

Tabla 2

Frecuencia y porcentaje de la variable 2 satisfacción del usuario

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Deficiente	4	8,0	8,0	8,0
Regular	30	60,0	60,0	68,0
Bueno	16	32,0	32,0	100,0
Total	50	100,00	100,00	

Como se muestra en la tabla 2, la variable satisfacción del usuario se encontró dentro de un nivel medio de acuerdo con el 60% del total de personas que respondieron. Asimismo, el 32% señaló que se encontraba dentro del nivel alto, mientras que un 8% respondió que se encontraba en un nivel bajo. De tal modo, entre sus dimensiones resalta que en el rendimiento percibido de la satisfacción del usuario prevalece mayormente la percepción del cliente y el resultado del servicio. Por otro lado, en cuanto a las expectativas de la satisfacción del usuario, mayormente, no se acoplan a las ofertas de la empresa y las experiencias de los usuarios.

Resultados inferenciales

En las pruebas estadísticas inferenciales, se realizó la contrastación de hipótesis para determinar qué tan confiable es la correlación de las variables y dimensiones, evaluando las hipótesis. Por tanto, la aplicación del coeficiente Rho de Spearman contribuye a correlacionar bajo un grado de medición ordinal los sujetos de estudio de la muestra en torno a sus rangos (Hernández et al., 2018).

Tabla 3 Grado de correlación y nivel de significancia entre la variable 1 actitud laboral y variable 2 satisfacción del usuario

		Variable 1: Actitud laboral	Variable 2: Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Variable 1: Actitud laboral	1,000	,511**
	Coeficiente de correlación	.	,000
	Sig. (bilateral)	50	50
	Variable 2: Satisfacción del usuario	,511**	1,000
	N	,000	.
		50	50

De acuerdo a los resultados, cuando el grado de significancia sea menor a 0.05, se tomará como válida la hipótesis alterna, pero cuando sea lo contrario se tomará la hipótesis nula. En tal sentido, la tabla 4 representa un importe ($p=0.000$) inferior a 0.05, se acepta la hipótesis alterna (H1) y se rechaza la hipótesis nula (H0), emanando de esta manera un vínculo directo, positivo y significativo de la actitud laboral del personal administrativo y la satisfacción del usuario de una municipalidad de Lima, 2022. Por su parte, el estadístico de correlación fue $Rho=0,511$, destacando una relación positiva moderada entre ambas variables.

Prueba de hipótesis específica 1

Tabla 4 Grado de correlación y nivel de significancia entre la dimensión 1 componente cognitivo y variable 2 satisfacción del usuario

			Dimensión 1: Componente cognitivo	Variable 2: Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Dimensión 1: Componente cognitivo		1,000	,520 ^{**}
		Coefficiente de correlación	.	,000
		Sig. (bilateral)	50	50
	Variable 2: Satisfacción del usuario		,520 ^{**}	1,000
		N	,000	.
			50	50

La tabla 5 presenta el nivel de correlación de la dimensión componente cognitivo de la variable actitud laboral y la satisfacción del usuario, que alcanzó un $Rho=0,520$, conllevando a un vínculo positivo moderado. Con un importe ($p=0.000$) menor a 0.05, se acepta la hipótesis alterna (H1), afirmándose que prevalece una conexión del componente cognitivo del personal administrativo basado en los niveles de confianza en su labor y el grado de valoración de su capacidad en torno a la satisfacción del usuario de la municipalidad distrital de Lima durante el año 2022.

Prueba de hipótesis específica 2

Tabla 5 Grado de correlación y nivel de significancia entre la dimensión 2 componente afectivo y variable 2 satisfacción del usuario

		Dimensión 2: Componente afectivo	Variable 2: Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Dimensión 2: Componente afectivo	1,000	,364**
		Coeficiente de correlación	,009
		Sig. (bilateral)	50
	Variable 2: Satisfacción del usuario	,364**	1,000
		N	,009
		50	50

La tabla 6 refleja que el nivel de correlación de la dimensión componente afectivo de la variable actitud laboral y la satisfacción del usuario alcanzó un $Rho=0,364$, conllevando a un vínculo positivo bajo. Además, con un importe ($p=0.009$) menor a 0.05, se acepta la hipótesis alterna (H1), afirmándose que prevalece una conexión del componente afectivo del personal administrativo sustentado en el grado de satisfacción con su labor y el grado de satisfacción con los compañeros de trabajo en torno a la satisfacción del usuario de una municipalidad distrital de Lima durante el año 2022.

Prueba de hipótesis específica 3

Tabla 6 Grado de correlación y nivel de significancia entre la dimensión 3 componente conductual y variable 2 satisfacción del usuario

		Dimensión 3: Componente conductual	Variable 2: Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Dimensión 3: Componente conductual	1,000	,454**
		Coeficiente de correlación	,001
		Sig. (bilateral)	50
	Variable 2: Satisfacción del usuario	,454**	1,000
		N	,001
		50	50

Interpretación:

La tabla 7 destaca que el nivel de correlación de la dimensión componente conductual de la variable actitud laboral y la satisfacción del usuario alcanzó un $Rho=0,454$, conllevando a un vínculo positivo moderado. Además, con un importe ($p=0.001$) menor a 0.05, se acepta la hipótesis alterna (H1), afirmándose que prevalece una conexión del componente conductual del personal administrativo sustentado en la participación en los grupos de trabajo y la atención buena a los compañeros en torno a la satisfacción del usuario de una municipalidad distrital de Lima durante el año 2022.

V. DISCUSIÓN

El objetivo general de la investigación fue, determinar la relación que existe entre la actitud laboral del personal administrativo y la satisfacción del usuario de una municipalidad de Lima, 2022, la hipótesis general fue la asociación entre la actitud laboral del personal administrativo y la satisfacción del usuario de una municipalidad de Lima, 2022, es significativa.

En ese sentido, hay concordancia con los resultados de Gopinath (2020) quien menciona que las actitudes laborales se hallan de acuerdo a los compromisos y nivel de participaciones de los colaboradores al asignarles tareas particulares, derivando en una calificación negativa o positiva en el desempeño de la entidad. Asimismo, encontró relación significativa entre la satisfacción laboral, la participación en el trabajo y el compromiso organizacional, por tanto, destaca la presencia de cinco factores como el trabajo, la supervisión, el salario, la promoción y el compañero de labores, los cuales representan las características más importantes de la actitud laboral sobre las cuales los empleados tienen opiniones emocionales para optimar el compromiso organizacional en la entidad.

De forma similar, Hsiang et al. (2020) señalaron que la comunicación y capacitación mejoran las actitudes laborales positivas de los colaboradores. Por tanto, en relación a los trabajadores, para mantener una actitud laboral positiva en su entorno de trabajo, deben proporcionar suficientes capacitaciones, fomentando la comunicación constante con sus jefes inmediatos y su entorno operacional. Asimismo, encontró que las actitudes generales de los supervisores hacia la educación y capacitación policial tienen un efecto moderador significativamente positivo en la asociación entre la efectividad de la educación, la capacitación y las actitudes laborales de la policía.

Desde otro ángulo, de acuerdo a lo expuesto por Cordero et al. (2020) los empleados mantienen una actitud laboral asociada a los caracteres afectivos, como las emociones que siente una persona. Además, por el lado cognitivo, se particulariza por las cantidades y calidad de información que reflejan al instante de ofrecer una atención. En consecuencia, sus hallazgos concuerdan y derivan que la

presencia de factores de cultura organizacional como el involucramiento, la consistencia, la adaptabilidad y la misión fueron elevados y están enfocados hacia la orientación y dirección del equipo de trabajo, como también a las estrategias para mostrar una actitud positiva frente a los clientes.

De igual forma, Steffanell et al. (2017) determinaron en sus hallazgos que la satisfacción del usuario y sus dimensiones estimulación Laboral, trabajo en grupo, condición de bienestar y contenido de la tarea hacen reflejar en los individuos estudiados un incremento en sus expectativas por los servicios ofrecidos cuando son óptimos. No obstante, concuerdan que en el caso de los empleados la actitud laboral debe ser corregida a fin de incrementar la satisfacción del clientes, específicamente en el sector hotelero, el cual demanda de una atención oportuna que deriva de colaboradores comprometidos con la actitud laboral positiva.

Igualmente, la propuesta teórica de Bandura (1977) citado por Jara et al., (2018) destaca que la gran parte de los comportamientos de los individuos se aprecia visualizando los modelos que aplican los demás en su cotidianidad, traspasando sus actitudes y valores. En el caso de la actitud laboral, influye la conducta y el entorno donde se desempeña laboralmente, resaltando una concordancia, puesto que una actitud positiva dará como resultado un trato favorable hacia el cliente, pero, por el contrario, si la actitud es negativa, conlleva a rechazos y hostilidades que genera un efecto grave en la reputación de la entidad.

Por otro lado, en cuanto a la satisfacción del usuario, de acuerdo a la teoría de Morillo y Morillo (2017) luego de prestarse una actividad de servicio, se debe analizar las expectativas de los clientes con el propósito de conocer si es positiva o por el contrario negativa, lo cual conlleva en esta última a aplicar los correctivos necesarios para reforzar la calidad y atención de los servicios. Aunado la teoría de Reyes y Veliz (2021) describen que la satisfacción del usuario está compuesta por las percepciones sobre calidad y la valoración que le dan los clientes a los servicios brindados en un determinado momento.

El objetivo específico uno fue determinar la relación que existe entre el componente cognitivo del personal administrativo y satisfacción del usuario, y la hipótesis específica 1 fue la relación entre el componente cognitivo del personal administrativo y satisfacción del usuario es significativa. En concordancia con estos resultados, Vílchez (2018) expuso que las empresas realizan escasas actividades con el componente cognitivo con el fin de mejorar el trato con sus empleados, sin embargo, la convivencia entre los compañeros ha derivado a que se sientan motivados, pero la actitud laboral ha sido baja, por tanto, señala que se debe reforzar el estudio de las emociones y pulsiones no conscientes, las conductas observables, la analítica de los procedimientos y el contexto sociocultural de la entidad.

De igual forma, Murayari (2018) describió que los conflictos del componente cognitivo en la actitud laboral han sido bajos puesto que involucran capacitaciones y mejoras de innovación de tipo educativo, direccionadas a las reformas curriculares como también a la optimización de la cultura organizacional en la institución educativa abordada. Además, prevalece aspectos como las reacciones de la comunidad educativa, espacio, tiempo, empleo de medios materiales y humanos y la aplicación de valores, lo cual está elevando el grado de actitud laboral en los sujetos de indagación.

Asimismo, Chávez et al. (2017) afirmaron en sus hallazgos que el componente cognitivo en la actitud laboral debe actualizar las políticas del talento humano con el propósito de poder lograr los objetivos de la entidad. Además, al momento de reforzar esta dimensión para un mejor rendimiento se debe capacitar a cada uno de los colaboradores para que se acoplen al compromiso organizacional y puedan cumplir con las actividades asignadas de forma productiva, añadiendo el arraigo emocional, social e intelectual en sus labores, lo cual se traducirá en mejores resultados para elevar la satisfacción de las necesidades de los usuarios en un momento dado.

En cuanto a la propuesta teórica de Dobrowolska et al. (2020) la dimensión cognitiva de la actitud laboral representa las percepciones objetivas de los trabajadores. El componente cognitivo implica el recurso del conocimiento humano

y las creencias resultantes sobre el objeto de la actitud. Por tanto, contribuye a desarrollar sentimiento de amenaza, percibido como un mecanismo, además de experimentar preocupaciones sobre los efectos de amenazas existentes o potenciales. También, implica tanto un aspecto emocional al experimentar emociones negativas, las atribuciones y la retrospección, favoreciendo a optimar la satisfacción de los usuarios ante los servicios que demande de una entidad.

El objetivo específico dos fue determinar la relación que existe entre el componente afectivo del personal administrativo y satisfacción del usuario y la hipótesis específica 2 la relación entre el componente afectivo del personal administrativo y satisfacción del usuario es significativa. En tal sentido, existe concordancia con los resultados de Sathyanarayan y Latha (2018) quienes afirmaron en sus resultados que, mientras mayor sea el compromiso de los trabajadores como componente afectivo, mejores serán los beneficios que tendrá el entorno laboral. No obstante, involucra la motivación hacia la actitud del trabajo para predecir la satisfacción laboral, el desempeño de los empleados y la intención de rotación. Como se desprende de este estudio, la satisfacción laboral genera un fuerte impacto negativo sobre la intención de rotación. En otros términos, significa que tiene una relación negativa. Además, no guarda relación con la satisfacción del usuario por los servicios ofrecidos.

Por otro lado, los hallazgos de Alhelalat et al. (2017) reflejan que tanto los aspectos funcionales como los personales del comportamiento de los trabajadores fomentan la satisfacción del usuario, con una mayor contribución de los aspectos personales sobre los funcionales. Por tanto, el componente afectivo de acuerdo a lo abordado será positivo para la entidad cuando el trabajador tenga una actitud laboral abierta a la resolución de las solicitudes de los clientes, pero si pasa lo contrario sus efectos afectarán drásticamente la satisfacción de los usuarios a los cuales se les ofrece algún servicio en particular. Por tanto, recomiendan a los gerentes de las empresas de servicio que adopten programas de refuerzo que mejoren los aspectos funcionales, personales y afectivos de sus empleados, lo cual le permitirá en un futuro el éxito empresarial.

Desde otra perspectiva, en cuanto a la propuesta teórica de Dobrowolska et al. (2020) la dimensión afectiva de la actitud laboral representa los sentimientos de agrado o desagrado hacia el objeto de la actitud. Este componente forma las conductas y disminuye las cogniciones y reacciones, por tanto, se manifiesta en una actitud emocional hacia el cumplimiento de las normas de seguridad y contiene sentimientos positivos o negativos hacia el objeto de la actitud. Además, incluye los principios sobre los cuales el empleador notifica a los trabajadores sobre los riesgos relacionados con el trabajo, sobre la participación de los servicios y superiores competentes en los procesos de minimización de riesgos, y sobre las formas de protección frente a sus consecuencias. Por tanto, su enfoque a la satisfacción del usuario es relativamente bajo.

Por último, el objetivo específico tres fue determinar la relación que existe entre el componente conductual del personal administrativo y satisfacción del usuario y la hipótesis específica 3 la relación entre el componente conductual del personal administrativo y satisfacción del usuario es significativa. En contraste, Lapo (2018) difiere con el componente conductual de la actitud laboral, puesto que la relaciona con el compromiso organizacional, mostrando que la empresa es quien se encarga de educar y supervisar al personal para que maneje actitudes efectivas y transmitir las al momento de atender a los clientes. Asimismo, las actitudes de los trabajadores de modo positivo, su satisfacción y compromiso afectivo en la entidad afectan de manera significativa el comportamiento con los usuarios. De tal modo, sus hallazgos recomiendan optimar el clima organizacional, a fin de que sea ideal y se generen actitudes laborales positivas en los trabajadores.

Los hallazgos de Gopinath (2020) concuerdan con la investigación al destacar que el aporte de los empleados es una contribución positiva a su respectiva organización, conduce y aumenta la eficacia, al lograr que el componente conductual genere satisfacción en los usuarios a los que se les brinda una servucción. De tal manera, se considera un componente decisivo para la existencia de las organizaciones y tiene varios resultados, como la productividad y el rendimiento general.

Por otro parte, en cuanto a la propuesta teórica de Dobrowolska et al. (2020) la dimensión conductual de la actitud laboral involucra actividades de control y abstención de acciones de riesgo durante el trabajo y procesos cognitivos como la observación y el análisis intensificados de la situación de trabajo. Tal es el caso de la necesidad de atención continua y creciente frente a las amenazas físicas presentes en el entorno de trabajo, atención a los usuarios creciente cuando realizan trabajos en los que las omisiones y los errores dan lugar a la creación de una situación de amenaza para uno mismo o para los demás, representando de cierta forma un aspecto que afecta de manera positiva o negativa la satisfacción de los usuarios.

VI. CONCLUSIONES

Primera: en torno al objetivo general de determinar la relación que existe entre la actitud laboral del personal administrativo y la satisfacción del usuario de una municipalidad de Lima, 2022, destacando una relación positiva moderada entre ambas variables. Por tanto, el vínculo entre la actitud laboral del personal administrativo y la satisfacción del usuario es directo, positivo y significativo; Fue comprobado mediante el estadístico RHO – Sperman.

Segunda: en relación al objetivo específico uno de determinar la relación que existe entre el componente cognitivo del personal administrativo y la satisfacción del usuario de una municipalidad de Lima, 2022, se alcanzó una relación positiva moderada. De tal modo, el vínculo entre el componente cognitivo de la variable actitud laboral del personal administrativo y la variable satisfacción del usuario es directo, positivo y significativo.

Tercera: en torno al objetivo específico dos de determinar la relación que existe entre el componente afectivo del personal administrativo y la satisfacción del usuario de una municipalidad de Lima, 2022, relación positiva baja. De tal forma, el vínculo entre el componente afectivo de la variable actitud laboral del personal administrativo y la variable satisfacción del usuario es directo, positivo y significativo.

Cuarta: con base al objetivo específico tres de determinar la relación que existe entre el componente conductual del personal administrativo y la satisfacción del usuario de una municipalidad de Lima, 2022, relación positiva moderada. Por tanto, el vínculo entre el componente conductual de la variable actitud laboral del personal administrativo y la variable satisfacción del usuario es directo, positivo y significativo.

VII. RECOMENDACIONES

Primera: A los directivos Gerencia Talento Humano de la municipalidad, fomentar las capacitaciones para optimizar la actitud laboral en los colaboradores que forman parte de esta, puesto que, mientras más positiva sea, mejores resultados brindarán a la institución.

Segunda: A directivos Gerencia Implementar un formulario de sugerencias con un enfoque de retroalimentación interna y mejora del servicio al ciudadano, en cada sub Gerencia y/o Jefatura. Competente, Esto repercute de manera positiva a la satisfacción del usuario, dado que se pueden aplicar y adaptar de manera practica a nivel operacional soluciones amigables.

Tercera: Al personal directivo sub Gerencia y/o Jefatura, fomentar sobre los colaboradores la iniciativa individual de manejar una actitud flexible y abierta con relación a la satisfacción de los usuarios de la institución, así mismo Llevar a cabo diferentes dinámicas de integración con el propósito de mejorar el equipo de trabajo, fomentar la confianza en las labores y que exista una mayor satisfacción en el trabajo.

Cuarta: A la dirección Gerencia Municipal, Definir objetivos organizacionales para mejorar la satisfacción de los usuarios sobre problemáticas en común a través de mesas de trabajo. Esto conllevará a generar una actitud positiva en los colaboradores de la municipalidad. También fomentar la investigación social en la institución sobre la satisfacción de los usuarios, tomando como fundamento la percepción de estos, los resultados y las experiencias de los servicios ofrecidos.

REFERENCIAS

- Abun, D., Alvi, L., Magallanes, T. & Joy, M. (2021). Attitude toward the Work and Its Influence on the Individual Work Performance of Employees: Basis for Attitude Management. *Technium Soc. Sci*, 18(1), 378-394. <https://heinonline.org/HOL/LandingPage?handle=hein.journals/techssj18&div=33&id=&page=>
- Alhelalat, J., Habiballah, M. & Twaissi, N. (2017). The impact of personal and functional aspects of restaurant employee service behaviour on customer satisfaction. *International Journal of Hospitality Management*, 66(1), 46-53. <https://www-sciencedirect-com.unmsm.lookproxy.com/science/article/abs/pii/S0278431916304236>
- Anindita, S. & Hardjo, N. (2021). Knowledge, Attitude, and Practice in Indonesian Health Care Workers Regarding COVID-19. *Sage journals*, 33(5), 363-365. <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/10105395211011017>
- Arguello, G., Uribe, J. y Valdivieso, M. (2017). Relación entre capacitación y actitud hacia los riesgos laborales en el sector construcción del área metropolitana de Bucaramanga. *Investigación y desarrollo*, 9(1), 14-26. <https://www.udi.edu.co/revistainvestigaciones/index.php/ID/article/view/109/122>
- Arias, J., Villasís, M. y Miranda, M. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Alergia México*, 63(2), 201-206. <http://revistaalergia.mx/ojs/index.php/ram/article/view/181/309>
- Ashfaq, A., Hazrat, B., Palwasha, B. & Jawad, H. (2020). Empirically Investigating the Moderating Impact of Special Peer Support on the Relationship of Management Support and Employee Work Attitude. *Review of Education, Administration and Law (REAL)*, 3(3), 411-419. <http://real.spcrd.org/index.php/real/article/view/86/103>
- Braga, N., Martiniano, S., Medeiros, A., Cavalcanti, Y. (2021). User satisfaction with Dental Specialty Centers in Brazil: Proposal of satisfaction index and

- associated factors. *Community Dentistry and Oral Epidemiology*, 50(1), 67-73. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/cdoe.12718>
- Calle, M. (2021). La motivación del talento humano y su relación con la atención al ciudadano en un gobierno local de Lima, Perú, 2017. *Data industrial*, 24(2), 1-12. <https://www.redalyc.org/journal/816/81669876010/html/>
- Carrasco, S. (2015). *Metodología de la investigación científica*. (2° ed). Editorial: San Marcos.
- Castillo, R., Cárdenas, M. y Palomino, G. (2020). Calidad del servicio municipal desde la perspectiva del ciudadano. *Ciencia latina*, 4(2), 898-913. <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/download/130/108/>
- Charaja, Y. y Mamani, J. (2015). Satisfacción laboral y motivación de los trabajadores de la dirección regional de comercio exterior y turismo - Puno - Perú, 2013. *Comunicación*, 5(1), 5-13. <https://www.redalyc.org/pdf/4498/449844867001.pdf>
- Chávez, L., Grijalba, M., Barcenás, D., Matabanchoy, S. y Zambrano, C. (2017). Actitudes hacia la calidad de vida laboral en trabajadores control de vía de transporte urbano. *Tendencias*, 18(2), 69-85. <http://www.scielo.org.co/pdf/tend/v18n2/v18n2a05.pdf>
- Cherian, J., Gaikar, V., Raj, P. & Pech, R. (2021). Corporate Culture and Its Impact on Employees' Attitude, Performance, Productivity, and Behavior: An Investigative Analysis from Selected Organizations of the United Arab Emirates (UAE). *Innov. Technol. Mark. Complex*, 7(1), 45-57. <https://www.mdpi.com/2199-8531/7/1/45/htm>
- Cordero, K., Injoque, M., Planas, C., Sauñe, M. y Santisteban, J. (2020). *El impacto de la cultura organizacional sobre la actitud al cambio de los colaboradores en una empresa del sector retail en Perú*. [Tesis de Magister, Universidad del pacífico]. Repositorio institucional. https://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/3130/CorderoKarla_Tesis_maestria_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Diegong, G., Abdulai, A. & Eliasu, A. (2019). Attitude and perception of academic and administrative staff towards progression in higher institutions of learning

- in ghana. *Asian Journal of Contemporary Education*, 3(1), 15-27.
<https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1265999.pdf>
- Dobrowolska, M., Sieradzka, M. & Kozuba, J. (2020). Safety Attitude as a Predictor of the Sense of Threat in the Workplace, Using the Example of Airport Ground Staff. *Sustainability*, 12(6569), 1-11. <https://www.mdpi.com/2071-1050/12/16/6569>
- Febres, R. & Mercado, M. (2020). Patient satisfaction and quality of care of the internal medicine service of hospital Daniel Alcides Carrión. Huancayo – Peru. *Human medicine*, 20(3), 397-403.
http://www.scielo.org.pe/pdf/rfmh/v20n3/en_2308-0531-rfmh-20-03-397.pdf
- Fernández, M., Visbal, O., Duran, S. y Badde, G. (2019). Calidad de la comunicación y actitud de los empleados ante procesos de cambio organizacional. *Interdisciplinaria*, 36(1), 155-170.
<https://www.redalyc.org/journal/180/18060087011/html/>
- Fontalvo, T., De la Hoz, E. y De la Hoz, E. (2020). Método de evaluación de la calidad del servicio de una unidad de atención al usuario en una empresa de servicio de agua en Colombia. *Inf. Tecnol*, 31(4), 27-34.
<https://www.scielo.cl/pdf/infotec/v31n4/0718-0764-infotec-31-04-27.pdf>
- Gómez, E. (2020). Análisis correlacional de la formación académico-profesional y cultura tributaria de los estudiantes de marketing y dirección de empresas. *Universidad y sociedad*, 12(6), 478-483.
<http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n6/2218-3620-rus-12-06-478.pdf>
- Gopinath, R. (2020). Role on employees' attitude in work place. *Gedrag & organisatie*, 33(2), 1461-1475.
http://14.139.186.108/jspui/bitstream/123456789/31794/1/1_Article_%20Gadreg%20%26%20Organasite.pdf
- Guadarrama, E., Rosales, E. (2015). Marketing relacional: valor, satisfacción, lealtad y retención del cliente. análisis y reflexión teórica. *Ciencia y sociedad*, 40(2), 307-340. <https://www.redalyc.org/pdf/870/87041161004.pdf>
- Hernández, L., León, C., Miranda, A. y Hernández, L. (2021). Satisfacción de usuarios como indicador de calidad de los servicios de enfermería, Clínica

- Central Cira García. *ECIMED*, 37(4), 1-23.
<http://www.revenfermeria.sld.cu/index.php/enf/article/view/5186#:~:text=Conclusiones%3A%20Se%20identific%C3%B3%20desde%20la,la%20dimensi%C3%B3n%20capacidad%20de%20respuesta>.
- Hernández, R. y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Editorial Me Graw Hill.
http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/SampieriLasRutas.pdf
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. (6a. ed.). Mc Graw Hill Education
- Hora, G., Ribas Júnior, R., & Souza, M. (2018). State of the art of job satisfaction measures: a systematic review. *Trends in Psychology*, 26, 971-986.
<https://www.scielo.br/j/tpsya/xbTN7gyT3zdVRVJDBrN7Pgf/abstract/?lang=en>
- Hsiang, Y., Jui, K., Rui, K. & Cheng, C. (2020). How to Shape the Employees' Sustainable Work Attitude: The Moderating Effect of Supervisor Attitudes. *Sustainability*, 12(20), 8331-8345. <https://www.mdpi.com/2071-1050/12/20/8331/htm>
- Huiwen, L., Mingyun, H. & Melody, C. (2020). Leader Unethical Pro-Organizational Behavior and Employee Unethical Conduct: Social Learning of Moral Disengagement as a Behavioral Principle. *Sage journals*, 48(2), 1-10.
<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0149206320959699>
- Intan, A., Muhammad, S., Bibi, M. y Mohd, S. (2014). Impact of service and food quality on customer satisfaction among generation y for the fast food restaurant in Malaysia. *International Journal of Information, Business and Management*, 8(1), 51-66. <https://acortar.link/RybNMO>
- Jara, M., Olivera, M. y Yerren, E. (2018). Teoría de la personalidad según Albert Bandura. *JANG*, 7(2), 22-35.
<https://revistas.ucv.edu.pe/index.php/jang/article/view/1510>

- Kiseleva, J., Hassan, A., Zitouni, I. (2016). Predicting User Satisfaction with Intelligent Assistants. *Conferences IR Proceedings*, 16(39), 45-54. <https://dl.acm.org/doi/abs/10.1145/2911451.2911521>
- La Torre, A., Oyola, A. y Quispe, M. (2018). Factores asociados al grado de satisfacción del usuario del consultorio externo de gastroenterología del Hospital Central de la Fuerza Aérea del Perú. Mayo, 2014. *Gerencia y políticas de salud*, 17(34), 1-10. <http://www.scielo.org.co/pdf/rgps/v17n34/1657-7027-rgps-17-34-00059.pdf>
- Lapo, M. (2018). *Influencia del Clima Organizacional en las Actitudes Laborales y en el Comportamiento Pro-social de los Profesionales de la Salud*. [Tesis de Doctorado, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio institucional. https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/12609/LAPO_INFLUENCIA_LABORALES_PROFESIONALES.pdf?sequence=6&isAllowed=y
- Lapo, M. y Bustamante, M. (2018). Incidencia del Clima Organizacional y de las Actitudes Laborales en el Comportamiento Prosocial de los Profesionales de la Salud del Guayas Ecuador. *Información tecnológica*, 29(5), 245-258. <https://www.scielo.cl/pdf/infotec/v29n5/0718-0764-infotec-29-05-00245.pdf>
- Mejias, A., Godoy, E. y Piña, R. (2018). Impacto de la calidad de los servicios sobre la satisfacción de los clientes en una empresa de mantenimiento. *Compendium*, 21(40), 1-15. <https://www.redalyc.org/journal/880/88055200020/88055200020.pdf>
- Montalvo, S., Estrada, E. y Mamani, H. (2020). Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Hospital Santa Rosa de Puerto Maldonado. *Ciencia y desarrollo*, 23(2), 1-6. <https://revistas.uap.edu.pe/ojs/index.php/CYD/article/view/2085>
- Morillo, M. y Morillo, M. (2017). Satisfacción del usuario y calidad del servicio en alojamientos turísticos del estado Mérida, Venezuela. *Ciencias sociales*, 22(2), 111-131. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28049145009>

- Murayari, I. (2018). *Cultura Organizacional y Actitud de los Trabajadores de la Institución Educativa Primaria N° 60078 - Yraida Rojas Regra - Pebas -2016*. [Tesis de magister, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio institucional. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/30179/murayari_pi.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Peña, M., Díaz, G., Chávez, A. y Sánchez, C. (2016). El compromiso organizacional como parte del comportamiento de los trabajadores de las pequeñas empresas. *Administración y finanzas*, 9(5), 95-105. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2808147
- Ramírez, E., Maguiña, M. y Huerta, R. (2020). Actitud, satisfacción y lealtad de los clientes en las Cajas Municipales del Perú. *RETOS*, 10(20), 1-18. <https://www.redalyc.org/journal/5045/504564380008/504564380008.pdf>
- Reyes, L. y Veliz, M. (2021). Calidad del servicio y su relación con la satisfacción al cliente en la empresa pública de agua potable del cantón Jipijapa. *Polo del conocimiento*, 6(4), 570-591. <https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/2586#:~:text=Concluy%C3%A9ndose%20que%20los%20factores%20importantes,inmediatista%20a%20las%20quejas%20y>
- Sarmiento, S. y Paredes, M. (2019). Percepción de la calidad de servicio del usuario interno en una institución pública. *Datos industriales*, 22(1), 95-103. <https://www.redalyc.org/journal/816/81661270006/html/>
- Sathyanarayan, K. & Latha, B. (2018). Effect of organizational commitment, motivation, attitude towards work on job satisfaction, job performance and turnover intention"- vuca perspective. *Journal of Management*, 5(4), 445457. <https://acortar.link/CcLEK4>
- Siqi, Y., Cai, X., Wang, Z., Zhang, Y., Luo, S. & Ma, J. (2022). Impact of gamification elements on user satisfaction in health and fitness applications: A comprehensive approach based on the Kano model. *Computers in Human Behavior*, 128(1), 1-16. <https://acortar.link/386326>

- Steffanel, I., Arteta, Y. y Noda, M. (2017). La satisfacción del cliente interno en pequeñas y medianas empresas hoteleras. *Ciencias Holguín*, 23(3), 1-13. <https://www.redalyc.org/pdf/1815/181552082003.pdf>
- Subiyakto, A., Ahlan, R., Kartiwi, M., Jaya, S. & Durachman, Y. (2016). The User Satisfaction Perspectives of the Information System Projects. *Indonesian Journal of Electrical Engineering and Computer Science*, 4(1), 215-223. http://learning.upnyk.ac.id/pluginfile.php/17114/mod_resource/content/1/The_User_Satisfaction_Perspectives_of_th.pdf
- Tinggui, C., Lijuan, P., Xiaohua, Y., Jing, R. & Cong, G. (2020). Analysis of User Satisfaction with Online Education Platforms in China during the COVID-19 Pandemic. *Healthcare*, 8(3), 200-215. <https://www.mdpi.com/2227-9032/8/3/200/htm>
- Valderrama, S. (2015). *Pasos para elaborar proyectos de investigación científica*. (5ta. Ed.). Editorial San Marcos.
- Vílchez, R. (2018). *Propuesta de un programa de desarrollo humano para mejorar la actitud de trabajadores, gerencia regional de transportes y comunicaciones – Lambayeque*. [Tesis de maestría, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio institucional. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/31851/vilchez_rr.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Villa, H., Cando, A., Alcoser, F. y Ramos, R. (2017). Estudio de los servicios públicos en la ciudad de Riobamba y la satisfacción de los usuarios. *3C empresa*, 6(4), 55-71. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6204896>
- Yang, C. & Deng, W. (2022). User-satisfaction framework for the development of shoes for the elderly in fuzzy environment., 12(1), 1-14. <https://acortar.link/OVVMnk>

ANEXOS

Anexo 1 Matriz de consistencia

TITULO: Actitud laboral del personal administrativo y satisfacción del usuario de una municipalidad de Lima, 2022																									
AUTOR: Juan Dennis Machado Paredes																									
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES / CATEGORÍAS Y SUBCATEGORÍAS																						
Problema principal:	Objetivo general:	Hipótesis general:	Variable 1: actitud Laboral (X) Variable 2: Satisfacción del usuario(Y)																						
¿Cuál es la relación que existe entre la actitud laboral del personal administrativo y satisfacción del usuario de una municipalidad de Lima, 2022?	Determinar la relación que existe entre la actitud laboral del personal administrativo y satisfacción del usuario de una municipalidad de Lima, 2022.	La relación entre la actitud laboral del personal administrativo y satisfacción del usuario de una municipalidad de Lima, 2022, es significativa	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Dimensiones</th> <th>Indicadores</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td>Niveles de confianza en su labor</td> </tr> <tr> <td>X1: Componente cognitivo</td> <td>Grado de valoración de su capacidad</td> </tr> <tr> <td>X2: Componente afectivo:</td> <td>Grado de satisfacción con su labor</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Grado de satisfacción con los compañeros de trabajo</td> </tr> <tr> <td>X3: Componente conductual</td> <td>Participa en los grupos de trabajo</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Atiende bien a los compañeros</td> </tr> <tr> <td>Y1: Rendimiento percibido</td> <td>Percepción del cliente</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Resultado del servicio</td> </tr> <tr> <td>Y2: Expectativas</td> <td>Ofertas de la empresa</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Experiencias de los usuarios</td> </tr> </tbody> </table>	Dimensiones	Indicadores		Niveles de confianza en su labor	X1: Componente cognitivo	Grado de valoración de su capacidad	X2: Componente afectivo:	Grado de satisfacción con su labor		Grado de satisfacción con los compañeros de trabajo	X3: Componente conductual	Participa en los grupos de trabajo		Atiende bien a los compañeros	Y1: Rendimiento percibido	Percepción del cliente		Resultado del servicio	Y2: Expectativas	Ofertas de la empresa		Experiencias de los usuarios
Dimensiones	Indicadores																								
	Niveles de confianza en su labor																								
X1: Componente cognitivo	Grado de valoración de su capacidad																								
X2: Componente afectivo:	Grado de satisfacción con su labor																								
	Grado de satisfacción con los compañeros de trabajo																								
X3: Componente conductual	Participa en los grupos de trabajo																								
	Atiende bien a los compañeros																								
Y1: Rendimiento percibido	Percepción del cliente																								
	Resultado del servicio																								
Y2: Expectativas	Ofertas de la empresa																								
	Experiencias de los usuarios																								
Problemas secundarios:	Objetivos específicos:	Hipótesis específicas:																							
¿Cuál es la relación que existe entre el componente cognitivo del personal administrativo y satisfacción del usuario?	Determinar la relación que existe entre el componente cognitivo del personal administrativo y satisfacción del usuario.	La relación entre el componente cognitivo del personal administrativo y satisfacción del usuario es significativa																							
¿Cuál es la relación que existe entre el componente afectivo del personal administrativo y satisfacción del usuario?	Determinar la relación que existe entre el componente afectivo del personal administrativo y satisfacción del usuario.	La relación entre el componente afectivo del personal administrativo y satisfacción del usuario es significativa																							
¿Cuál es la relación que existe entre el componente conductual del personal administrativo y satisfacción del usuario?	Determinar es la relación que existe entre el componente conductual del personal administrativo y satisfacción del usuario.	La relación entre el componente conductual del personal administrativo y satisfacción del usuario es significativa																							

TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN Y MUESTRA	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	ESTADÍSTICA A UTILIZAR
TIPO: Descriptivo correlacional	POBLACION: 200	Variable 1: Actitud Laboral Técnicas: Encuesta Instrumento: Cuestionario	Descriptiva: Frecuencias y porcentajes
DISEÑO: No experimental de corte transversal	MUESTREO No probabilístico por conveniencia	Autor: Luis Meza Año: 2012 Monitoreo: Ámbito de aplicación: Empleados	
METODO: Hipotético - Deductivo	TAMAÑO DE MUESTRA: 50	Forma de Administración: Presencial Variable 2: Satisfacción del Usuario Técnicas: Encuesta Instrumento: Cuestionario Autor: Propio Año: 2022 Monitoreo: Ámbito de aplicación: Empleados Forma de Administración: Presencial	Inferencial: Inferencial

Anexo 2 Matriz Operacional

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Variables e indicadores				
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	Rangos
Actitud Laboral	Las actitudes laborales es un procedimiento dispuesto y continuo centrado en el bienestar de los empleados y todo su entorno, con énfasis en la toma de decisiones, la propiedad y la seguridad en el trabajo (Lapo y Bustamante, 2018).	La operacionalización se realizará a través de sus 03 dimensiones evaluadas en la escala de Likert en 21 ítems	X1: Componente cognitivo	Niveles de confianza en su labor <u>Grado de valoración de su capacidad</u>	1-7	(1) Totalmente en desacuerdo (2) En desacuerdo (3) Indiferente (4) De acuerdo (5) Totalmente de acuerdo	Alto 85-105 Medio 50-84 Bajo 21-49
			X2: Componente afectivo	Grado de satisfacción con su labor <u>Grado de satisfacción con los compañeros de trabajo</u>	8-14		
			X3: Componente conductual	Participa en los grupos de trabajo <u>Atiende bien a los compañeros</u>	15-21		
Satisfacción del usuario	La satisfacción del usuario es una consecuencia de la percepción de la calidad, las expectativas y el valor, es decir, es el resultado de cómo el cliente evalúa la calidad y el valor del servicio (Reyes y Veliz, 2021).	La operacionalización se realizará a través de sus 02 dimensiones evaluadas en la escala de Likert en 21 ítems	Y1: Rendimiento percibido	Percepción del cliente <u>Resultado del servicio</u>	1-5 6-10	(1) Totalmente en desacuerdo (2) En desacuerdo (3) Indiferente (4) De acuerdo (5) Totalmente de acuerdo	Alto 85-105 Medio 50-84 Bajo 21-49
			Y2: Expectativas	<u>Ofertas de la empresa</u>	11-16		
				Experiencias de los usuarios	17-21		

Anexo 3

CUESTIONARIO



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Cuestionario actitud laboral

Lea con atención y de respuesta a las preguntas marcando con una "X" en un solo recuadro, teniendo en cuenta la siguiente escala de calificaciones, respecto a actitud laboral:

1= Totalmente en desacuerdo	2=En desacuerdo	3=Indiferente	4=De acuerdo	5= Totalmente de acuerdo
-----------------------------	-----------------	---------------	--------------	--------------------------

N°	ítems	1	2	3	4	5
	DIMENSION COMPONENTE COGNITIVO					
1	¿Pienso que mi trabajo es muy importante?					
2	¿La dirección planifica y organiza eficazmente las actividades laborales?					
3	¿La dirección establece controles adecuados a las actividades laborales?					
4	¿La dirección está abierta a nuevos métodos e ideas?					
5	¿Pienso que el trabajo se distribuye equitativamente?					
6	¿Los empleados de la organización realizan trabajo en equipo?					
7	¿El ambiente de trabajo está en buenas condiciones?					
DIMENSION COMPONENTE AFECTIVO						
8	¿Me siento muy presionado por mi trabajo?					
9	¿Las personas con la que trabajo son agradables?					
10	¿La comunicación es cordial y franca en el trabajo?					
11	¿Me agrada laborar en mi centro de trabajo ?					
12	¿Me gusta cómo se resuelven los problemas?					
13	¿Siento entusiasmo al realizar mi trabajo?					
14	¿El trabajo motiva mi desarrollo personal?					
DIMENSION COMPONENTE CONDUCTUAL						
15	¿Recibo orientación y capacitación adecuada para mi trabajo?					
16	¿Podemos expresar lo que se piensa acerca del trabajo?					
17	¿Estoy dispuesto a aprender y asumir responsabilidades?					
18	¿Llego temprano a mi centro laboral?					
19	¿Mi trato con las personas es cálido y amable?					
20	¿Elogio a los demás por sus participaciones?					
21	¿Escucho con atención e interés a los demás?					

Questionario satisfacción del usuario

Lea con atención y de respuesta a las preguntas marcando con una "X" en un solo recuadro, teniendo en cuenta la siguiente escala de calificaciones, respecto a cómo percibe la satisfacción de los usuarios:

		1= Muy insatisfecho	2=Insatisfecho	3=Regular	4=Satisfecho	5=Muy satisfecho
N°	ítems	1	2	3	4	5
	DIMENSION RENDIMIENTO PERCIBIDO					
1	¿Cómo considera Ud. que los usuarios se sienten respecto a la atención brindada?					
2	¿Cómo considera Ud. que evalúa el usuario, el desempeño del personal administrativo?					
3	¿Cómo considera Ud. que el usuario se siente en las instalaciones de la municipalidad?					
4	¿Cómo considera Ud. que evalúa el usuario, el desempeño el personal de la municipalidad?					
5	¿Cómo considera Ud. que sienten los usuarios, la atención respecto a otros municipios?					
6	¿cómo considera Ud. que se sienten los usuarios al cumplimiento de manera oportuna de los trámites gestionados en la municipalidad?					
7	¿cómo considera Ud. que se sienten los usuarios a la interacción con el personal administrativo?					
8	¿cómo considera Ud. que se sienten los usuarios Cuando se posibilita evitar errores, se anticipa a sus necesidades y reafirma fortalezas en pos del usuario?					
9	¿Cómo considera Ud. que siente el usuario al regresar por una información brindada con antelación?					
10	¿Cómo considera Ud. que evalúa el usuario la claridad y comprensibilidad de la información ?					
DIMENSION EXPECTATIVAS						
11	¿Cómo Considera Ud. que sienten los usuarios, a las expectativas de los servicios que ofrece la municipalidad?					
12	¿Cómo considera Ud. que evalúa el usuario, al realizar un trámite complejo, con niveles de resolución escalonada?					
13	¿Cómo condiera Ud. que siente el usuario, a la cortesía, empatía, paciencia que brinda el personal administrativo cuando visitan la municipalidad?					
14	¿Cómo considera Ud. Que siente el usuario, a Las facilidades que brinda la municipalidad para que tengan una buena experiencia en el servicio					
15	¿Cómo considera Ud. que siente el usuario a la acción de la municipalidad, de hacerse cargo de los inconvenientes que sucedan en los tramites que se efectúan?					
16	¿Cómo considera Ud. que siente el usuario al entorno digital de apoyo en los centros de servicio?					
17	¿Cómo considera Ud. que siente el usuario al tiempo de espera y atención de su trámite?					
18	¿cómo considera Ud. que siente el usuario, a la orientación visual de la municipalidad en sus trámites y servicios?					
19	¿cómo considera Ud que siente el usuario, sobre la comunicación de la municipalidad en sus centros de servicios, disposición de impresos, y plataformas tecnológicas y redes sociales?					
20	¿Cómo considera Ud. que siente el usuario ante la consulta y atención telefónica?					
21	¿Cómo percibe el usuario al trato personalizado por la naturaleza del caso?					

ANEXO 4

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

N°	Ítem	1 Pertinencia		2 Relevancia		3 Claridad		SUGERENCIAS
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
DIMENSION RENDIMIENTO PERCIBIDO								
1	¿Cómo considera ud. que los usuarios se sienten respecto a la atención brindada?	✓		✓		✓		
2	¿Cómo considera ud. que evalúa el usuario, el desempeño del personal administrativo?	✓		✓		✓		
3	¿Cómo considera ud. que el usuario se siente en las instalaciones de la municipalidad?	✓		✓		✓		
4	¿Cómo considera ud. que evalúa el usuario, el desempeño del personal de la municipalidad?	✓		✓		✓		
5	¿Cómo considera ud. que sienten los usuarios, la atención respecto a otros municipios?	✓		✓		✓		
6	¿cómo considera ud. que se sienten los usuarios al cumplimiento de manera oportuna de los trámites gestionados en la municipalidad?	✓		✓		✓		
7	¿cómo considera ud. que se sienten los usuarios a la interacción con el personal administrativo?	✓		✓		✓		
8	¿cómo considera ud. que se sienten los usuarios Cuando se posibilita evitar errores, se anticipa a sus necesidades y realfima fortalezas en pos del usuario?	✓		✓		✓		
9	¿Cómo considera ud. que siente el usuario al regresar por una información brindada con antelación?	✓		✓		✓		
10	¿Cómo considera ud. que evalúa el usuario, la claridad y comprensibilidad de la información?	✓		✓		✓		
DIMENSION EXPECTATIVAS								
11	¿Cómo Considera ud. que sienten los usuarios a la expectativas de los servicios que ofrece la municipalidad?	✓		✓		✓		
12	¿Cómo considera ud que evalúa el usuario, al realizar un trámite documentario complejo, con niveles de resolución escalonada?	✓		✓		✓		
13	¿Cómo considera ud. que siente el usuario, a la cortesía, empatía, paciencia que brinda el personal administrativo cuando visitan la municipalidad?	✓		✓		✓		
14	¿Cómo considera ud. Que siente el usuario a Las facilidades que brinda la municipalidad para que tengan una buena experiencia en el servicio	✓		✓		✓		
15	¿Cómo considera ud. que siente el usuario a la acción de la municipalidad, de hacerse cargo de los inconvenientes que suceden en los trámites que se efectúan?	✓		✓		✓		
16	¿Cómo considera ud. que siente el usuario al entorno digital de apoyo en los centros de servicio?	✓		✓		✓		
17	¿Cómo considera ud que siente el usuario al tiempo de espera y atención de su trámite?	✓		✓		✓		
18	¿cómo considera ud. que siente el usuario a la orientación visual de la municipalidad en sus trámites y servicios?	✓		✓		✓		
19	¿cómo considera ud que siente el usuario sobre la comunicación de la municipalidad, en sus centros de servicios, disposición de impresos, y plataformas tecnológicas y redes sociales?	✓		✓		✓		
20	¿Cómo considera ud. que siente el usuario ante la consulta y atención telefónica?	✓		✓		✓		
21	¿Cómo percibe el usuario al trato personalizado por la naturaleza del caso?	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): SUFICIENTE

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] NO Aplicable []


Apellidos y nombres del juez validador, DNI/MJ: Mg. GUERRA ISABEL SANCHEZ CRUZ DNI: 32953819

Especialidad del validador: GESTION PUBLICA

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

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

18 de 10 del 20 22


Firma del Experto Informante,
Especialidad

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

N°	Ítem	1 Pertinencia		2 Relevancia		3 Claridad		SUGERENCIAS
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
DIMENSION RENDIMIENTO PERCIBIDO								
1	¿Cómo considera ud. que los usuarios se sienten respecto a la atención brindada?	✓		✓		✓		
2	¿Cómo considera ud. que evalúa el usuario, el desempeño del personal administrativo?	✓		✓		✓		
3	¿Cómo considere ud. que el usuario se siente en las instalaciones de la municipalidad?	✓		✓		✓		
4	¿Cómo considera ud. que evalúa el usuario, el desempeño del personal de la municipalidad?	✓		✓		✓		
5	¿Cómo considera ud. que sienten los usuarios, la atención respecto a otros municipios?	✓		✓		✓		
6	¿Cómo considera ud. que se sienten los usuarios al cumplimiento de manera oportuna de los trámites gestionados en la municipalidad?	✓		✓		✓		
7	¿Cómo considera ud. que se sienten los usuarios a la interacción con el personal administrativo ?	✓		✓		✓		
8	¿Cómo considera ud. que se sienten los usuarios Cuando se permite evitar errores, se anticipa a sus necesidades y realimenta fortalezas en pos del usuario?	✓		✓		✓		
9	¿Cómo considera ud. que siente el usuario al regresar por una información brindada con antelación?	✓		✓		✓		
10	¿Cómo considera ud. que evalúa el usuario, la claridad y comprensibilidad de la información ?	✓		✓		✓		
DIMENSION EXPECTATIVAS								
11	¿Cómo Considera ud. que sienten los usuarios a la expectativa de los servicios que ofrece la municipalidad ?	✓		✓		✓		
12	¿Cómo considera ud que evalúa el usuario, al realizar un trámite documentario complejo, con niveles de resolución escalonada?	✓		✓		✓		
13	¿Cómo considera ud. que siente el usuario, a la cortesía, empatía, paciencia que brinda el personal administrativo cuando visitan la municipalidad?	✓		✓		✓		
14	¿Cómo considera ud. Que siente el usuario a Las facilidades que brinda la municipalidad para que tengan una buena experiencia en el servicio	✓		✓		✓		
15	¿Cómo considera ud. que siente el usuario a la acción de la municipalidad, de hacerse cargo de los inconvenientes que suceden en los trámites que se efectúan?	✓		✓		✓		
16	¿Cómo considera ud. que siente el usuario al entorno digital de apoyo en los centros de servicio?	✓		✓		✓		
17	¿Cómo considera ud que siente el usuario al tiempo de espera y atención de su trámite ?	✓		✓		✓		
18	¿Cómo considera ud. que siente el usuario a la orientación visual de la municipalidad en sus trámites y servicios?	✓		✓		✓		
19	¿Cómo considera ud que siente el usuario sobre la comunicación de la municipalidad, en sus centros de servicios, disposición de impresos, y plataformas tecnológicas y redes sociales ?	✓		✓		✓		
20	¿Cómo considera ud. que siente el usuario ante la consulta y atención telefónica ?	✓		✓		✓		
21	¿Cómo percibe el usuario al trato personalizado por la naturaleza del caso?	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): SUFICIENTE

Opinión de aplicabilidad: Aplicable NO Aplicable

Apellidos y nombres del juez validador, D.V. Mg: IVAN FIGUEROA APRESTOCI

DNI: 33343184

Especialidad del validador: ECONOMÍA

18 de 10 del 2022

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

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

(Firma manuscrita)
 Firma del Experto Informante
 Especialidad:
 Economista

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

N°	Items	1 Pertinencia		2 Relevancia		3 Claridad		BUDERENCIAS
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
DIMENSION RENDIMIENTO PERCIBIDO								
1	¿Cómo considera ud. que los usuarios se sienten respecto a la atención brindada?	✓		✓		✓		
2	¿Cómo considera ud. que evalúa el usuario, el desempeño del personal administrativo?	✓		✓		✓		
3	¿Cómo considera ud. que el usuario se siente en las instalaciones de la municipalidad?	✓		✓		✓		
4	¿Cómo considera ud. que evalúa el usuario, el desempeño del personal de la municipalidad?	✓		✓		✓		
5	¿Cómo considera ud. que sienten los usuarios, la atención respecto a otros municipios?	✓		✓		✓		
6	¿Cómo considera ud. que se sienten los usuarios el cumplimiento de manera oportuna de los trámites gestionados en la municipalidad?	✓		✓		✓		
7	¿Cómo considera ud. que se sienten los usuarios a la interacción con el personal administrativo?	✓		✓		✓		
8	¿Cómo considera ud. que se sienten los usuarios cuando se presenta algún error, se atiende a sus necesidades y realiza faltantes en pos del usuario?	✓		✓		✓		
9	¿Cómo considera ud. que siente el usuario al registrar por una información brindada con antelación?	✓		✓		✓		
10	¿Cómo considera ud. que evalúa el usuario, la cantidad y comprensibilidad de la información?	✓		✓		✓		
DIMENSION EXPECTATIVAS								
11	¿Cómo considera ud. que sienten los usuarios a la operatividad de los servicios que ofrece la municipalidad?	✓		✓		✓		
12	¿Cómo considera ud. que evalúa el usuario, al realizar un trámite documentario complejo, con revisión de legislación actualizada?	✓		✓		✓		
13	¿Cómo considera ud. que siente el usuario, a la cordial, amable, paciente que brinda el personal administrativo cuando atiende la municipalidad?	✓		✓		✓		
14	¿Cómo considera ud. Quié sienten al usuario a las facilidades que brinda la municipalidad para que tengan una buena experiencia en el servicio?	✓		✓		✓		
15	¿Cómo considera ud. que siente el usuario a la acción de la municipalidad, de hacerle cargo de los inconvenientes que suceden en los trámites que se efectúan?	✓		✓		✓		
16	¿Cómo considera ud. que siente el usuario el entorno digital de apoyo en los centros de servicio?	✓		✓		✓		
17	¿Cómo considera ud. que siente el usuario el tiempo de espera y atención de su trámite?	✓		✓		✓		
18	¿Cómo considera ud. que siente el usuario a la orientación visual de la municipalidad en sus banderas y servicios?	✓		✓		✓		
19	¿Cómo considera ud. que siente el usuario sobre la comunicación de la municipalidad, en sus centros de servicio, disposición de ingresos, y plataformas tecnológicas y redes sociales?	✓		✓		✓		
20	¿Cómo considera ud. que siente el usuario ante la consulta y atención telefónica?	✓		✓		✓		
21	¿Cómo percibe el usuario el trato personalizado por la naturaleza del caso?	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): SUFICIENTE

Detalle de aplicación: Aplicable No Aplicable

Apellido y nombre del jefe validador. Dr. Mg. DANNYA ARONE PALOMINO

Especialidad del validador: MAESTRIA EN DOCENCIA UNIVERSITARIA

OH: 74390191

- 1 Pertinencia: El ítem corresponde al constructo teórico buscado
- 2 Relevancia: El ítem es relevante para comprender el constructo o dimensión específica del constructo
- 3 Claridad: Si entiendo por qué el ítem mide el constructo del ítem de manera exacta y directa

Nota: Indicar, en caso de suficiencia, cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


Firma del Experto (Especialista)

18 de 10 del 2022

GRADOS ACADÉMICOS Y TÍTULOS PROFESIONALES
Resultado

GRADUADO	GRADO O TÍTULO	INSTITUCIÓN
ARONE PALOMINO, DANNYA DNI 74390191	BACHILLER EN INGENIERÍA AGROINDUSTRIAL Fecha de diploma: 10/10/19 Modalidad de estudios: PRESENCIAL Fecha matricula: 03/04/2014 Fecha egreso: 02/08/2019	UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ MARÍA ARGUEDAS PERU
ARONE PALOMINO, DANNYA DNI 74390191	TÍTULO PROFESIONAL DE INGENIERO AGROINDUSTRIAL Fecha de diploma: 04/09/20 Modalidad de estudios: PRESENCIAL	UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ MARÍA ARGUEDAS PERU
ARONE PALOMINO, DANNYA DNI 74390191	MAESTRA EN DOCENCIA UNIVERSITARIA Fecha de diploma: 16/05/22 Modalidad de estudios: SEMI PRESENCIAL Fecha matricula: 06/04/2020 Fecha egreso: 26/08/2021	UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO S.A.C. PERU

 REGISTRO NACIONAL DE
GRADOS ACADÉMICOS Y TÍTULOS PROFESIONALES

GRADUADO	GRADO O TÍTULO	INSTITUCIÓN
SANCHEZ CRUZ, GLORIA ISABEL DNI 32963819	ABOGADO Fecha de diploma: 24/09/2003 Modalidad de estudios: -	UNIVERSIDAD LOS ANGELES DE CHIMBOTE PERU
SANCHEZ CRUZ, GLORIA ISABEL DNI 32963819	BACHILLER EN DERECHO Fecha de diploma: 10/07/2002 Modalidad de estudios: - Fecha matricula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD LOS ANGELES DE CHIMBOTE PERU
SANCHEZ CRUZ, GLORIA ISABEL DNI 32963819	ABOGADA Fecha de diploma: 24/09/2003 Modalidad de estudios: -	UNIVERSIDAD LOS ANGELES DE CHIMBOTE PERU
SANCHEZ CRUZ, GLORIA ISABEL DNI 32963819	MAESTRA EN GESTIÓN PÚBLICA Fecha de diploma: 19/07/21 Modalidad de estudios: PRESENCIAL Fecha matricula: 09/10/2017 Fecha egreso: 20/01/2019	UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO S.A.C. PERU

 (***) Ante la falta de información, puede presentar su consulta formalmente a través de la mesa de partes virtual en el siguiente enlace <https://enlinea.sunedu.gob.pe/>

 REGISTRO NACIONAL DE
GRADOS ACADÉMICOS Y TÍTULOS PROFESIONALES
Resultado

GRADUADO	GRADO O TÍTULO	INSTITUCIÓN
FIGUEROA APESTEGUI, IVÁN JESUS DNI 33343184	BACHILLER EN CIENCIAS ECONOMICAS Fecha de diploma: 23/11/2008 Modalidad de estudios: - Fecha matricula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD NACIONAL FEDERICO VILLARREAL PERU
FIGUEROA APESTEGUI, IVÁN JESUS DNI 33343184	TÍTULO DE ECONOMISTA Fecha de diploma: 13/01/15 Modalidad de estudios: PRESENCIAL	UNIVERSIDAD NACIONAL FEDERICO VILLARREAL PERU
FIGUEROA APESTEGUI, IVÁN JESUS DNI 33343184	TÍTULO DE MAGISTER EN DESARROLLO LOCAL Fecha de Diploma: 29/06/2017 TIPO: • RECONOCIMIENTO Fecha de Resolución de Reconocimiento: 11/02/2019 Modalidad de estudios: Duración de estudios:	UNIVERSIDAD NACIONAL DE GENERAL SAN MARTÍN ARGENTINA

 (***) Ante la falta de información, puede presentar su consulta formalmente a través de la mesa de partes virtual en el siguiente enlace <https://enlinea.sunedu.gob.pe/>



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**ESCUELA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, PAPANICOLAU DENEGRI JORGE NICOLÁS ALEJANDRO, docente de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "Actitud laboral del personal administrativo y satisfacción del usuario de una municipalidad de Lima, 2022", cuyo autor es MACHADO PAREDES JUAN DENNIS, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 21.00%, 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, 09 de Diciembre del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
PAPANICOLAU DENEGRI JORGE NICOLÁS ALEJANDRO DNI: 07637233 ORCID: 0000-0002-0684-8542	Firmado electrónicamente por: JPAPANICOLAU el 08-01-2023 08:56:13

Código documento Trilce: TRI - 0480746