



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Calidad de servicio y satisfacción al usuario en la Municipalidad de  
Bellavista, Callao 2021

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

Licenciado en Administración

**AUTOR:**

Diaz Porras, Diego Jorge Armando ([orcid.org/0000-0002-5429-6359](https://orcid.org/0000-0002-5429-6359))

**ASESOR:**

Dios Zarate, Luis Enrique ([orcid.org/0000-0001-5728-3871](https://orcid.org/0000-0001-5728-3871))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión de Organizaciones

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

**CALLAO – PERÚ**

**2021**

## **DEDICATORIA**

Mi tesis la dedico con todo mi amor y cariño a mi amada madre por su sacrificio y esfuerzo, por darme una carrera a la cual tendré un buen futuro, quienes, con sus palabras de aliento, no me dejaban decaer para que siguiera adelante y siempre sea perseverante y cumpla con mis objetivos y metas, Te amo por todo amada madre y hermanos por creer en mí capacidad, aunque hemos pasado momentos difíciles siempre han estado brindándome su comprensión y apoyo, mi inspiración por este título profesional. A mi amada madre Laura Concepción Porrás Llanos, mis hermanos José Luis, Giancarlo Berman Domenack Porrás y Héctor Jesús Cárdenas Porrás, por ser mi fuente de motivación e inspiración para poder superarme cada día más y así poder luchar para que la vida nos depare un futuro mejor, los amo.

## **AGRADECIMIENTO**

En primera instancia agradezco a mis formadores, personas de gran sabiduría quienes se han esforzado por ayudarme a llegar al punto en el que me encuentro, sencillo no ha sido el proceso, pero gracias a las ganas de transmitirme sus conocimientos y dedicación que los ha regido, he logrado importantes objetivos como culminar el desarrollo de mi tesis con éxitos y obtener una afable titulación profesional. Madre, jefes y hermanos, a la cual agradezco.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de Contenidos.....	iv
I. Introducción.....	01
II. Marco teórico.....	05
III. Método.....	12
3.1 Tipo y diseño de investigación.....	12
3.2 Variable y operacionalización.....	12
3.3 Población muestra y muestreo.....	13
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	15
3.5 Validación y confiabilidad del instrumento.....	16
3.6 Procedimiento.....	17
3.7 Método de análisis de datos.....	17
3.8 Aspectos éticos.....	18
IV. Resultados.....	19
4.1. Análisis descriptivo.....	19
4.2. Prueba de hipótesis.....	23
V. Discusión.....	35
VI. Conclusiones.....	38
VII. Recomendaciones.....	40
Referencias.....	41
ANEXOS.....	45

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Distribución de la población</i> .....	13
Tabla 2 <i>Distribución de la muestra</i> .....	14
Tabla 3 <i>Ficha técnica: cuestionario de la calidad de servicio</i> .....	15
Tabla 4 <i>Ficha técnica: cuestionario de satisfacción al usuario</i> .....	16
Tabla 5 <i>Validación de los instrumentos: Calidad de Servicio y Satisfacción al usuario</i> .....	16
Tabla 6 <i>Tabla de confiabilidad</i> .....	17
Tabla 7 <i>Niveles de percepción de la calidad de servicio</i> .....	19
Tabla 8 <i>Niveles de percepción de las dimensiones de la variable calidad de servicio</i> .....	20
Tabla 9 <i>Niveles de percepción de la satisfacción al usuario</i> .....	21
Tabla 10 <i>Niveles de percepción de las dimensiones de la variable satisfacción al usuario</i> .....	22
Tabla 11 <i>Tabla cruzada de calidad de servicio * satisfacción al usuario</i> .....	23
Tabla 12 <i>Prueba de <math>\chi^2</math> para la Hipótesis General</i> .....	24
Tabla 13 <i>Tabla cruzada de fiabilidad * satisfacción al usuario</i> .....	25
Tabla 14 <i>Prueba de <math>\chi^2</math> para la Hipótesis Específica 1</i> .....	26
Tabla 15 <i>Tabla cruzada de sensibilidad * satisfacción al usuario</i> .....	27
Tabla 16 <i>Prueba de <math>\chi^2</math> para la Hipótesis Específica 2</i> .....	28
Tabla 17 <i>Tabla cruzada de seguridad * satisfacción al usuario</i> .....	29
Tabla 18 <i>Prueba de <math>\chi^2</math> para la Hipótesis Específica 3</i> .....	30
Tabla 19 <i>Tabla cruzada de empatía * satisfacción al usuario</i> .....	31
Tabla 20 <i>Prueba de <math>\chi^2</math> para la Hipótesis Específica 4</i> .....	32
Tabla 21 <i>Tabla cruzada de elementos tangibles * satisfacción al usuario</i> .....	33
Tabla 22 <i>Prueba de <math>\chi^2</math> para la Hipótesis Específica 5</i> .....	34

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Niveles de percepción de la calidad de servicio .....	19
Figura 2. Niveles de percepción de las dimensiones de la variable calidad de servicio. ....	20
Figura 3. Niveles de percepción de satisfacción al usuario. ....	21
Figura 4. Niveles de percepción de las dimensiones de la variable satisfacción al usuario. ....	22

## RESUMEN

La presente investigación se realizó en la Municipalidad de Bellavista – Callao 2021. Teniendo como objetivo principal determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción al usuario de dicho Municipio.

La investigación corresponde al tipo aplicada con diseño no experimental, de corte transversal y correlacional causal. La población del estudio estuvo constituida por 134 usuarios frecuentes, la muestra estuvo constituida por 100 usuarios encuestados. El instrumento de medición empleado fueron dos cuestionarios tipo escala de Likert. Además, se emplearon estadísticos descriptivos y para la prueba de hipótesis se utilizó el modelo de Chi Cuadrado de Pearson. Los resultados señalan que el 38% de los encuestados perciben que la calidad de servicio es excelente, el 39% bueno y el 23% regular. Mientras que, el 14% de los usuarios encuestados perciben sentirse muy satisfechos con la atención, el 54% están satisfechos y el 32% insatisfechos. Los resultados demuestran que los encuestados consideran que la calidad de servicio y la satisfacción al usuario se relacionan entre sí; demostrándose, a través de la prueba de Chi<sup>2</sup> de Pearson, dado que el  $X^2_e$  (86.013) es mayor al  $X^2_t$  (9.487) con cuatro grados de libertad, asimismo, con un P valor menor a la significancia estadística ( $0.000 < 0.05$ ). Llegando a la conclusión que la calidad de servicio tiene relación significativa con la satisfacción en el usuario de la Municipalidad de Bellavista Callao.

**Palabras clave:** Calidad de servicio, satisfacción al usuario, calidad de atención, compromiso laboral

## ABSTRACT

This research was carried out in the Municipality of Bellavista - Callao 2021. Its main objective is to determine the relationship between the quality of service and user satisfaction in said Municipality.

The research corresponds to the applied type with a non-experimental, cross-sectional and causal correlational design. The study population consisted of 134 frequent users, the sample consisted of 100 surveyed users. The measurement instrument used was two Likert scale questionnaires. In addition, descriptive statistics were used and Pearson's Chi Square model was used for hypothesis testing. The results indicate that 38% of those surveyed perceive that the quality of service is excellent, 39% good and 23% fair. While 14% of the users surveyed perceive they are very satisfied with the care, 54% are satisfied and 32% are dissatisfied. The results show that the respondents consider that the quality of service and user satisfaction are related to each other; demonstrating, through Pearson's Chi2 test, since  $X^2_e$  (86.013) is greater than  $X^2_t$  (9.487) with four degrees of freedom, also, with a P value less than statistical significance ( $0.000 < 0.05$ ). Reaching the conclusion that the quality of service is significantly related to user satisfaction in the Municipality of Bellavista Callao.

**Keywords:** Quality of service, user satisfaction, quality of care, work commitment



## I. INTRODUCCIÓN

En la última década, las empresas e instituciones públicas han tomado partida de la calidad de servicio que se implementa en la atención de sus clientes o usuarios externos, su objetivo es lograr la mayor satisfacción en la atención que puedan ofrecer, simplificando sus procesos, mejorando su gestión y sobretodo, entablando una estrecha relación y vínculo entre la organización y el público externo.

A nivel internacional, se han producido multitud de iniciativas e innovaciones en las instituciones públicas de todo el mundo, la gran mayoría de ellas en Europa y Norteamérica que han establecido una civilización en constante actualización sobre los esfuerzos de la administración local, que se originan en una unidad administrativa y cuentan con el apoyo de una república democrática. Asimismo, se expone persistentemente a través de conceptualizaciones sobre sus terminaciones. Asimismo, los servicios de calidad son importantes y fundamentales para los distintos organismos gubernamentales, nacionales y privados que los utilizan para complacer a sus usuarios, ya sea interna o externamente (Ramírez, 2010). La satisfacción al usuario es la consecución a la óptima gestión de calidad, es el colmar todas las expectativas que en su mayoría son exigentes por los ciudadanos pertenecientes a cada ciudad o municipio, por eso, en países desarrollados, la satisfacción se ve reflejado en el andar armonioso entre la población y sus órganos estatales que facilitan todos los medios para un desarrollo sostenible de ambas partes (Ruíz & Delgado, 2020).

A nivel nacional, de la misma forma, en el Perú, la calidad de la atención en los servicios que ofrecen los gobiernos locales es cada vez más relevante en función de la valoración del ciudadano. Debido a esto, es más probable que reciba conceptos asociados con la atención brindada; donde se recopila información que ayudará a las instituciones a brindar servicios a sus proveedores y usuarios inmediatos de acuerdo con sus necesidades y expectativas. Los servicios no se realizan correctamente ya que son pésimos en cuanto a la calidad del servicio, lo que provoca que los usuarios no estén

satisfechos con los servicios prestados por cada Municipalidad (Da Silva et all, 2020). Según el Diario Gestión (2021) declara que los usuarios confirmaron que se encuentran insatisfechos un 74.2 %, evidenciando que los colaboradores no poseen las capacidades necesarias para ofrecer servicios, independientemente a las limitaciones sistemáticas y financieras que existan. Tal como señala el informe, los funcionarios públicos encargados de realizar las gestiones públicas, se desempeñaron de una manera más eficiente en sus diferentes niveles. De modo que se aplicaron mecanismos para conocer las necesidades de la población para atenderlas de una mejor manera, con la finalidad de minimizar las brechas sociales y mejor la calidad de vida de los pobladores. Asimismo, se tomaron acciones conjuntas para tener un acercamiento hacia la población de modo que los sistemas administrativos se ajusten a sus necesidades, para permitir la transformación de insumos en productos terminados que posibiliten la satisfacción de los usuarios.

A nivel local, en el Municipio de Bellavista Callao, encontramos diversos componentes por los cuales el personal no brinda un buen servicio al cliente, siendo una de las causas la monotonía del trabajo, el desgano por el trabajo, la falta de claridad en las fases del proceso a realizar, la ausencia de formación en materia administrativa, entre otras. Sin embargo, eso no es excusa para no obtener un servicio al cliente ideal; llevando como consecuencias que no se brinda una buena calidad de servicio, las cuales se destacan por las continuas quejas, quejas que se presentan en el libro de quejas por parte de usuarios insatisfechos, las mismas que generan las percepciones de los usuarios sobre los servicios que brinda la institución, se han deteriorado.

Por ello, nace la imperiosa necesidad de estudiar las variables calidad de servicio y satisfacción al usuario que permitan mejorar la labor de los colaboradores en beneficio de la población Bellavistense.

Ante lo expuesto en los párrafos anteriores, se plantea como problemática general: ¿En qué medida la calidad de servicio tiene relación con la satisfacción al usuario de la Municipalidad de Bellavista, Callao 2021? Así mismo, se plantea las siguientes problemáticas específicas: ¿En qué medida la

fiabilidad tiene relación con la satisfacción al usuario de la Municipalidad de Bellavista, Callao 2021?, ¿En qué medida la sensibilidad tiene relación con la satisfacción al usuario de la Municipalidad de Bellavista, Callao 2021?, ¿En qué medida la seguridad tiene relación con la satisfacción al usuario de la Municipalidad de Bellavista, Callao 2021?, ¿En qué medida la empatía tiene relación con la satisfacción al usuario de la Municipalidad de Bellavista, Callao 2021? Finalmente, ¿En qué medida los elementos tangibles tienen relación con la satisfacción al usuario de la Municipalidad de Bellavista, Callao 2021?

En este contexto, en relación a las justificaciones, la presente investigación tiene una justificación teórica, visto que se sustenta en los modelos teóricos de la calidad de servicio (primordialmente el Modelo SERVIQUEAL de Tesic) y de satisfacción al usuario (primordialmente el Modelo de Satisfacción de Philip Kotler), dichas teorías ofrecen una definición conceptual más amplia de las variables de estudios. En relación a la justificación metodológica, la presente investigación ofrece dos cuestionarios para diagnosticar las variables de estudio, las mismas podrán ser utilizadas por los docentes y estudiantes de pre grado, investigadores, jefes y gerentes. En relación a la justificación práctica, la presente investigación brinda soluciones para gestionar la calidad de servicio que permita la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad de Bellavista y que sirva de apoyo a otros municipios que presenten inconvenientes en la gestión de sus colaboradores.

Así tenemos, como objetivo general: Determinar que la calidad de servicio tiene relación con la satisfacción al usuario de la Municipalidad de Bellavista, Callao 2021. Teniendo como objetivos específicos: Establecer que la fiabilidad tiene relación con la satisfacción al usuario de la Municipalidad de Bellavista, Callao 2021. Establecer que la sensibilidad tiene relación con la satisfacción al usuario de la Municipalidad de Bellavista, Callao 2021. Establecer que la seguridad tiene relación con la satisfacción al usuario de la Municipalidad de Bellavista, Callao 2021. Establecer que la empatía tiene relación con la satisfacción al usuario de la Municipalidad de Bellavista, Callao 2021. Establecer que los elementos tangibles tienen relación con la satisfacción al usuario de la Municipalidad de Bellavista, Callao 2021.

Tomando en cuenta los problemas de la presente investigación, se planteó la siguiente hipótesis general: La calidad de servicio tiene relación significativa con la satisfacción al usuario de la Municipalidad de Bellavista, Callao 2021. Planteándose también las siguientes hipótesis específicas: La fiabilidad tiene relación significativa con la satisfacción al usuario de la Municipalidad de Bellavista, Callao 2021. La sensibilidad tiene relación significativa con la satisfacción al usuario de la Municipalidad de Bellavista, Callao 2021. La seguridad tiene relación significativa con la satisfacción al usuario de la Municipalidad de Bellavista, Callao 2021. La empatía tiene relación significativa con la satisfacción al usuario de la Municipalidad de Bellavista, Callao 2021. Los elementos tangibles tienen relación significativa con la satisfacción al usuario de la Municipalidad de Bellavista, Callao 2021.

## II. MARCO TEÓRICO

Con respecto a los antecedentes internacionales relacionados con el presente proyecto de investigación, tenemos a los siguientes: Se tiene a Torres & Luna (2016), en su estudio plantearon como objetivo principal determinar en dos Bancos de México la calidad de servicio y la satisfacción de sus clientes. El diseño metodológico fue cuantitativo, correlacional descriptivo no experimental teniendo como muestra de estudio a 953 clientes bancarios, los resultados evidencian un elevado nivel en la calidad de servicio donde el 70% de los encuestados señalan a los elementos tangibles como excelentes. Los autores concluyen que la calidad de servicio en los dos bancos de la región se relaciona positivamente con la satisfacción de sus clientes.

Se tiene a López (2018), en su estudio planteó como objetivo principal establecer que la calidad de servicio guarda relación con la satisfacción de los clientes del restaurante RACHYS en Guayaquil. El diseño metodológico fue cuantitativo y cualitativo teniendo como muestra de estudio a 365 clientes, los resultados evidencian a través del análisis de Pearson 0.697 y Sig 0.000 la existencia de una significativa relación entre las variables de estudio. El autor concluye la importancia del servicio que se la da al cliente en cualquier empresa es fundamental para satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes.

Para Gemechu (2019), en su estudio planteó como objetivo principal evaluar la calidad de servicio y el nivel de satisfacción para el municipio de Nemkemte. El diseño metodológico fue cuantitativo y cualitativo teniendo como muestra de estudio a 385 usuarios, los resultados evidencian que la relación entre las variables se encuentra debajo del promedio, según el análisis, las dimensiones de la calidad de servicio tienen un significativo impacto en la satisfacción de los usuarios. El autor concluye que el municipio no ofrece una calidad de servicio buena y por ello los usuarios se encuentran disconformes con la atención de los colaboradores de dicho municipio.

En cuanto a los antecedentes nacionales relacionados con el presente proyecto de investigación, presentamos los siguientes: Se tiene a Riqueros (2017), quien en su estudio planteó como objetivo principal establecer el nivel de relación de la calidad de servicio con la satisfacción al usuario de la Municipalidad de Huaylas. Su diseño metodológico fue cuantitativo, no experimental-correlacional de corte transeccional teniendo como muestra de estudio a 102 pobladores usuarios, los resultados evidencian a través del análisis de  $\chi^2$  que el  $\chi^2$  estimado 24.220 es mayor al  $\chi^2$  teórico 9.4877 y una Sig 0.000 teniendo relación significativa entre las variables. El autor concluye que los colaboradores deben tener un nivel alto en la calidad de servicio para lograr la satisfacción de los usuarios de su Municipio.

Posteriormente, Paiva (2018) quien es su estudio planteó como objetivo principal establecer que una gestión de calidad influye sobre la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad de la Unión. Su diseño metodológico fue cuantitativo, no experimental-correlacional de corte transeccional teniendo como muestra de estudio a 195 usuarios encuestados, los resultados evidencian a través del análisis de Rho Spearman 0.832 con una Sig 0.000 la relación entre las variables de estudio. El autor concluye que existe contribución de la calidad de servicio sobre el nivel de satisfacción de sus usuarios, teniendo una correlación positiva.

Para Vera (2021), quien en su estudio planteó como objetivo principal señalar que la calidad de servicio tiene relación con la satisfacción del usuario en la Municipalidad de Shilcayo. Su diseño metodológico fue cuantitativo, no experimental-correlacional de corte transeccional, teniendo como muestra de estudio a 244 usuarios encuestados, los resultados evidencian a través del análisis de Rho Spearman 0.973 y Sig. 0.000 la relación entre las variables de estudio. El autor concluye que la calidad de servicio se relaciona alta y positivamente con la satisfacción de los usuarios del Municipio de Shilcayo.

A continuación, estableceremos las bases teóricas y definiciones que han servido para la elaboración y una mejor comprensión de la variable calidad de servicio:

El Modelo Teórico de Deming, establecido por Deming, W. en el año 1951, citado por Llovera (2017) donde el autor señala como ideas principales que la ejecución de este modelo se realizó en Japón con el objetivo de la satisfacción del cliente adhiriendo las costumbres y creencias japonesas siendo parte fundamental del control de calidad. Para aumentar la fiabilidad de la calidad, este modelo considera los siguientes criterios: Establecer objetivos y políticas de control, calidad en sus procesos y productos, capacitaciones e informes, estandarización de procesos y operaciones, aseguramiento de la calidad del sistema, resultados obtenidos y planes correctos para el futuro. Entre sus deficiencias o limitaciones tenemos que no permite la solución rápida de inconvenientes y problemas que sean de suma importancia. Así pues, Deming (1989) da apoyo al principio donde lo más relevante de las relaciones con los clientes, es que la calidad debe estar orientada a la satisfacción del cliente, por su parte, Llovera (2017) menciona que la calidad es tangible, se puede medir y es importante para generar competitividad puesto que interfiere directamente en el incremento de la productividad reduciendo los costos. Este modelo teórico es importante para el presente estudio ya que permite mecanismos óptimos de gestión que pueden ser implementados en la Municipalidad de Bellavista.

Modelo Nórdico de calidad de servicio. Establecido por Grönroos & Gummesson en el año 1984, citado por Serrano & López (2017) mencionan como ideas principales que se debe tener importancia en la comprensión de qué es lo que los usuarios realmente buscan y qué valoran, proponiendo dos dimensiones que componen el servicio entregado: Se tiene la calidad técnica o diseño del servicio, valorando perfectamente lo que quiere el cliente, viéndose reflejado en la calidad de servicio. Se tiene también, la calidad funcional o proceso de la calidad de servicio que se enfoca en cómo es que se prestará el servicio. Entre sus limitaciones se tiene que no tiene propuestas o sugerencias para la satisfacción máxima del cliente. Para Serrano & López (2017), basándose en el Patrón de la Imagen de Gronroos, lo que indica que el estudio de la calidad en la empresa se analiza adecuadamente en dos representaciones, mencionándose la primera, que se ve con las expectativas

que los consumidores quieren satisfacer, es decir, analizar las posibles percepciones que puedan representar, así como los intereses que puedan tener, si cumplen con las expectativas de los clientes y en relación a ellas benefician a la organización, para por otro lado desarrollan un análisis de acuerdo a la forma en que actualmente están prestando sus servicios, d cuáles son realmente los requerimientos del interesado. Este modelo teórico es importante para el presente estudio dado que, al cumplir los requerimientos de los usuarios, la Municipalidad de Bellavista se beneficiará estableciendo mejores relaciones con su población.

El Modelo SERVQUAL, establecido por Parasuraman, Zeitham & Berry en el año 1985, citado por Bustamante et al (2019) donde señalan como principales ideas que su adaptación es de fácil ejecución para la investigación de mercado. Estableciendo cuatro brechas que el proveedor de servicios debe tener: 1) Diferenciar las expectativas que el consumidor contenga con la percepción de la gestión sobre éstas. 2) Diferenciar las percepciones de la gestión de expectativas del consumidor con las delimitaciones en la calidad de servicio. 3) Diferenciar las delimitaciones de la calidad de servicio con el servicio que se entrega de forma real y 4) Diferenciar el servicio entregado con lo que se comunica del servicio a los consumidores. Parasuraman (1991) establecen cinco factores: 1) Confiabilidad, 2) Seguridad, 3) Receptividad, 4) Empatía y 5) Elementos tangibles. Bustamante et al (2019) señalan que, en la utilización de las 7P de la mezcla del marketing de servicio, en este modelo se desarrolló la escala de medición SQ, no obstante, ha tenido diversas críticas porque lo consideran un concepto abstracto y exclusivo. Este modelo teórico es importante para el presente estudio ya que es la utilizada para desarrollar el cuestionado para medir la calidad de servicio en la Municipalidad de Bellavista.

Así también, estableceremos las bases teóricas y definiciones que han servido para la elaboración y una mejor comprensión de la variable satisfacción al usuario:

El Modelo Teórico Personológico, establecido por González, F. en 1989, citado por Sansana (2016) tiene como idea principal que se dedica a la



fragmentación secuencial generando puntos de referencia e información para los potenciales consumidores, usuarios con amplia experiencia y recomendaciones que tienen relación con los servicios y productos donde las expectativas de los consumidores deben ser respetadas ofreciendo un servicio de calidad y oportuna atención. , teniendo en cuenta la revisión constante de la satisfacción del consumidor y para que los clientes recomienden nuestra empresa, ofreciendo un soporte íntegro, estar satisfechos con los servicios brindados y revisiones de uso económico para que nuestra organización sea recomendada. Este modelo se basa en desarrollar o llevar al mercado productos o servicios para un determinado número de consumidores con alta demanda según sus necesidades. Por ello, se busca la manera de lograr una evaluación constante basada en el consumidor y su satisfacción. Bajo sus limitaciones, está que, al ser personalizado, es restringido al resto de consumidores que no son potenciales, excluyendo todas las formas de consumo en esta clase de consumidores. Como indica Sansana (2016) este modelo contiene cinco fases indispensables: 1) Generar prospectos potenciales para la recepción de productos o servicios, brindar información relevante sobre lo que la organización sabe y es capaz de hacer. El cliente en esta etapa es potencial y no tiene que encontrarse asociado a la empresa, por lo que se ve más pertinente el generar campañas de información dentro y fuera de la organización donde se pueda obtener detallada información proporcionando conocimiento sobre el producto/servicio. 2) Encontramos a clientes con un rango de expectativas en función al producto/servicio que se ofrece. 3) Esta fase es la más importante puesto que colma todas las expectativas otorgando un servicio de calidad en bien de la satisfacción total. 4) Después del servicio brindado se hace necesaria la evaluación de qué tanta satisfacción obtuvo el cliente. 5) Si hasta este punto, toda la experiencia fue positiva, entonces se propicia comentarios positivos con lo que, finalizando el ciclo, regresamos al inicio con una percepción nueva. Gordon (1985) define que la personalidad es la dinámica estructuración, en el interior del individuo, de ciertos factores psicofísicos que establecen ajustes propios a su entorno, en tal sentido, otorga consistencia al vivir cotidiano de las personas. Este modelo teórico es

importante para el presente estudio puesto que será utilizado para realizar el cuestionario que se hará en la muestra de estudio, debido a sus dimensiones: Expectativas, trato recibido, capacidad de respuesta, fidelización y conformidad.

El Modelo Teórico Afectivo – Cognitivo, entablado por Oliver, R. & Desarbo, W. en el año 1988, una de sus principales ideas está que se centra en la satisfacción y revela también el valor de la calidad que se brinda para hacer felices a sus consumidores, puesto que las expectativas se van formando por intermedio de su experiencia y preferencias terminada la compra, por lo tanto, se tiene las siguientes afirmaciones: 1) Servicio y expectativas. 2) Creencias y experiencias. Para una mejor comprensión del patrón perceptual de las afirmaciones, se enfoca en la satisfacción posventa, resaltando la importancia de la calidad que se da otorga al atender al cliente generando un sentimiento de satisfacción. La satisfacción de los consumidores desde una perspectiva cognitiva ha estado influenciada por las estructuras relacionadas a la disconfirmación, este modelo sugiere que existe una evaluación de los consumidores a las experiencias en su consumo indicando que su satisfacción es el resultado de comparar el resultado que perciben con otro estándar anterior al consumo, confirmándose empíricamente una relación causal directa entre disconfirmación y satisfacción (Szymanski & Henard, 2001).

El Modelo Teórico del American Customer Satisfaction Index (ACSI) entablado por Fornell, C. en el año 1992, citado por Biswas (2014), teniendo como ideas principales determinar el nivel de satisfacción que sienten los consumidores, representado por un valor intermedio respecto al valor percibido por el cliente, siendo esta cualidad la que lo distingue de otros modelos. También señala notas como la lealtad del cliente, las quejas de los clientes, el valor percibido, la calidad percibida y las expectativas del cliente. Entendemos que este modelo está diseñado para poder determinar en última instancia la satisfacción percibida de un cliente o consumidor y del cómo se basa en la percepción que tiene el cliente de cómo se logra la satisfacción. Entre sus limitaciones se tiene que ofrecer percepciones y entendimiento de la calidad por parte del público que en su mayoría suele ser distorsionada o distinta, no

siendo uniforme ni estandarizado. Como señala Biswas (2014), este modelo, desde el año 1994 ha tenido su aplicación en más de 200 empresas competentes de 40 industrias y sectores relevantes de la economía, tales como: Bienes facturables duraderos, bienes facturables no duraderos, transporte y comunicaciones, comercialización, financiero y de seguros, servicios y bienes públicos gubernamentales. Para Carrasco (2013), este modelo busca la determinación del nivel de satisfacción del consumidor según los indicadores que aplican cada organización y que demuestran aceptabilidad en el análisis de la satisfacción, la satisfacción del consumidor presenta tres variables antecedentes: 1) Calidad que es percibida, 2) Expectativas del consumidor y 3) Valor que se percibe. Tiene también dos variables consecuentes: 1) Quejas y 2) Lealtad.

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1. Tipo y diseño de investigación**

La investigación de tipo aplicado tiene como primordial objetivo la generación de conocimientos directamente aplicables al problema social y al sector productivo. El estudio que se utilizó fue de tipo aplicado, puesto que proporciona el estudio de los cambios que se logren producir en la sociedad relacionada a la problemática planteada y que las soluciones que se determinen puedan efectuar cambios positivos a la sociedad. (Hernández et al, 2018)

El presente estudio realizó un diseño correlacional, puesto que como indica Gómez (2016), la investigación con diseño correlacional tiene por finalidad que el grado de relación entre sí de dos o más variables se pueda medir junto con la forma de interacción, siendo establecidas en igual contexto y en función de los mismos sujetos de estudio.

Lo descrito por Hernández & Coello (2020) las investigaciones sin experimentación se determinan según el grado de clasificación de las variables, siendo su estudio empírico y sistemático, por ello, no se manipulan las variables puesto que los hechos ya se han producido. Por eso, se utilizó el diseño no experimental en el presente proyecto de investigación, no teniendo injerencia en el análisis de las variables.

En los estudios de corte transeccional se recopilan y analizan información de la investigación durante un período único y establecido de tiempo (año, mes, día, hora) para la población (Mejía et al, 2014). Por ello, en esta investigación se realizó dos cuestionarios para la recaudación de datos para identificar la relación entre ambas variables.

#### **3.2. Variables y operacionalización**

Variable 1: Definición conceptual de calidad de servicio

Bustamante et al (2019) definen la calidad del servicio como una evaluación dirigida donde se evidencian las percepciones de los consumidores con respecto a los aspectos específicos del servicio que es la percepción de confiabilidad, la capacidad de respuesta o reacción, la seguridad, la garantía y la fiabilidad de los consumidores.

Variable 2: Definición conceptual de satisfacción al usuario

Biswas (2014) establecen a la satisfacción al usuario como la respuesta emocional que experimentan un consumidor cuando comprueba los resultados del desempeño que tiene el producto o servicio muchas con las perspectivas que se tiene de ello. El rendimiento perceptual del producto o servicio es el mismo que el deseo de los consumidores.

### 3.3. Población muestra y muestreo

La población según Yuni & Urbano (2006) es la determinación de las unidades de observación es fundamental ya que la totalidad de ellas forman la población del estudio. Teniendo en cuenta lo descrito, este estudio contó con una población de 100 usuarios recurrentes (pobladores) de la Municipalidad de Bellavista, Callao 2021.

Tabla 1. *Distribución de la población*

<b>Población</b>	
Usuarios de la Municipalidad de Bellavista	100
Total	100

Entre los criterios de inclusión: se identificaron todos los usuarios recurrentes establecidos por un periodo mensual (agosto del 2021). Asimismo, los criterios de exclusión: Se excluyen al personal que labora en el Municipio, y a los usuarios no pobladores del distrito.

La muestra según Lerma (2016) es el subconjunto de una población, es

utilizada cuando se trata de poblaciones de gran tamaño que no es factible medir el estudio en todos sus elementos. Por ello, se consideró que la muestra está constituida por 100 usuarios recurrentes (pobladores) de la Municipalidad de Bellavista, Callao 2021 al ser una población censal.

El muestreo no probabilístico por conveniencia según Abascal & Grande (2005) se caracteriza por una gran dedicación para obtener muestras cualitativamente representativas, a través de grupos claramente representativos. Es decir, cumple con las características de interés para el investigador, así como la selección deliberada de individuos de la población general que son de fácil acceso o mediante convocatorias abiertas, donde todos participan voluntariamente en el estudio, hasta llegar al número deseado de la muestra.

Tabla 2. *Distribución de la muestra*

<b>Muestra</b>	
Usuarios de la Municipalidad de Bellavista	100
Total	100

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

#### **Técnica:**

Es el procedimiento que facilita la aplicación del método para alcanzar los objetivos de estudio (Baena 2014). En el presente se buscó recoger la percepción de las variables de estudio por lo que se utilizó las metodologías de prueba psicométrica, por eso, en esta investigación se utilizó la técnica de la encuesta las cuales fueron realizadas de manera individual a cada cliente de la empresa.

#### **Instrumento:**

Es el recurso que se llega a emplear para ayudar al investigador a acercarse al objetivo del estudio e identificar la información (Ñaupas, Valdivia & Palacios, 2019). En este estudio, el instrumento que se empleó fueron dos cuestionarios tipo Likert para medir las variables de Calidad de Servicio y Satisfacción al usuario.

Tabla 3. *Ficha técnica: cuestionario de la calidad de servicio*

<b>FICHA TÉCNICA:</b>	
<b>Autor</b>	: Yucra Salas, Raquel & Sánchez Mamani, Judith
<b>Adaptación</b>	: Díaz Porras, Diego Jorge Armando
<b>Año</b>	: 2021
<b>Objetivo:</b>	: Medir la percepción de la calidad de servicio
<b>Destinatarios:</b>	: A los usuarios recurrentes de la Municipalidad de Bellavista
<b>Administración</b>	: Individual.
<b>Contenido:</b>	: Consta de 15 ítems agrupados en 5 dimensiones: Elementos tangibles, fiabilidad, sensibilidad, seguridad y empatía.
<b>Tiempo de duración</b>	: 10 a 15 minutos.
<b>Puntuación:</b>	: Nunca, casi nunca, a veces, casi siempre y siempre

Tabla 4. *Ficha técnica: cuestionario de satisfacción al usuario*

<b>FICHA TÉCNICA:</b>	
<b>Autor</b>	: Yucra Salas, Raquel & Sánchez Mamani, Judith
<b>Adaptación</b>	: Díaz Porras, Diego Jorge Armando
<b>Año</b>	: 2020
<b>Objetivo:</b>	: Medir los niveles de satisfacción del usuario
<b>Destinatarios:</b>	: A los usuarios recurrentes de la Municipalidad de Bellavista
<b>Administración</b>	: Individual.
<b>Contenido:</b>	: Consta de 10 ítems agrupados en 5 dimensiones: Expectativas, trato recibido, fidelización, capacidad de respuesta y conformidad

**Tiempo de duración** : 10 a 15 minutos.

**Puntuación:** : Nunca, casi nunca, a veces, casi siempre y siempre

---

### 3.5 Validación y confiabilidad del instrumento

Validez: (Bernal 2006) establece que es la capacidad cuantificable para medir la característica para el cual fue diseñado el instrumento. El instrumento y su validez fueron aprobados por el juicio de expertos, la cual se detalla la relación de validadores, quienes son docentes universitarios con un grado de magíster.

Tabla 5. *Validación de los instrumentos: Calidad de Servicio y Satisfacción al usuario*

---

<b>Grado académico</b>	<b>Nombre y Apellidos</b>	<b>Dictamen</b>
Mg.	XXX	Aplicable
Mg.	Luis Dios Zárate	Aplicable
Mg	XXX	Aplicable

---

Fuente: *Elaboración propia*

Confiabilidad: Para este estudio se utilizó la prueba de alfa de cronbach que permitió medir la confiabilidad del instrumento, así se pudo medir el grado de fiabilidad del cuestionario. Después de procesar los datos se procedió a calcular el coeficiente de alfa de cronbach, este procedimiento se mostró el resultado correspondiente a la prueba piloto de 0,858 para la calidad de servicio indicando que el instrumento es bueno, mientras que el cuestionario para evaluar la satisfacción al usuario obtuvo un coeficiente de 0,924 indicando que el instrumento es aceptable. Es decir que ambos cuestionarios tienen una alta confiabilidad. Con estos resultados determinaron el proceder con la aplicación de los instrumentos en la muestra de estudio.

Tabla 6. *Tabla de confiabilidad:*

---

<b>Variables</b>	<b>Alfa de crombach</b>	<b>N° de ítems</b>
------------------	-------------------------	--------------------

---



Calidad de servicio	,898	15
Satisfacción al cliente	,868	10

### **3.6. Procedimientos**

La ejecución de este estudio tuvo el siguiente procedimiento a) A cada variable se le adapto el instrumento utilizado, b) se realizó la prueba piloto, c) La elaboración de los instrumentos para cada variable, d) se solicitó la aprobación por parte del representante legal de la Municipalidad de Bellavista, e) luego del punto “d” se procedió a encuestar a los usuarios del Municipio, f) se exportaron los datos de las encuestas a una base de datos creados en Excel.

### **3.7. Método de análisis de datos**

Para ambas variables se consideró el método estadístico descriptivo para el análisis de datos, luego se utilizó el software estadístico SPSS versión 25 para la realización del análisis descriptivo e inferencial a fin de realizar la contratación de hipótesis. Finalizando, para contrastar la hipótesis se utilizó el modelo de Chi Cuadrado de Pearson.

### **3.8. Aspectos éticos**

En la presente investigación se asumen los siguientes aspectos éticos de respeto, beneficencia y justicia: el respeto hacia las personas fue garantizar la mayor discreción con la finalidad de respetar sus respuestas. Beneficencia, por la recolección de datos que contribuyo a la identificación de soluciones a la problemática que presenta la investigación Justicia: con respecto a los clientes encuestados que se comprometieron a responder con información real y no perjudicadora para el buen desarrollo del estudio.

## IV. RESULTADOS

### 4.1. Análisis Descriptivo

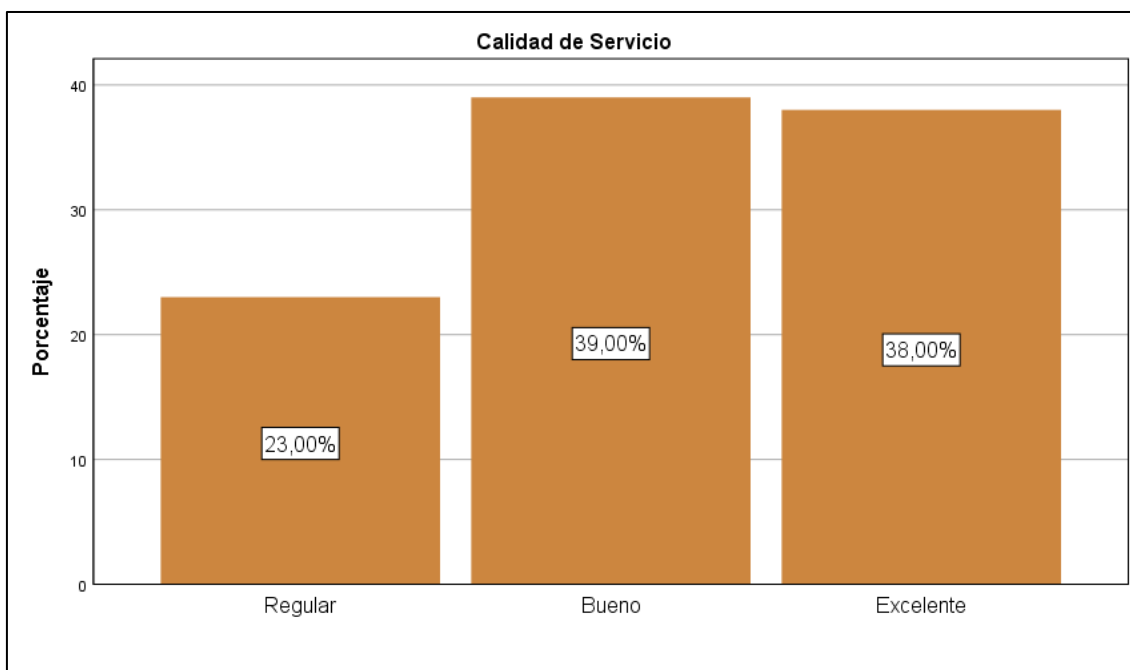
#### Calidad de servicio

Tabla 7. Niveles de percepción de la calidad de servicio

	f	%
Válido Regular	23	23
Bueno	39	39
Excelente	38	38
Total	100	100.0

Fuente: Spss.25

Figura 1. Niveles de percepción de la calidad de servicio



Fuente: *elaboración propia*

Se evidencia que el 23 % de los usuarios de la Municipalidad de Bellavista perciben que la calidad de servicio es regular, el 39 % es bueno y 38 % excelente.

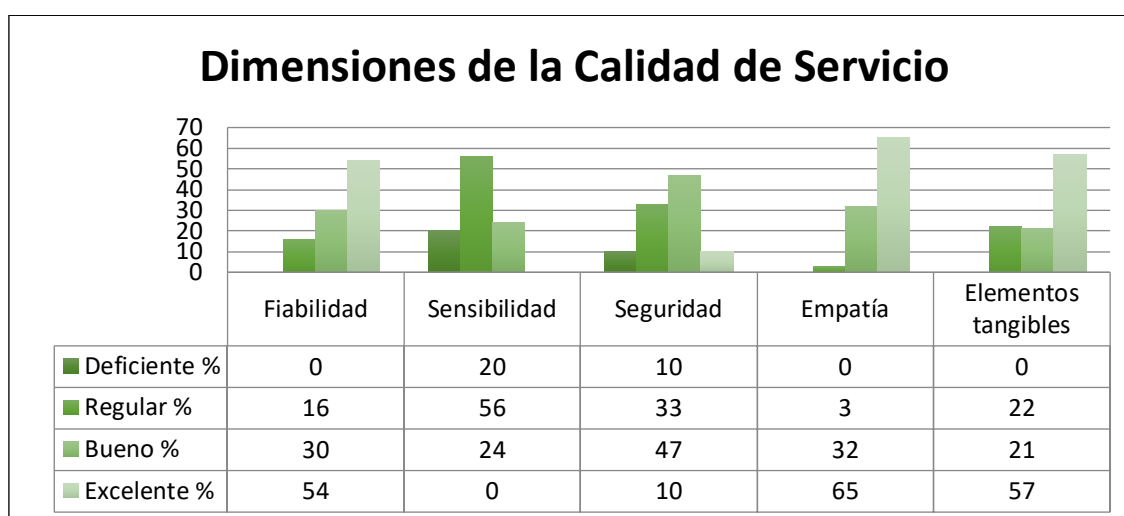
Tabla 8. Niveles de percepción de las dimensiones de la variable calidad de servicio

Dimensiones	Deficiente		Regular		Bueno		Excelente	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Fiabilidad	0	0	16	16	30	30	54	54
Sensibilidad	20	20	56	56	24	24	0	0
Seguridad	10	10	33	33	47	47	10	10
Empatía	0	0	3	3	32	32	65	65
Elementos tangibles	0	0	22	22	21	21	57	57

Fuente: Elaboración propia

Se evidencia que, en relación a la dimensión fiabilidad, que los usuarios de la Municipalidad de Bellavista perciben que presentan un nivel regular 16 %, el 30 % bueno y 54 % excelente. Adicionalmente, en relación a la dimensión sensibilidad, el 20 % lo percibe deficiente, el 56 % regular y el 24 % bueno. Asimismo, en relación a la dimensión seguridad, el 10 % lo perciben deficiente, el 33 % regular, el 47 % bueno y 10 % excelente. Así también, en relación a la dimensión empatía, el 3 % lo perciben regular, el 32 % bueno y el 65 % excelente. Finalmente, en cuanto a la dimensión elementos tangibles, el 22 % lo perciben regular, el 21 % bueno y el 57 % excelente.

Figura 2. Niveles de percepción de las dimensiones de la variable calidad de servicio



Fuente: *elaboración propia*

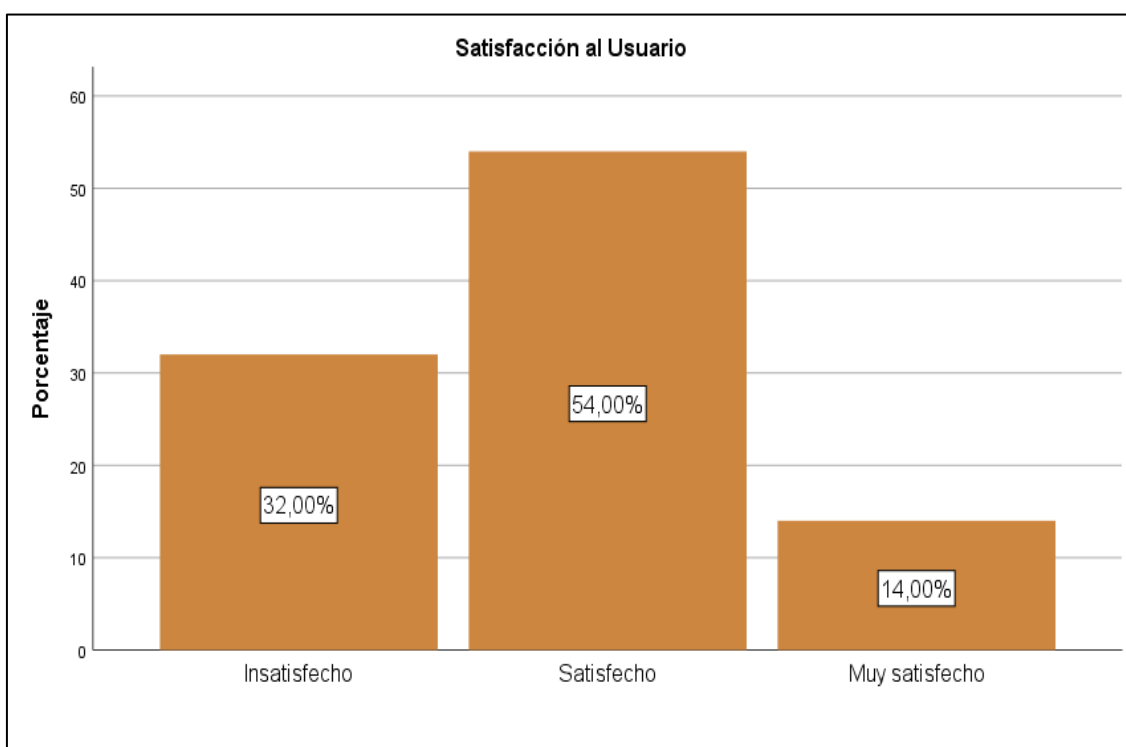
### Satisfacción al usuario

Tabla 9. *Niveles de percepción de la satisfacción al usuario*

	f	%
Válido Insatisfecho	32	32
Satisfecho	54	54
Muy satisfecho	14	14
Total	100	100.0

Fuente: Spss.25

Figura 3. *Niveles de percepción de la satisfacción al usuario*



Fuente: *elaboración propia*

Se evidencia que en relación a la satisfacción al usuario, el 32 % de los usuarios de la Municipalidad de Bellavista perciben insatisfechos, el 54 % satisfechos y el 14 % muy satisfechos.

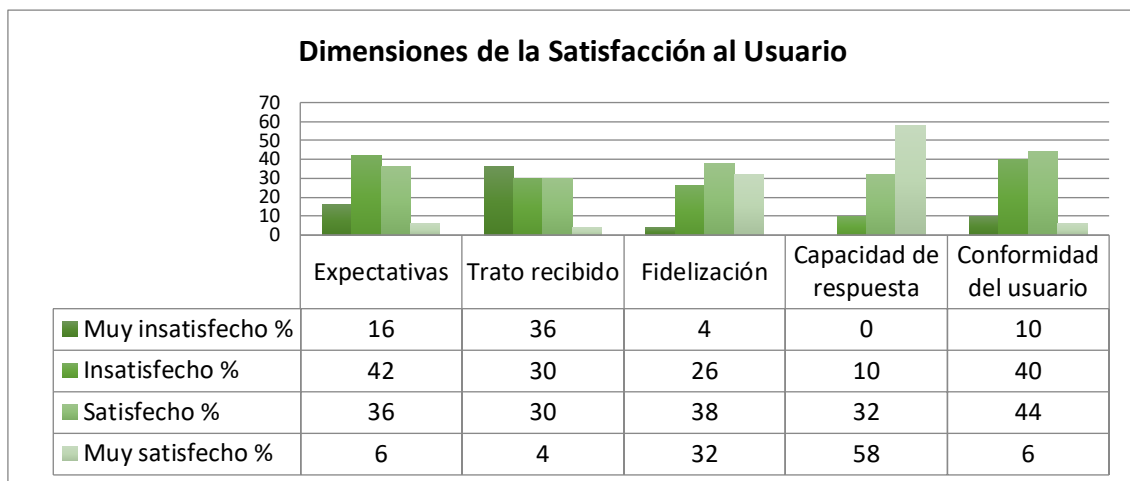
Tabla 10. Niveles de percepción de las dimensiones de la variable satisfacción al usuario

Dimensiones	Muy insatisfecho		Insatisfecho		Satisfecho		Muy satisfecho	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Expectativas	16	16	42	42	36	36	6	6
Trato recibido	36	36	30	30	30	30	4	4
Fidelización	4	4	26	26	38	38	32	32
Capacidad de respuesta	0	0	10	10	32	32	58	58
Conformidad del usuario	10	10	40	40	44	44	6	6

Fuente: Elaboración propia

Se evidencia que, en relación a la dimensión expectativas, que los usuarios de la Municipalidad de Bellavista perciben que presentan un nivel muy insatisfechos 16 %, el 42 % insatisfechos, el 36 % satisfechos y el 6 % muy satisfechos. Adicionalmente, en relación a la dimensión trato recibido, el 36 % lo perciben muy insatisfechos, el 30 % insatisfechos, el 30 % satisfechos y el 4 % muy satisfechos. Asimismo, en relación a la dimensión fidelización, el 4 % lo perciben muy insatisfechos, el 26 % insatisfechos, el 38 % satisfechos y 32 % muy satisfechos. Así también, en relación a la dimensión capacidad de respuesta, el 10 % lo perciben insatisfechos, el 32 % satisfechos y el 58 % muy satisfechos. Finalmente, en cuanto a la dimensión conformidad del usuario, el 10 % lo perciben muy insatisfechos, el 40 % insatisfechos, el 44 % satisfechos y el 6 % muy satisfechos.

Figura 4. Niveles de percepción de las dimensiones de la variable satisfacción al usuario



Fuente: *elaboración propia*

#### 4.2. Prueba de hipótesis

Tabla 11. Tabla cruzada de calidad de servicio \* satisfacción al usuario

Calidad de servicio	Satisfacción al usuario				Total
	Estadísticos	Insatisfecho	Satisfecho	Muy satisfecho	
Regular	Recuento	23	0	0	23
	%	100.0%	0.0%	0.0%	100.0%
Bueno	Recuento	9	30	0	39
	%	23.1%	76.9%	0.0%	100.0%
Excelente	Recuento	0	24	14	38
	%	0.0%	63.2%	36.8%	100.0%
Total	Recuento	32	54	14	100
	%	32.0%	54.0%	14.0%	100.0%

Fuente: *elaboración propia*

La T. N°11, sus resultados señalan que la totalidad de la variable calidad de servicio que tiene relación con un nivel "regular" corresponden al 100% con el nivel "insatisfecho" de la satisfacción al usuario, en este nivel se ubican los usuarios disconformes con la gestión del Municipio de Bellavista. Del 100% de la calidad de servicio del nivel "bueno" corresponde al 23.1% del nivel

"insatisfecho" y el 76.9% del nivel "satisfecho" de satisfacción al usuario, para este nivel se encuentran aquellos usuarios que tiene una posición favorable con relación a esta variable. Del 100% de la calidad de servicio del nivel "excelente" corresponde al 63.2% del nivel "satisfecho" y 36.8% del nivel "muy satisfecho" de satisfacción al usuario, en este nivel se encuentran los usuarios que tienen una posición completamente satisfactoria de la gestión del Municipio de Bellavista.

Ha: La calidad de servicio tiene relación existente con la satisfacción al usuario de la Municipalidad de Bellavista, Callao 2021.

Ho: La calidad de servicio no tiene relación existente con la satisfacción al usuario de la Municipalidad de Bellavista, Callao 2021.

La comprobación de la hipótesis tiene define su criterio de la siguiente manera:

Cuando  $X^2_e$  es mayor que  $X^2_t$  se rechaza la (Ho) y se acepta la (Ha), contrariamente cuando el  $X^2_t$  supera al  $X^2_e$  podemos aceptar la (Ho) y rechazar la (Ha).

Grado de Sig. = 0.05

$\chi^2 P = < 0.05$

Tabla 12. Prueba de  $\chi^2$  para la Hipótesis General

	Valor	gl	P
$\chi^2$ Pearson	86,013 <sup>a</sup>	4	0.000
Verosimilitud	102.371	4	0.000
Asociación lineal	62,111	1	0.000
N	100		

Existencia: El valor del  $\chi^2$  calculado, es  $\chi^2_e = 86,013$  y el valor del  $\chi^2_t = 9,487$  con un 95% de grado de confianza y 4 grados de libertad, siendo así se cumple la regla  $\chi^2_t < \chi^2_e$ . En tal sentido, aceptamos la Ha y rechazamos la Ho. Concluyendo según el p-valor:  $0.000 < 0.05$  que la calidad se servicio se

relaciona directamente con la satisfacción del usuario de la Municipalidad de Bellavista.

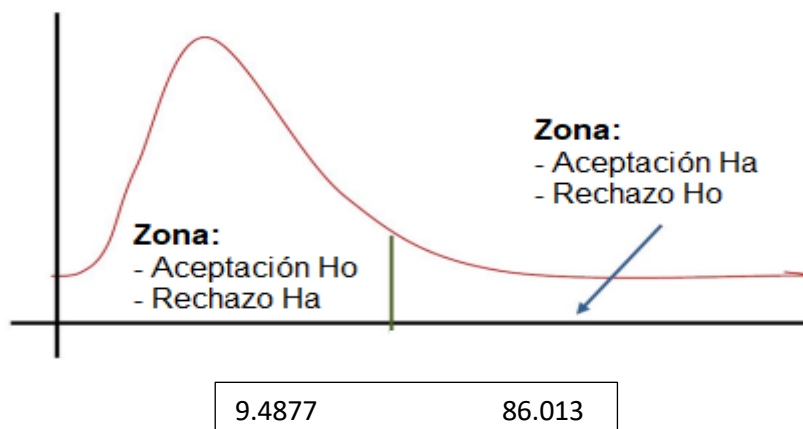


Tabla 13. Tabla cruzada de fiabilidad \* satisfacción al usuario

Fiabilidad	Satisfacción al usuario				Total
	Estadísticos	Insatisfecho	Satisfecho	Muy satisfecho	
Regular	Recuento	16	0	0	16
	%	100.0%	0.0%	0.0%	100.0%
Bueno	Recuento	16	12	2	30
	%	53.3%	40.0%	6.7%	100.0%
Excelente	Recuento	0	42	12	54
	%	0.0%	77.8%	22.2%	100.0%
Total	Recuento	32	54	14	100
	%	32.0%	54.0%	14.0%	100.0%

Fuente: *elaboración propia*

La T. N°13, sus resultados señalan que la totalidad de la dimensión fiabilidad que tiene relación con un nivel "regular" corresponden al 100% con el nivel "insatisfecho" de la satisfacción al usuario, en este nivel se ubican los usuarios que no confían en la gestión del Municipio de Bellavista. Del 100% de la fiabilidad del nivel "bueno" corresponde al 53.3% del nivel "insatisfecho", al 40% del nivel "satisfecho" y el 6.7% del nivel "muy satisfecho" de satisfacción al



usuario, para este nivel se encuentran aquellos usuarios que tiene una posición favorable con relación a esta dimensión. Del 100% de la fiabilidad del nivel "excelente" corresponde al 77.8% del nivel "satisfecho" y 22.2% del nivel "muy satisfecho" de satisfacción al usuario, en este nivel se encuentran los usuarios que tienen una posición completamente confiable en la gestión del Municipio de Bellavista.

Ha: La fiabilidad tiene relación existente con la satisfacción al usuario de la Municipalidad de Bellavista, Callao 2021.

Ho: La fiabilidad no tiene relación existente con la satisfacción al usuario de la Municipalidad de Bellavista, Callao 2021.

La comprobación de la hipótesis tiene define su criterio de la siguiente manera:

Cuando  $X^2_e$  es mayor que  $X^2_t$  se rechaza la (Ho) y se acepta la (Ha), contrariamente cuando el  $X^2_t$  supera al  $X^2_e$  podemos aceptar la (Ho) y rechazar la (Ha).

Grado de Sig. = 0.05

$\chi^2 P = < 0.05$

Tabla 14. Prueba de  $\chi^2$  para la Hipótesis Específica 1

	Valor	gl	P
$\chi^2$ Pearson	66,049 <sup>a</sup>	4	0.000
Verosimilitud	84,376	4	0.000
Asociación lineal	50,581	1	0.000
N	100		

Existencia: El valor del  $\chi^2$  calculado, es  $\chi^2_e = 66,049$  y el valor del  $\chi^2_t = 9,487$  con un 95% de grado de confianza y 4 grados de libertad, siendo así se cumple la regla  $\chi^2_t < \chi^2_e$ . En tal sentido, aceptamos la Ha y rechazamos la Ho. Concluyendo según el p-valor:  $0.000 < 0.05$  que la fiabilidad se relaciona directamente con la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad de Bellavista.

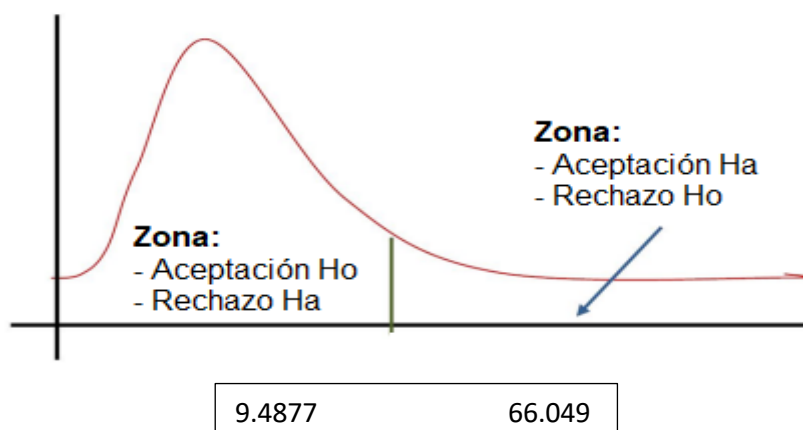


Tabla 15. Tabla cruzada de sensibilidad \* satisfacción al usuario

Sensibilidad	Satisfacción al usuario				Total
	Estadísticos	Insatisfecho	Satisfecho	Muy satisfecho	
Deficiente	Recuento	18	2	0	20
	%	90.0%	10.0%	0.0%	100.0%
Regular	Recuento	14	40	2	56
	%	25.0%	71.4%	3.6%	100.0%
Bueno	Recuento	0	12	12	24
	%	0.0%	50.0%	50.0%	100.0%
Total	Recuento	32	54	14	100
	%	32.0%	54.0%	14.0%	100.0%

Fuente: *elaboración propia*

La T. N°15, sus resultados señalan que la totalidad de la dimensión sensibilidad que tiene relación con un nivel “deficiente” corresponden al 90% con el nivel “insatisfecho” y 10% con el nivel “satisfecho” de la satisfacción al usuario, en este nivel se ubican los usuarios completamente disconformes con la sensibilidad de los colaboradores del Municipio de Bellavista. Del 100% de la

sensibilidad del nivel "regular" corresponde al 25% del nivel "insatisfecho", al 71.4% del nivel "satisfecho" y 3.6% del nivel "muy satisfecho" de satisfacción al usuario, para este nivel se encuentran aquellos usuarios que tiene una posición disconforme con relación a esta dimensión. Del 100% de la sensibilidad del nivel "bueno" corresponde al 50% del nivel "satisfecho" y 50% del nivel "muy satisfecho" de satisfacción al usuario, en este nivel se encuentran los usuarios conformes con la sensibilidad de los colaboradores del Municipio de Bellavista.

Ha: La sensibilidad tiene relación existente con la satisfacción al usuario de la Municipalidad de Bellavista, Callao 2021.

Ho: La sensibilidad no tiene relación existente con la satisfacción al usuario de la Municipalidad de Bellavista, Callao 2021.

La comprobación de la hipótesis tiene define su criterio de la siguiente manera:

Cuando  $X^2_e$  es mayor que  $X^2_t$  se rechaza la (Ho) y se acepta la (Ha), contrariamente cuando el  $X^2_t$  supera al  $X^2_e$  podemos aceptar la (Ho) y rechazar la (Ha).

Grado de Sig. = 0.05

$\chi^2 P = < 0.05$

Tabla 16. Prueba de  $\chi^2$  para la Hipótesis Específica 2

	Valor	gl	P
$\chi^2$ Pearson	69,321 <sup>a</sup>	4	0.000
Verosimilitud	69,186	4	0.000
Asociación lineal	49,839	1	0.000
N	100		

Existencia: El valor del  $\chi^2$  calculado, es  $\chi^2_e = 69,321$  y el valor del  $\chi^2_t = 9,487$  con un 95% de grado de confianza y 4 grados de libertad, siendo así se cumple la regla  $\chi^2_t < \chi^2_e$ . En tal sentido, aceptamos la Ha y rechazamos la Ho. Concluyendo según el p-valor:  $0.000 < 0.05$  que la sensibilidad se relaciona

directamente con la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad de Bellavista.

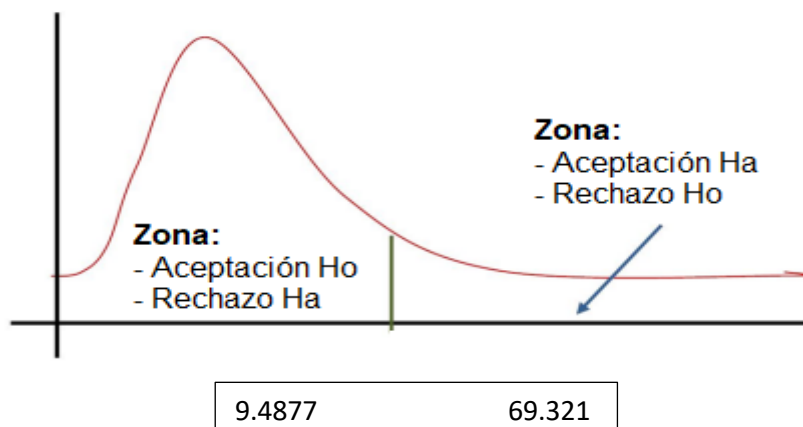


Tabla 17. Tabla cruzada de seguridad \* satisfacción al usuario

Seguridad	Satisfacción al usuario				Total
	Estadísticos	Insatisfecho	Satisfecho	Muy satisfecho	
Deficiente	Recuento	10	0	0	10
	%	100.0%	0.0%	0.0%	100.0%
Regular	Recuento	19	14	0	33
	%	57.6%	42.4%	0.0%	100.0%
Bueno	Recuento	1	34	12	47
	%	2.1%	72.3%	25.5%	100.0%
Excelente	Recuento	2	6	2	10
	%	20.0%	60.0%	20.0%	100.0%
Total	Recuento	32	54	14	100
	%	32.0%	54.0%	14.0%	100.0%

Fuente: *elaboración propia*

La T. N°17, sus resultados señalan que la totalidad de la dimensión seguridad que tiene relación con un nivel “deficiente” corresponden al 100% con el nivel “insatisfecho” de la satisfacción al usuario, en este nivel los usuarios no se sienten seguros de la gestión del Municipio de Bellavista. Del 100% de la seguridad del nivel "regular" corresponde al 57.6% del nivel "insatisfecho" y 42.4% del nivel “satisfecho” de satisfacción al usuario, para este nivel los usuarios que regularmente no se sienten seguros con relación a esta dimensión. Del 100% de la seguridad del nivel "bueno" corresponde al 2.1% del nivel “insatisfecho”, al 72.3% del nivel “satisfecho” y 25.5% del nivel “muy satisfecho” de satisfacción al usuario, en este nivel los usuarios se sienten seguros de la gestión en el Municipio de Bellavista. Del 100% de la seguridad del nivel “excelente” corresponde al 20% del nivel “insatisfecho”, al 60% del nivel “satisfecho” y 20% del nivel “muy satisfecho”, en este nivel los usuarios se sienten completamente seguros de la gestión en el Municipio de Bellavista.

Ha: La seguridad tiene relación existente con la satisfacción al usuario de la Municipalidad de Bellavista, Callao 2021.

Ho: La seguridad no tiene relación existente con la satisfacción al usuario de la Municipalidad de Bellavista, Callao 2021.

La comprobación de la hipótesis tiene define su criterio de la siguiente manera:

Cuando  $X^2_e$  es mayor que  $X^2_t$  se rechaza la (Ho) y se acepta la (Ha), contrariamente cuando el  $X^2_t$  supera al  $X^2_e$  podemos aceptar la (Ho) y rechazar la (Ha).

Grado de Sig. = 0.05

$\chi^2 P = < 0.05$

Tabla 18. Prueba de  $\chi^2$  para la Hipótesis Específica 3

	Valor	gl	P
$\chi^2$ Pearson	54,707 <sup>a</sup>	6	0.000
Verosimilitud	68,047	6	0.000
Asociación lineal	35,071	1	0.000
N	100		

Existencia: El valor del  $\chi^2$  calculado, es  $\chi^2_e = 54,707$  y el valor del  $\chi^2_t = 12,591$  con un 95% de grado de confianza y 6 grados de libertad, siendo así se cumple la regla  $\chi^2_t < \chi^2_e$ . En tal sentido, aceptamos la  $H_a$  y rechazamos la  $H_o$ . Concluyendo según el p-valor:  $0.000 < 0.05$  que la seguridad se relaciona directamente con la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad de Bellavista.

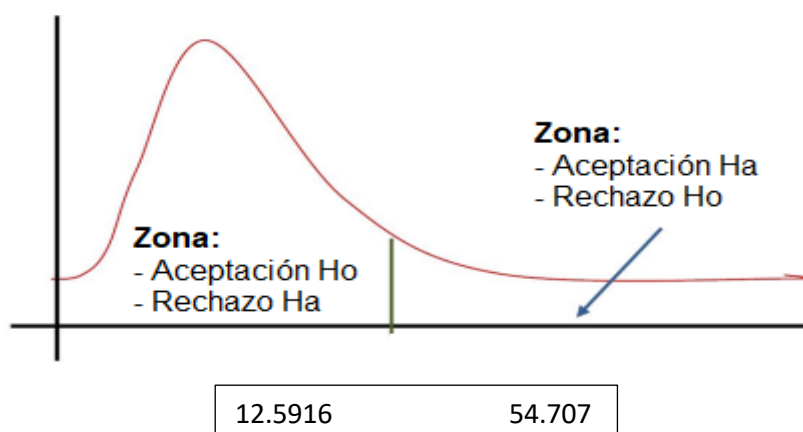


Tabla 19. Tabla cruzada de empatía \* satisfacción al usuario

Empatía	Satisfacción al usuario				Total
	Estadísticos	Insatisfecho	Satisfecho	Muy satisfecho	
Regular	Recuento	3	0	0	3
	%	100.0%	0.0%	0.0%	100.0%
Bueno	Recuento	20	12	0	32
	%	62.5%	37.5%	0.0%	100.0%
Excelente	Recuento	9	42	14	65
	%	13.8%	64.6%	21.5%	100.0%
Total	Recuento	32	54	14	100
	%	32.0%	54.0%	14.0%	100.0%

Fuente: *elaboración propia*

La T. N°19, sus resultados señalan que la totalidad de la dimensión empatía que tiene relación con un nivel “regular” corresponden al 100% con el nivel

“insatisfecho” de la satisfacción al usuario, en este nivel se ubican los usuarios disconformes con la empatía que muestran los colaboradores del Municipio de Bellavista. Del 100% de la empatía del nivel "bueno" corresponde al 62.5% del nivel "insatisfecho" y 37.5% del nivel “satisfecho” de satisfacción al usuario, para este nivel se encuentran aquellos usuarios que tiene una posición favorable con relación a esta dimensión. Del 100% de la empatía del nivel "excelente" corresponde al 13.8% del nivel “insatisfecho”, el 64.6% del nivel “satisfecho” y 21.5% del nivel “muy satisfecho” de satisfacción al usuario, en este nivel se encuentran los usuarios que tienen una posición completamente favorable de la empatía que muestran los colaboradores del Municipio de Bellavista.

Ha: La empatía tiene relación existente con la satisfacción al usuario de la Municipalidad de Bellavista, Callao 2021.

Ho: La empatía no tiene relación existente con la satisfacción al usuario de la Municipalidad de Bellavista, Callao 2021.

La comprobación de la hipótesis tiene define su criterio de la siguiente manera:

Cuando  $X^2_e$  es mayor que  $X^2_t$  se rechaza la (Ho) y se acepta la (Ha), contrariamente cuando el  $X^2_t$  supera al  $X^2_e$  podemos aceptar la (Ho) y rechazar la (Ha).

Grado de Sig. = 0.05

$\chi^2 P = < 0.05$

Tabla 20. Prueba de  $\chi^2$  para la Hipótesis Específica 4

	Valor	gl	P
$\chi^2$ Pearson	32,460 <sup>a</sup>	4	0.000
Verosimilitud	36,921	4	0.000
Asociación lineal	28,753	1	0.000
N	100		

Existencia: El valor del  $\chi^2$  calculado, es  $\chi^2_e = 32,460$  y el valor del  $\chi^2_t = 9,487$  con un 95% de grado de confianza y 4 grados de libertad, siendo así se cumple la regla  $\chi^2_t < \chi^2_e$ . En tal sentido, aceptamos la  $H_a$  y rechazamos la  $H_o$ . Concluyendo según el p-valor:  $0.000 < 0.05$  que la empatía se relaciona directamente con la satisfacción al usuario.

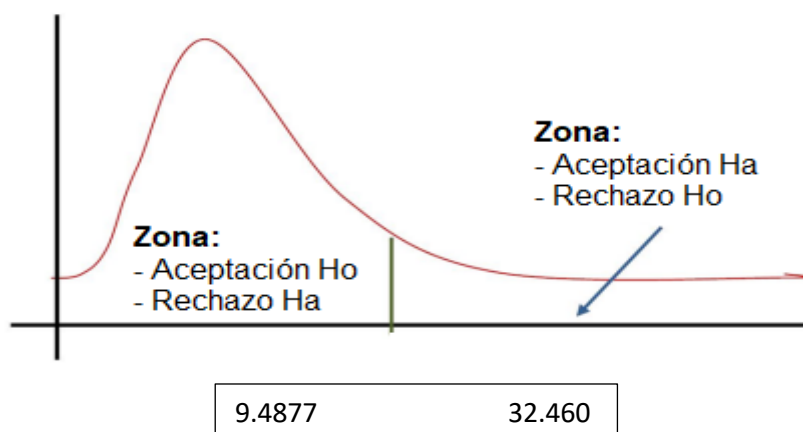


Tabla 21. Tabla cruzada de elementos tangibles \* satisfacción al usuario

Elementos tangibles	Estadísticos	Satisfacción al usuario			Total
		Insatisfecho	Satisfecho	Muy satisfecho	
Regular	Recuento	22	0	0	22
	%	100.0%	0.0%	0.0%	100.0%
Bueno	Recuento	9	12	0	21
	%	42.9%	57.1%	0.0%	100.0%
Excelente	Recuento	1	42	14	57
	%	1.8%	73.7%	24.6%	100.0%
Total	Recuento	32	54	14	100
	%	32.0%	54.0%	14.0%	100.0%

Fuente: *elaboración propia*



La T. N°21, sus resultados señalan que la totalidad de la dimensión elementos tangibles que tiene relación con un nivel “regular” corresponden al 100% con el nivel “insatisfecho” de la satisfacción al usuario, en este nivel se ubican los usuarios disconformes con esta dimensión. Del 100% de los elementos tangibles del nivel "bueno" corresponde al 42.9% del nivel "insatisfecho" y al 57.1% del nivel “satisfecho” de satisfacción al usuario, para este nivel se encuentran aquellos usuarios que tiene una posición favorable con relación a esta dimensión. Del 100% de los elementos tangibles del nivel "excelente" corresponde al 1.8% del nivel “insatisfecho”, al 73.7% del nivel “satisfecho” y 24.6% del nivel “muy satisfecho” de satisfacción al usuario, en este nivel se encuentran los usuarios que tienen una posición completamente favorable de la dimensión.

Ha: Los elementos tangibles tienen relación existente con la satisfacción al usuario de la Municipalidad de Bellavista, Callao 2021.

Ho: Los elementos tangibles no tienen relación existente con la satisfacción al usuario de la Municipalidad de Bellavista, Callao 2021.

La comprobación de la hipótesis tiene define su criterio de la siguiente manera:

Cuando  $X^2_e$  es mayor que  $X^2_t$  se rechaza la (Ho) y se acepta la (Ha), contrariamente cuando el  $X^2_t$  supera al  $X^2_e$  podemos aceptar la (Ho) y rechazar la (Ha).

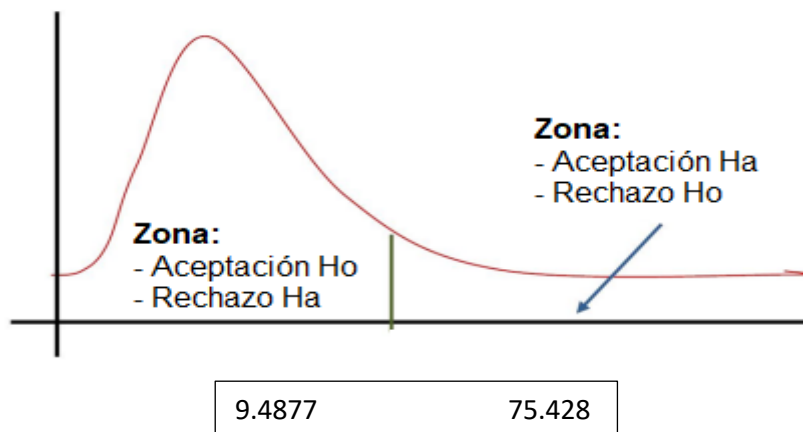
Grado de Sig. = 0.05

$Xi^2 P = < 0.05$

Tabla 22. Prueba de  $Xi^2$  para la Hipótesis Específica 5

	Valor	gl	P
$Xi^2$ Pearson	75,428 <sup>a</sup>	4	0.000
Verosimilitud	92,791	4	0.000
Asociación lineal	59,162	1	0.000
N	100		

Existencia: El valor del  $\chi^2$  calculado, es  $\chi^2_e = 75,428$  y el valor del  $\chi^2_t = 9,487$  con un 95% de grado de confianza y 4 grados de libertad, siendo así se cumple la regla  $\chi^2_t < \chi^2_e$ . En tal sentido, aceptamos la  $H_a$  y rechazamos la  $H_o$ . Concluyendo según el p-valor:  $0.000 < 0.05$  que los elementos tangibles se relacionan directamente con la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad de Bellavista.



## V. DISCUSIÓN

En cuanto a la hipótesis general, en donde se confirma que existe relación de la calidad de servicio con la satisfacción al usuario, es confirmado según el resultado de Chi cuadrado donde ( $\chi^2_e = 86.013$ ) demostrando una significancia real superior al teórico ( $\chi^2_t = 9.487$ ) lo que significa que existe directa relación entre las dos variables, lo que sugiere que ha mejor calidad de servicio aumentará la satisfacción al usuario de la Municipalidad de Bellavista. Dicha afirmación se confirma con la tesis internacional de López (2018) donde se comprobó a través del análisis de Pearson = .697 y p-valor = .000 que existe positiva relación entre las dos variables de estudio. Asimismo, con la tesis de Vera (2021) en el cual se demostró a través del análisis de Spearman = .973 y p-valor = .000 la relación entre las dos variables. Por último, con la tesis de

Riqueros (2017) donde se demostró a través del análisis de Chi2 = (Xi2e: 24.220) superior al (Xi2t: 9.487) y p-valor = .000 la relación que hay entre ambas variables.

En cuanto a la hipótesis específica N°1, en donde se confirma que existe relación de la fiabilidad con la satisfacción al usuario, es confirmado según el resultado de Chi cuadrado donde (Xi<sup>2</sup>e=66.049) demostrando una significancia real superior al teórico (Xi2t=9.487) lo que significa que existe directa de la variable y la dimensión, lo que sugiere que ha mejor gestión de la fiabilidad aumentará la satisfacción al usuario de la Municipalidad de Bellavista. Dicha afirmación se confirma con la tesis de Vera (2021) en el cual se demostró a través del análisis de Spearman = .977 y p-valor = .000 la relación de la dimensión con la variable. Así también, con la tesis de Riqueros (2017) donde se demostró a través del análisis de Chi2 = (Xi2e: 15.856) superior al (Xi2t: 9.487) y p-valor = .003 la relación que hay entre la dimensión y la variable de estudio.

En cuanto a la hipótesis específica N°2, en donde se confirma que existe relación de la sensibilidad con la satisfacción al usuario, es confirmado según el resultado de Chi cuadrado donde (Xi<sup>2</sup>e=69.321) demostrando una significancia real superior al teórico (Xi2t=9.487) lo que significa que existe directa de la variable y la dimensión, lo que sugiere que ha mejor gestión de la sensibilidad aumentará la satisfacción al usuario de la Municipalidad de Bellavista. Dicha afirmación se confirma con la tesis de Vera (2021) en el cual se demostró a través del análisis de Spearman = .965 y p-valor = .000 la relación positiva de la dimensión con la variable. Así también, con la tesis de Riqueros (2017) donde se demostró a través del análisis de Chi2 = (Xi2e: 11.529) superior al (Xi2t: 9.487) y p-valor = .021 la relación significativa de la dimensión y la variable de estudio.

En cuanto a la hipótesis específica N°3, en donde se confirma que existe relación de la seguridad con la satisfacción al usuario, es confirmado según el resultado de Chi cuadrado donde (Xi<sup>2</sup>e=54.707) demostrando una significancia real superior al teórico (Xi2t=12.591) lo que significa que existe directa de la

variable y la dimensión, lo que sugiere que ha mejor gestión de la seguridad aumentará la satisfacción al usuario de la Municipalidad de Bellavista. Dicha afirmación se confirma con la tesis de Vera (2021) en el cual se demostró a través del análisis de Spearman = .905 y p-valor = .000 la relación positiva de la dimensión con la variable. Así también, con la tesis de Riqueros (2017) donde se demostró a través del análisis de Chi2 = (Xi2e: 22.059) superior al (Xi2t: 9.487) y p-valor = .000 la relación significativa de la dimensión y la variable de estudio.

En cuanto a la hipótesis específica N°4, en donde se confirma que existe relación de la empatía con la satisfacción al usuario, es confirmado según el resultado de Chi cuadrado donde (Xi2e=32.460) demostrando una significancia real superior al teórico (Xi2t=9.487) lo que significa que existe directa de la variable y la dimensión, lo que sugiere que ha mejor gestión de la empatía aumentará la satisfacción al usuario de la Municipalidad de Bellavista. Dicha afirmación se confirma con la tesis de Vera (2021) en el cual se demostró a través del análisis de Spearman = .977 y p-valor = .000 la relación positiva de la dimensión con la variable. Así también, con la tesis de Riqueros (2017) donde se demostró a través del análisis de Chi2 = (Xi2e: 20.018) superior al (Xi2t: 9.487) y p-valor = .000 la relación significativa de la dimensión y la variable de estudio.

En cuanto a la hipótesis específica N°5, en donde se confirma que existe relación de los elementos tangibles con la satisfacción al usuario, es confirmado según el resultado de Chi cuadrado donde (Xi2e=75.428) demostrando una significancia real superior al teórico (Xi2t=9.487) lo que significa que existe directa de la variable y la dimensión, lo que sugiere que ha mejor gestión de la seguridad aumentará la satisfacción al usuario de la Municipalidad de Bellavista. Dicha afirmación se confirma con la tesis de Vera (2021) en el cual se demostró a través del análisis de Spearman = .954 y p-valor = .000 la relación positiva de la dimensión con la variable. Así también, con la tesis de Riqueros (2017) donde se demostró a través del análisis de Chi2 = (Xi2e: 24.560) superior al (Xi2t: 9.487) y p-valor = .000 la relación significativa de la dimensión y la variable de estudio.

## VI. CONCLUSIONES

Haciendo la contrastación de los resultados de la presente investigación, entre los objetivos que se plantearon y la comprobación de sus hipótesis, se establecieron las siguientes conclusiones:

Se determinó que existe una relación entre la calidad de servicio y la satisfacción al usuario de la Municipalidad de Bellavista. A través de los resultados conseguidos el valor del chi<sup>2</sup> estimado ( $\chi^2_e = 86.013$ ) y el valor del chi<sup>2</sup> teórico ( $\chi^2_t = 9.487$ ) con cuatro grados de libertad. En tal sentido, se aceptó la Hipótesis afirmativa ( $H_a$ ) y se rechazó la Hipótesis negativa ( $H_o$ ). Concluyendo según el p-valor = 0.000 < 0.05 que la calidad de servicio se relaciona directamente con la satisfacción del usuario en dicho Municipio.

Se estableció que existe una relación entre la fiabilidad y la satisfacción al usuario de la Municipalidad de Bellavista. A través de los resultados conseguidos el valor del chi<sup>2</sup> estimado ( $\chi^2_e = 66.049$ ) y el valor del chi<sup>2</sup> teórico ( $\chi^2_t = 9.487$ ) con cuatro grados de libertad. En tal sentido, se aceptó la Hipótesis afirmativa ( $H_a$ ) y se rechazó la Hipótesis negativa ( $H_o$ ). Concluyendo según el p-valor = 0.000 < 0.05 que la fiabilidad se relaciona directamente con la satisfacción del usuario en dicho Municipio.

Se estableció que existe una relación entre la sensibilidad y la satisfacción al usuario de la Municipalidad de Bellavista. A través de los resultados conseguidos el valor del chi<sup>2</sup> estimado ( $\chi^2_e = 69.321$ ) y el valor del chi<sup>2</sup> teórico ( $\chi^2_t = 9.487$ ) con cuatro grados de libertad. En tal sentido, se aceptó la Hipótesis afirmativa ( $H_a$ ) y se rechazó la Hipótesis negativa ( $H_o$ ). Concluyendo según el p-valor = 0.000 < 0.05 que la sensibilidad se relaciona directamente con la satisfacción del usuario en dicho Municipio.

Se estableció que existe una relación entre la seguridad y la satisfacción al usuario de la Municipalidad de Bellavista. A través de los resultados conseguidos el valor del chi<sup>2</sup> estimado ( $\chi^2_e = 54.707$ ) y el valor del chi<sup>2</sup> teórico ( $\chi^2_t = 12.691$ ) con seis grados de libertad. En tal sentido, se aceptó la Hipótesis afirmativa ( $H_a$ ) y se rechazó la Hipótesis negativa ( $H_o$ ). Concluyendo

según el  $p$ -valor =  $0.000 < 0.05$  que la seguridad se relaciona directamente con la satisfacción del usuario en dicho Municipio.

Se estableció que existe una relación entre la empatía y la satisfacción al usuario de la Municipalidad de Bellavista. A través de los resultados conseguidos el valor del  $\chi^2$  estimado ( $\chi^2_e = 32.460$ ) y el valor del  $\chi^2$  teórico ( $\chi^2_t = 9.487$ ) con cuatro grados de libertad. En tal sentido, se aceptó la Hipótesis afirmativa ( $H_a$ ) y se rechazó la Hipótesis negativa ( $H_o$ ). Concluyendo según el  $p$ -valor =  $0.000 < 0.05$  que la empatía se relaciona directamente con la satisfacción del usuario en dicho Municipio.

Se estableció que existe una relación entre los elementos tangibles y la satisfacción al usuario de la Municipalidad de Bellavista. A través de los resultados conseguidos el valor del  $\chi^2$  estimado ( $\chi^2_e = 75.428$ ) y el valor del  $\chi^2$  teórico ( $\chi^2_t = 9.487$ ) con cuatro grados de libertad. En tal sentido, se aceptó la Hipótesis afirmativa ( $H_a$ ) y se rechazó la Hipótesis negativa ( $H_o$ ). Concluyendo según el  $p$ -valor =  $0.000 < 0.05$  que los elementos tangibles se relacionan directamente con la satisfacción del usuario en dicho Municipio.

## **VII. RECOMENDACIONES**

Después de analizar los resultados de la presente investigación se realizan las siguientes recomendaciones para la gerencia y sub - gerencia de la Municipalidad de Bellavista – Callao:

Fomentar el hecho de que el usuario es primordial y tenerlo en cuenta en todos los procesos de toma de decisiones, incluso en departamentos que no tienen que tratar directamente con los clientes. Todos los ámbitos relacionados con las ciudades deben tener en cuenta a la ciudadanía, hecho clave para hacer realidad la transición.

Animar a sus empleados a escuchar activamente, ya que esto es importante en cualquier organización, ya que equivaldrá al éxito de la experiencia del usuario. La mejor forma de saber qué quieren o piden los ciudadanos es escuchar sus necesidades.

Deben invertir en capacitar a su fuerza laboral, ya que esto tiene muchos beneficios tanto para la ciudad como para sus empleados. Para la empresa: proceso de trabajo mejorado, productividad y competitividad mejorada, cultura organizacional mejorada, trabajo más estable. Para los empleados: desarrollo personal y profesional, igualdad de oportunidades, felicidad de los empleados e integración entre empleados y empleadores.

Se les recomienda fomentar un buen ambiente y motivación en el grupo. Para ello, se necesita un buen líder, no solo en términos de gestión de proyectos, sino también atención al aspecto personal de los empleados y su estatus en la empresa.

Continuando con el proceso de escucha, cuando sabemos lo que necesita el usuario, debemos actuar. Trate siempre de comprender lo que necesitan los usuarios y proponga la solución adecuada en el menor tiempo posible.

## REFERENCIAS

- Abascal, E., & Esteban, I. G. (2005). *Análisis de encuestas*. Esic editorial.
- Alcaide, J. (2016). *Fidelización de clientes*. Esic.
- Baena, G. (2014). *Metodología de la Investigación*. Grupo Editorial Patria.
- Bernal Torres, C. A. (2006). *Metodología de la investigación para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*.
- Biswas, S. (2014). *Relationship Marketing: Concepts, Theories and Cases*. Kolkata: PHI Learning Private Limited.
- Bollet, F.; Da Silva, G.; Chenet, M. (2020). Calidad del servicio y satisfacción de los clientes del terminal portuario logístico peruano del oriente, Pucallpa, Perú. (Artículo científico). Universidad Privada de Pucallpa, Perú. <https://revistas.upp.edu.pe/index.php/RICCVVA/article/view/170/155>
- Bustamante, M., Zerda, F. & Tello, M. (2019) Fundamentos de la calidad de servicio, el modelo SERVQUAL (artículo científico). Universidad de Talca, Ecuador.
- Carrasco, S. (2013). *Gestión de la atención al cliente/consumidor*. España: Ediciones Paraninfo.
- Coello, S., & Hernández, R. (2020). El paradigma cuantitativo de la investigación científica. Cuba: Editorial Universitaria de Cuba. Obtenido de <https://www.lifeder.com/paradigma-interpretativo-investigacion>.
- Deming, E. (1951). *Contributions to Mathematical Statistics*. RA. New York: Wiley; London: Chapman & Hall, 1950. 655 pp. \$7.50.
- Deming, E. (1989). *Calidad, productividad y competitividad a la salida de la crisis*. España, Madrid: Editorial Díaz de Santos.



- Diario Gestión (16 de octubre del 2021). Municipios con mayores recursos en Lima no superan ejecución del 60% de su presupuesto. Recuperado de: <https://gestion.pe/economia/municipios-con-mayores-recursos-en-lima-no-superan-el-60-de-su-presupuesto-en-proyectos-consulta-amigable-mef-noticia/>
- Fornell, C. (1992). Un barómetro nacional de satisfacción del cliente: la experiencia sueca. *Journal of Marketing* , 56 (1), 6–21.
- Gemechu, A. (2019). The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction: A Case Study on Nekemte Municipality, Oromia Region, Ethiopia. *Ann Soc Sci Manage Stud.*, 4(1), 14-25. <https://juniperpublishers.com/asm/pdf/ASM.MS.ID.555629.pdf>
- Gómez, J. (2016). Un enfoque cognitivo a la comprensión de lectura en segunda lengua y los límites de descripción. *Colombian Applied Linguistics Journal*, 18(2), 119–130.
- González, F. (1989). *Psicología. Principios y categorías*. La Habana : Editorial de ciencias sociales
- Gordon, A. (1985). *La personalidad. Su configuración y desarrollo*. Barcelona: Herder Editorial.
- Grönroos, C., & Gummesson, E. (1985). *Service marketing-Nordic school perspectives (Vol. 82)*. University of Stockholm, Department of Business Administration.
- Hernández, A., Ramos, M., Placencia, B., Indacochea, B., Quimis, A., & Moreno, L. (2018). *Metodología de la investigación científica (Vol. 15)*. Ciencias.
- Kotler P. & Armstrong G. (2012). *Marketing. (14a ed.)*. México: Editorial Pearson.

- Lerma, H. (2016). Metodología de la investigación: propuesta, anteproyecto y proyecto. Ecoe Ediciones.
- López, D. (2018). Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil. (Tesis de Maestría en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ecuador). Recuperado de: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9867/1/T-UCSG-POS-MAE-160.pdf>
- Llovera, L. (2007). Elementos de admistración. (5° Ed). México. McGrau Hill Interamerican.
- Mejía, E., Novoa, E., Ñaupas, H., & Villagómez, A. (2014). Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis. Ediciones de la U. Cuarta edición: Bogotá, Colombia.
- Ñaupas, H., Valdivia, M., & Palacios, J. (2019). El Método científico. Metodología de la Investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis, 29, 171.
- Oliver, R. & Desarbo, W. (1988). Response determinants in satisfaction judgments. Journal of consumer research. 14.
- Paiva, O. (2018). Gestión de la calidad del servicio y la satisfacción del usuario de la municipalidad distrital de La Unión – 2018. (Tesis de Maestría en la Universidad César Vallejo, Perú). Recuperado de: [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/28586/Paiva\\_POJ.pdf?sequence=4&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/28586/Paiva_POJ.pdf?sequence=4&isAllowed=y)
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1988). Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. Journal of Retailing, 64(1), 12.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1991). Refinement and reassessment of the SERVQUAL instrument. Journal of Retailing.

- Payne, C., & Ballantyne, D. (1991). Relationship marketing: Bringing quality, customer service and marketing together.
- Ramírez, A. (2010) Sobre la aplicación y desarrollo del concepto de innovación en el sector público: estado del arte, alcances y perspectivas. Circunstancia (Madrid, Fundación José Ortega y Gasset y Gregorio Marañón), IX (26): s. n. <[www.ortegaygasset.edu/fog/ver/1206/circunstancia/ano-ix---n--26---eptiembre-2011/articulos/ sobre-la-aplicacion-y-desarrollo-del-concepto-deinnovacion-en-el-sectorpublico--estado-del-arte--alcances-y-perspectivas](http://www.ortegaygasset.edu/fog/ver/1206/circunstancia/ano-ix---n--26---eptiembre-2011/articulos/ sobre-la-aplicacion-y-desarrollo-del-concepto-deinnovacion-en-el-sectorpublico--estado-del-arte--alcances-y-perspectivas)>
- Riqueros, J. (2017). Calidad de Servicio y Satisfacción de los Usuarios de la Municipalidad Provincial de Huaylas. Enero- Abril 2017. (Tesis de Maestría en la Universidad César Vallejo, Perú). Recuperado de: [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/12026/riqueros\\_rj.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/12026/riqueros_rj.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Ruíz, R. & Delgado, J. (2020). Calidad del servicio público en el desarrollo de las Municipalidades en la Región San Martín. <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/158/195>
- Sansana, G. (2016). Modelo Personológico de la satisfacción del cliente. <http://publicaciones.usm.edu.ec/index.php/GS/article/viewFile/59/92>
- Serrano, A. & López, M. (2017). Modelos de gestión de la calidad de servicio: revisión y propuesta de integración con la estrategia empresarial. (En línea). (Consultado el 05 de setiembre del 2017). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2480844>
- Szymanski, D. & Henard, D. (2001). Customer Satisfaction: A Meta-Analysis of the Empirical Evidence. Journal of the Academy of Marketing Science, vol 29, núm. 1, pg 16-35
- Torres, J., & Luna, I. (2016). Evaluación de la percepción de la calidad de los servicios bancarios mediante el modelo SERVPERF. México: Universidad

del Istmo. Recuperado de:  
[http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0186-10422017000401270](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-10422017000401270)

Vera, M. (2021). Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la Municipalidad de La Banda de Shilcayo, 2021. (Tesis de Maestría en la Universidad César Vallejo, Perú). Recuperado de:  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/66817/Vera\\_VMJ-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/66817/Vera_VMJ-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Yuni, J. A., & Urbano, C. A. (2006). Técnicas para investigar: recursos metodológicos para la preparación de proyectos de investigación. Editorial Brujas.

Zavaleta, M. (2021). Calidad del servicio y satisfacción del usuario en el Registro Civil de la Municipalidad Distrital de Huarmaca. (Tesis de Maestría en la Universidad César Vallejo, Perú). Recuperado de:  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/68552/Zavaleta\\_IMS-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/68552/Zavaleta_IMS-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

## ANEXOS

### Operacionalización de Variables

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de Medición
Calidad de servicio	El Modelo SERVQUAL, señala que la calidad en el servicio se define como el resultado que se logra obtener en un proceso de evaluación donde un consumidor adquiere o compara sus expectativas frente a sus percepciones. Es decir, la medición de la calidad se realiza mediante la diferencia del servicio que espera el cliente, y el que recibe de la empresa. (Bustamante et al, 2019)	La variable calidad de servicio obtendrá su estudio tomando en cuenta cinco dimensiones, la muestra resultante se obtuvo de los usuarios de la Municipalidad de Bellavista, Callao 2021. Utilizando como recolección de datos el cuestionario con valores tipo LIKERT.	Fiabilidad	Solución al problema	1	Ordinal
				Ejecución de servicio prometido	2,3	
			Sensibilidad	Servicio rápido y adecuado	4	
				Preguntas y quejas resueltas	5,6	
			Seguridad	Confianza	7	
				Disposición para la atención	8,9	
			Empatía	Cortesía	10	
				Comprensión de necesidades	11,12	
			Elementos tangibles	Infraestructura y equipos	13	
				Personal capacitado en el puesto	14,15	

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de Medición
Satisfacción del usuario	La satisfacción es aquella que se define como "la percepción que tiene el cliente sobre un grado en que se logran cumplir sus necesidades o expectativas establecidas"(Biswas, 2014)	La variable satisfacción del usuario obtendrá su estudio tomando en cuenta cinco dimensiones, la muestra resultante se obtuvo de los usuarios de la Municipalidad de Bellavista, Callao 2021. Utilizando como recolección de datos el cuestionario con valores tipo LIKERT.	Expectativas	Servicio adecuado	1	Ordinal
				Credibilidad	2	
			Trato recibido	Amabilidad	3	
				Información adecuada	4	
			Fidelización	Percepción del servicio	5	
				Comprensión	6	
			Capacidad de respuesta	Atención recibida	7	
				Eficiencia y eficacia	8	
		Conformidad	Aprobación	9,10		

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE:” La calidad de servicio y satisfacción al usuario en la Municipalidad deBellavista, Callao 2021”**

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	<b>VARIABLE CALIDAD DE SERVICIO</b>							
	<b>DIMENSIÓN 1: FIABILIDAD</b>							
1	El personal de la municipalidad muestra un sincero interés en resolver su problema.	√		√		√		
2	El personal de la municipalidad brinda sus servicios en el horario programado.	√		√		√		
3	Cuando el personal de la municipalidad promete hacer algo en cierto tiempo, lo hace.	√		√		√		
	<b>DIMENSIÓN 2: SENSIBILIDAD</b>							
4	El personal de la municipalidad brinda un servicio rápido y oportuno de acuerdo a sus exigencias.	√		√		√		
5	Obtuvo usted una respuesta positiva para la solución a sus problemas.	√		√		√		
6	Ante una queja que usted presenta, el personal de la municipalidad le toma la debida importancia.	√		√		√		
	<b>DIMENSIÓN 3: SEGURIDAD</b>							
7	El personal de la municipalidad le inspira confianza y credibilidad.	√		√		√		
8	Considera que el personal de la municipalidad muestra una buena disposición para atenderlo.	√		√		√		
9	Los profesionales de la municipalidad recogen de forma adecuada mis quejas y sugerencias como usuario.	√		√		√		
	<b>DIMENSIÓN 4: EMPATÍA</b>							
10	El personal de la municipalidad muestra un trato respetuoso y agradable hacia usted.	√		√		√		
11	El personal de la municipalidad entiende las necesidades específicas de su problema.	√		√		√		
12	Los profesionales de la municipalidad utilizan un lenguaje comprensible cuando brindan información.	√		√		√		
	<b>DIMENSIÓN 5: ELEMENTOS TANGIBLES</b>							

13	Está conforme con la infraestructura y equipos empleados por la municipalidad para la atención.	√		√		√		
14	El personal que lo atendió muestra que está suficientemente preparado para desempeñarse en el cargo que ocupa actualmente.	√		√		√		
15	Considera que las instalaciones de la municipalidad son agradables y atractivas.	√		√		√		
	<b>VARIABLE CALIDAD DEL USUARIO</b>	<b>Pertinencia<sup>1</sup></b>		<b>Relevancia<sup>2</sup></b>		<b>Claridad<sup>3</sup></b>		<b>Sugerencias</b>
	<b>DIMENSIÓN 1: EXPECTATIVAS</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	
16	Considera que el personal de la municipalidad realiza un servicio adecuado, acorde a su necesidad	√		√		√		
17	Considera que el personal del municipio muestra credibilidad en el servicio que brinda.	√		√		√		
	<b>DIMENSIÓN 2: TRATO RECIBIDO</b>							
18	El personal de la municipalidad muestra un trato amable en la atención al usuario.	√		√		√		
19	El personal de la municipalidad brinda información adecuada respecto a sus necesidades.	√		√		√		
	<b>DIMENSIÓN 3: FIDELIZACION</b>							
20	Percibe que el servicio brindado por la municipalidad es de calidad	√		√		√		
21	Considera que el personal de la municipalidad comprende su necesidad y problema.	√		√		√		
	<b>DIMENSIÓN 4: CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>							
22	El personal de la municipalidad se muestra amable y atento.	√		√		√		
23	El servicio que brinda la municipalidad es eficiente y eficaz.	√		√		√		
	<b>DIMENSIÓN 5: CONFORMIDAD DEL USUARIO</b>							
24	Está satisfecho con el servicio recibido.	√		√		√		
25	Aprueba el servicio que le brindan en la municipalidad.	√		√		√		



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

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

Apellidos y nombres del juez validador: **LÓPEZ LANDAURO RAFAEL ARTURO**

DNI: **08273208**

Especialidad del validador: **Gestión de Organizaciones**

**23 de septiembre del 2021**

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

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

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

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



**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE:” La calidad de servicio y satisfacción al usuario en la Municipalidad deBellavista, Callao 2021”**

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	<b>VARIABLE CALIDAD DE SERVICIO</b>							
	<b>DIMENSIÓN 1: FIABILIDAD</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	
1	El personal de la municipalidad muestra un sincero interés en resolver su problema.	x		x		x		
2	El personal de la municipalidad brinda sus servicios en el horario programado.	x		x		x		
3	Cuando el personal de la municipalidad promete hacer algo en cierto tiempo, lo hace.	x		x		x		
	<b>DIMENSIÓN 2: SENSIBILIDAD</b>							
4	El personal de la municipalidad brinda un servicio rápido y oportuno de acuerdo a sus exigencias.	x		x		x		
5	Obtuvo usted una respuesta positiva para la solución a sus problemas.	x		x		x		
6	Ante una queja que usted presenta, el personal de la municipalidad le toma la debida importancia.	x		x		x		
	<b>DIMENSIÓN 3: SEGURIDAD</b>							
7	El personal de la municipalidad le inspira confianza y credibilidad.	x		x		x		
8	Considera que el personal de la municipalidad muestra una buena disposición para atenderlo.	x		x		x		
9	Los profesionales de la municipalidad recogen de forma adecuada mis quejas y sugerencias como usuario.	x		x		x		
	<b>DIMENSIÓN 4: EMPATÍA</b>							
10	El personal de la municipalidad muestra un trato respetuoso y agradable hacia usted.	x		x		x		
11	El personal de la municipalidad entiende las necesidades específicas de su problema.	x		x		x		
12	Los profesionales de la municipalidad utilizan un lenguaje comprensible cuando brindan información.	x		x		x		
	<b>DIMENSIÓN 5: ELEMENTOS TANGIBLES</b>							

13	Está conforme con la infraestructura y equipos empleados por la municipalidad para la atención.	x		x		x		
14	El personal que lo atendió muestra que está suficientemente preparado para desempeñarse en el cargo que ocupa actualmente.	x		x		x		
15	Considera que las instalaciones de la municipalidad son agradables y atractivas.	x		x		x		
	<b>VARIABLE CALIDAD DEL USUARIO</b>	<b>Pertinencia<sup>1</sup></b>		<b>Relevancia<sup>2</sup></b>		<b>Claridad<sup>3</sup></b>		<b>Sugerencias</b>
	<b>DIMENSIÓN 1: EXPECTATIVAS</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	
16	Considera que el personal de la municipalidad realiza un servicio adecuado, acorde a su necesidad	x		x		x		
17	Considera que el personal del municipio muestra credibilidad en el servicio que brinda.	x		x		x		
	<b>DIMENSIÓN 2: TRATO RECIBIDO</b>							
18	El personal de la municipalidad muestra un trato amable en la atención al usuario.	x		x		x		
19	El personal de la municipalidad brinda información adecuada respecto a sus necesidades.	x		x		x		
	<b>DIMENSIÓN 3: FIDELIZACION</b>							
20	Percibe que el servicio brindado por la municipalidad es de calidad	x		x		x		
21	Considera que el personal de la municipalidad comprende su necesidad y problema.	x		x		x		
	<b>DIMENSIÓN 4: CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>							
22	El personal de la municipalidad se muestra amable y atento.	x		x		x		
23	El servicio que brinda la municipalidad es eficiente y eficaz.	x		x		x		
	<b>DIMENSIÓN 5: CONFORMIDAD DEL USUARIO</b>							
24	Está satisfecho con el servicio recibido.	x		x		x		
25	Aprueba el servicio que le brindan en la municipalidad.	x		x		x		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_

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

Apellidos y nombres del juez validador: PANCHE RODRIGUEZ ODOÑA BEATRIZ

Especialidad del validador:

DNI:

23 de septiembre del 2021



\_\_\_\_\_  
**Firma del Experto Informante.**

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

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

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

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

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE:” La calidad de servicio y satisfacción al usuario en la Municipalidad de Bellavista, Callao 2021”**

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	<b>VARIABLE CALIDAD DE SERVICIO</b>							
	<b>DIMENSIÓN 1: FIABILIDAD</b>							
1	El personal de la municipalidad muestra un sincero interés en resolver su problema.	x		x		x		
2	El personal de la municipalidad brinda sus servicios en el horario programado.	x		x		x		
3	Cuando el personal de la municipalidad promete hacer algo en cierto tiempo, lo hace.	x		x		x		
	<b>DIMENSIÓN 2: SENSIBILIDAD</b>							
4	El personal de la municipalidad brinda un servicio rápido y oportuno de acuerdo a sus exigencias.	x		x		x		
5	Obtuvo usted una respuesta positiva para la solución a sus problemas.	x		x		x		
6	Ante una queja que usted presenta, el personal de la municipalidad le toma la debida importancia.	x		x		x		
	<b>DIMENSIÓN 3: SEGURIDAD</b>							
7	El personal de la municipalidad le inspira confianza y credibilidad.	x		x		x		
8	Considera que el personal de la municipalidad muestra una buena disposición para atenderlo.	x		x		x		
9	Los profesionales de la municipalidad recogen de forma adecuada mis quejas y sugerencias como usuario.	x		x		x		
	<b>DIMENSIÓN 4: EMPATÍA</b>							

10	El personal de la municipalidad muestra un trato respetuoso y agradable hacia usted.	x		x		x		
11	El personal de la municipalidad entiende las necesidades específicas de su problema.	x		x		x		
12	Los profesionales de la municipalidad utilizan un lenguaje comprensible cuando brindan información.	x		x		x		
	<b>DIMENSIÓN 5: ELEMENTOS TANGIBLES</b>							
13	Está conforme con la infraestructura y equipos empleados por la municipalidad para la atención.	x		x		x		
14	El personal que lo atendió muestra que está suficientemente preparado para desempeñarse en el cargo que ocupa actualmente.	x		x		x		
15	Considera que las instalaciones de la municipalidad son agradables y atractivas.	x		x		x		
	<b>VARIABLE CALIDAD DEL USUARIO</b>	<b>Pertinencia<sup>1</sup></b>		<b>Relevancia<sup>2</sup></b>		<b>Claridad<sup>3</sup></b>		<b>Sugerencias</b>
	<b>DIMENSIÓN 1: EXPECTATIVAS</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	
16	Considera que el personal de la municipalidad realiza un servicio adecuado, acorde a su necesidad	x		x		x		
17	Considera que el personal del municipio muestra credibilidad en el servicio que brinda.	x		x		x		
	<b>DIMENSIÓN 2: TRATO RECIBIDO</b>							
18	El personal de la municipalidad muestra un trato amable en la atención al usuario.	x		x		x		
19	El personal de la municipalidad brinda información adecuada respecto a sus necesidades.	x		x		x		
	<b>DIMENSIÓN 3: FIDELIZACION</b>							
20	Percibe que el servicio brindado por la municipalidad es	x		x		x		

	de calidad						
21	Considera que el personal de la municipalidad comprende su necesidad y problema.	x		x		x	
	<b>DIMENSIÓN 4: CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>						
22	El personal de la municipalidad se muestra amable y atento.	x		x		x	
23	El servicio que brinda la municipalidad es eficiente y eficaz.	x		x		x	
	<b>DIMENSIÓN 5: CONFORMIDAD DEL USUARIO</b>						
24	Está satisfecho con el servicio recibido.	x		x		x	
25	Aprueba el servicio que le brindan en la municipalidad.	x		x		x	

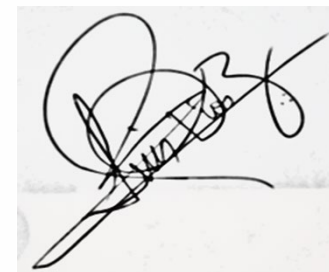
Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_

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

**Apellidos y nombres del juez validador:** DIOS ZARATE LUIS ENRIQUE

**DNI:** 07909441

**Especialidad del validador:** Licenciado en Administración.



**23 de septiembre del 2021**

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

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

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

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



## **ANEXOS**

### **DECLARACIÓN DE CONSENTIMIENTO INFORMADO**

Por el medio presente documento confirmo mi consentimiento para participar en la investigación denominada: “Calidad de servicio y satisfacción al usuario en la Municipalidad de Bellavista, Callao 2021” se me ha explicado que mi participación consistirá en lo siguiente:

Entiendo que debo responder con la verdad y que la información que brindan mis compañeros también es confidencial.

Se me ha explicado también que si decido participar en la investigación puedo retirarme en cualquier momento o no participar en una parte del estudio.

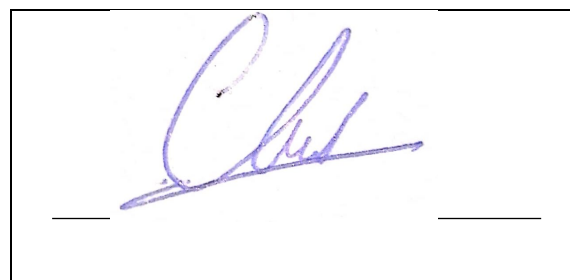
Acepto voluntariamente participar en esta investigación y comprendo que cosas voy a hacer durante la misma.

Lima, 15 de setiembre del 2021

Nombre del participante:

**ERICK DANIEL CHUQUIHUANGA HUAMAN**

**DNI: 71830621**





**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

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

Yo, DIOS ZARATE LUIS ENRIQUE, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CALLAO, asesor de Tesis titulada: "Calidad de servicio y satisfacción al usuario en la Municipalidad de Bellavista, Callao 2021

", cuyo autor es DIAZ PORRAS DIEGO JORGE ARMANDO, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 22.00%, 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, 10 de Diciembre del 2021

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
DIOS ZARATE LUIS ENRIQUE <b>DNI:</b> 07909441 <b>ORCID:</b> 0000-0003-0176-0047	Firmado electrónicamente por: LDIOSZ el 10-12- 2021 10:17:19

Código documento Trilce: TRI - 0215570