



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

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

**Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en la  
Municipalidad de San Juan de Miraflores, Lima 2021**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Administración

**AUTOR:**

Orellana Sedano, Eguel Pier (orcid.org/0000-0002-1769-5609)

**ASESOR:**

Mgtr. Landers Moscol, Mario Arturo (orcid.org/0000-0003-4051-6119)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Marketing

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Fortalecimiento de la democracia, liderazgo y ciudadanía

CHIMBOTE - PERÚ

2022

## **Dedicatoria**

Primero a Dios, por otorgarme salud y fortaleza en la culminación de esta etapa.

A mi padre por ser mi ejemplo, a mi madre por el amor incondicional y a mis hermanos por su compañía y apoyo.

A las personas que me apoyaron en la realización de esta investigación, aquellos que me orientaron y brindaron sus conocimientos.

El autor.

## Agradecimiento

Gracias a Dios, por haberme otorgado una familia maravillosa, por cuidarme y guiar mis pasos en este camino universitario. Además, por darme la fuerza en los momentos difíciles.

El autor.

## Índice de contenidos

Carátula .....	i
Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento .....	iii
Índice de contenidos .....	iv
Índice de tablas .....	v
Índice de gráficos y figuras .....	vi
Resumen .....	vii
Abstract .....	viii
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	4
III. METODOLOGÍA.....	11
3.1 Tipo y diseño de investigación .....	11
3.2 Variables y operacionalización.....	11
3.3 Población, muestra, muestreo, unidad de análisis .....	13
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos: .....	14
3.5 Procedimientos:.....	14
3.6 Método de análisis de datos:.....	15
3.7 Aspectos éticos .....	15
IV. RESULTADOS:.....	16
V. DISCUSIÓN .....	39
VI. CONCLUSIONES .....	43
VII. RECOMENDACIONES.....	44
REFERENCIAS .....	45
ANEXOS.....	49

## **Índice de tablas**

<b>Tabla 1.</b> <i>Correlación Rho Spearman</i> .....	16
<b>Tabla 2.</b> <i>Apreciación de calidad por parte de los usuarios</i> .....	17
<b>Tabla 3.</b> <i>Opinión de los encuestados sobre dimensión de la percepción del cliente</i> .....	18
<b>Tabla 4.</b> <i>Opinión de los encuestados sobre los indicadores de dimensión percepción del cliente</i> .....	19
<b>Tabla 5.</b> <i>Opinión de los encuestados sobre dimensión desempeño de los servicios</i> .....	21
<b>Tabla 6.</b> <i>Opinión de los encuestados sobre los indicadores de la dimensión desempeño de los servicios</i> .....	22
<b>Tabla 7.</b> <i>Opinión de los encuestados sobre la dimensión valor que otorga el cliente</i> .....	24
<b>Tabla 8.</b> <i>Opinión de los encuestados sobre los indicadores de la dimensión valor que otorga al cliente</i> .....	25
<b>Tabla 9.</b> <i>Apreciación de la satisfacción por parte de los usuarios</i> .....	27
<b>Tabla 10.</b> <i>Opinión de los encuestados sobre la dimensión ausencia de necesidad</i> .....	28
<b>Tabla 11.</b> <i>Opinión de los encuestados sobre los indicadores de la dimensión ausencia de necesidad</i> .....	29
<b>Tabla 12.</b> <i>Opinión de los encuestados sobre la dimensión buen servicio</i> .....	31
<b>Tabla 13.</b> <i>Opinión de los encuestados sobre los indicadores de la dimensión buen servicio</i> .....	32
<b>Tabla 14.</b> <i>Opinión de los encuestados sobre la dimensión cumplimiento de expectativas</i> .....	34
<b>Tabla 15.</b> <i>Opinión de los encuestados sobre los indicadores de la dimensión cumplimiento de expectativas</i> .....	35
<b>Tabla 16.</b> <i>Tabla cruzada de las variables</i> .....	37

## Índice de gráficos y figuras

<b>Figuras 1.</b> Nivel de calidad percibida por los usuarios. ....	17
<b>Figuras 2.</b> Percepción del cliente. ....	18
<b>Figuras 3.</b> Opinión de los encuestados sobre los indicadores de dimensión percepción del cliente. ....	20
<b>Figuras 4.</b> Opinión de los encuestados sobre dimensión del desempeño de los servicios. ....	21
<b>Figuras 5.</b> Opinión de los encuestados sobre los indicadores de la dimensión desempeño de los servicios. ....	23
<b>Figuras 6.</b> Opinión de los encuestados sobre la dimensión valor que otorga el cliente. ....	24
<b>Figuras 7.</b> Opinión de los encuestados sobre los indicadores de la dimensión valor que otorga el cliente. ....	26
<b>Figuras 8.</b> Nivel de satisfacción percibida por los usuarios. ....	27
<b>Figuras 9.</b> Opinión de los encuestados sobre la dimensión ausencia de necesidad. ....	28
<b>Figuras 10.</b> Opinión de los encuestados sobre los indicadores de la dimensión ausencia de necesidad. ....	30
<b>Figuras 11.</b> Opinión de los encuestados sobre la dimensión buen servicio. ....	31
<b>Figuras 12 .</b> Opinión de los encuestados sobre los indicadores de la dimensión buen servicio. ....	33
<b>Figuras 13.</b> Opinión de los encuestados sobre la dimensión cumplimiento de expectativas. ....	34
<b>Figuras 14.</b> Opinión de los encuestados sobre los indicadores de la dimensión cumplimiento de expectativas. ....	36

## Resumen

La investigación elaborada ha tenido el objetivo primordial de determinar la relación entre la calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en la Municipalidad de San Juan de Miraflores, 2021. Se considera que el presente trabajo tiene una perspectiva cuantitativa, descriptivo correlacional.

Población del distrito es de 353,950. La muestra obtenida es de 384 y se aplicó el cuestionario con escala ordinal de 20 interrogantes, el cuestionario fue dividido en dos secciones de 10 preguntas sobre calidad de servicio y las otras 10 preguntas sobre satisfacción de los usuarios.

Las variables de estudio poseen relación, fue evidenciado mediante el coeficiente de Rho de Spearman de 0,614, dando a conocer una correlación positiva considerable, además el nivel de significancia es igual a 0.000, aceptando la hipótesis por ser menor a 0.05.

Por último, podemos concluir que un 5% señalaron estar totalmente en desacuerdo con la calidad de servicio, mientras un 8% se estuvieron totalmente de acuerdo y el 39% es indiferente. Se encontró que, sobre satisfacción de los usuarios, el 2% dijeron estar totalmente en desacuerdo, 13% totalmente de acuerdo y el 39% es indiferente.

**Palabras clave:** calidad, satisfacción, servicio, usuario.

## Abstract

The research carried out has had the primary objective of determining the relationship between service quality and user satisfaction in the Municipality of San Juan de Miraflores, 2021. It is considered that this work has a quantitative, descriptive, correlational perspective.

The district's population is 353,950. The sample obtained is 384 and the questionnaire with an ordinal scale of 20 questions was applied, the questionnaire was divided into two sections of 10 questions on service quality and the other 10 questions on user satisfaction.

The study variables have a relationship, it was evidenced by Spearman's Rho coefficient of 0.614, revealing a considerable positive correlation, in addition the level of significance is equal to 0.000, accepting the hypothesis for being less than 0.05.

Finally, we can conclude that 5% indicated they totally disagree with the quality of service, while 8% totally agreed and 39% were indifferent. It was found that on user satisfaction, 2% said they totally disagree, 13% totally agree and 39% are indifferent.

**Keywords:** quality, satisfaction, service, username.

## I. INTRODUCCIÓN

Actualmente, a pesar que la tecnología continúa en ascenso, existen usuarios de las entidades públicas a nivel internacional que no están satisfechos, por ejemplo, según las cifras del reporte realizado por Montalvo (2009), teniendo como base la información del Barómetro de las Américas, se obtuvo los índices de satisfacción acerca de los servicios que brindan las municipalidades de Brasil, República Dominicana y Ecuador, cuyos resultados son 58.2, 56.9 y 56.3 respectivamente de una escala de 0 a 100. Nuestro país no es ajeno a este tipo de problemas, los colaboradores municipales deben considerar que los usuarios son el elemento fundamental de una institución, ya que, sin ellos definitivamente no encontraríamos organización, situemos una interrogante; ¿cuál sería el efecto si los usuarios no pagan sus impuestos, arbitrios municipales y otras obligaciones?, generaría como consecuencia que la municipalidad se encuentre en una carencia económica; por ese motivo es necesario resaltar la importancia de otorgar servicios que posean a la calidad como característica principal y cumplir toda expectativa existente. Ahora los usuarios dejaron de ser gobernados, poco satisfechos con lo que la gestión del estado otorga y son considerados usuarios clientes, ya que conocen en que aportan su dinero; generando exigencia para que se les brinden calidad en los servicios.

El cumplimiento profesional en el concejo del distrito es insuficiente, la mayoría de los beneficiarios expresan que sus solicitudes no fueron resueltas, o en todo caso, el tiempo de atención fue largo. Se pudo conocer que algunos trabajadores no conocen bien sus funciones y no poseen la instrucción suficiente en la ocupación de sus tareas, para nadie es desconocido que en la actualidad los puestos de trabajo en las instituciones públicas son ocupados a través de favores políticos, y no por una correcta elección de personas competentes. Es fundamental conocer la posición en que se encuentra el clima organizacional, ya que nos va a permitir saber y conocer del comportamiento que tiene cada integrante y el vínculo con el cumplimiento de las funciones, siendo elemental la evaluación para el planteamiento de herramientas de administración, resulta esencial un adecuado entorno organizacional ya que influirá eficientemente en el comportamiento del trabajador y la institución. Por consecuente, pensamos que un correcto ambiente en la institución influencia inmediatamente en la productividad laboral. Se pudo contemplar que los usuarios salían de la municipalidad reclamando por el retardo

de la atención, la poca cortesía, consultas no atendidas y califican como pésimo el servicio ofrecido, dan a conocer que hay mucha burocracia en la gestión de sus documentos, motivo que no ayuda a la breve resolución de las solicitudes y alcanzar el logro de poder obtener usuarios conformes. Producto de la realidad problemática, formulamos la posterior pregunta: ¿Cuál es la relación entre la calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en la municipalidad de San Juan de Miraflores, 2021?

La justificación de la investigación es la inclinación en el análisis de este asunto que nace por la constante presentación de inconvenientes de insatisfacción de beneficiarios, debido a que sus demandas no fueron resueltas, demora en la atención, falta de vocación de servicio de los trabajadores, en general encontramos defectuosa atención; por tal motivo, la organización debe ocuparse de conceder apropiados servicios con calidad y producir como consecuencia valores muy elevados de satisfacción. Las propuestas desarrolladas servirán para mejorar la calidad de las actividades prestadas y conseguir usuarios satisfechos en la entidad del distrito. Se conoció la situación actual de la Municipalidad, evidenciando escasos recursos para la atención de los usuarios, quienes salían decepcionados, tristes y algunos enojados, son asuntos que deben ser solucionados y este trabajo tiene la finalidad de colaborar con los cambios positivos en la organización.

Además, como justificación social, esta investigación será útil para trabajos que se desarrollen en el futuro y posean relación con las variables en las que se encuentra enfocada esta tesis, es decir, toda información tomada en cuenta en este estudio podrá colaborar en las modificaciones de objetivos que existen en las municipalidades. Debido a su importante metodología, podrá ejercer de ayuda a los investigadores que van a pretender elaborar trabajos que van a estar relacionados con el tema considerado en esta investigación; ya que presentará real valor de confianza y certeza. Se buscó determinar la relación entre calidad de servicio y satisfacción de los usuarios, lo dicho es el objetivo general. Luego se desprenden los siguientes objetivos específicos: analizar el nivel de la calidad de servicio, analizar el nivel de la satisfacción de los usuarios y analizar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios.

Las hipótesis, de acuerdo a Espinoza (2018), se consideran como una proposición temporal y que obligatoriamente no es demostrable, o de otra forma se puede tener

en cuenta como un pronóstico que posteriormente será verificado por el procedimiento científico.

Finalmente, las hipótesis fueron:

H1: Si existe relación entre la calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en la municipalidad de San Juan de Miraflores, Lima 2021.

H0: No existe relación entre la calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en la municipalidad de San Juan de Miraflores, Lima 2021.

## II. MARCO TEÓRICO

Como parte de este estudio se ha considerado los antecedentes internacionales mencionados a continuación:

Vera (2013), de la investigación científica “Atributos de calidad del servicio de la telefonía móvil para clientes mexicanos y su impacto en la satisfacción y en la lealtad hacia la marca” posee un carácter cualitativo en una primera parte y cuantitativo en una segunda instancia, donde se aplicó un cuestionario a 180 clientes, aplicando el alfa de Cronbach otorgando 0.741 y para analizar si es fiable se hizo uso del coeficiente de Spearman obteniendo 0.687. Se llegó a la conclusión de que solo cuatro atributos de la calidad logran tener un vínculo con la satisfacción del cliente, siendo estos el cobro de precios accesibles, empatía en el personal, señal otorgada con claridad y atención rápida. Silva, et al. (2021), señalan en su artículo de investigación “La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en México” que tiene un enfoque cualitativo y cuantitativo, se realizó en total 129 cuestionarios, 0.906 y 0.907 son las cifras del alfa de Cronbach respectivamente y para corroborar el valor de confianza de la calidad en el servicio y satisfacción del cliente, se aplicó el Rho de Spearman para saber que existe la correlación significativa alta en las variables, siendo la cifra 0.820. Reyes y Veliz (2021), en su artículo “Calidad del servicio y su relación con la satisfacción al cliente en la empresa pública de agua potable del cantón Jipijapa” que posee una metodología descriptiva no experimental con un enfoque cuantitativo. Se utilizó un cuestionario aplicado a una muestra de 236 usuarios, posteriormente el análisis de resultados se hizo uso de los programas Excel y SPSS, obteniendo como conclusión que los agentes fundamentales son: el trato individual, contestación rápida, agradable postura e imagen, adecuado tiempo para la atención y solución rápida para los reclamos y quejas, incluso la comodidad en el establecimiento. La calidad del servicio y la satisfacción del usuario presentan valiosa relación.

Monroy y Urcádiz (2019), su investigación “Calidad en el servicio y su incidencia en la satisfacción del comensal en restaurantes de La Paz, México”, tiene metodología descriptiva correlacional, en el trabajo se aplicó una encuesta con escala Likert a 207 comensales para conocer las percepciones sobre la calidad y satisfacción en los restaurantes, previamente se ejecutó una prueba piloto a 15 comensales y se

estableció la consistencia con el alfa de Cronbach de 0,714. Para su estudio correlacional se hizo uso del coeficiente Pearson, siendo  $r = 0.9$  indicando que las variables presenten una relación fuerte. Costa et al. (2019), en el trabajo científico “Satisfaction attributes related to safety and quality perceived in the experience of hospitalized patients”, basado en un análisis exploratorio descriptivo, se realizó entrevistas a 24 personas para conocer las experiencias vividas, luego se realizó un análisis temático con el programa Nvivo 11. Entonces, se pudo conocer que los atributos de la satisfacción se relacionan con los diferentes atributos como acceso al servicio, número del personal, profesionales competentes, buena percepción de seguridad, etc. Almeida & Pelissari (2019), considerando su investigación “Customer Satisfaction based on the attributes of accommodation services”, se consideró el enfoque cuantitativo, se aplicó una encuesta cuya información fue recopilada de la página web TripAdvisor se empleó en una muestra de 8269 opiniones. Para la calificación se usó una escala entre 1 a 5, siendo 1 “muy malo” hasta 5 “excelente”. De manera general, la mayor parte de clientes se siente conforme con los hospedajes. Como resultados, el 1.57% equivalente a 130 usuarios opinaron 1, y el 35.74% que significa 2955 opinaron 5. Adicionalmente, mencionamos los siguientes antecedentes nacionales: Olivares et al. (2018), realizaron la investigación “Calidad de servicio y satisfacción del contribuyente de la Municipalidad Distrital de Salaverry”, que posee una orientación cuantitativa, descriptiva y correlacional. Se estableció una muestra de 373 de una población de 3597 contribuyentes. Finalmente, considerando la Rho de Spearman 0.794 incluyendo valor de significancia  $p=0,000$ , se pudo concluir que hay una significativa relación para las variables de calidad de servicio y la satisfacción del usuario, incluso los componentes físicos, competencia en la contestación, confianza, fidelidad y poder escuchar a los demás, son dimensiones que exponen una significancia correlacional con satisfacción.

Gil et al. (2020), considerando la investigación “Calidad percibida y Satisfacción con el servicio de atención en la oficina de la Unidad Local de Empadronamiento-Municipalidad provincial de Huaura – 2019”, sostiene orientación cuantitativa correlacional y la muestra compuesta de 130 usuarios quienes desarrollaron un cuestionario que posee una consistencia según el alfa de Cronbach de 0,947 y de acuerdo a rho de Spearman 0.495 se pudo demostrar que la hipótesis general tiene

un valor correlacional moderado y que la misma correlación existe entre las variables. Además, se pudo conocer que la satisfacción experimentada por los usuarios va incrementarse cuando la calidad de servicio sea mayor y se va vincular a las dimensiones de los agentes tangibles y empatía del servicio. Bernuy y Meza (2019), en la investigación “Calidad de servicio y su relación con la satisfacción en los usuarios de la Municipalidad Provincial de Casma, 2019”, el enfoque es cuantitativo, correlacional y no experimental. Se aplicó dos cuestionarios a 378 personas equivalentes a la muestra establecida, se dio la determinación de la relación para las variables según la Rho de Spearman 0.680 y la significancia 0.000, los números se transfirieron a Excel y su análisis realizado en IBM SPSS v.25. La conclusión es la buena apreciación de la calidad de servicio con un 35.7% y deficiente con un 32.3%. Estrada y Ñique (2019), mediante su tesis “La calidad del servicio y su relación con la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Provincial del Santa Chimbote 2019”, de sentido cuantitativo, no experimental y con un nivel descriptivo, señala la ejecución de un cuestionario a 383 usuarios correspondientes a la muestra y en base a la escala Likert. Además, podemos concluir que las variables presentadas guardan relación, siendo evidenciado por el factor Rho de Spearman 0.0773 y con el valor significativo de 0.000, aceptando de tal manera la hipótesis alternativa. De los usuarios encuestados se pudo evidenciar que otorgan el valor medio a la calidad del servicio, equivalente al 41%. Ahora, en este trabajo de investigación se ha considerado las siguientes bases teóricas sobre calidad, como definición encontramos que Udaondo (1992) dice que: “la calidad es un componente movilizador, motivacional, que integra y satisface a los trabajadores, logrando que se sientan más identificados con la empresa y sus metas. Es considerado una pieza importante en la actual forma de gestionar las organizaciones” (p. 4).

También, Armstrong y Kotler (2003), definen que:

la calidad goza de una sensación muy relacionada con el cumplimiento de los productos y servicios. Esta muy enlazada con la valoración de los clientes y su satisfacción y tomando un sentido más riguroso, se podría decir que la calidad es cuando no existen defectos. (p.11)

Además, Hoyer y Hoyer (2001), considerando de la revista Quality Progress da a conocer diferentes conceptos a través de algunos autores: Deming señala que la

calidad debe ser explicada de acuerdo al cliente satisfecho, es pluridimensional y no puede darse un concepto sobre calidad de un producto o servicio solo considerando algún agente o particularidad. Ishikawa menciona que calidad posee un concepto que constantemente cambia. Debe definirse de manera comprensiva, no basta con solo expresar que un producto tiene elevada calidad y centrarse en cada organización, lo que requieren y considerar que varían las necesidades de los clientes. Concluimos que calidad es equitativo a satisfacción. Shewhart (1997), dice que la calidad presenta dos características; una es la subjetiva, que viene a ser lo deseado por el consumidor y la objetiva que son los atributos del producto, aparte de lo que desea el cliente. El valor percibido por el importe abonado significa una fundamental magnitud de calidad, los patrones deben ser manifestados en términos físicos y que los productos presenten características que puedan ponderarse numéricamente. Conforme a la norma ISO 9001-2015, se detallan los siete principios de la calidad para que la institución mejore el desempeño de sus funciones, estos son: calidad enfocada al consumidor, intervención de los colaboradores, liderazgo, progreso continuo, nexos recíprocamente beneficiosos con el abastecedor, enfocarse en base a hechos para tomar decisiones y basado en procesos.

Para conocer la importancia de calidad, Tarí (2000), menciona que

en los años ochenta, gran parte de las organizaciones occidentales encontraron la calidad ante la ascendente presión competitiva. Un pequeño grupo de organizaciones se convencieron que los productos y servicios de calidad eran la clave para obtener un futuro prometedor. Muchas de ellas consideraron una total responsabilidad con esta ideología, mientras que otras solo le dieron un valor secundario. De todas maneras, en la actualidad se puede certificar que la totalidad de instituciones tienen el conocimiento de lo fundamental y se observa el reconocimiento del rol decisivo de la calidad del producto como de su gestión. (p.7)

También, Evans y Lindsay, (2018), quienes proclaman en sentido general, que

asegurar la calidad hace referencia a alguna tarea planificada y sistematizada conducida a brindar los bienes y servicios con una calidad oportuna, ligado a satisfacer lo que los compradores demandan mediante la confianza de los bienes o servicios otorgados. Para garantizar la calidad es

necesario que el modelo de productos y el control de la calidad llevado a cabo en la realización de la producción y el otorgamiento de los servicios sean excelentes, lo mencionado son considerados dos aspectos fundamentales en los negocios. Asegurar la calidad fue siempre un factor fundamental en la historia cuando se desarrollaba la producción. (p.4)

Para el concepto de satisfacción, encontramos a Armstrong y Kotler (2003), quienes afirman que,

va depender de la percepción del producto sobre el otorgamiento de valor con relación a lo que el consumidor tiene como expectativas. De lo mencionado se puede concluir lo siguiente:

Insatisfecho, de esa forma quedará el comprador si el producto no logra llegar a las expectativas. Quedar satisfecho, será cuando el producto logra coincidir con lo requerido por el consumidor y permanecerá fascinado, esta situación tendrá lugar si el producto excede todas las expectativas del cliente. (p.10).

De este modo, Vavra (2002) sugiere,

definir la satisfacción como la reacción anímica que tiene el cliente, cuando realiza el análisis de la desigualdad que percibe entre su conocimiento previo y lo esperado del producto, lo que en realidad siente una vez que ha consumido el bien o servicio y ha tenido acercamiento a la organización. (p.25)

Adicionalmente, Calva (2009), en su libro señala que “la satisfacción sería entendida como la recuperación de la estabilidad de la persona con su entorno que lo rodea, desde que inicia la ausencia de una necesidad sobre una cosa, hecho fenómeno” (p.3-4).

Así mismo, para conocer la importancia de la satisfacción, Vavra (2002), menciona cuando un cliente queda satisfecho, podemos esperar que lo siga siendo por bastante tiempo, comunicará de forma positiva sobre la imagen institucional a otras personas y convertirlos en clientes potenciales, lo que traería como consecuencia el incremento en la adquisición de productos y un gasto mayor del cliente en la organización en busca de lo que va satisfacerlo. (p.33)

De igual forma, en esta investigación se considera algunas bases teóricas sobre servicios, por ejemplo, Ildefonso (2005), expresa que “un servicio se define como una asistencia, un acto o un trabajo” (p.26). Incluso en su libro hace la clasificación de los servicios:

Por su naturaleza, se considera cual es el propósito de su función, por el grupo de actividad donde se trata de precisar hacia donde estará destinado los productos, también por su función, en que situaciones van a ser empleadas y cómo se comporta el consumidor, es decir, que hace el comprador en su proceso de adquisición. (p.31-33)

Adicionalmente, las características de los servicios es también parte del trabajo realizado, Ildefonso (2005), detalla a continuación:

Intangibilidad, porque mientras no se haya realizado la adquisición, los sentidos no pueden aprécialos, Inseparabilidad es decir, no hay existencia de separación del consumidor con el vendedor, se puede decir que el servicio se lleva a cabo mientras es consumido, tenemos a la heterogeneidad, resulta complicado estandarizarlos, ya que puede cambiar dependiendo de la persona que lo brinde, otra característica es que es de carácter perecedero, porque no pueden guardarse, si no es otorgado se desperdicia y por ultimo no hay propiedad, aquellos que compran los servicios obtienen un derecho, sin embargo, no significa hacerse dueños del atributo tangible. (p.35-38)

Por otra parte, para Solanes (1999), “servicios públicos son componentes propios de las instituciones del sector económico y poseen un valor semejante a las estructuras monetarias, crediticias y educativas. Realizan una ocupación estructurada” (p.11). Complementando, Moreno (2007), menciona que “la persona que requiere alguna información para cumplir con sus funciones se identifica como usuario. De lo anterior, señalamos que todas las personas necesitamos de información para llevar la ejecución de nuestras tareas diarias” (p.130).

Finalmente, Armstrong y Kotler (2003), formulan que, en el pasado, la mayor parte de las empresas solo se centraban en conseguir nuevos clientes para que puedan

vender sus productos, años más tarde esta posición ha sido relegada por mantener a los actuales clientes y proyectar vínculos más prolongados. (p.30)

### **III. METODOLOGÍA**

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

##### **Tipo de investigación**

Para Lozada (2014), una investigación aplicada es aquella que genera un conocimiento que se adapta directamente a inconvenientes de la comunidad y del sector de producción. Basados principalmente descubrimientos tecnológicos de los estudios básicos, encargándose del procedimiento del vínculo entre lo teórico y producto.

Considerando la teoría anterior, se afirma que la investigación realizada es de tipo aplicada, debido a que el objetivo es resolver un problema concreto.

##### **Diseño de investigación**

Se ha desarrollado una investigación con diseño no experimental, para conocer el concepto se menciona a Grajales (2000), quien define que es la limitación a solo observar los sucesos sin participar en los mismos. Además, de acuerdo a Hernández et al (2014), en su trabajo definen que el enfoque cuantitativo posee una sucesión y una demostración. Cada una de las fases es un antecedente de otra por lo que no es posible evitar pasos, existe rigurosidad en su estructura. Inicia con una idea que se va limitando, luego se establecen objetivos e interrogantes de investigación, se constituye un marco teórico, posteriormente, se instalan hipótesis y decretan variables; se prueban a través de un plan trazado; las variables son medidas; esas medidas son analizadas con el uso de estadísticos y finalmente se obtienen conclusiones en relación a las hipótesis. Se realizó una investigación cuantitativa, siendo con aplicación y teniendo un plan no experimental transversal descriptivo correlacional, puesto que es conveniente efectuar la determinación de una relación de las variables tratadas, por lo tanto, buscamos comprender como se comporta una variable ante la otra.

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

Morales (2012), indica que las variables independientes serán elegidas con libertad o manejables, luego se coteja el vínculo con las variables dependientes.

Se consideran las variables estudiadas en el trabajo:

V1: Calidad de servicio, considerada independiente.

V2: Satisfacción del usuario, tomada en cuenta como dependiente.

**Definición conceptual:**

Hernández et al (2017), la definición conceptual considera a las variables con otras expresiones. Sin embargo, son muy importantes en la obtención de la definición de las variables empleadas en el trabajo, pero no es considerado suficiente, debido a que no existe un vínculo directo con la realidad, contexto o situación.

Para definir las variables de esta investigación, se ha considerado los conceptos de los siguientes autores.

Calidad de servicio: Es una sensación, tiene relación con el valor otorgado por el cliente y surge cuando no existen defectos (Armstrong y Kotler, 2003).

Satisfacción de los usuarios: Es dependiente a como se percibe el producto sobre el valor otorgado y estará relacionado a las expectativas del usuario (Armstrong y Kotler, 2003).

**Definición operacional:**

Para Morone (2013), la definición operacional menciona como la variable será medida, quiere decir, por medio de qué factores se podrá valorar el concepto.

Por otro lado, Cauas (2015), explica que en la definición operacional las variables deben tener una correlación o asociación establecida, generada por el análisis.

Definimos operacionalmente las variables.

Calidad de servicio, es un grupo de atributos que son propios de un elemento que va permitir darle una característica y un valor diferente que otras de su misma especie. Presenta como dimensiones: la percepción del cliente, desempeño de los servicios y el valor otorgado por el cliente.

Satisfacción de los usuarios, es la sensación dichosa o bienestar y se adquiere cuando se cubre una necesidad o deseo. La satisfacción muestra las siguientes dimensiones: ausencia de la necesidad, el buen servicio y el cumplimiento de las expectativas.

**Indicadores:**

Abreu (2012), dice que los indicadores dan la posibilidad de reconocer las particularidades o atributos de las variables, tomando en cuenta un lugar referencial.

A continuación, se dan a conocer los indicadores de las variables estudiadas.

La variable calidad de servicio tiene amabilidad, respeto, trato personal, seguridad, uso de tecnología, consistencia, experiencia laboral, recomendación, imagen institucional y permanencia.

Por otro lado, los indicadores para la variable de la satisfacción de los usuarios tenemos: alcanzar el objetivo, equilibrio emocional, solución de problemas, estado de ánimo, compromiso, tiempo de espera, accesibilidad, no existen reclamos, no asisten nuevamente y resultados favorables.

#### **Escala de medición:**

Coronado (2007), menciona que una escala de medición son las posibilidades de otorgar valoración a alguna variable. Dichos valores poseen un orden correlativo, reconociendo un inicio y fin. Usualmente, se consideran cuatro escalas de medida, siendo la nominal, ordinal, intervalos y de proporción.

La escala de medición en la investigación es ordinal, Betancur (2000), expresa en su trabajo realizado que la mencionada escala, posibilita hacer una clasificación, un ordenado, es decir, se constituye una sucesión lógica que va medir la magnitud de la característica.

### **3.3 Población, muestra, muestreo, unidad de análisis**

#### **Población:**

Arias et al. (2016), define el término población a una agrupación de situaciones, que sostienen definición, un límite y son accesibles, que se considera el referente a la hora de elegir la muestra, y que están sujetos al cumplimiento de un orden de métodos establecidos. Resulta inevitable señalar que, al tratar el tema de población, este término no solo es usado para personas, puede estar involucrado para animales, objetos, organizaciones, familias, etc.

Conociendo la definición, la población para esta tesis, según la información de la página web actualizada de la municipalidad es de 353,950 habitantes.

#### **Criterios de inclusión:**

Residentes que formen parte de la jurisdicción del distrito, personas con edad superior a 18 años e inferior a 65.

#### **Criterios de exclusión:**

Habitantes que no sean residentes del distrito, personas que sus edades no pertenezcan al rango de 18 y 65 años.

**Muestra:**

López (2004), conceptualiza muestra a la parte o subgrupo de la población que es considerada en la investigación, la cifra de la muestra puede ser hallada mediante fórmulas y la lógica.

La muestra que fue considerada es de 384 usuarios y se pudo obtener haciendo uso de la fórmula de población finita., la misma que es mostrada a continuación:

**Muestreo:**

Como es mencionado por Mendenhall et al. (2006), son grupos que no están ocultos y que cubren la población total. Entonces, se llevó a cabo el muestreo aleatorio simple, puesto que las personas que participaron de la encuesta fueron seleccionados al azar.

**Unidad de análisis:**

Se consideró a estudiantes universitarios, comerciantes, padres de familia, empleadores, etc.

**3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos:**

La encuesta es la técnica que se ha usado para llevar a cabo el procedimiento del proyecto, partiendo de 384 usuarios que significan la muestra. Esta técnica ha obtenido información que permite la determinación de la relación entre calidad y satisfacción.

También, el instrumento aplicado fue el cuestionario para recolectar datos, planteado para ambas variables y conformado por 10 preguntas para cada una, provenientes de las 6 dimensiones.

La validación del instrumento se realizó por medio de especialistas en el tema.

La medición de la confiabilidad del cuestionario aplicado se llevó a cabo usando el Alfa de Cronbach.

**3.5 Procedimientos:**

La información se recopiló de la muestra, la encuesta aplicada otorgó la representación de las variaciones de las variables estudiadas, al recoger de manera directa la información, considerado como tipo de fuente de datos primarias.

El cuestionario fue empleado particularmente a cada miembro de la muestra, obteniendo resultados que posteriormente se transfirieron a la hoja de cálculo Excel y su análisis desarrollado en el IBM SPSS Statistics.

### **3.6 Método de análisis de datos:**

Las informaciones recibidas se procesaron recurriendo al cálculo descriptivo, con el uso de Excel 2019 e IBM SPSS Statistics 25, realizando gráficos y la creación de un soporte de datos que permiten examinar y observar las particularidades de las variables.

Rho de Spearman fue destinado para poder analizar la información inferencial.

### **3.7 Aspectos éticos**

Tinoco & Sáenz (1999), éticamente es fundamental señalar que toda investigación presenta beneficios y utilidades, por ello, no se aceptan trabajos inadecuados, que no posean congruencia en sus objetivos o que no otorguen beneficios a quienes forman parte y a la comunidad.

La investigación siguió estrictamente la guía, el código de ética y requerimientos de la Universidad Cesar Vallejo, se tuvo el debido respeto por la propiedad intelectual a través de la citación de cada autor considerado. Se mantuvo en privacidad la información de los usuarios con el uso del cuestionario anónimo, los participantes otorgaron su autorización verbal y tuvieron decisión voluntaria.

Por último, no existió manipulación de los datos y solo fueron utilizados para fines de esta tesis.

#### IV. RESULTADOS:

**Objetivo general:** Determinar la relación entre la calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en la Municipalidad de San Juan de Miraflores, 2021.

**Tabla 1**  
*Correlación Rho Spearman*

Correlaciones		Calidad de servicio	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Calidad de servicio	Coefficiente de correlación	,614**
		Sig. (bilateral)	0.000
		N	384
	Satisfacción del usuario	Coefficiente de correlación	,614**
		Sig. (bilateral)	0.000
		N	384

\*\* Es significativa la correlación al nivel 0,01 (bilateral)

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios

Interpretación: Se mostró que existe una correlación de 0,614, es decir, se considera positiva considerable. Por otro lado, el valor de significancia fue 0,000, siendo este resultado inferior a 0,05, genera admitir la hipótesis (H1). En conclusión, se determinó la relación entre la calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la Municipalidad de San Juan de Miraflores, 2021.

### Objetivo Específico N°1:

Analizar la calidad de servicio en la Municipalidad de San Juan de Miraflores, 2021.

**Tabla 2**

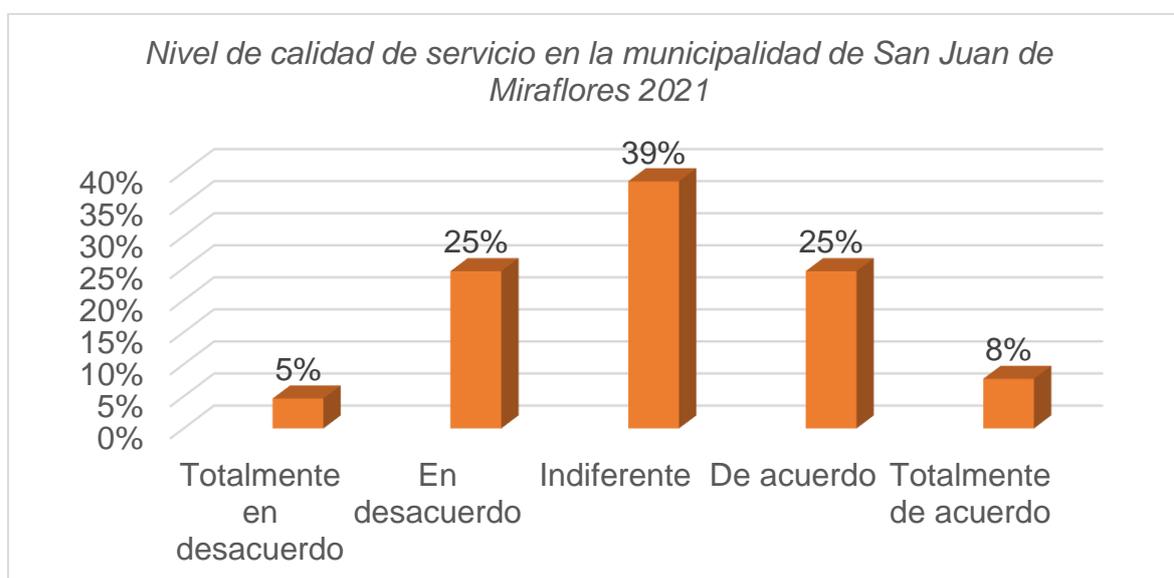
*Apreciación de calidad por parte de los usuarios.*

Respuesta del poblador	Pobladores encuestados	
	N°	%
Totalmente en desacuerdo	18	5%
En desacuerdo	94	25%
Indiferente	148	39%
De acuerdo	94	25%
Totalmente de acuerdo	30	8%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100.0%</b>

Nota. Encuesta aplicada a los usuarios

### Figuras 1

*Nivel de calidad percibida por los usuarios.*



Nota. Tabla 2

Interpretación: 39% de las opiniones dieron como respuesta que le es indiferente la calidad de servicio, el 8% totalmente de acuerdo y 5% totalmente en desacuerdo.

**Tabla 3**

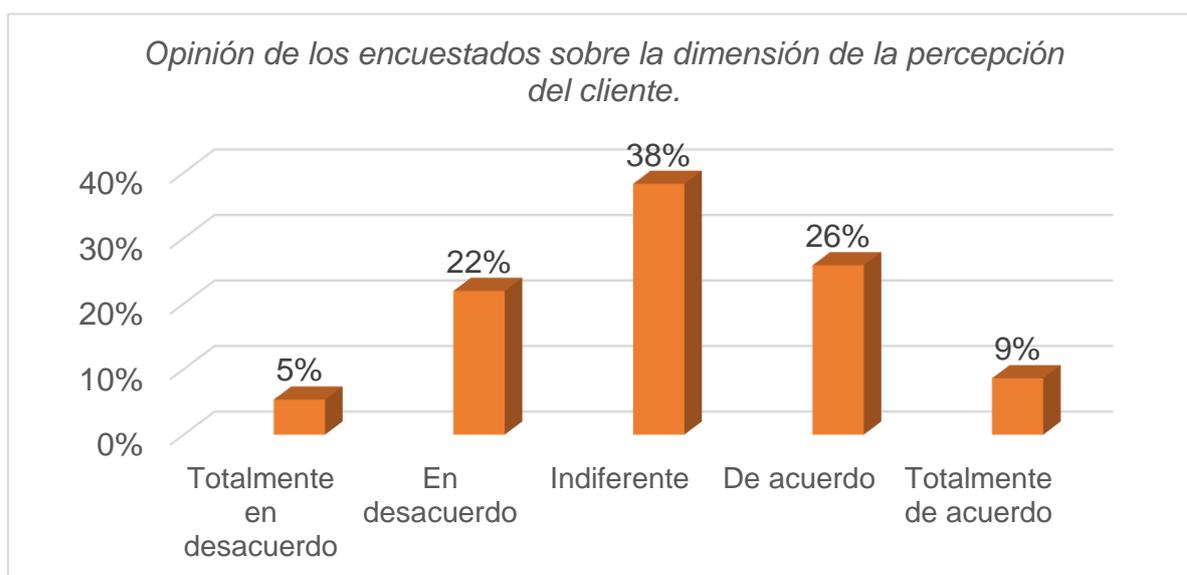
*Opinión de los encuestados sobre dimensión de la percepción del cliente.*

Respuesta del poblador	Pobladores encuestados	
	N°	%
Totalmente en desacuerdo	21	5%
En desacuerdo	84	22%
Indiferente	147	38%
De acuerdo	99	26%
Totalmente de acuerdo	33	9%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100.0%</b>

Nota. Encuesta aplicada a los usuarios

**Figuras 2**

*Percepción del cliente.*



Nota. Tabla 3

Interpretación: 38% de las personas encuestadas consideró indiferente la opinión sobre la dimensión de la percepción del cliente, mientras que un 9% estuvo totalmente de acuerdo y 5% totalmente en desacuerdo.

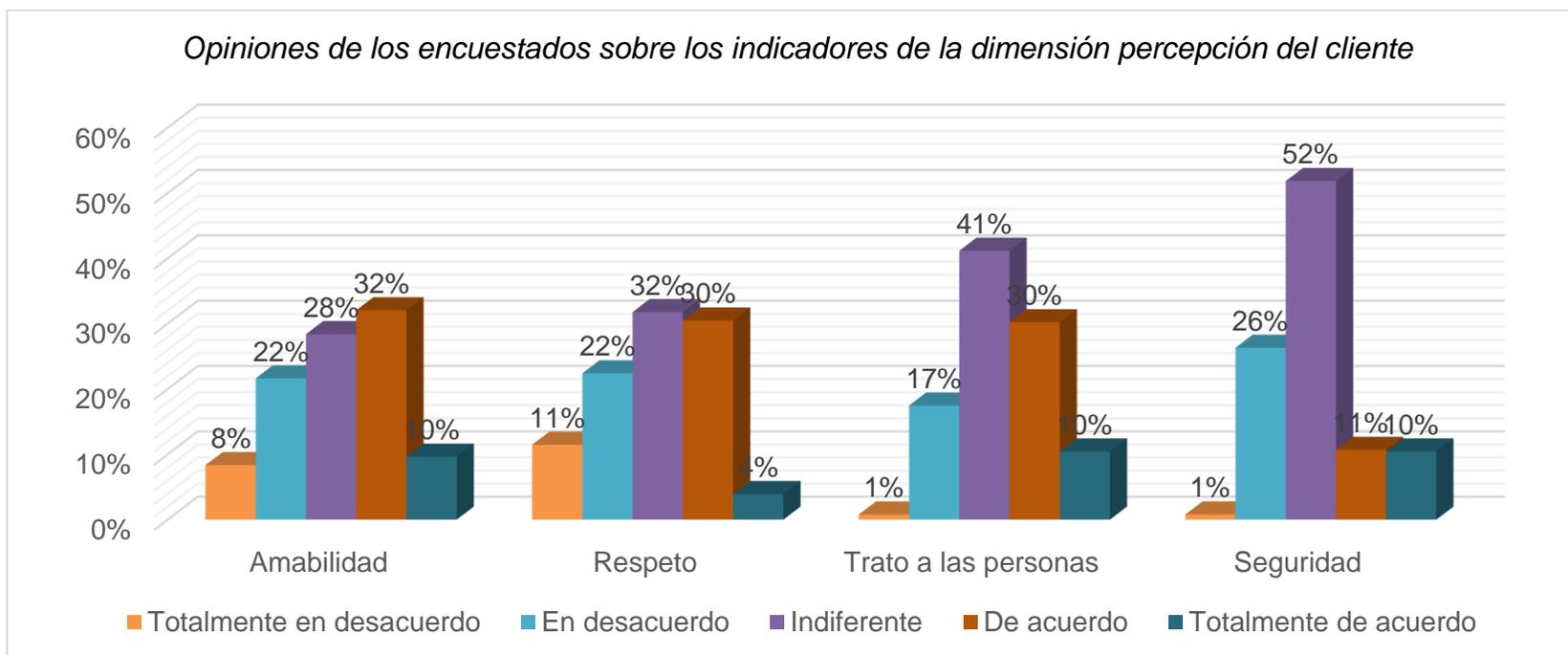
**Tabla 4***Opinión de los encuestados sobre los indicadores de dimensión percepción del cliente*

	Amabilidad		Respeto		Trato a las personas		Seguridad	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Totalmente en desacuerdo	32	8%	44	11%	3	1%	3	1%
En desacuerdo	83	22%	86	22%	67	17%	101	26%
Indiferente	109	28%	122	32%	158	41%	199	52%
De acuerdo	123	32%	117	30%	116	30%	41	11%
Totalmente de acuerdo	37	10%	15	4%	40	10%	40	10%
TOTAL	384	100%	384	100%	384	100%	384	100%

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios.

### Figuras 3

Opinión de los encuestados sobre los indicadores de dimensión percepción del cliente.

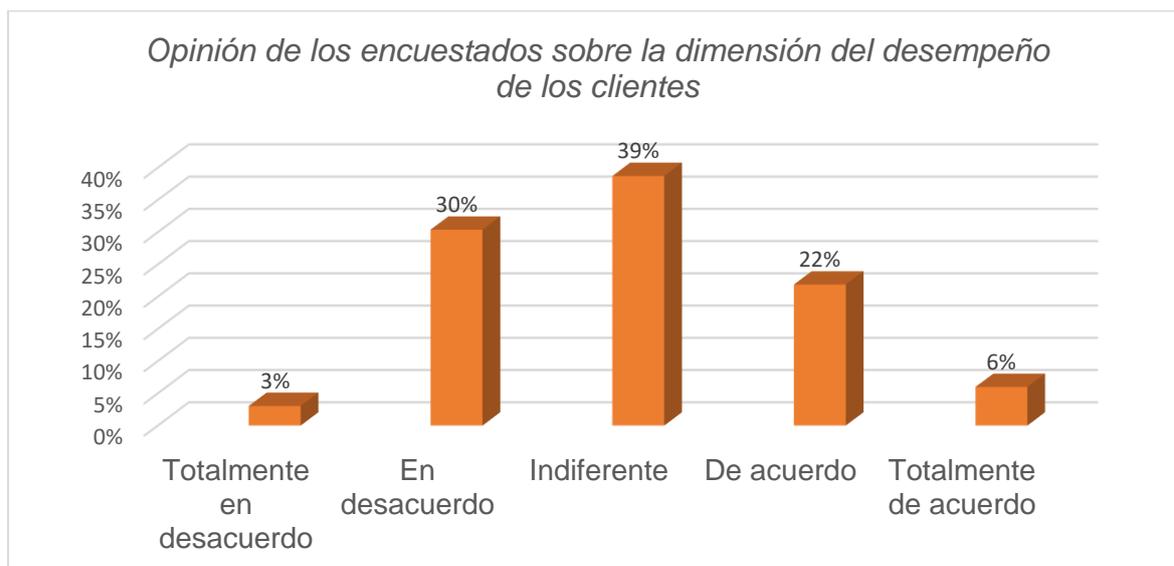


Nota. Tabla 4

Interpretación: Para el indicador amabilidad, el 28% fue indiferente y el 10% totalmente de acuerdo. También para el indicador respeto, el 32% opinó ser indiferente y el 4% totalmente de acuerdo. Además, para el indicador trato a las personas, el 41% dijo ser indiferente y el 10% totalmente de acuerdo. Por último, para el indicador seguridad, el 52% señaló ser indiferente y el 10% totalmente de acuerdo.

**Tabla 5***Opinión de los encuestados sobre dimensión desempeño de los servicios.*

Respuesta del poblador	Pobladores encuestados	
	N°	%
Totalmente en desacuerdo	12	3%
En desacuerdo	117	30%
Indiferente	149	39%
De acuerdo	84	22%
Totalmente de acuerdo	23	6%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios**Figuras 4***Opinión de los encuestados sobre dimensión del desempeño de los servicios.**Nota.* Tabla 5

Interpretación: 39% de los beneficiarios consideró indiferente la opinión sobre la dimensión del desempeño de los servicios, mientras que un 6% totalmente de acuerdo y 3% totalmente en desacuerdo.

**Tabla 6**

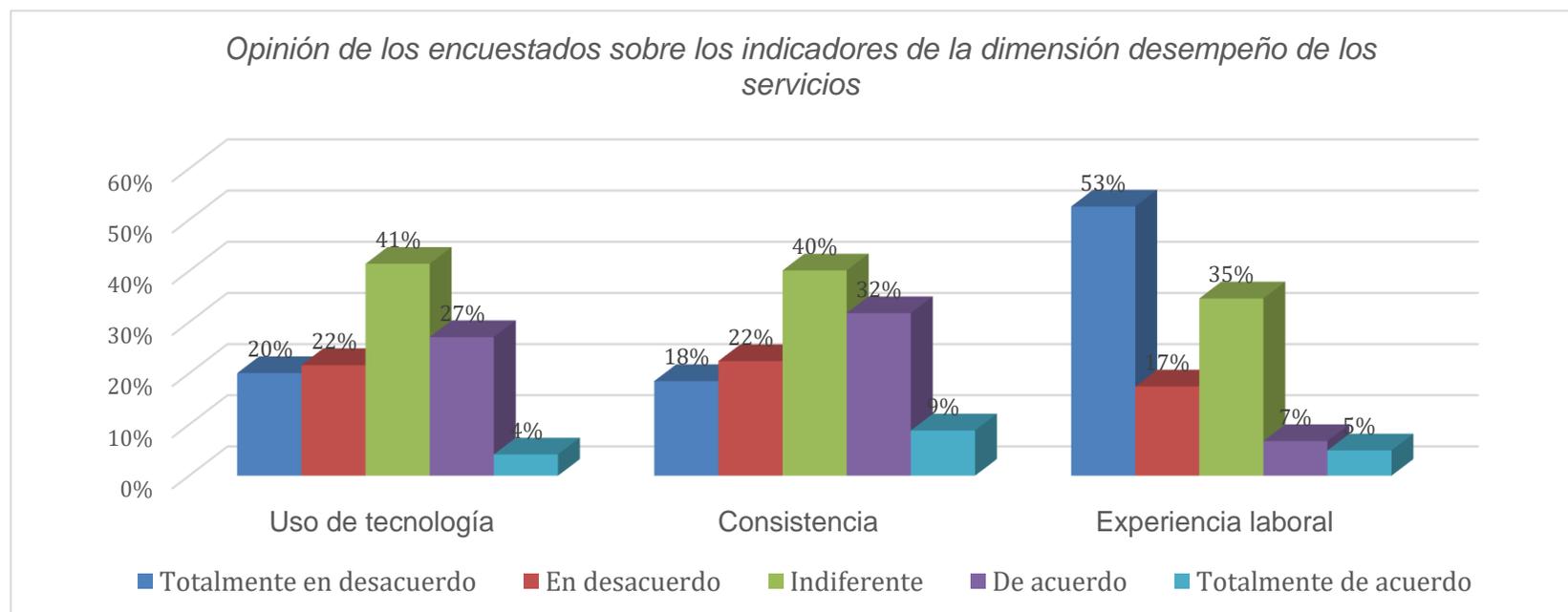
*Opinión de los encuestados sobre los indicadores de la dimensión desempeño de los servicios.*

	Uso de tecnología		Consistencia		Experiencia laboral	
	N°	%	N°	%	N°	%
Totalmente en desacuerdo	28	7%	3	1%	4	1%
En desacuerdo	77	20%	71	18%	202	53%
Indiferente	159	41%	154	40%	133	35%
De acuerdo	104	27%	122	32%	26	7%
Totalmente de acuerdo	16	4%	34	9%	19	5%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios

## Figuras 5

Opinión de los encuestados sobre los indicadores de la dimensión desempeño de los servicios



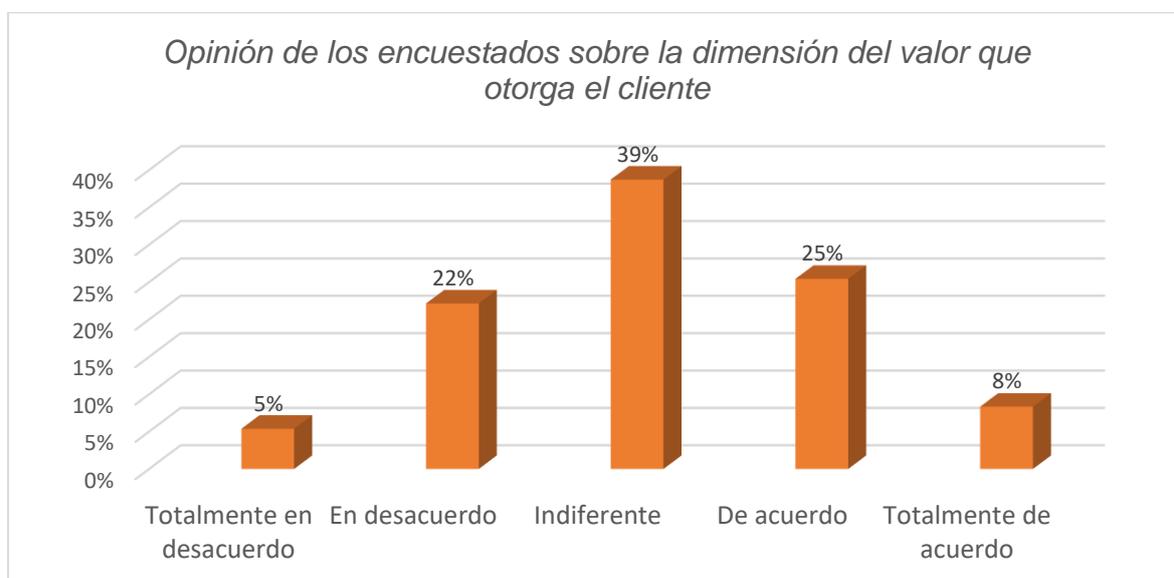
Nota. Tabla 6

Interpretación: Para el indicador uso de tecnología, el 41% fue indiferente y el 4% estuvo totalmente de acuerdo. También para el indicador consistencia, el 40% opinó ser indiferente y el 9% señaló totalmente de acuerdo. Por último, para el indicador experiencia laboral, el 35% dijo ser indiferente y el 5% estuvo totalmente de acuerdo.

**Tabla 7***Opinión de los encuestados sobre la dimensión valor que otorga el cliente*

Respuesta del poblador	Pobladores encuestados	
	N°	%
Totalmente en desacuerdo	21	5%
En desacuerdo	85	22%
Indiferente	149	39%
De acuerdo	98	25%
Totalmente de acuerdo	32	8%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios

**Figuras 6***Opinión de los encuestados sobre la dimensión valor que otorga el cliente*

*Nota.* Tabla 7

Interpretación: 39% de los pobladores estimó indiferente la opinión sobre la dimensión valor que otorga el cliente, mientras que un 8% estuvo totalmente de acuerdo y 5% totalmente en desacuerdo.

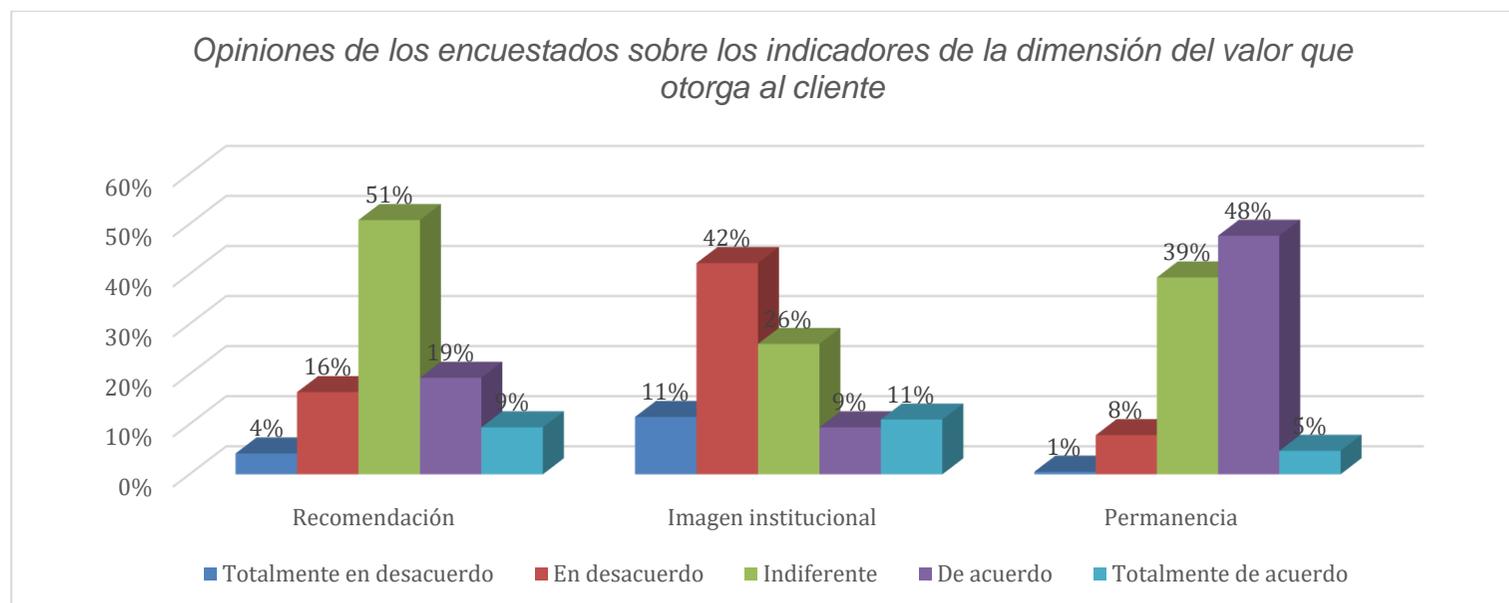
**Tabla 8***Opinión de los encuestados sobre los indicadores de la dimensión valor que otorga al cliente*

	Recomendación		Imagen institucional		Permanencia	
	N°	%	N°	%	N°	%
Totalmente en desacuerdo	16	4%	44	11%	2	1%
En desacuerdo	63	16%	162	42%	30	8%
Indiferente	195	51%	100	26%	151	39%
De acuerdo	74	19%	36	9%	183	48%
Totalmente de acuerdo	36	9%	42	11%	18	5%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Nota. Encuesta aplicada a los usuarios.

## Figuras 7

Opinión de los encuestados sobre los indicadores de la dimensión valor que otorga el cliente.



Nota. Tabla 8

Interpretación: Para el indicador recomendación, el 51% valoró indiferente y el 9% señaló totalmente de acuerdo. También para el indicador imagen institucional, el 26% opinó ser indiferente y el 11% estuvo totalmente de acuerdo. Por último, para el indicador permanencia, el 39% dijo ser indiferente y el 5% señaló totalmente de acuerdo.

**Objetivo específico N°2:** Analizar la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad de San Juan de Miraflores, 2021.

**Tabla 9**

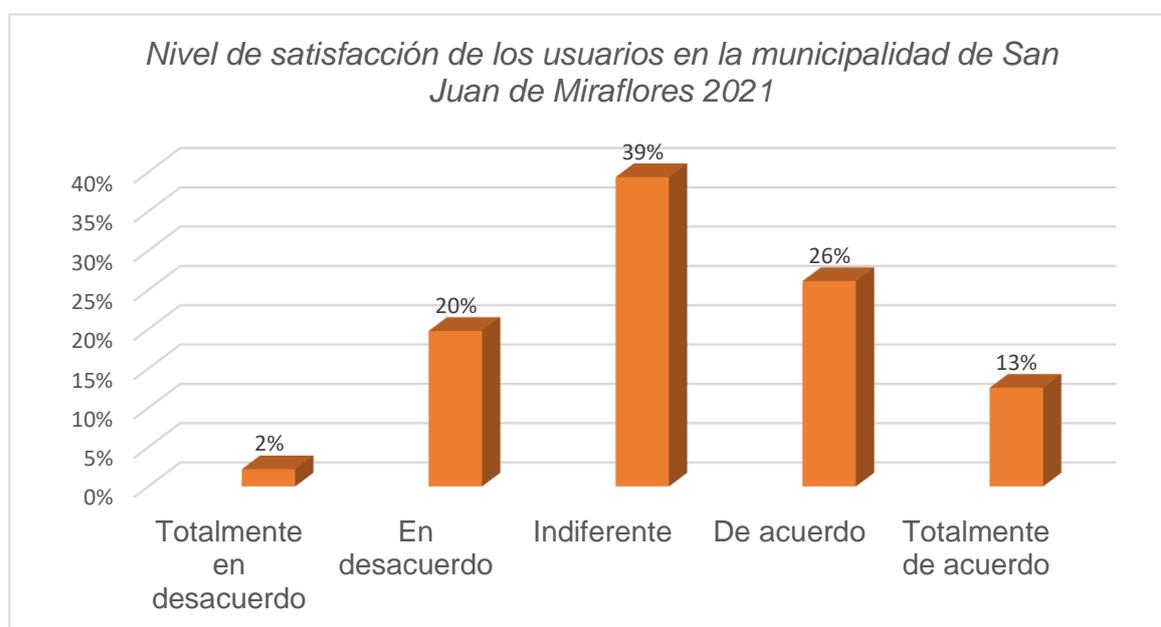
*Apreciación de la satisfacción por parte de los usuarios.*

Respuesta del poblador	Pobladores encuestados	
	N°	%
Totalmente en desacuerdo	8	2%
En desacuerdo	76	20%
Indiferente	151	39%
De acuerdo	100	26%
Totalmente de acuerdo	48	13%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100.0%</b>

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios.

**Figuras 8**

*Nivel de satisfacción percibida por los usuarios.*



*Nota.* Tabla 9

Interpretación: 39% de las personas dieron como respuesta que le es indiferente la satisfacción, el 13% totalmente de acuerdo y 2% totalmente en desacuerdo.

**Tabla 10**

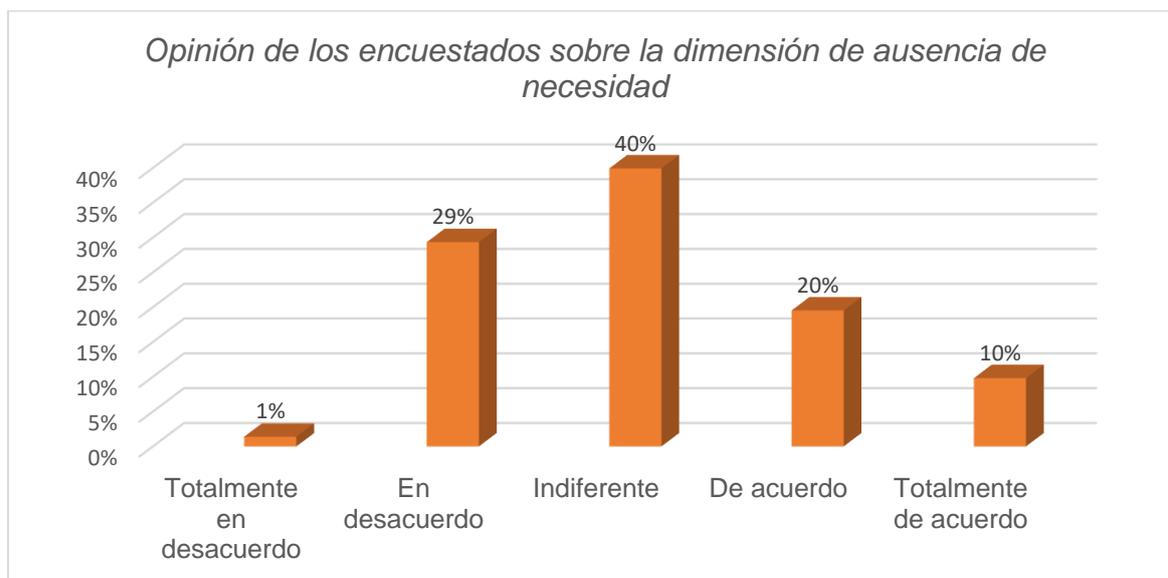
*Opinión de los encuestados sobre la dimensión ausencia de necesidad.*

Respuesta del poblador	Pobladores encuestados	
	N°	%
Totalmente en desacuerdo	5	1%
En desacuerdo	113	29%
Indiferente	153	40%
De acuerdo	75	20%
Totalmente de acuerdo	38	10%
	384	100%

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios.

**Figuras 9**

*Opinión de los encuestados sobre la dimensión ausencia de necesidad.*



*Nota.* Tabla 10

Interpretación: 40% de los residentes tomados en cuenta consideró indiferente la opinión sobre la dimensión ausencia de necesidad, mientras que un 10% estuvo totalmente de acuerdo y 1% totalmente en desacuerdo.

**Tabla 11**

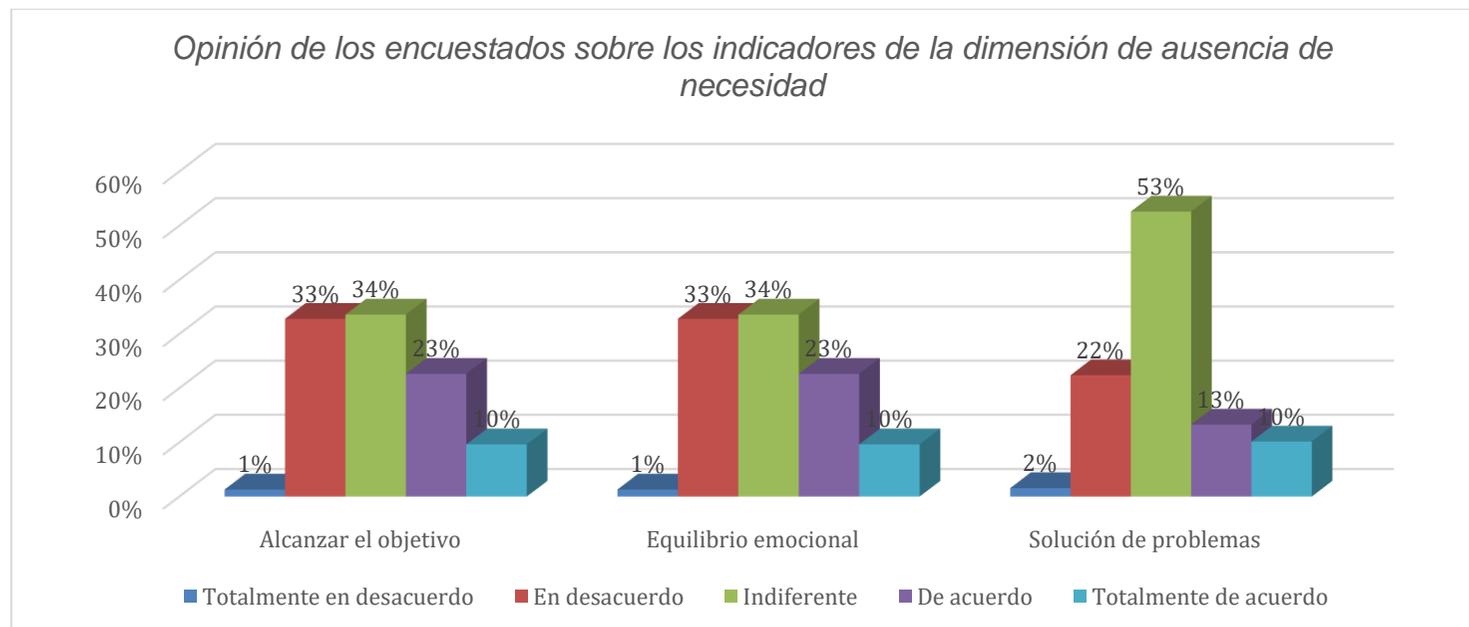
*Opinión de los encuestados sobre los indicadores de la dimensión ausencia de necesidad.*

	Alcanzar el objetivo		Equilibrio emocional		Solución de problemas	
	N°	%	N°	%	N°	%
Totalmente en desacuerdo	5	1%	5	1%	6	2%
En desacuerdo	126	33%	126	33%	86	22%
Indiferente	129	34%	129	34%	202	53%
De acuerdo	87	23%	87	23%	51	13%
Totalmente de acuerdo	37	10%	37	10%	39	10%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios.

## Figuras 10

Opinión de los encuestados sobre los indicadores de la dimensión ausencia de necesidad.



Nota. Tabla 11

Interpretación: Para el indicador alcanzar el objetivo, el 34% fue indiferente y el 10% se encontró totalmente de acuerdo. También para el indicador equilibrio emocional, el 34% opinó ser indiferente y el 10% estuvo totalmente de acuerdo. Por último, para el indicador solución de problemas, el 53% dijo ser indiferente y el 10% declaró totalmente de acuerdo.

**Tabla 12**

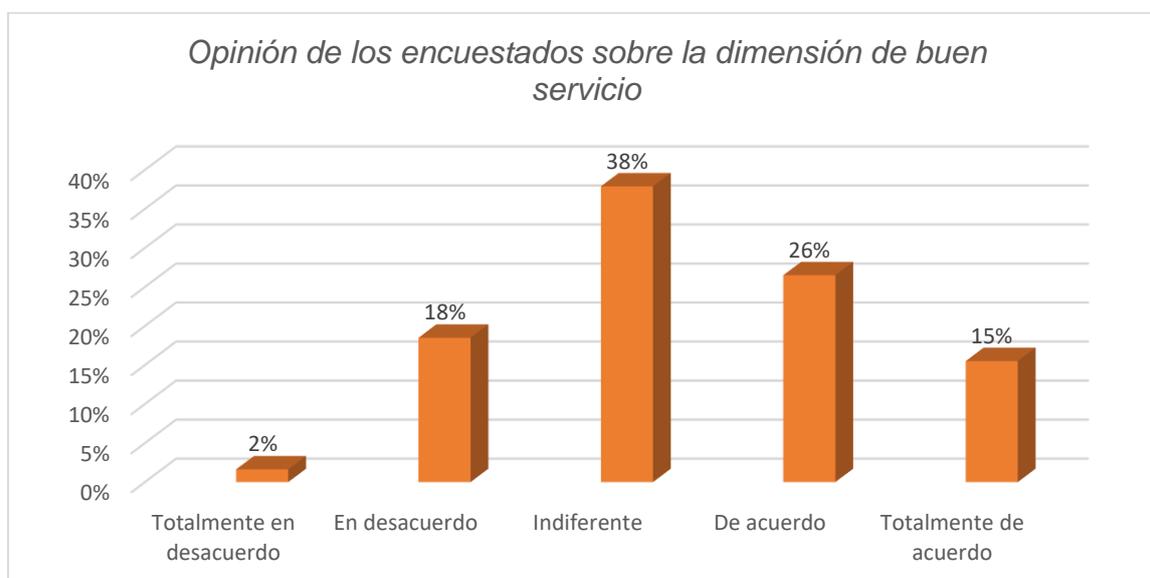
*Opinión de los encuestados sobre la dimensión buen servicio.*

Respuesta del poblador	Pobladores encuestados	
	N°	%
Totalmente en desacuerdo	6	2%
En desacuerdo	71	18%
Indiferente	146	38%
De acuerdo	102	26%
Totalmente de acuerdo	60	15%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios.

**Figuras 11**

*Opinión de los encuestados sobre la dimensión buen servicio.*



*Nota.* Tabla 12

Interpretación: 38% de las personas expresó indiferente la opinión sobre la dimensión ausencia buen servicio, mientras que un 15% enunció totalmente de acuerdo y 2% totalmente en desacuerdo.

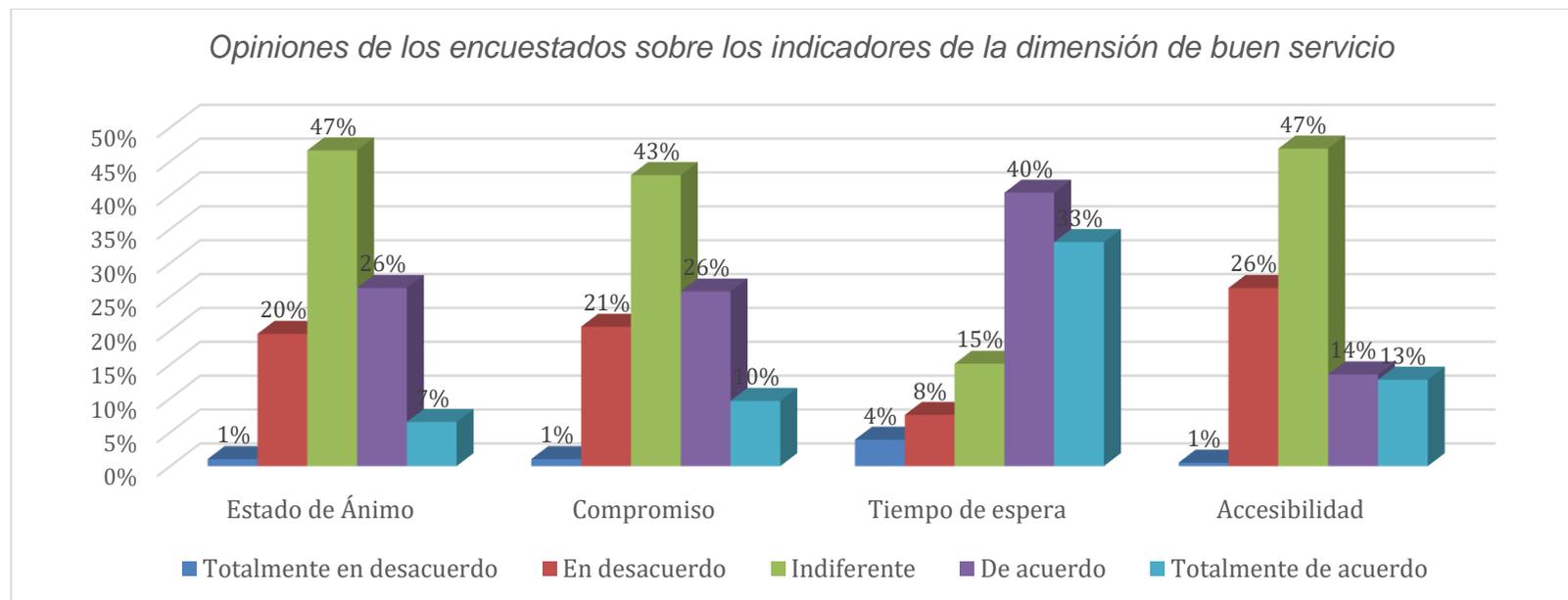
**Tabla 13***Opinión de los encuestados sobre los indicadores de la dimensión buen servicio.*

	Estado de Ánimo		Compromiso		Tiempo de espera		Accesibilidad	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Totalmente en desacuerdo	4	1%	4	1%	15	4%	2	1%
En desacuerdo	75	20%	79	21%	29	8%	101	26%
Indiferente	179	47%	165	43%	58	15%	180	47%
De acuerdo	101	26%	99	26%	155	40%	52	14%
Totalmente de acuerdo	25	7%	37	10%	127	33%	49	13%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios.

## Figuras 12

Opinión de los encuestados sobre los indicadores de la dimensión buen servicio.



Nota. tabla 13

Interpretación: Para el indicador estado de ánimo, el 47% fue indiferente y el 7% manifestó totalmente de acuerdo. También para el indicador compromiso, el 43% estimó ser indiferente y el 10% señaló totalmente de acuerdo. Además, para el indicador tiempo de espera, el 40% opinó ser indiferente y el 33% dijo totalmente de acuerdo. Por último, para el indicador accesibilidad, el 47% expuso ser indiferente y el 13% declaró totalmente de acuerdo.

**Tabla 14**

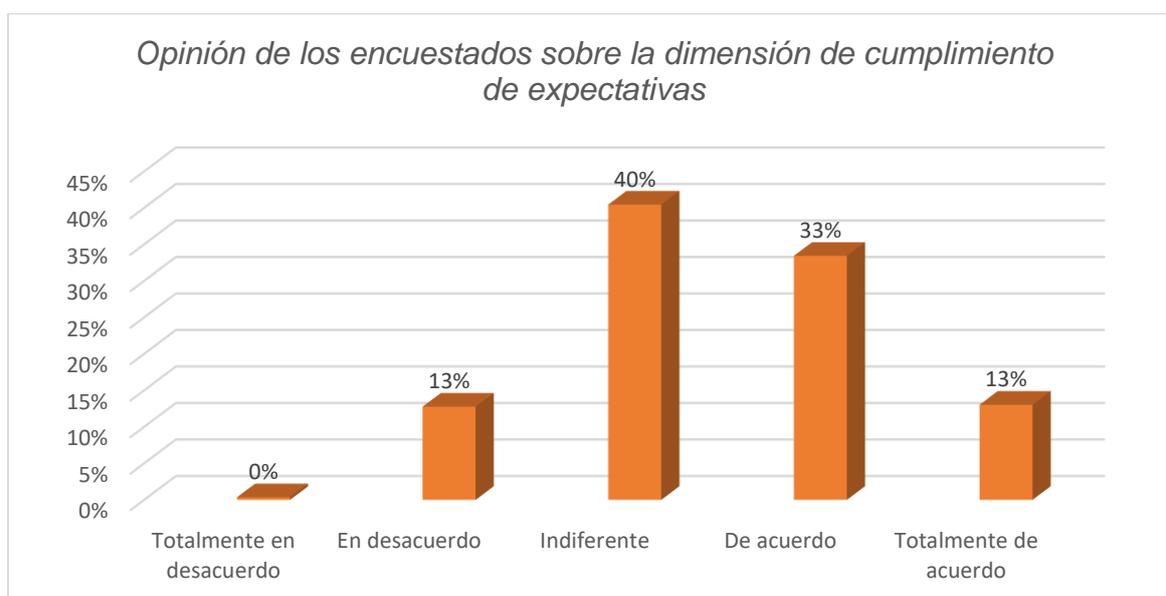
*Opinión de los encuestados sobre la dimensión cumplimiento de expectativas.*

Respuesta del poblador	Pobladores encuestados	
	N°	%
Totalmente en desacuerdo	1	0%
En desacuerdo	49	13%
Indiferente	155	40%
De acuerdo	128	33%
Totalmente de acuerdo	50	13%
	384	100%

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios

**Figuras 13**

*Opinión de los encuestados sobre la dimensión cumplimiento de expectativas.*



*Nota.* Tabla 14

Interpretación: 40% de los encuestados consideró indiferente la opinión sobre la dimensión cumplimiento de expectativas, mientras que un 13% totalmente de acuerdo y 0% totalmente en desacuerdo.

**Tabla 15**

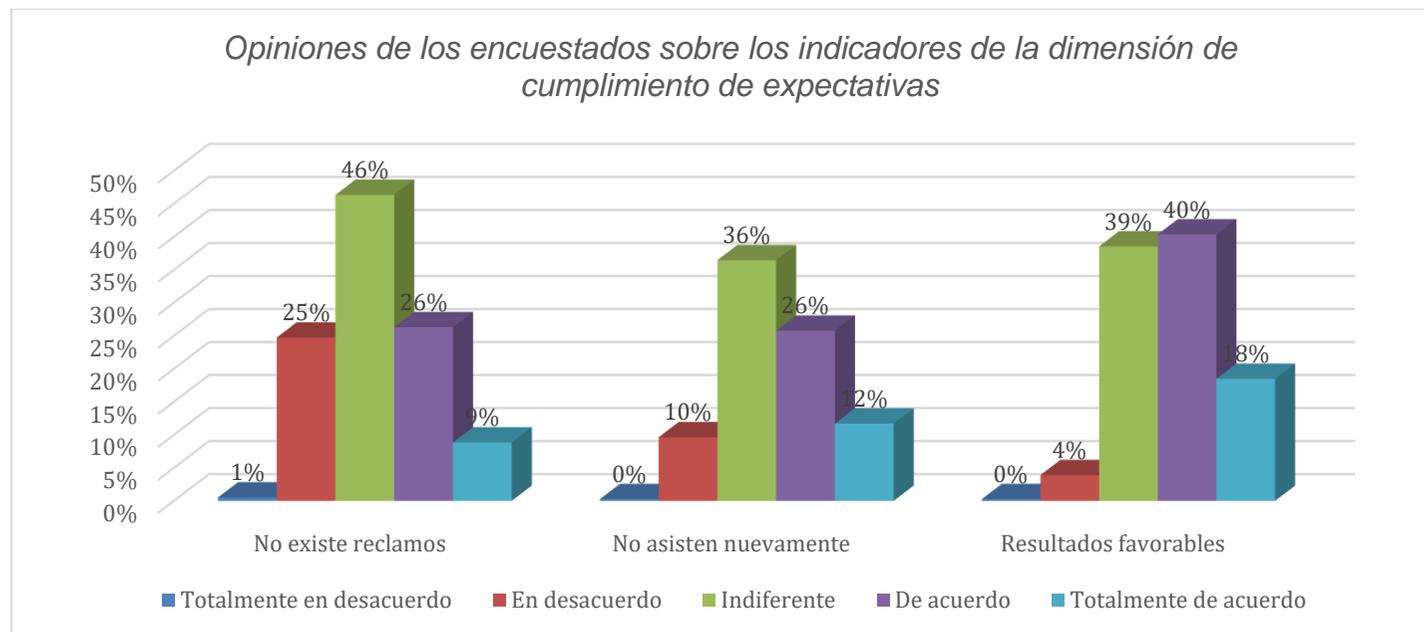
*Opinión de los encuestados sobre los indicadores de la dimensión cumplimiento de expectativas.*

	No existe reclamos		No asisten nuevamente		Resultados favorables	
	N°	%	N°	%	N°	%
Totalmente en desacuerdo	2	1%	1	0%	1	0%
En desacuerdo	95	25%	37	10%	15	4%
Indiferente	178	46%	140	36%	148	39%
De acuerdo	75	20%	161	42%	149	39%
Totalmente de acuerdo	34	9%	45	12%	71	18%
	384	100%	384	100%	384	100%

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios

## Figuras 14

Opinión de los encuestados sobre los indicadores de la dimensión cumplimiento de expectativas.



Nota. Tabla 15

Interpretación: Para el indicador no existen reclamos, el 46% dijo ser indiferente y el 9% señaló totalmente de acuerdo. También para el indicador no asisten nuevamente, el 36% opinó ser indiferente y el 12% totalmente de acuerdo. Por último, para el indicador resultados favorables, el 39% declaró ser indiferente y el 18% totalmente de acuerdo.

**Objetivo específico N°3:** Analizar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad de San Juan de Miraflores, 2021.

**Tabla 16**

*Tabla cruzada de las variables.*

		Satisfacción del usuario					Totalmente de acuerdo	Total
		"Totalmente en desacuerdo"	"En desacuerdo"	"Indiferente"	"De acuerdo"			
Calidad de servicio	"Totalmente en desacuerdo"	Recuento	9	9	0	0	0	18
		% del total	2.3%	2.3%	0.0%	0.0%	0.0%	4.7%
	"En desacuerdo"	Recuento	0	67	27	0	0	94
		% del total	0.0%	17.4%	7.0%	0.0%	0.0%	24.5%
	"Indiferente"	Recuento	0	0	124	24	0	148
		% del total	0.0%	0.0%	32.3%	6.3%	0.0%	38.5%
	"De acuerdo"	Recuento	0	0	0	76	18	94
		% del total	0.0%	0.0%	0.0%	19.8%	4.7%	24.5%
	Totalmente de acuerdo.	Recuento	0	0	0	0	30	30
		% del total	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	7.8%	7.8%
Total	Recuento	9	76	151	100	48	384	
	% del total	2.3%	19.8%	39.3%	26.0%	12.5%	100.0%	

*Nota.* Encuesta aplicada a los usuarios.

Interpretación: La tabla 16 evidenció que 2.3% de los encuestados declararon que se encuentran totalmente en desacuerdo con la calidad de servicio y con la satisfacción del usuario, Igualmente 32.3% de los usuarios manifestaron su opinión indiferente y finalmente, el 7.8% de los usuarios mencionaron que están totalmente de acuerdo.

## V. DISCUSIÓN

Esta investigación nace con la finalidad de impulsar actividades que van a contribuir con satisfacer a los usuarios de la entidad pública del distrito, como consecuencia de una calidad de servicio y mejorar la situación de vida. Para Eslava & Alzate (2011), la parte de discusión en una investigación va mostrar los resultados y como lo interpreta el investigador, de acuerdo a la hipótesis que se ha planteado y a lo que otros autores mencionan o pudieron encontrar sobre el tema considerado. Más que todo, es aclarar el significado de los resultados y el motivo de porque pasaron de tal forma los sucesos. A continuación, se dan a conocer la discusión con los investigadores que fueron tomados en cuenta en los antecedentes de este trabajo. De acuerdo a la investigación realizada, se puede certificar la aceptación de la hipótesis alternativa que, si existe relación entre la calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en la municipalidad de San Juan de Miraflores, Lima 2021. La aplicación de Rho de Spearman expulsa un valor de 0,614 considerando la relación positiva considerable. La información mencionada posee similitud con lo que sustenta Olivares et al. (2018), ya que deduce una relación significativa entre sus variables estudiadas calidad de servicio y satisfacción del usuario. Adicional, hay un parecido debido a la utilización de Rho de Spearman estableciendo un valor de 0,794. Otra investigación que forma parte de la presente discusión es la afirmada por Gil et al. (2020), dando a conocer la semejanza en el uso de Rho de Spearman obteniendo 0.495, pero que al otorgar un resultado positivo moderado hace que sea algo diferente en la magnitud de la correlación de variables. Continuando con informaciones parecidas, la tesis de Bernuy y Meza (2019) pudo determinar una relación entre las variables según la Rho de Spearman 0.680, incluso su nivel de significancia de 0.000, se hizo manejo de programas Excel y IBM SPSS v.25. Las conclusiones son que el 35.7% considera la calidad de servicio como buena y un 32.3% menciona que es deficiente. Las coincidencias con lo mencionado en la investigación anterior es que la Rho de Spearman es 0.614 y 0.000 que tiene como valor significativo, también se utilizaron Excel y IBM SPSS, con respecto a las conclusiones, se evidenció de acuerdo a la tabla 2 que el 5% está totalmente en desacuerdo y un 8% totalmente de acuerdo con respecto a calidad de servicio, siendo bajo el porcentaje a comparación del antecedente.

Al proseguir con la discusión, los autores Estrada & Ñique (2019) advierten en su trabajo el hallazgo de una relación entre las variables tratadas, al mostrar las cifras de Rho de Spearman de 0,773 y 0.000 como valor de significancia, aceptando la hipótesis alternativa. Con respecto a los datos obtenidos, se conoció que el 41% de los usuarios otorga un nivel medio a la calidad del servicio, de igual manera, se manifestó que el 39% de los usuarios se encuentran satisfechos. Se guarda relación con los resultados obtenidos, indicando en la presente tesis las cifras del Rho de Spearman 0.614 una vinculación entre variables y significancia valorizada 0.000, permite negar la hipótesis nula. La información que se pudo recopilar sobre la calidad de servicios es que los usuarios otorgan un nivel indiferente de 39% y un 13% está totalmente de acuerdo con la satisfacción. Para agregar al debate, se puede considerar a Reyes & Veliz (2021) que en su artículo elaborado posee un método descriptivo no experimental y un planteamiento cuantitativo. Los datos obtenidos posteriores a la práctica del cuestionario usado en una muestra de 236 usuarios, se analizaron con el empleo de los programas Excel y SPSS. Como resultado se muestra una correlación positiva entre calidad de servicio y la satisfacción del servicio por parte del cliente, siendo el resultado general la demostración de estar satisfechos con la calidad que brinda la empresa. Las coincidencias con lo recopilado en el trabajo de investigación es el uso de los programas Excel y SPSS posterior a la utilización del instrumento de recolección de información como es el cuestionario. Además, se estableció una investigación cuantitativa, no experimental y descriptivo correlacional. El punto que entra en contradicción con la información del antecedente es que no hay un concepto bueno de la calidad del servicio que brinda la municipalidad, por ende, no hay satisfacción. Por otro lado, forma parte de la metodología el instrumento dedicado a la recaudación de testimonios de los usuarios, siendo el cuestionario el elemento útil para dicho propósito. El procedimiento de recolectar datos estará conformado por un documento compuesto por varias interrogantes expresadas con coherencia, deben poseer organización, seguir una secuencia, permanecer en base a una estructura y seguir una planificación determinada, de lo contrario no se obtendrá la información suficiente.

Parte fundamental de la discusión es que las bases teóricas presentan similitudes con los resultados de la presente tesis, el objetivo general se da con que se

determinó la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios, concuerda con lo mencionado por Armstrong y Kotler (2003), que indican que la calidad se valoriza con los clientes y su satisfacción, por ello la existencia de un enlace significativo. Sin embargo, el objetivo específico 1 que permite el análisis de la calidad de servicio no tiene semejanza con lo que señala por ejemplo Shewhart (1997), que da a conocer que la calidad es lo que va desear el consumidor y conocer los atributos del producto ofrecido, pero el resultado del análisis en esta tesis es que los usuarios se muestran indiferentes. El objetivo específico 2 buscó analizar la satisfacción de los usuarios recibiendo un resultado porcentual de indiferencia, no existe similitud con lo que cita Calva (2009), quien nos muestra que la satisfacción es cuando una persona logra conseguir la estabilidad ante una necesidad, pero los usuarios del distrito no consideran o no muestran poseer carencias. Señalamos algunas fortalezas características del instrumento: Según Meneses (2016): El cuestionario permite al investigador desarrollar su trabajo en contacto con la realidad, debido a que es una tarea de campo, asimismo es un instrumento estandarizado, permite sugerir interrogantes que va lograr recolectar información referente a un tema y sobre una muestra y finalmente los datos obtenidos pueden ser comprobados con el uso de la estadística. En contraste con las fortalezas mencionadas del instrumento aplicado, consideramos que posee debilidades que deben ser tomadas en cuenta, iniciamos diciendo que el cuestionario puede presentar: Falta de sinceridad, existen muchas posibilidades que los usuarios participantes del cuestionario no brinden sus respuestas con total veracidad, las razones pueden ser la falta de interés en el tema o por cuidar su privacidad. Es necesario hacer un énfasis en la no identificación al momento de llenar el cuestionario. Otra debilidad es que no existan respuestas emitidas a conciencia, es complicado evitar este inconveniente ya que no sabemos si el encuestado se tomó el tiempo para pensar su respuesta, incluso puede suceder que den una contestación inmediata sin realizar un análisis o no terminan de leer la interrogante. Una debilidad para agregar sería que los participantes tienen sus propias intenciones, quiere decir que se pueden interesar por la tesis y completar el instrumento de manera correcta, otros simplemente lo harán por cumplir con la solicitud. Al generar una inestabilidad por las ideas positivas o negativas de la investigación, se puede ocasionar inexactitudes de los datos.

En el contexto actual, la comunidad es más exigente, a todos los gobernantes se les pide mejorar la calidad de servicio e implementar políticas que busquen el desarrollo del distrito. A pesar de ello, el concejo de San Juan de Miraflores aún posee una insuficiente capacidad para otorgar buenos servicios y el resultado se muestra con los reclamos constantes y genera el sentimiento de insatisfacción. A pesar de los años transcurridos e incluso con el avance de la tecnología, todo hace indicar que en este distrito la conceptualización de su máxima institución pública será vista con el reflejo de la deficiencia y dándole adjetivos desfavorables. Lamentablemente, a pesar de que esta tesis pueda servir de ayuda en mostrar resultados e indicadores desfavorables y que deban ser reformadas, la tendencia es que durante los próximos años no hay una muestra por querer revertir la situación actual, no hasta que un equipo capaz considere mejorar el distrito y trabaje en beneficio de la población.

Lo más trascendental de esta investigación y que se relacione con la situación actual es que considerando los resultados, las personas son “indiferentes” y carecen de conocimiento sobre lo que el estado debe ofrecerles, todo es reflejado en el momento de realizar las elecciones de las autoridades, puesto que no hay una disposición por informarse quien podría ser el más idóneo para ocupar el cargo de alcalde, lo errores saltan a la vista por los acontecimientos de los últimos años. La mayor parte de casos observados durante la aplicación del cuestionario es la convicción notoria de que no hay un interés por parte de la población en querer incentivar la mejora del distrito, solo están preocupados en sus tareas diarias y se conforman con que les cumplan sus requerimientos del momento.

Por tales motivos, las autoridades no cumplen sus roles en beneficio de la sociedad e incluso forman parte de actos de corrupción.

## VI. CONCLUSIONES

1. Se pudo concluir, de acuerdo a la información obtenida con la aplicación del cuestionario, se determina la presencia relacional para calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en la Municipalidad. Se da la aceptación de la hipótesis alternativa y, por ende, se rehúsa la hipótesis nula, porque obtiene un Rho de Spearman 0.614 y con una significancia 0.000, cuyo dato es menor a 0.05. (Tabla 1).
2. Luego de aplicar el cuestionario a los 384 usuarios, se pudo identificar que, respecto a la apreciación de la calidad de servicio, el 5% está totalmente en desacuerdo (18), el 39% es indiferente (148) y el 8% se encuentra totalmente de acuerdo (30). (Tabla 2).
3. También, se conoció que, respecto a la apreciación de la satisfacción de los usuarios, el 2% está totalmente en desacuerdo (8), el 39% es indiferente (151) y el 13% se encuentra totalmente de acuerdo (48). (tabla 9)
4. Por último, se observa que el 2.3% (9) está totalmente en desacuerdo con ambas variables que fueron parte del trabajo, el 32.3% (124) es indiferente para las dos variables de estudio y el 7.8% (30) otorgan opinión totalmente de acuerdo con calidad de servicio al igual que satisfacción de los usuarios. (tabla 16).

## VII. RECOMENDACIONES

1. La primera recomendación va dirigida al alcalde del distrito, consiste en la ejecución de estrategias que sean asesoradas por especialistas en la gestión pública, que se busque la satisfacción de los usuarios a través de otorgar una buena calidad en el servicio, relación evidenciada por la investigación.
2. El gerente municipal debe controlar que los equipos tecnológicos estén actualizados, así los trabajadores puedan cumplir sus funciones con eficacia, generar y entregar los documentos en los plazos establecidos. Además, es parte esencial que el portal web sea dinámico, de fácil uso y transparente.
3. Para el área de Recursos Humanos, se recomienda brindar capacitaciones de manera constante a los trabajadores, ya que son quienes realizan la interacción con los usuarios, mejorar su forma de otorgar sus servicios y que sean más eficaces al dar una información. La Municipalidad debe buscar la capacitación y desarrollo profesional de sus colaboradores, adquirir convenios con instituciones educativas para que puedan recibir estudios y ser competentes en el cumplimiento de sus funciones.
4. Por último, se recomienda establecer un plan anual que promueva lograr objetivos, cumplir con el MOF de tal forma que se evidencie una mejoría en lo que ofrece la institución, que será reflejado a través de índices de satisfacción y la no existencia de reclamos.

## REFERENCIAS

- Abreu, J. (2012). Constructos, Variables, Dimensiones, Indicadores & Congruencia (Constructs, Variables, Dimensions, Indicators & Consistency). *Daena: International Journal of Good Conscience.*, 7(3), 123-130.
- Almeida, G., & Pelissari, A. (2019). Customer Satisfaction based on the attributes of accommodation services. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 13, 32-53.
- Arias, J., Villasís, M., & Miranda, M. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Revista Alergia México*, 63(2), 201-206.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2003). *Marketing: an introduction*. Pearson Educación.
- Bernuy Murriel, K., & Meza Osorio, L. (2019). Calidad de servicio y su relación con la satisfacción en los usuarios de la Municipalidad Provincial de Casma [Tesis de licenciatura, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio Institucional. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/36869>
- Betancur, S. (2000). Operacionalización de variables. *Hacia la promoción de salud*, 5, 19-28.
- Calva González, J. (2009). Satisfacción de usuarios: la investigación sobre las necesidades de información. UNAM - Centro Universitario de Investigaciones bibliotecológicas.
- Cauas, D. (2015). Definición de las variables, enfoque y tipo de investigación. *Biblioteca electrónica de la Univeridad Nacional de Colombia*, 2, 1-11.
- Coronado, J. (2007). Escala de medición. *Paradigmas: Una Revista Disciplinar de Investigación*, 2(2), 104-125.
- Costa, D., Moura, G., Moraes, M., Santos, J. L., & Magalhães, A. M. (2019). Satisfaction attributes related to safety and quality perceived in the experience of hospitalized patients. *Revista Gaucha de Enfermagem*, 41.

- Eslava-Schmalbalch, J., & Alzate, J. (2011). Cómo elaborar la discusión de un artículo científico. *Revista Colombiana de ortopedia y traumatología*, 25(1), 14-7.
- Espinoza, E. (2018). La hipótesis en la investigación. *Mendive, Revista de Educación*, 16(1), 22-139.
- Estrada Acero, G., & Ñique Padilla, K. (2019). La calidad del servicio y su relación con la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Provincial del Santa Chimbote [Tesis de licenciatura, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio Institucional. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/36841>
- Evans, J., & Lindsay, W. (2018). *Administración y control de la calidad*. (7 ed.).
- Gil, W., Cornelio, M., Guillermo, F., & Rodriguez, J. (2020). Calidad percibida y satisfacción con el servicio de atención en la oficina de la Unidad Local de Empadronamiento-Municipalidad provincial de Huaura-2019. *Big Bang Faustiniiano*, 9(4).
- Grajales, T. (2000). *Tipo de investigación*.
- Hernández, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2014). Definiciones de los enfoques cuantitativo y cualitativo, sus similitudes y diferencias. *Metodología de la investigación*.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2017). Definición conceptual o constitutiva. *Metodología de la investigación*.
- Hoyer, R., & Hoyer, B. (2001). ¿Qué es calidad? *Revista Quality Progress*.
- Ildefonso Grande, E. (2005). *Marketing de los servicios* (4 ed.). ESIC Editorial.
- ISO. (2015). *ISO 9001:2015 Sistemas de gestión de la calidad. Fundamentos y vocabulario*.
- López, P. (2004). Población muestra y muestreo. *Punto Cero*, 9(8), 69-74.

- Lozada, J. (2014). Definición, Propiedad intelectual e industria. *CienciAmérica: Revista de divulgación científica de la Universidad Tecnológica Indoamérica*, 3(1), 47-50.
- Mendenhall, W., Scheaffer, R., & Lyman Ott, R. (2006). *Elementos de muestreo*. Ediciones Paraninfo.
- Meneses, J. (2016). El cuestionario. *Universitat Oberta de Catalunya*. Obtenido de <https://femrecerca.cat/meneses/publication/cuestionario>
- Monroy-Ceseña, M., & Urcádiz-Cázares, F. (2019). Calidad en el servicio y su incidencia en la satisfacción del comensal en restaurantes de La Paz, México. *Investigación administrativa*, 48(123), 1-21.
- Montalvo, D. (2009). Satisfacción ciudadana con servicios Municipales. *Perspectivas desde el Barómetro de las Americas*(14).
- Morales, P. (2012). Tipos de variables y sus implicaciones en el diseño de una investigación. *Universidad Pontificia Comillas*. [https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w25398w/S3\\_tiposdevariables\\_Sl.pdf](https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w25398w/S3_tiposdevariables_Sl.pdf)
- Moreno, C. (2007). Metodología de investigación en estudios de usuarios. *Revista general de información y documentación*, 17(2), 129-149.
- Morone, G. (2013). *Métodos y técnicas de la investigación científica*. Documento de trabajo. Pontificia Universidad Católica de Valparaíso. Sistema de biblioteca.
- Olivares, H., Carranza, J., Rosales, J., Arce, R., & Sánchez, C. (2018). Calidad de servicio y satisfacción del contribuyente de la Municipalidad Distrital de Salaverry. *Revista de Investigación Estadística* (ISSN: 2708-1125), 1(1).
- Reyes-Zavala, L., & Veliz-Valencia, M. (2021). Calidad del servicio y su relación con la satisfacción al cliente en la empresa pública de agua potable del cantón Jipijapa. *Polo del conocimiento*, 6(4), 570-591.

- Shewhart, W. (1997). Control Económico de la Calidad de productos manufacturados. Diaz de Santos.
- Silva-Treviño, J., Macias-Hernández, B., Tello, E., & Delgado-Rivas, G. (2021). La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en México. *Ciencia UAT*, 15(2), 85-101.
- Solanes, M. (1999). Servicios públicos y regulación. Consecuencias legales de las fallas del mercado. CEPAL.
- Tarí, J. (2000). Calidad total: fuente de ventaja competitiva. Universidad de Alicante, Servicio de Publicaciones.
- Tinoco, Z., & Sáenz, D. (1999). Investigación científica: Protocolo de Investigación. *Fármacos*, 12(1), 78-101.
- Udaondo, M. (1992). Gestión de calidad. Diaz de Santos.
- Vavra, T. (2002). Cómo medir la satisfacción del cliente según la ISO 9001. FC Editorial.
- Vera, J. (2013). Atributos de calidad del servicio de la telefonía móvil para clientes mexicanos y su impacto en la satisfacción y en la lealtad hacia la marca. *Contaduría y administración*, 58(3), 39-63.

## ANEXOS

### ANEXO 01: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES					
VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
V1: CALIDAD DE SERVICIO	Es una sensación, tiene relación con el valor otorgado por el cliente y surge cuando no existen defectos (Kotler & Armstrong, 2003).	Es un grupo de atributos que son propios de un elemento que va permitir darle una característica y un valor diferente que otras de su misma especie. Presenta como dimensiones: la percepción del cliente, desempeño de los servicios y el valor otorgado por el cliente.	Percepción del cliente	Amabilidad	Ordinal
				Respeto	
				Trato personal	
				Seguridad	
			Desempeño de los servicios	Uso de tecnología	
				Consistencia	
				Experiencia laboral	
			Valor que otorga el cliente	Recomendación	
				Imagen institucional	
Permanencia					
V2: SATISFACCIÓN DEL USUARIO	Es dependiente a como se percibe el producto sobre el valor otorgado y estará relacionado a las expectativas del usuario (Kotler & Armstrong, 2003).	Es la sensación placentera o de bienestar que se adquiere cuando se cubre una necesidad o deseo. La satisfacción muestra las siguientes dimensiones: ausencia de la necesidad, el buen servicio y el cumplimiento de las expectativas.	Ausencia de necesidad	Alcanzar el objetivo	Ordinal
				Equilibrio emocional	
				Solución de problemas	
			Buen servicio	Estado de ánimo	
				Compromiso	
				Tiempo de espera	
				Accesibilidad	
			Cumplimiento de expectativas	No existen reclamos	
				No asisten nuevamente	
Resultados favorables					

## ANEXO 2: INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

### CUESTIONARIO PARA EVALUAR LA RELACIÓN ENTRE LA CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS EN LA MUNICIPALIDAD DE SAN JUAN DE MIRAFLORES, 2021

FECHA: \_\_\_\_\_

GÉNERO: Masculino ( ) Femenino ( )

EDAD: 18-30 ( ) 31-50 ( ) MÁS DE 50 ( )

OBJETIVO GENERAL: Determinar la relación entre la calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en la municipalidad de San Juan de Miraflores, 2021.

INSTRUCCIÓN: A continuación, se presenta un listado de ítems correspondientes a ciertas características de la Municipalidad de San Juan de Miraflores.

Las preguntas poseen 5 opciones para seleccionar, se le agradece marca con una (x) la alternativa que estime sea el más apropiado.

ESCALA DE MEDICIÓN				
0	1	2	3	4
TOTALMENTE EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	INDIFERENTE	DE ACUERDO	TOTALMENTE DE ACUERDO

CALIDAD DE SERVICIO						
N°	ITEMS	0	1	2	3	4
1	Existe amabilidad en la atención al usuario.					
2	Hay un respeto a la privacidad de la información, el horario, el orden de llegada y la atención preferencial.					
3	Se otorga un servicio personalizado en la municipalidad.					
4	En la organización se perciben adecuados sistemas de seguridad.					
5	Se utilizan herramientas y equipos tecnológicos modernos para facilitar la atención.					
6	Se recibe una sólida atención y correcta información en las consultas.					
7	Los trabajadores de la municipalidad tienen la experiencia suficiente para el desarrollo de sus funciones.					
8	Existen altas probabilidades de que los servicios y la atención de la municipalidad sean recomendadas.					
9	La municipalidad tiene una buena imagen frente a otras municipalidades.					
10	El usuario se identifica y considera seguir asistiendo a la municipalidad en caso tenga otra necesidad.					

<b>SATISFACCIÓN DEL USUARIO</b>						
<b>N°</b>	<b>ITEMS</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
<b>11</b>	Al salir de la municipalidad se tiene la sensación de haber cumplido con los requerimientos.					
<b>12</b>	El usuario queda satisfecho emocionalmente, no tiene la sensación de frustración ante el incumplimiento.					
<b>13</b>	Los inconvenientes se resuelven de manera eficaz.					
<b>14</b>	Los trabajadores se muestran con buen estado anímico en la atención.					
<b>15</b>	El compromiso de brindar un buen servicio es importante para una buena gestión.					
<b>16</b>	El tiempo considerado para la atención es adecuado.					
<b>17</b>	La información y los servicios son accesibles para todos los usuarios.					
<b>18</b>	Se hace uso frecuente del libro de reclamaciones.					
<b>19</b>	Se tiene la necesidad de retornar a la municipalidad porque las dudas no fueron resueltas en su totalidad.					
<b>20</b>	La aplicación de encuestas de satisfacción sobre el servicio arrojaría datos positivos.					

GRACIAS POR SU COOPERACIÓN

### ANEXO 3: CÁLCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{(N - 1) * E^2 + Z^2 * p * q}$$

Por lo tanto,

$$n = \frac{353,950 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{(353,950 - 1) * 0.05^2 + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

N= 353,950

Z= 95% → 1.96

p= 0.5

q= 0.5

E= 0.05

n= 384
--------

## ANEXO 4: VALIDEZ DE LOS INSTRUMENTOS

### MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Cuestionario – Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en la municipalidad de San Juan de Miraflores, 2021

OBJETIVO: Determinar la relación entre la calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en la municipalidad de San Juan de Miraflores, 2021

DIRIGIDO A: Usuarios de la municipalidad de San Juan de Miraflores, 2021

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR: EDINSON ANTONIO FERNANDEZ VEGA

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR: MAESTRO

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Muy bajo	Bajo	Medio	Alto(X)	Muy alto
----------	------	-------	---------	----------



\_\_\_\_\_  
Evaluador: EDINSON ANTONIO FERNANDEZ VEGA  
DNI: EDINSON ANTONIO FERNANDEZ VEGA

### MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Cuestionario – Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en la municipalidad de San Juan de Miraflores, 2021

OBJETIVO: Determinar la relación entre la calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en la municipalidad de San Juan de Miraflores, 2021

DIRIGIDO A: Usuarios de la municipalidad de San Juan de Miraflores, 2021

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR: CRUZ POMA, MIRIAN

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR: MAESTRA

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Muy bajo	Bajo	Medio	Alto <b>X</b>	Muy alto
----------	------	-------	---------------	----------



---

Evaluador: CRUZ POMA MIRIAN  
DNI: 40298469

---

### MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Cuestionario – Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en la municipalidad de San Juan de Miraflores, 2021

OBJETIVO: Determinar la relación entre la calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en la municipalidad de San Juan de Miraflores, 2021

DIRIGIDO A: Usuarios de la municipalidad de San Juan de Miraflores, 2021

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR: OTSUKA CHONG, YOKO

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR: DOCTORA EN ADMINISTRACIÓN

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	X	Muy alto
----------	------	-------	------	---	----------



---

Evaluador: Dra. Yoko Otsuka Chong  
DNI: 41295814

## ANEXO 5: COEFICIENTE ALFA DE CRONBACH PARA VARIABLE CALIDAD DE SERVICIO

Nº ENCUESTADO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
	Existe amabilidad en la atención al usuario.	Hay un respeto a la privacidad de la información, el horario, el orden de llegada y la atención preferencial.	Se otorga un servicio personalizado en la municipalidad.	En la organización se perciben adecuados sistemas de seguridad.	Se utilizan herramientas y equipos tecnológicos modernos para facilitar la atención.	Se recibe una sólida atención y correcta información en las consultas.	Los trabajadores de la municipalidad tienen la experiencia suficiente para el desarrollo de sus funciones.	Existen altas probabilidades de que los servicios y la atención de la municipalidad sean recomendadas.	La municipalidad tiene una buena imagen frente a otras municipalidades.	El usuario se identifica y considera seguir asistiendo a la municipalidad en caso tenga otra necesidad.	
1	3	3	2	2	1	3	1	2	1	2	20
2	3	1	2	2	0	2	1	1	0	3	15
3	3	3	3	1	3	3	1	0	2	3	22
4	3	1	2	1	2	3	2	2	1	2	19
5	1	1	2	2	3	2	1	2	2	3	19
6	3	3	2	1	2	3	2	3	1	3	23
7	3	3	4	2	2	3	2	3	1	3	26
8	0	1	2	1	2	2	1	2	0	1	12
9	1	1	1	2	2	1	1	2	1	2	14
10	1	0	2	2	2	2	1	2	0	3	15
11	2	2	3	1	1	2	1	3	1	3	19
12	0	0	1	2	0	1	1	2	1	2	10
13	2	2	1	2	3	1	2	2	1	2	18
14	1	0	1	2	2	2	1	1	2	3	15
15	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
16	2	2	2	2	2	3	2	2	1	2	20

17	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	34
18	2	2	3	2	1	2	1	1	1	2	17
19	3	2	3	1	1	2	1	2	1	3	19
20	4	3	4	4	1	4	1	4	4	3	32
	1.39737	1.144737	0.82895	0.55526	0.82895	0.64211	0.576316	0.93684	1.186842	0.36842	35.52368

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum Vi}{Vt} \right]$$

$\alpha$  - Alfa de Cronbach  
 K - Número de items  
 $V_i$  - Varianza de cada Item  
 $V_t$  - varianza del total

suma de var/item	8.4658
K	10
Alfa	<b>0.8463</b>

El presente cálculo corresponde a un instrumento de 10 preguntas y se realizó a una muestra piloto de 20 personas, con una escala de Likert de 0 a 4, desde la categoría "Totalmente en desacuerdo" hasta la categoría "totalmente de acuerdo", el orden es indistinto, pueden hacerlo en el orden contrario, el cálculo será el mismo

$\alpha=0.84$ , por lo tanto, la confiabilidad del instrumento es buena.

## COEFICIENTE ALFA DE CRONBACH PARA VARIABLE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
<b>Nº ENCUESTADO</b>	Al salir de la municipalidad se tiene la sensación de haber cumplido con los requerimientos.	El usuario queda satisfecho emocionalmente, no tiene la sensación de frustración ante el incumplimiento.	Los inconvenientes se resuelven de manera eficaz.	Los trabajadores se muestran con buen estado anímico en la atención.	El compromiso de brindar un buen servicio es importante para una buena gestión.	El tiempo considerado para la atención es adecuado.	La información y los servicios son accesibles para todos los usuarios.	Se hace uso frecuente del libro de reclamaciones.	Se tiene la necesidad de retornar a la municipalidad porque las dudas no fueron resueltas en su totalidad.	La aplicación de encuestas de satisfacción sobre el servicio arrojaría datos positivos.	
1	3	2	1	2	3	1	1	2	3	1	19
2	2	2	1	2	1	2	1	3	4	2	20
3	3	3	3	1	3	4	3	2	2	2	26
4	1	2	3	2	3	2	1	2	3	1	20
5	1	2	2	3	4	3	2	3	3	1	24
6	2	2	3	3	4	2	2	4	4	2	28
7	3	2	3	3	4	2	2	3	2	1	25
8	1	2	2	1	3	1	2	3	3	1	19
9	2	1	2	2	0	1	2	3	3	0	16
10	1	2	1	2	3	2	2	3	3	1	20
11	2	1	2	3	3	2	2	3	2	2	22
12	1	1	1	2	3	1	1	2	3	1	16
13	1	2	2	1	4	2	1	4	4	0	21
14	1	2	1	1	3	1	2	3	2	0	16
15	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
16	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
17	4	4	2	4	4	2	2	2	2	3	29

<b>18</b>	1	1	2	1	4	1	1	1	3	2	17
<b>19</b>	4	4	3	2	4	4	4	3	3	3	34
<b>20</b>	3	2	4	3	4	4	3	3	4	3	33
	1.05263	0.681579	0.72632	0.72632	1.20789	0.99737	0.621053	0.55526	0.555263	0.89474	28.93421

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum Vi}{Vt} \right]$$

$\alpha$  - Alfa de Cronbach  
 K - Número de ítems  
 Vi - Varianza de cada ítem  
 Vt - varianza del total

<b>suma de var/item</b>	8.0184
<b>K</b>	10
<b>Alfa</b>	<b>0.8032</b>

El presente cálculo corresponde a un instrumento de 10 preguntas y se realizó a una muestra piloto de 20 personas, con una escala de Likert de 0 a 4, desde la categoría "Totalmente en desacuerdo" hasta la categoría "totalmente de acuerdo", el orden es indistinto, pueden hacerlo en el orden contrario, el cálculo será el mismo

$\alpha=0.80$ , por lo tanto, la confiabilidad del instrumento es buena

## ANEXO 6: FICHAS TÉCNICAS

### FICHA TÉCNICA N°1

**Nombre original:** Cuestionario “Calidad de servicio”

**Autor original:** Orellana Sedano Eguel Pier

**Procedencia:** Lima-Perú

**Duración:** 5 minutos

**Aplicación:** Usuarios en la Municipalidad de San Juan de Miraflores

**Puntuación:** Computarizada

**Objetivo del instrumento:** Analizar la calidad de servicio

**Puntaje por variable y dimensión:** Se utilizó la categorización de cinco niveles (Totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, indiferente, de acuerdo y totalmente de acuerdo), para la mejor interpretación de los resultados obtenidos a nivel de la Calidad de Servicio y sus dimensiones.

NIVELES	A nivel variable	D1	D2	D3
Totalmente en desacuerdo	0 - 8	0 - 3	0 - 2	0 – 2
En desacuerdo	9 - 16	4 - 6	3 - 5	3 – 5
Indiferente	17 - 24	7 - 9	6 - 8	6 – 8
De acuerdo	25 - 32	10 - 12	9 - 10	9 – 10
Totalmente de acuerdo	33 - 40	13 - 16	11 - 12	11 – 12

## FICHA TÉCNICA N°2

**Nombre original:** Cuestionario “Satisfacción de los usuarios”

**Autor original:** Orellana Sedano Eguel Pier

**Procedencia:** Lima-Perú

**Duración:** 5 minutos

**Aplicación:** Usuarios en la Municipalidad de San Juan de Miraflores

**Puntuación:** Computarizada

**Objetivo del instrumento:** Analizar la satisfacción de los usuarios

**Puntaje por variable y dimensión:** Se utilizó la categorización de cinco niveles (Totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, indiferente, de acuerdo y totalmente de acuerdo), para la mejor interpretación de los resultados obtenidos a nivel de la Satisfacción del usuario y sus dimensiones.

<b>NIVELES</b>	<b>A nivel variable</b>	<b>D4</b>	<b>D5</b>	<b>D6</b>
Totalmente en desacuerdo	0 - 8	0 - 2	0 - 3	0 – 2
En desacuerdo	9 - 16	3 - 5	4 - 6	3 – 5
Indiferente	17 - 24	6 - 8	7 - 9	6 – 8
De acuerdo	25 - 32	9 - 10	10 - 12	9 – 10
Totalmente de acuerdo	33 - 40	11 - 12	13 - 16	11 – 12

**ANEXO 7: BASE DE DATOS**

N° ENCUESTAS	CALIDAD DE SERVICIO										SATISFACCION DEL USUARIO									
	VARIABLE 1										VARIABLE 2									
	Percepción del cliente				Desempeño de los servicios			Valor que otorga el cliente			Ausencia de necesidad			Buen servicio				Cumplimiento de expectativas		
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20
1	3	3	2	2	1	3	1	2	1	2	3	2	1	2	3	1	1	2	3	1
2	3	1	2	2	0	2	1	1	0	3	2	2	1	2	1	2	1	3	4	2
3	3	3	3	1	3	3	1	0	2	3	3	3	3	1	3	4	3	2	2	2
4	3	1	2	1	2	3	2	2	1	2	1	2	3	2	3	2	1	2	3	1
5	1	1	2	2	3	2	1	2	2	3	1	2	2	3	4	3	2	3	3	1
6	3	3	2	1	2	3	2	3	1	3	2	2	3	3	4	2	2	4	4	2
7	3	3	4	2	2	3	2	3	1	3	3	2	3	3	4	2	2	3	2	1
8	0	1	2	1	2	2	1	2	0	1	1	2	2	1	3	1	2	3	3	1
9	1	1	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	2	2	0	1	2	3	3	0
10	1	0	2	2	2	2	1	2	0	3	1	2	1	2	3	2	2	3	3	1
11	2	2	3	1	1	2	1	3	1	3	2	1	2	3	3	2	2	3	2	2
12	0	0	1	2	0	1	1	2	1	2	1	1	1	2	3	1	1	2	3	1
13	2	2	1	2	3	1	2	2	1	2	1	2	2	1	4	2	1	4	4	0
14	1	0	1	2	2	2	1	1	2	3	1	2	1	1	3	1	2	3	2	0
15	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
16	2	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
17	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	2	4	4	2	2	2	2	3
18	2	2	3	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	4	1	1	1	3	2
19	3	2	3	1	1	2	1	2	1	3	4	4	3	2	4	4	4	3	3	3

20	4	3	4	4	1	4	1	4	4	3	3	2	4	3	4	4	3	3	4	3
21	2	1	1	2	3	1	1	4	3	2	4	3	1	4	4	3	1	2	3	4
22	1	2	3	4	3	1	2	1	1	3	2	4	3	3	4	1	4	1	2	2
23	2	3	2	1	4	1	2	1	2	2	3	4	2	1	2	3	4	2	4	4
24	2	1	4	2	4	3	1	3	4	2	1	1	3	2	1	3	2	1	1	1
25	1	2	1	2	1	2	3	4	2	2	2	1	3	3	3	2	4	1	1	2
26	1	2	3	4	4	2	1	2	1	3	4	4	2	1	2	1	3	2	1	2
27	2	1	2	3	4	3	1	2	2	4	1	3	2	1	2	4	1	2	4	3
28	3	2	1	2	4	3	2	1	2	4	2	1	1	3	1	2	1	2	3	4
29	2	1	3	3	4	2	1	4	2	1	2	4	2	3	2	3	3	3	2	2
30	4	3	2	1	3	4	2	1	2	4	2	4	3	2	3	3	2	2	2	2
31	2	1	3	4	2	1	2	3	3	3	1	2	2	2	4	1	2	3	4	4
32	3	3	2	2	1	3	1	2	1	2	3	2	1	2	3	1	1	2	3	1
33	3	1	2	2	0	2	1	1	0	3	2	2	1	2	1	2	1	3	4	2
34	3	3	3	1	3	3	1	0	2	3	3	3	3	1	3	4	3	2	2	2
35	3	1	2	1	2	3	2	2	1	2	1	2	3	2	3	2	1	2	3	1
36	1	1	2	2	3	2	1	2	2	3	1	2	2	3	4	3	2	3	3	1
37	3	3	2	1	2	3	2	3	1	3	2	2	3	3	4	2	2	4	4	2
38	3	3	4	2	2	3	2	3	1	3	3	2	3	3	4	2	2	3	2	1
39	0	1	2	1	2	2	1	2	0	1	1	2	2	1	3	1	2	3	3	1
40	1	1	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	2	2	0	1	2	3	3	0
41	1	0	2	2	2	2	1	2	0	3	1	2	1	2	3	2	2	3	3	1
42	2	2	3	1	1	2	1	3	1	3	2	1	2	3	3	2	2	3	2	2
43	0	0	1	2	0	1	1	2	1	2	1	1	1	2	3	1	1	2	3	1
44	3	3	2	2	1	3	1	2	1	2	3	2	1	2	3	1	1	2	3	1
45	3	1	2	2	0	2	1	1	0	3	2	2	1	2	1	2	1	3	4	2
46	3	3	3	1	3	3	1	0	2	3	3	3	3	1	3	4	3	2	2	2
47	3	1	2	1	2	3	2	2	1	2	1	2	3	2	3	2	1	2	3	1

48	1	1	2	2	3	2	1	2	2	3	1	2	2	3	4	3	2	3	3	1
49	3	3	2	1	2	3	2	3	1	3	2	2	3	3	4	2	2	4	4	2
50	3	3	4	2	2	3	2	3	1	3	3	2	3	3	4	2	2	3	2	1
51	0	1	2	1	2	2	1	2	0	1	1	2	2	1	3	1	2	3	3	1
52	1	1	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	2	2	0	1	2	3	3	0
53	1	0	2	2	2	2	1	2	0	3	1	2	1	2	3	2	2	3	3	1
54	2	2	3	1	1	2	1	3	1	3	2	1	2	3	3	2	2	3	2	2
55	0	0	1	2	0	1	1	2	1	2	1	1	1	2	3	1	1	2	3	1
56	2	2	1	2	3	1	2	2	1	2	1	2	2	1	4	2	1	4	4	0
57	1	0	1	2	2	2	1	1	2	3	1	2	1	1	3	1	2	3	2	0
58	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
59	2	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
60	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	2	4	4	2	2	2	2	3
61	2	2	3	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	4	1	1	1	3	2
62	3	2	3	1	1	2	1	2	1	3	4	4	3	2	4	4	4	3	3	3
63	4	3	4	4	1	4	1	4	4	3	3	2	4	3	4	4	3	3	4	3
64	2	2	1	2	3	1	2	2	1	2	1	2	2	1	4	2	1	4	4	0
65	1	0	1	2	2	2	1	1	2	3	1	2	1	1	3	1	2	3	2	0
66	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
67	2	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
68	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	2	4	4	2	2	2	2	3
69	2	2	3	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	4	1	1	1	3	2
70	3	2	3	1	1	2	1	2	1	3	4	4	3	2	4	4	4	3	3	3
71	4	3	4	4	1	4	1	4	4	3	3	2	4	3	4	4	3	3	4	3
72	1	2	3	4	3	2	1	1	2	1	2	1	3	2	2	1	3	2	2	3
73	2	4	3	1	3	4	3	1	2	1	2	1	3	4	3	3	4	3	2	1
74	1	3	4	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	4	1	2	2	2	4
75	2	1	2	4	3	3	2	3	3	4	1	3	3	3	2	2	2	3	2	1



104	2	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
105	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	2	4	4	2	2	2	2	3
106	2	2	3	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	4	1	1	1	3	2
107	3	2	3	1	1	2	1	2	1	3	4	4	3	2	4	4	4	3	3	3
108	4	3	4	4	1	4	1	4	4	3	3	2	4	3	4	4	3	3	4	3
109	4	3	4	4	1	4	1	4	4	3	3	2	4	3	4	4	3	3	4	3
110	4	3	4	4	1	4	1	4	4	3	3	2	4	3	4	4	3	3	4	3
111	4	3	2	3	2	1	1	1	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	1	2
112	3	3	4	3	2	3	4	4	3	2	4	3	2	4	3	2	3	4	3	2
113	2	3	3	4	2	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2	1	2	2	4
114	2	4	3	2	2	4	3	2	3	4	3	2	2	4	3	2	3	4	3	2
115	3	4	3	3	3	3	2	2	2	2	2	1	1	1	3	2	3	3	4	2
116	3	2	1	2	4	2	3	4	3	3	3	3	2	2	2	3	4	3	2	1
117	2	3	1	3	3	4	2	2	2	2	3	3	2	4	3	2	1	2	3	4
118	2	4	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	3
119	3	3	2	2	1	3	1	2	1	2	3	2	1	2	3	1	1	2	3	1
120	3	1	2	2	0	2	1	1	0	3	2	2	1	2	1	2	1	3	4	2
121	3	3	3	1	3	3	1	0	2	3	3	3	3	1	3	4	3	2	2	2
122	3	1	2	1	2	3	2	2	1	2	1	2	3	2	3	2	1	2	3	1
123	1	1	2	2	3	2	1	2	2	3	1	2	2	3	4	3	2	3	3	1
124	3	3	2	1	2	3	2	3	1	3	2	2	3	3	4	2	2	4	4	2
125	3	3	4	2	2	3	2	3	1	3	3	2	3	3	4	2	2	3	2	1
126	0	1	2	1	2	2	1	2	0	1	1	2	2	1	3	1	2	3	3	1
127	1	1	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	2	2	0	1	2	3	3	0
128	1	0	2	2	2	2	1	2	0	3	1	2	1	2	3	2	2	3	3	1
129	2	2	3	1	1	2	1	3	1	3	2	1	2	3	3	2	2	3	2	2
130	0	0	1	2	0	1	1	2	1	2	1	1	1	2	3	1	1	2	3	1
131	2	2	1	2	3	1	2	2	1	2	1	2	2	1	4	2	1	4	4	0

132	1	0	1	2	2	2	1	1	2	3	1	2	1	1	3	1	2	3	2	0
133	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
134	2	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
135	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	2	4	4	2	2	2	2	3
136	2	2	3	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	4	1	1	1	3	2
137	3	2	3	1	1	2	1	2	1	3	4	4	3	2	4	4	4	3	3	3
138	4	3	4	4	1	4	1	4	4	3	3	2	4	3	4	4	3	3	4	3
139	1	2	3	4	2	1	2	3	1	3	1	2	2	2	3	2	1	1	4	2
140	1	2	3	4	3	2	1	1	2	1	2	1	3	2	2	1	3	2	2	3
141	2	4	3	1	3	4	3	1	2	1	2	1	3	4	3	3	4	3	2	1
142	3	2	3	2	1	1	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	3	4
143	2	4	3	2	3	4	4	2	3	4	3	2	2	3	3	2	3	2	2	4
144	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	2	3	2	3	4	3	3	3
145	3	1	2	3	2	2	4	3	2	2	4	3	2	4	3	2	3	4	3	2
146	3	2	2	2	1	2	3	4	3	2	3	4	2	1	2	2	3	2	3	2
147	4	3	2	4	3	2	2	3	4	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2
148	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	3	2	4	4	2	3	4	2	4
149	3	2	2	2	3	4	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3
150	1	2	3	3	3	4	3	2	2	2	3	3	3	4	4	4	4	2	2	3
151	3	3	3	2	2	2	2	3	4	4	3	3	2	2	2	4	3	2	2	3
152	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3	4	2	2	3	4	4	2
153	3	3	2	2	1	3	1	2	1	2	3	2	1	2	3	1	1	2	3	1
154	3	1	2	2	0	2	1	1	0	3	2	2	1	2	1	2	1	3	4	2
155	3	3	3	1	3	3	1	0	2	3	3	3	3	1	3	4	3	2	2	2
156	3	1	2	1	2	3	2	2	1	2	1	2	3	2	3	2	1	2	3	1
157	1	1	2	2	3	2	1	2	2	3	1	2	2	3	4	3	2	3	3	1
158	3	3	2	1	2	3	2	3	1	3	2	2	3	3	4	2	2	4	4	2
159	3	3	4	2	2	3	2	3	1	3	3	2	3	3	4	2	2	3	2	1

160	0	1	2	1	2	2	1	2	0	1	1	2	2	1	3	1	2	3	3	1
161	1	1	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	2	2	0	1	2	3	3	0
162	1	0	2	2	2	2	1	2	0	3	1	2	1	2	3	2	2	3	3	1
163	2	2	3	1	1	2	1	3	1	3	2	1	2	3	3	2	2	3	2	2
164	0	0	1	2	0	1	1	2	1	2	1	1	1	2	3	1	1	2	3	1
165	2	2	1	2	3	1	2	2	1	2	1	2	2	1	4	2	1	4	4	0
166	1	0	1	2	2	2	1	1	2	3	1	2	1	1	3	1	2	3	2	0
167	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
168	2	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
169	3	3	2	2	1	3	1	2	1	2	3	2	1	2	3	1	1	2	3	1
170	3	1	2	2	0	2	1	1	0	3	2	2	1	2	1	2	1	3	4	2
171	3	3	3	1	3	3	1	0	2	3	3	3	3	1	3	4	3	2	2	2
172	3	1	2	1	2	3	2	2	1	2	1	2	3	2	3	2	1	2	3	1
173	1	1	2	2	3	2	1	2	2	3	1	2	2	3	4	3	2	3	3	1
174	3	3	2	1	2	3	2	3	1	3	2	2	3	3	4	2	2	4	4	2
175	3	3	4	2	2	3	2	3	1	3	3	2	3	3	4	2	2	3	2	1
176	0	1	2	1	2	2	1	2	0	1	1	2	2	1	3	1	2	3	3	1
177	1	1	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	2	2	0	1	2	3	3	0
178	1	0	2	2	2	2	1	2	0	3	1	2	1	2	3	2	2	3	3	1
179	2	2	3	1	1	2	1	3	1	3	2	1	2	3	3	2	2	3	2	2
180	0	0	1	2	0	1	1	2	1	2	1	1	1	2	3	1	1	2	3	1
181	2	2	1	2	3	1	2	2	1	2	1	2	2	1	4	2	1	4	4	0
182	1	0	1	2	2	2	1	1	2	3	1	2	1	1	3	1	2	3	2	0
183	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
184	2	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
185	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	2	4	4	2	2	2	2	3
186	3	3	2	2	1	3	1	2	1	2	3	2	1	2	3	1	1	2	3	1
187	3	1	2	2	0	2	1	1	0	3	2	2	1	2	1	2	1	3	4	2

188	3	3	3	1	3	3	1	0	2	3	3	3	3	1	3	4	3	2	2	2
189	3	1	2	1	2	3	2	2	1	2	1	2	3	2	3	2	1	2	3	1
190	1	1	2	2	3	2	1	2	2	3	1	2	2	3	4	3	2	3	3	1
191	3	3	2	1	2	3	2	3	1	3	2	2	3	3	4	2	2	4	4	2
192	3	3	4	2	2	3	2	3	1	3	3	2	3	3	4	2	2	3	2	1
193	0	1	2	1	2	2	1	2	0	1	1	2	2	1	3	1	2	3	3	1
194	1	1	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	2	2	0	1	2	3	3	0
195	1	0	2	2	2	2	1	2	0	3	1	2	1	2	3	2	2	3	3	1
196	2	2	3	1	1	2	1	3	1	3	2	1	2	3	3	2	2	3	2	2
197	0	0	1	2	0	1	1	2	1	2	1	1	1	2	3	1	1	2	3	1
198	2	2	1	2	3	1	2	2	1	2	1	2	2	1	4	2	1	4	4	0
199	1	0	1	2	2	2	1	1	2	3	1	2	1	1	3	1	2	3	2	0
200	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
201	2	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
202	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	2	4	4	2	2	2	2	3
203	2	2	3	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	4	1	1	1	3	2
204	3	2	3	1	1	2	1	2	1	3	4	4	3	2	4	4	4	3	3	3
205	4	3	4	4	1	4	1	4	4	3	3	2	4	3	4	4	3	3	4	3
206	3	2	3	1	1	2	1	2	1	3	4	4	3	2	4	4	4	3	3	3
207	4	3	4	4	1	4	1	4	4	3	3	2	4	3	4	4	3	3	4	3
208	2	2	3	4	2	1	2	3	1	3	1	2	2	2	3	2	1	1	4	2
209	2	3	2	1	4	2	2	3	4	4	3	1	2	2	3	2	4	1	2	3
210	1	2	3	4	2	1	1	2	2	2	1	1	3	4	3	1	2	2	1	1
211	3	3	2	2	1	1	2	2	3	4	3	3	4	2	3	3	4	3	2	1
212	2	1	3	4	3	2	1	1	1	2	2	3	4	4	4	1	3	1	2	2
213	2	2	3	3	3	4	1	2	2	2	1	2	2	2	3	4	3	2	2	2
214	2	2	2	2	2	3	3	3	4	2	3	4	4	2	1	2	1	1	4	3
215	1	2	3	4	2	3	1	2	3	2	4	1	2	3	1	2	3	4	2	3

216	3	3	2	2	1	3	1	2	1	2	3	2	1	2	3	1	1	2	3	1
217	3	1	2	2	0	2	1	1	0	3	2	2	1	2	1	2	1	3	4	2
218	3	3	3	1	3	3	1	0	2	3	3	3	3	1	3	4	3	2	2	2
219	3	1	2	1	2	3	2	2	1	2	1	2	3	2	3	2	1	2	3	1
220	1	1	2	2	3	2	1	2	2	3	1	2	2	3	4	3	2	3	3	1
221	3	3	2	1	2	3	2	3	1	3	2	2	3	3	4	2	2	4	4	2
222	3	3	4	2	2	3	2	3	1	3	3	2	3	3	4	2	2	3	2	1
223	0	1	2	1	2	2	1	2	0	1	1	2	2	1	3	1	2	3	3	1
224	1	1	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	2	2	0	1	2	3	3	0
225	1	0	2	2	2	2	1	2	0	3	1	2	1	2	3	2	2	3	3	1
226	2	2	3	1	1	2	1	3	1	3	2	1	2	3	3	2	2	3	2	2
227	0	0	1	2	0	1	1	2	1	2	1	1	1	2	3	1	1	2	3	1
228	2	2	1	2	3	1	2	2	1	2	1	2	2	1	4	2	1	4	4	0
229	1	0	1	2	2	2	1	1	2	3	1	2	1	1	3	1	2	3	2	0
230	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
231	2	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
232	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	2	4	4	2	2	2	2	3
233	2	2	3	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	4	1	1	1	3	2
234	3	2	3	1	1	2	1	2	1	3	4	4	3	2	4	4	4	3	3	3
235	4	3	4	4	1	4	1	4	4	3	3	2	4	3	4	4	3	3	4	3
236	1	2	3	4	2	3	1	2	3	2	4	1	2	3	1	2	3	4	2	3
237	1	2	3	4	2	1	2	3	1	3	1	2	2	2	3	2	1	1	4	2
238	1	2	3	4	3	2	1	1	2	1	2	1	3	2	2	1	3	2	2	3
239	2	4	3	1	3	4	3	1	2	1	2	1	3	4	3	3	4	3	2	1
240	3	2	3	2	1	1	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	3	4
241	3	3	2	2	1	3	1	2	1	2	3	2	1	2	3	1	1	2	3	1
242	3	1	2	2	0	2	1	1	0	3	2	2	1	2	1	2	1	3	4	2
243	3	3	3	1	3	3	1	0	2	3	3	3	3	1	3	4	3	2	2	2

244	3	1	2	1	2	3	2	2	1	2	1	2	3	2	3	2	1	2	3	1
245	1	1	2	2	3	2	1	2	2	3	1	2	2	3	4	3	2	3	3	1
246	3	3	2	1	2	3	2	3	1	3	2	2	3	3	4	2	2	4	4	2
247	3	3	4	2	2	3	2	3	1	3	3	2	3	3	4	2	2	3	2	1
248	0	1	2	1	2	2	1	2	0	1	1	2	2	1	3	1	2	3	3	1
249	1	1	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	2	2	0	1	2	3	3	0
250	1	0	2	2	2	2	1	2	0	3	1	2	1	2	3	2	2	3	3	1
251	2	2	3	1	1	2	1	3	1	3	2	1	2	3	3	2	2	3	2	2
252	0	0	1	2	0	1	1	2	1	2	1	1	1	2	3	1	1	2	3	1
253	2	2	1	2	3	1	2	2	1	2	1	2	2	1	4	2	1	4	4	0
254	1	0	1	2	2	2	1	1	2	3	1	2	1	1	3	1	2	3	2	0
255	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
256	2	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
257	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	2	4	4	2	2	2	2	3
258	2	2	3	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	4	1	1	1	3	2
259	3	2	3	1	1	2	1	2	1	3	4	4	3	2	4	4	4	3	3	3
260	4	3	4	4	1	4	1	4	4	3	3	2	4	3	4	4	3	3	4	3
261	3	3	3	1	3	3	1	0	2	3	3	3	3	1	3	4	3	2	2	2
262	3	1	2	1	2	3	2	2	1	2	1	2	3	2	3	2	1	2	3	1
263	1	1	2	2	3	2	1	2	2	3	1	2	2	3	4	3	2	3	3	1
264	3	3	2	1	2	3	2	3	1	3	2	2	3	3	4	2	2	4	4	2
265	3	3	4	2	2	3	2	3	1	3	3	2	3	3	4	2	2	3	2	1
266	0	1	2	1	2	2	1	2	0	1	1	2	2	1	3	1	2	3	3	1
267	1	1	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	2	2	0	1	2	3	3	0
268	1	0	2	2	2	2	1	2	0	3	1	2	1	2	3	2	2	3	3	1
269	2	2	3	1	1	2	1	3	1	3	2	1	2	3	3	2	2	3	2	2
270	0	0	1	2	0	1	1	2	1	2	1	1	1	2	3	1	1	2	3	1
271	2	2	1	2	3	1	2	2	1	2	1	2	2	1	4	2	1	4	4	0

272	1	0	1	2	2	2	1	1	2	3	1	2	1	1	3	1	2	3	2	0
273	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
274	2	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
275	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	2	4	4	2	2	2	2	3
276	3	3	2	2	1	3	1	2	1	2	3	2	1	2	3	1	1	2	3	1
277	3	1	2	2	0	2	1	1	0	3	2	2	1	2	1	2	1	3	4	2
278	3	3	3	1	3	3	1	0	2	3	3	3	3	1	3	4	3	2	2	2
279	3	1	2	1	2	3	2	2	1	2	1	2	3	2	3	2	1	2	3	1
280	1	1	2	2	3	2	1	2	2	3	1	2	2	3	4	3	2	3	3	1
281	3	3	2	1	2	3	2	3	1	3	2	2	3	3	4	2	2	4	4	2
282	3	3	4	2	2	3	2	3	1	3	3	2	3	3	4	2	2	3	2	1
283	0	1	2	1	2	2	1	2	0	1	1	2	2	1	3	1	2	3	3	1
284	1	1	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	2	2	0	1	2	3	3	0
285	1	0	2	2	2	2	1	2	0	3	1	2	1	2	3	2	2	3	3	1
286	2	2	3	1	1	2	1	3	1	3	2	1	2	3	3	2	2	3	2	2
287	0	0	1	2	0	1	1	2	1	2	1	1	1	2	3	1	1	2	3	1
288	2	2	1	2	3	1	2	2	1	2	1	2	2	1	4	2	1	4	4	0
289	1	0	1	2	2	2	1	1	2	3	1	2	1	1	3	1	2	3	2	0
290	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
291	2	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
292	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	2	4	4	2	2	2	2	3
293	2	2	3	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	4	1	1	1	3	2
294	3	2	3	1	1	2	1	2	1	3	4	4	3	2	4	4	4	3	3	3
295	4	3	4	4	1	4	1	4	4	3	3	2	4	3	4	4	3	3	4	3
296	4	3	2	2	3	4	2	2	3	4	4	2	3	3	3	3	3	2	2	2
297	1	2	2	3	3	2	2	3	4	3	2	2	3	3	2	2	3	4	3	3
298	2	3	2	1	4	2	2	3	4	4	3	1	2	2	3	2	4	1	2	2
299	2	1	2	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	4	2	2	3	2	2	4

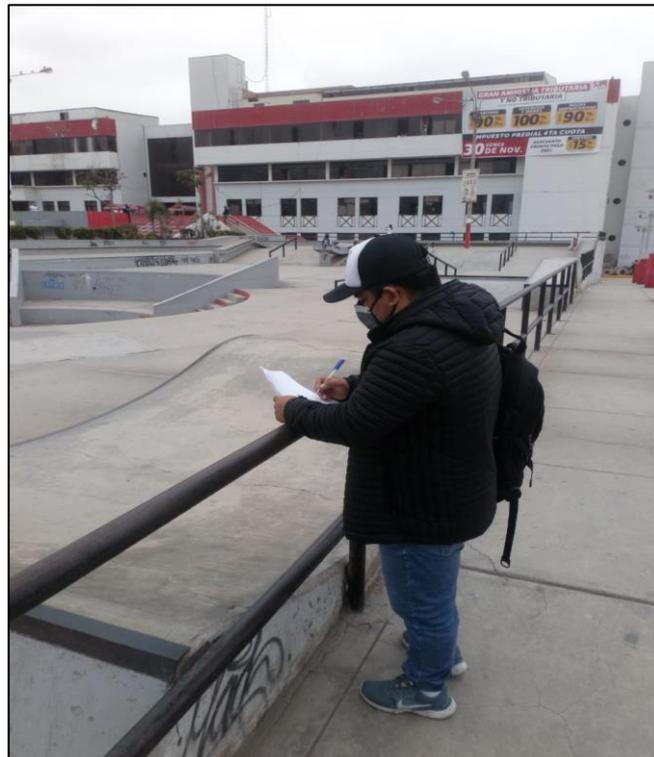
300	4	4	3	2	2	1	1	1	2	2	3	3	2	3	2	2	4	3	2	2
301	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	1	2	4	4	3	4	2	3	3
302	3	3	2	2	1	3	1	2	1	2	3	2	1	2	3	1	1	2	3	1
303	3	1	2	2	0	2	1	1	0	3	2	2	1	2	1	2	1	3	4	2
304	3	3	3	1	3	3	1	0	2	3	3	3	3	1	3	4	3	2	2	2
305	3	1	2	1	2	3	2	2	1	2	1	2	3	2	3	2	1	2	3	1
306	1	1	2	2	3	2	1	2	2	3	1	2	2	3	4	3	2	3	3	1
307	3	3	2	1	2	3	2	3	1	3	2	2	3	3	4	2	2	4	4	2
308	3	3	4	2	2	3	2	3	1	3	3	2	3	3	4	2	2	3	2	1
309	0	1	2	1	2	2	1	2	0	1	1	2	2	1	3	1	2	3	3	1
310	1	1	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	2	2	0	1	2	3	3	0
311	1	0	2	2	2	2	1	2	0	3	1	2	1	2	3	2	2	3	3	1
312	2	2	3	1	1	2	1	3	1	3	2	1	2	3	3	2	2	3	2	2
313	0	0	1	2	0	1	1	2	1	2	1	1	1	2	3	1	1	2	3	1
314	2	2	1	2	3	1	2	2	1	2	1	2	2	1	4	2	1	4	4	0
315	1	0	1	2	2	2	1	1	2	3	1	2	1	1	3	1	2	3	2	0
316	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
317	2	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
318	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	2	2	2	3
319	2	2	3	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	4	1	1	1	3	2
320	3	2	3	1	1	2	1	2	1	3	4	4	3	2	4	4	4	3	3	3
321	4	3	4	4	1	4	1	4	4	3	3	2	4	3	4	4	3	3	4	3
322	3	3	2	4	3	4	2	3	3	3	2	4	2	2	3	3	3	4	4	2
323	4	4	4	4	3	3	3	2	3	2	3	1	1	3	3	3	3	2	2	3
324	0	1	0	0	1	1	2	1	2	2	0	0	0	1	1	2	2	3	2	1
325	3	3	2	2	1	3	1	2	1	2	3	2	1	2	3	1	1	2	3	1
326	3	1	2	2	0	2	1	1	0	3	2	2	1	2	1	2	1	3	4	2
327	3	3	3	1	3	3	1	0	2	3	3	3	3	1	3	4	3	2	2	2

328	3	1	2	1	2	3	2	2	1	2	1	2	3	2	3	2	1	2	3	1
329	1	1	2	2	3	2	1	2	2	3	1	2	2	3	4	3	2	3	3	1
330	3	3	2	1	2	3	2	3	1	3	2	2	3	3	4	2	2	4	4	2
331	3	3	4	2	2	3	2	3	1	3	3	2	3	3	4	2	2	3	2	1
332	0	1	2	1	2	2	1	2	0	1	1	2	2	1	3	1	2	3	3	1
333	1	1	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	2	2	0	1	2	3	3	0
334	1	0	2	2	2	2	1	2	0	3	1	2	1	2	3	2	2	3	3	1
335	2	2	3	1	1	2	1	3	1	3	2	1	2	3	3	2	2	3	2	2
336	0	0	1	2	0	1	1	2	1	2	1	1	1	2	3	1	1	2	3	1
337	2	2	1	2	3	1	2	2	1	2	1	2	2	1	4	2	1	4	4	0
338	1	0	1	2	2	2	1	1	2	3	1	2	1	1	3	1	2	3	2	0
339	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
340	2	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
341	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	2	4	4	2	2	2	2	3
342	2	2	3	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	4	1	1	1	3	2
343	3	2	3	1	1	2	1	2	1	3	4	4	3	2	4	4	4	3	3	3
344	4	3	4	4	1	4	1	4	4	3	3	2	4	3	4	4	3	3	4	3
345	2	4	3	2	2	4	3	2	3	4	3	2	2	4	3	2	3	4	3	2
346	3	2	1	3	3	1	3	2	2	3	1	0	2	0	1	1	2	2	2	2
347	0	1	3	2	2	1	1	2	0	0	2	0	3	1	2	2	1	3	1	1
348	3	3	2	1	2	2	3	3	3	3	4	4	1	2	2	3	2	3	2	2
349	2	2	1	1	2	0	0	2	2	3	2	2	3	2	1	1	1	3	2	1
350	2	2	3	2	2	1	2	2	1	3	2	2	2	1	4	2	4	2	2	0
351	2	3	2	1	4	1	2	1	2	2	3	4	2	1	2	3	4	2	4	4
352	2	1	4	2	4	3	1	3	4	2	1	1	3	2	1	3	2	1	1	1
353	1	2	1	2	1	2	3	4	2	2	2	1	3	3	3	2	4	1	1	2
354	2	3	2	1	4	2	2	3	4	4	3	1	2	2	3	2	4	1	2	3
355	4	2	2	3	2	1	2	2	4	3	1	2	2	2	4	2	3	1	2	2

356	3	3	3	2	3	1	1	3	3	2	2	4	3	4	3	3	3	2	3	3
357	1	1	1	0	0	1	1	2	2	1	0	0	0	0	1	1	3	2	1	1
358	4	3	3	3	4	4	4	2	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3
359	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	2	0	0	0	1	1	0	0
360	1	1	2	2	1	0	1	1	1	2	1	3	3	2	1	1	0	0	1	1
361	3	3	3	2	3	2	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3
362	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	1	3	3	3	2	3
363	1	1	0	1	1	1	0	0	2	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1
364	2	3	3	3	3	3	3	2	4	4	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3
365	2	4	3	1	3	4	3	1	2	1	2	1	3	4	3	3	4	3	2	1
366	1	3	4	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	4	1	2	2	2	4
367	3	3	3	3	3	3	3	2	0	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
368	3	3	2	4	3	4	2	3	3	3	2	4	2	2	3	3	3	4	4	2
369	4	4	4	2	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4
370	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	1	4	4	3	2	2	2	2	3
371	1	2	2	3	3	4	4	3	2	2	2	3	4	3	3	2	2	3	3	2
372	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	1	2
373	2	2	4	4	4	3	2	2	3	4	4	3	2	2	2	3	3	2	2	3
374	1	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	3	4	3	3	3	2	2
375	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	2	3	3	4	4	4	2	3	3	3
376	2	3	2	0	2	1	1	2	2	1	0	0	0	2	2	2	2	2	1	2
377	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4
378	0	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1
379	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	1	3	3
380	2	2	1	1	1	2	2	1	1	2	2	1	2	2	3	2	2	1	2	2
381	3	2	3	3	3	2	2	2	1	3	2	3	2	3	4	3	2	1	3	2
382	1	2	2	1	3	1	1	2	1	2	2	1	1	2	4	1	1	2	3	1
383	3	2	2	2	3	1	1	2	3	2	2	1	2	1	2	1	2	1	3	3

384	3	1	2	1	3	1	2	2	2	3	3	1	2	3	4	2	2	1	3	3
-----	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

## ANEXO 8: EVIDENCIAS DE LA APLICACIÓN DEL INSTRUMENTO





**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

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

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

Yo, MARIO ARTURO LANDERS MOSCOL, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CHIMBOTE, asesor de Tesis titulada: "Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en la Municipalidad de San Juan de Miraflores, Lima 2021

", cuyo autor es ORELLANA SEDANO EGUEL PIER, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 19.00%, 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.

CHIMBOTE, 12 de Febrero del 2022

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
MARIO ARTURO LANDERS MOSCOL <b>DNI:</b> 18091673 <b>ORCID:</b> 0000-0003-4051-6119	Firmado electrónicamente por: MLANDERSMO el 17-02-2022 19:24:50

Código documento Trilce: TRI - 0289332