



UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

TESIS

**“FORTALECIMIENTO DE LAS HABILIDADES SOCIALES DE AUTOESTIMA Y COMUNICACIÓN DE LOS SERVIDORES PÚBLICOS PARA MEJORAR LA PERCEPCION SOBRE LA CALIDAD DE LA ATENCIÓN POR LOS USUARIOS”.
MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CHACHAPOYAS.
JUNIO – OCTUBRE 2015**

PARA OBTENER EL GRADO DE MAGISTER

EN GESTION PÚBLICA

AUTORAS

BR. HUAMÁN GORMÁS, ELVIA

BR. LÓPEZ TUESTA, LYGHER KEYLLY

ASESOR

Ms. C. JUAN MANUEL ANTÓN PÉREZ

LINEA DE INVESTIGACIÓN:

ADMINISTRACIÓN DEL TALENTO HUMANO

CHACHAPOYAS – PERÚ

2017

PAGINA DE JURADO

Dr. Félix Díaz Tamay
Presidente

Mg. Patricia Chavarry Isla
Secretaria

Mg. Juan Manuel Antón Pérez
Vocal

DECLARACIÓN JURADA

Yo, Huamán Gormas Elvia egresado (a) del Programa de Maestría (x) Doctorado () en Maestría en Gestión Pública de la Universidad César Vallejo SAC. Chiclayo, identificado con DNI N° 09923070

DECLARO BAJO JURAMENTO QUE:

1. Soy autor (a) de la tesis titulada: **FORTALECIMIENTO DE LAS HABILIDADES SOCIALES DE AUTOESTIMA Y COMUNICACIÓN DE LOS SERVIDORES PÚBLICOS, PARA MEJORAR LA PERCEPCIÓN SOBRE LA CALIDAD DE LA ATENCIÓN POR LOS USUARIOS. MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CHACHAPOYAS. JUNIO – OCTUBRE DEL 2015.** La misma que presento para optar el grado de: Magíster en Gestión Pública.
2. La tesis presentada es auténtica, siguiendo un adecuado proceso de investigación, para la cual se han respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas.
3. La tesis presentada no atenta contra derechos de terceros.
4. La tesis no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
5. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falsificados, ni duplicados, ni copiados.

Por lo expuesto, mediante la presente asumo frente a LA UNIVERSIDAD cualquier responsabilidad que pudiera derivarse por la autoría, originalidad y veracidad del contenido de la tesis así como por los derechos sobre la obra y/o invención presentada. En consecuencia, me hago responsable frente a LA UNIVERSIDAD y frente a terceros, de cualquier daño que pudiera ocasionar a LA UNIVERSIDAD o a terceros, por el incumplimiento de lo declarado o que pudiera encontrar causa en la tesis presentada, asumiendo todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse de ello. Así mismo, por la presente me comprometo a asumir además todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse para LA UNIVERSIDAD en favor de terceros con motivo de acciones, reclamaciones o conflictos derivados del incumplimiento de lo declarado o las que encontraren causa en el contenido de la tesis.

De identificarse algún tipo de falsificación o que el trabajo de investigación haya sido publicado anteriormente; asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo S.A.C. Chiclayo; por lo que, LA UNIVERSIDAD podrá suspender el grado y denunciar tal hecho ante las autoridades competentes, ello conforme a la Ley 27444 del Procedimiento Administrativo General.

Chachapoyas, 29 de Abril 2017

Firma: _____



Nombres y apellidos: Huamán Gormas Elvia

DNI: 09923070



DECLARACIÓN JURADA

Yo, Lygher Keylly López Tuesta egresado (a) del Programa de Maestría () Doctorado () en Maestría en Gestión Pública de la Universidad César Vallejo SAC. Chiclayo, identificado con DNI N° 05384266

DECLARO BAJO JURAMENTO QUE:

1. Soy autor (a) de la tesis titulada: **FORTALECIMIENTO DE LAS HABILIDADES SOCIALES DE AUTOESTIMA Y COMUNICACIÓN DE LOS SERVIDORES PÚBLICOS, PARA MEJORAR LA PERCEPCIÓN SOBRE LA CALIDAD DE LA ATENCIÓN POR LOS USUARIOS. MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CHACHAPOYAS. JUNIO – OCTUBRE DEL 2015.** La misma que presento para optar el grado de: Magíster en Gestión Pública.
2. La tesis presentada es auténtica, siguiendo un adecuado proceso de investigación, para la cual se han respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas.
3. La tesis presentada no atenta contra derechos de terceros.
4. La tesis no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
5. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falsificados, ni duplicados, ni copiados.

Por lo expuesto, mediante la presente asumo frente a LA UNIVERSIDAD cualquier responsabilidad que pudiera derivarse por la autoría, originalidad y veracidad del contenido de la tesis así como por los derechos sobre la obra y/o invención presentada. En consecuencia, me hago responsable frente a LA UNIVERSIDAD y frente a terceros, de cualquier daño que pudiera ocasionar a LA UNIVERSIDAD o a terceros, por el incumplimiento de lo declarado o que pudiera encontrar causa en la tesis presentada, asumiendo todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse de ello. Así mismo, por la presente me comprometo a asumir además todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse para LA UNIVERSIDAD en favor de terceros con motivo de acciones, reclamaciones o conflictos derivados del incumplimiento de lo declarado o las que encontraren causa en el contenido de la tesis.

De identificarse algún tipo de falsificación o que el trabajo de investigación haya sido publicado anteriormente; asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo S.A.C. Chiclayo; por lo que, LA UNIVERSIDAD podrá suspender el grado y denunciar tal hecho ante las autoridades competentes, ello conforme a la Ley 27444 del Procedimiento Administrativo General.

Chachapoyas, 29 de Abril del 2017

Firma: _____

Nombres y apellidos: Lygher Keylly López Tuesta

DNI: 05384266

AGRADECIMIENTO

Expresamos nuestro agradecimiento al Ms.C. Juan Manuel Antón Pérez, por fortalecer nuestros conocimientos y guiarnos en la elaboración de la presente investigación.

Del mismo modo agradecemos a los servidores públicos de la Municipalidad Provincial de Chachapoyas de las áreas de Botica Municipal, División de Tránsito y circulación vial, Gerencia de Administración tributaria, Oficina de Registro Civil, Trámite documentario y la Gerencia de Medio ambiente y comercialización.

Finalmente, nuestro más profundo agradecimiento a los usuarios de los servicios de las áreas antes mencionadas, que desinteresadamente formaron parte de la presente investigación.

A todos ellos vaya nuestro más sincero y eterno agradecimiento.

Elvia y Lygher.

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a Dios por mi vida y la de mí amada familia y por guiar mis pasos con sabiduría e inteligencia, permitiéndome cumplir con mis objetivos y superarme cada día, junto a mi más grande inspiración, mi FAMILIA, los seres que Amo.

Gracias mi amorcito Mauricio, por tu incondicional apoyo, por estar conmigo en cada paso que doy, por tu paciencia, por ser mi complemento y sobre todo por ser parte de mi vida y mis logros, Te Amo.

Gracias amados hijos Albita, Xianita y Kyliancito, por ser parte importante de mi vida, porque son mi motor y motivo, por sus paciencia, por aquellos días y noches que estaba fuera de ustedes porque tenía que estudiar y me supieron comprender, gracias porque son mi luz, aquella que ilumina mi vida cada día desde que llegaron a **MI**, los Amo!

Lygher López Tuesta

Agradezco a Dios por permitirme cumplir con este nuevo reto, por guiar mis pasos y la de mi querida familia.

A mis queridos hijos Álvaro y Marcia porque son mi motivo de lucha, perseverancia y superación.

A mi querida madre María Josefa por su invaluable e incondicional apoyo.

DEDICATORIA

Dedico mi tesis a mis amados hijos y a mi querida madre por su paciencia respaldo y su tiempo y sobretodo porque son el motor y motivo de mi existencia.

Elvia

Dedico mi tesis a mi amada **FAMILIA**, porque son mi mayor tesoro, mi más bonita y tierna motivación y porque son el regalo más hermoso que me dio Dios.

Mauricio: El amor de mi vida.

Albita: Mi Tesorito.

Xianita: Mi Mamashita.

Kyliancito: Mi Papashito.

Mamita los AMA.

Lygher

RESUMEN

Objetivo: Determinar si el fortalecimiento de las habilidades sociales de autoestima y comunicación de los servidores públicos, es eficiente para mejorar la percepción sobre la calidad de la atención de los usuarios. Municipalidad Provincial de Chachapoyas, Junio - Octubre 2015.

Materiales y métodos Estudio Aplicativo – Propositivo, con un diseño cuasi experimental – socio crítica, basado en el cuestionario **SERVQUAL**, variable constructo luego de adaptar los ítems de cada dimensión, lo que permitió medir la baja, mediana y alta calidad en los servicios percibidos por los usuarios. Su contenido fue analizado y validado por 02 psicólogas expertas; asimismo, la validez del instrumento fue por análisis factorial, su consistencia interna por el coeficiente alfa de **Cron Bach**.y su aplicación en una muestra no probabilística de 136 usuarios servicios que brinda la Municipalidad provincial de Chachapoyas. La información fue analizada con el SPSS versión 21, mediante estadística descriptiva, frecuencias absolutas y relativas. **Resultados.** El coeficiente alfa de **Cron Bach** fue de 0,895% para el cuestionario previo cumplimiento de los criterios de inclusión y exclusión, del total de 136 usuarios encuestados, 70 fueron hombres, y 66 mujeres, la dimensión más negativa percibida por 65 usuarios en las 5 áreas investigadas, fue de **Fiabilidad**, señalándose que la Municipalidad cuando a través de sus servidores públicos promete hacer algo en cierto tiempo no lo cumple. **Conclusiones.** Se consideró que el cuestionario **SERVQUAL** es un instrumento confiable y aplicable para medir la calidad percibida por los usuarios de la atención que brindan los servidores públicos de la Municipalidad Provincial de Chachapoyas e identificar las principales causas del nivel de percepción; asimismo, se ha demostrado que el fortalecimiento de habilidades sociales en autoestima y comunicación aplicada a los servidores públicos si es eficiente para mejorar la percepción de la calidad de atención a los usuarios.

Palabras claves: Fortalecimiento, habilidades sociales de comunicación y autoestima, servidores públicos, percepción, calidad de atención, usuarios.

SUMMARY

Objective: To determine if the strengthening of the social skills of self-esteem and communication of public servants, is efficient to improve the perception about the quality of the attention of the users. Provincial Municipality of Chachapoyas, June - October 2015.

Materials and methods Quasi experimental study - critical partner, based on the SERVQUAL questionnaire, variable construct after adapting the items of each dimension, which allowed to measure the low, medium and high quality in the services perceived by the users. Its content was analyzed and validated 02 expert psychologists; In addition, the validity of the instrument was based on factorial analysis, its internal consistency by the alpha coefficient of Cron Bach, and its application in a non-probabilistic sample of 136 user services provided by the Chachapoyas Municipality. The information was analyzed with SPSS version 21, using descriptive statistics, absolute and relative frequencies. Results. Cron Bach's alpha coefficient was 0.895% for the questionnaire after compliance with the inclusion and exclusion criteria, of the total of 136 users surveyed, 70 were men, and 66 women, the most negative dimension perceived by 65 users in the 5 areas Investigated, was of Reliability, being indicated that the Municipality when through its public servants promises to do something in certain time does not fulfill it. Conclusions. It was considered that the SERVQUAL questionnaire is a reliable and applicable instrument to measure the quality perceived by the users of the care provided by the public servants of the Provincial Municipality of Chachapoyas and to identify the main causes of the level of perception; Likewise, it has been demonstrated that the strengthening of social skills in self-esteem and communication applied to public servants if it is efficient to improve the perception of the quality of attention to the users.

Keywords: Strengthening, social skills of communication and self-esteem, public servants, perception, quality of care, users.

INDICE

	N° DE PAG.
Carátula	01
Resumen	09
Abstract	10
Índice	11
Introducción	14
CAPITULO I	
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	
1. Planteamiento del problema	16
1.2 Formulación del problema	19
1.3 Justificación de la investigación	19
1.4 Antecedentes internacional, nacional y local	20
1.5 Objetivo de la investigación	23
1.5.1 Objetivo general	23
1.5.2 Objetivos específicos	23
CAPITULO II	
MARCO TEÓRICO	
2. Base teórica:	25
2.1 Enfoque filosófico:	25
2.1.1 Filosofía de la acción:	25
2.1.2 Filosofía de organización	26
2.1.3 Filosofía axiológica	30
2.1.4 Enfoque epistemológico	30
2.1.5 Teorías de habilidades sociales de comunicación	31
2.1.5.1 Elementos que intervienen en la comunicación	34
2.1.5.2 Barreras de la comunicación	35
2.1.5.3 Propuestas para disminuir las barreras de la comunicación	36
2.1.6 Teorías de las habilidades sociales de autoestima	38
2.1.6.1 Componentes	39
2.1.6.2 Tipos de autoestima	39
2.1.6.3 Formas de autoestima	42
2.1.6.4 Importancia de la autoestima	43
2.1.6.5 Dimensiones de la autoestima	43

2.1.6.6 Estrategias para desarrollar la autoestima	45
2.1.6.7 Autoconocimiento	46
2.1.6.8 Auto concepto	46
2.1.6.9 autoevaluación	46
2.1.6.10 Auto respeto	47
2.1.6.11 autoestima	47
2.1.7 Teorías sobre la percepción de la calidad de atención	48
CAPITULO III	
METODOLOGIA	
3.1 Hipótesis	52
3.2 Tipo de investigación	52
3.3 Diseño o trayectoria metodológica	52
3.4 variables	53
3.4.1 Variable dependiente	53
3.4.1.1 Definición conceptual	53
3.4.1.2 Definición operacional	53
3.4.2 Variable independiente	54
3.4.2.1 Definición conceptual	55
3.4.2.2 Definición operacional	55
3.5 Población, muestra y muestreo	56
3.5.1 Población	56
3.5.2 Muestra	57
3.5.3 Criterios de inclusión	59
3.5.4 Criterios de exclusión	59
3.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	59
3.7 Métodos de análisis de datos	60
CAPITULO IV	
4 análisis e interpretación de resultados	65
4.1 análisis de los resultados:	66
4.2 Presentación y análisis de la información, según test grupo control y experimental	66
4.3 Discusión de resultados.	97

CAPITULO V	
5.1 Conclusiones	100
5.2 Recomendaciones	101
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS VI	102
ANEXOS VII	106

INTRODUCCIÓN

Las habilidades sociales en el sector público, hacen referencia a una conducta social positiva que perciben los usuarios de los servicios que brindan los Gobiernos Locales.

Esta conducta, socialmente habilidosa: para Caballo (1986) “Es un conjunto de conductas realizadas por un individuo en un contexto interpersonal” (p.30); asimismo sostiene que “Expresa sentimientos, actitudes, deseos, opiniones o derechos de modo adecuado a una situación dada, respetando esas conductas en los demás, y que generalmente resuelven los problemas inmediatos de la situación mientras reduce la probabilidad de que aparezcan futuros problemas” (p.30).

Es así, como surge la necesidad de fortalecer las habilidades sociales de autoestima y comunicación en los servidores públicos, para mejorar la percepción de la calidad de atención en los diferentes servicios que brinda la Municipalidad a sus usuarios; ello radica en el hecho, que los servidores, a menudo presentan dificultades en la comunicación, situación que se manifiesta con ansiedad, agresividad, aislamiento y pérdida progresiva de la autoestima, con toda la secuela de una percepción negativa de atención por parte de los usuarios.

Finalmente, esta investigación es importante porque ayudará a los gobiernos locales a fortalecer las habilidades sociales de autoestima y comunicación de sus servidores públicos, a través de la implementación de un área de integración laboral, con el propósito de mejorar la percepción de los usuarios, con relación a la atención que brindan los servidores públicos de la Municipalidad Provincial de Chachapoyas , en las áreas estudiadas, proponiendo la aplicación permanente del cuestionario de percepción SERVQUAL.

CAPITULO I

PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:

El siglo XXI, denominado el siglo de los grandes cambios del mundo actual, por efecto de la globalización, tecnología y la alta exigencia del entorno en los últimos años y la situación actual, nos induce ir en búsqueda de las herramientas que ayuden a gestionar, liderar y desarrollar las habilidades sociales que posee cada persona, más aún si es un servidor público, con la finalidad de hacer más eficiente su actividad laboral; encontrando la forma de reducir y mejorar estas carencias.

Esto puede entenderse como un proceso integral que busca ayudar a los servidores públicos, a promover resultados extraordinarios en sus vidas, profesiones y organizaciones públicas, logrando mejorar sustancialmente su autoestima, comunicación asertiva y empatía, proporcionando un aprendizaje que va a generar un cambio positivo en la gestión pública y una transformación de conducta sostenible en el tiempo con acciones y reflexiones continuas.

Por ello, es preciso señalar que, el desarrollo y la evolución de habilidades sociales a inicios del siglo XXI para los sectores públicos “en toda actividad y trabajo, se han convertido en una gran necesidad cada vez más importante” tal como lo indica Alles (2007), asimismo, señala que en “todas las instituciones públicas interactúan personas, en la que cada una de ellas cumple un papel importante en la prestación de servicios y/o atenciones”.

Por otro lado Alles (2007) señala:

“Las que determinan los factores y elementos diferenciadores entre las personas y las ventajas competitivas entre las organizaciones públicas, serán: la influencia poderosa de los nuevos avances tecnológicos; las habilidades sociales y las competencias, resultando ser su consecuencia más destacada”.

Por lo tanto, señala que es muy importante que el servidor público de la Municipalidad Provincial de Chachapoyas, deben desarrollar y aplicar sus

habilidades sociales de autoestima y comunicación, para brindar una atención con calidad en las áreas estudiadas, mejorando proporcionalmente la percepción del usuario (Alles, 2007).

Con el objeto de satisfacer un deseo o una necesidad, Cantú (2001) describe al servicio “como una actividad o un conjunto de actividades intangibles, que se realizan entre el empleado y el usuario y/o instalaciones físicas de los servicios”. En tanto Müller (1999), Payne (1996), Evans y Lindsay (2000) han definido al servicio como toda actividad social que ocurre después de todo contacto y/o acercamiento directo entre el usuario y la empresa que lo brinda”.

Debido a la gran importancia de la satisfacción de un usuario en todas las instituciones públicas y privadas, surgen herramientas que permitirán “medir la calidad en el servicio y conocer el nivel de satisfacción de los mismos”; es así como nace “la propuesta de la herramienta SERVQUAL desarrollada por Zeithaml, et al (1993) y evalúa 05 dimensiones claves que determinarán la calidad de un servicio prestado”.

Según este modelo, se establece que los usuarios de la Municipalidad Provincial de Chachapoyas esperan un servicio (expectativa) y suponen recibirán; tal como lo señala Zeithaml, et al (1993), es así que “consciente o inconscientemente evalúa ciertas características” (05 dimensiones del servicio prestado), que nos permitirá obtener una percepción sobre la calidad de atención que brindan y emitirá un juicio una vez terminado éste. Es así que se considera que el test de SERVQUAL, como lo señala Zeithaml, et al (1993)

“es una de las principales fuentes de información para que los servidores públicos de la Municipalidad Provincial de Chachapoyas, conozcan el nivel de satisfacción de sus usuarios, ubicar áreas de oportunidad y proponer y/o implementar mejoras para lograr una adecuada percepción sobre la calidad del servicio” que brindan por parte de los usuarios.

Zeithaml, et al (1993) establece que:

“la satisfacción de los usuarios, tras un servicio recibido es lo más importante para las instituciones, razón por la cual se empezó a promover estrategias de cómo ir mejorando; brindando un servicio de calidad para estar al nivel con las demás instituciones”.

Dicho lo anterior, surge la necesidad de mejorar la percepción sobre calidad de atención que reciben los usuarios, a través del fortalecimiento de las habilidades sociales de los servidores públicos de la Municipalidad de Chachapoyas y como único recurso, se logrará generar cambios psicosomáticos positivos y sanos, enfrentando situaciones que los permita aprender, controlar sus pensamientos y actitudes que los perjudican manejar sus emociones. Este ejercicio si será posible a través de un entrenamiento y desarrollando habilidades sociales, con técnicas y estrategias que los ayudará a afrontar la vida con actitudes positivas, logrando el bienestar emocional en sus vidas en cualquier ámbito.

Por ejemplo en marzo del 2013, el Director de un CEBA, cuya propuesta fue la implementación de su Institución Educativa, acude a la oficina de la Gerencia de Desarrollo Social del Gobierno Regional para conversar con el Gerente, que minutos antes tuvo una reunión complicada con los pobladores del AAHH “El Porvenir” quienes le vienen exigiendo la culminación de la obra de alcantarillado de esta zona, porque ya viene cobrando 02 vidas humanas como consecuencia de las zanjas abiertas y porque desean contar con este importante servicio, luego de esta reunión el Gerente de desarrollo Social , hace ingresar al Director y sin escuchar su propuesta, le dice que no lo podrá atender, derivándolo a la Sub Gerencia de desarrollo Social para ser atendido por la sub gerente, sin tener en cuenta que la profesional no cuenta con autorización de aprobar propuestas (en este ejemplo existe una inadecuada comunicación y empatía por parte del Gerente de desarrollo social).

Por otro lado, los adolescentes de la Red de Organizaciones Juveniles, acuden a la Gerencia de Desarrollo Social, en múltiples ocasiones para firmar un convenio entre el Gobierno Regional y la Red a favor de la Prevención del Embarazo en adolescentes, en el Marco del “Plan Regional de Acción por la

Infancia y la Adolescencia (2012 – 2021) (aprobada según “Ordenanza Regional No 015-2014-GRL-CR), dado este hecho, el Gerente no ha mostrado acercamiento debido a una priorización de tareas de despacho.

En un tercer caso, la responsable del “Plan Regional de Acción por la Infancia y la Adolescencia 2012 – 2021” (aprobada según “Ordenanza Regional No 015-2014-GRL-CR), en las últimas reuniones ha manifestado su malestar en su centro laboral, porque refiere que le han asignado funciones ajenas a su MOF, como la de representar al Gerente en reuniones de toma de decisiones, en tal sentido la funcionaria esta siempre manifestando un desbalance de tipo emocional, no cumpliendo con calidad el trabajo asignado.

Cuarto caso, en la Oficina de Mesa de Parte, durante la mañana, muchas son las personas que acuden a diario a dejar sus respectivos documentos, sin embargo el responsable no está permanentemente, sus compañeros refieren que siempre pide permiso, por la tarde acude a su centro laboral y con trabajo acumulado se muestra molesto a la recepción de los documentos, no contestando con amabilidad las preguntas de los usuarios, luego de 02 horas de atención vuelve a salir.

En los casos antes expuestos, los usuarios de los diferentes servicios de la Gerencia Social, han tenido una percepción negativa, distorcionando la conducta de los gestores públicos con sentimientos de cólera, burla e insatisfacción.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA:

¿Cómo influye el fortalecimiento de las habilidades sociales de autoestima y comunicación de los servidores públicos, para mejorar la percepción sobre la calidad de la atención por los usuarios que acuden a la Municipalidad Provincial de Chachapoyas, Junio - Octubre del 2015?

1.3 JUSTIFICACIÓN

Según la Presidencia del Consejo de Ministros [PCM] (2013) en la aprobación de la Política Nacional de Modernización de la Gestión Pública Decreto Supremo No 004, ha considerado que los gobiernos locales actualmente:

“no cuentan con las capacidades, destrezas o los recursos para trabajar en la optimización de los procesos de producción de bienes y servicios públicos, por lo tanto no existen estudios para optimizar, formalizar y automatizar cada uno de los procesos internos”.

La calidad de atención que se brinde a los usuarios en las instituciones públicas es de mucha importancia, porque éste contribuye al logro de los objetivos institucionales, cuyo fin es satisfacer las necesidades de los usuarios.

Toda entidad pública orientada a brindar atención a los usuarios; deben mantener una cultura de servicio, toda vez que la cultura está inmersa dentro de un contexto social, cuya relación se basa en el binomio usuario –servidor.

De allí surge la gran necesidad de que los servidores públicos de la Municipalidad Provincial de Chachapoyas deben mejorar sus habilidades sociales de autoestima y comunicación para brindar una atención con calidad, los cuál está relacionado con “la normatividad establecida en los documentos de gestión con el único propósito de lograr la satisfacción de los usuarios” tal como lo señala [PCM] (2013), sean internos y externos, logrando así mejorar la percepción sobre la calidad de atención.

En tal sentido la presente investigación propone herramientas que nos permitirá identificar oportunamente la percepción de los usuarios con relación a los servicios que brindan la Municipalidad de Chachapoyas a través de sus servidores públicos en las áreas investigadas.

1.4 ANTECEDENTES:

1.4.1 A NIVEL INTERNACIONAL:

En el contexto Internacional:

Pereda F. et al (2014) en su Tesis **“Las habilidades directivas como ventaja competitiva”**, señala que “las habilidades personales y directivas como ventaja competitiva se configuran con fuerza en un futuro que se puede considerar no tan lejano” (P. 555) además, menciona que:

“la realidad de las organizaciones públicas, es que las habilidades directivas, crean ventaja competitiva en aquellas administraciones y entidades públicas que cuentan en sus plantillas con directivos, responsables y mandos intermedios que poseen y manejan adecuadamente las habilidades interpersonales” (p. 555).

Asimismo; Pereda F. et al (2014) concluye que:

“existe una gran relación entre la administración pública a la que pertenece el servidor público, el puesto de trabajo que ocupa y la percepción propia del directivo/responsable de un número de habilidades sociales que ponen en práctica su desempeño”.

Según Pereda F. et al (2014), “una administración pública, si su personal no se encuentra implicado y comprometido no puede aspirar a niveles de servicio público eficientes y de calidad, con la cualificación adecuada” (p. 556).

Llovera J. en su Trabajo especial de grado denominado “Plan de calidad para la atención y servicio al usuario de la unidad de patología cervical de Hospital Universitario de Coro Dr. Alfredo Van Grieken” (2007) (p.29) menciona a Kaoru Ishikawa (2013) quien define:

“Que la calidad de atención, debe ser observada en todo momento que se brinda un servicio, no solo a nivel de producto sino también en el área de ventas; en la calidad de administración; y vida personal” Es así que “su metodología introduce el concepto de Círculos de calidad, fue originador del Diagrama de análisis de Causa-efecto, que se utiliza como herramienta para resolución de problemas” (p.29).

Por otro lado, según Philip B. Crosby (2013) su propia filosofía consiste en cero defectos, ello

“define a la calidad como un servicio gratis porque sus costos están relacionados con los obstáculos, que impiden que los empleados obtengan desde la primera vez; estos, niveles aceptables de calidad deben prohibirse, porque comprometen el objetivo de cero defectos” (p.30).

1.4.2 A NIVEL NACIONAL:

MBA O. Mego (2011) (pág. 18) en su tesis “Propuesta de un sistema de gestión de calidad para la mejora del servicio en la Municipalidad Provincial de Chiclayo, Lambayeque, 2011” señala que:

“La mejora de los servicios municipales se hará posible aplicando un sistema de la gestión de la calidad como una práctica gerencial para el mejoramiento continuo de los resultados en cada área municipal, la implementación del sistema de gestión de la calidad dependerá de un pleno compromiso e involucramiento de la Alta Dirección municipal, convirtiéndose en una práctica gerencial sistemática e integral que lleve al éxito a la organización municipal” (Pág. 18)

Asimismo, para medir la satisfacción del cliente usuario, MBA O. Mego (2011) en su tesis aplicó el modelo **SERVQUAL** “para evaluar la calidad del servicio con las dimensiones del servicio estandarizadas que son: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía”, considerando que es un instrumento muy importante que propone que “con calidad es posible incrementar la productividad de la empresa y por tanto, aumentar la competitividad. La calidad es gratis, no cuesta, lo que cuesta es no hacer bien las cosas a la primera” (Pág. 181)

1.4.3 A NIVEL LOCAL:

El Plan de desarrollo estratégico señala, que en los procesos de formación personal y trato institucional, en encuestas aplicadas en la Municipalidad Provincial de Chachapoyas durante el periodo 2010 – 2013, se pudo apreciar que el 50% de los gestores públicos considera que las relaciones conductuales dentro de la institución pública es una situación mala, el 39% regular, el 9% la considera buena y solo el 2% muy buena. Hay que reconocer que la sinceridad con la que se han pronunciado sobre el particular y eso sirve para plantear los cambios y las medidas correctivas del caso durante este proceso.

1.5 OBJETIVOS:

1.5.1 GENERAL:

Determinar si el fortalecimiento de las habilidades sociales de autoestima y comunicación de los servidores públicos, es eficiente para mejorar la percepción sobre la calidad de la atención de los usuarios. Municipalidad Provincial de Chachapoyas, Junio - Octubre 2015.

1.5.2 ESPECÍFICOS:

- i. Identificar las debilidades más frecuentes que perciben los usuarios de ambos grupos (experimental y control) sobre la calidad de la atención que brindan los servidores públicos en global y por dimensiones.
- ii. Clasificar y comparar la percepción de los usuarios del grupo control y experimental sobre la calidad de la atención que brindan los servidores públicos en un post Test (después del fortalecimiento de las habilidades sociales) por dimensión según género.
- iii. Clasificar y comparar la percepción de los usuarios del grupo control y experimental sobre la calidad de la atención que brindan los servidores públicos en un post Test (después del fortalecimiento de las habilidades sociales) por dimensiones según edad.
- iv. Comparar estadísticamente los resultados pos test en general y por dimensiones del grupo experimental y del grupo control por áreas administrativas.

CAPITULO II
MARCO TEORICO

2 BASE TEÓRICA:

2.1 ENFOQUE FILOSÓFICO:

2.1.1 FILOSOFÍA DE LA ACCIÓN:

El Psicólogo Frankl, F. (1999) (p.75) señala que “toda persona tiene una vocación o misión específica en la vida; en tal sentido, toda persona debe llevar a cabo un designio concreto que exige su cumplimiento” Es así que la tarea de cada ser humano es única así como la oportunidad de realizarla” (p.75).

La filosofía de la acción a través de la historia nos explica el protagonismo del hombre en la tierra y nos permite entender el comportamiento de la vida.

Esta filosofía, nos explica que a través de la **acción** logramos la efectividad de las cosas que realizamos y no precisamente filosofando, tal como lo menciona

Krell H. (2014) que:

“Que para filosofar no hace falta ser filósofo, sino pensar y actuar desde el sentimiento, pensamiento y hacer lo que se dice”.

En este sentido, tal como lo señala

Jostein Gaarder (2010),

“Si no sabemos a dónde vamos, todo camino es bueno”.

Muchas veces las personas han escuchado en algún momento a alguien, cuando citando a un cuento de hadas ponía en escena a una persona que preguntaba ¿estoy en el camino correcto? a lo que de inmediato le respondieron: Dime a dónde vas y te diré si el camino escogido es el correcto. Innegablemente una población como la de Chachapoyas necesita conocer a dónde va y luego asegurarse que todos y todas comprendan cómo es que será posible llegar hasta ese objetivo o destino común.

Cuando sepamos hacia dónde vamos, pondremos en ejercicio nuestras capacidades y debidamente organizados, lograremos nuestras metas a través de nuestras capacidades, los recursos disponibles, las potencialidades del territorio y el aprovechamiento de las oportunidades que se nos presentan. Sin embargo, en este conjunto de acciones entrelazadas a realizar, en la complejidad que parece esconder la hebra de inicio; habrá que distinguir las insuficiencias, para solucionarlas con estrategias viables y confiables partiendo de un conjunto de acciones.

Por lo que, el que termina pensando cómo vive, no actúa como piensa justificando su accionar frente a los demás.

Krell H. (2014) nos señala que, “en el mundo actual donde vivimos en lugar de hacer lo que nos gusta, nos ajustamos a patrones sociales, psicológicos, orgánicos y funcionales, que van a influir de manera positiva o negativa en nuestro actuar frente a los demás”.

Finalmente, la filosofía de acción en una Institución Pública, a través de sus servidores públicos, tiene que manifestar lo que piensan desde sus propias vivencias y experiencias, permitiendo generar un ambiente menos conflictivo con capacidad de resistencia y con buena resolución de conflictos.

Por lo tanto, Krell H. (2014) en su libro “Un Filósofo hace lo que quiere”, nos señala que:

“es un error creer que el que piensa no vive y el que vive no piensa, como si filosofar fuera una abstracción que sólo imita la vida o se tratara de un conocimiento improductivo; ya que el hombre por naturaleza desea conocer y persigue el conocimiento”.

2.1.2 FILOSOFIA DE ORGANIZACIÓN:

Leguizamon A. (2012) en su artículo sobre taller de Planeación, sobre las 7 PS del Management, señala que según Zepeda F. (1999) la filosofía

organizacional, “es una disciplina de normas y valores que forman una cultura con el objetivo de llevar al éxito a las instituciones y organizaciones”; asimismo, refiere que pretende:

“buscar un equilibrio en todos los aspectos como la proyección social, el ambiente y el servicio al cliente; utilizando esta herramienta se podría alcanzar la eficiencia deseada y al interactuar con el entorno se obtendrían grandes beneficios en las empresas”.

Por lo tanto, “es importante que todas las instituciones y organizaciones cuenten con una misión y una visión”, tal como lo señala Zepeda F. (1999) porque permitirá “lograr este equilibrio organizacional, “buscando un modo de vida y su propia sostenibilidad. En este sentido la filosofía organizacional empieza a guiar el comportamiento de los servidores públicos hacia el alcance de los objetivos, motivándolos, recompensarlos por sus acciones”; en ese sentido “sería de gran ventaja la toma de sobre la toma de decisiones, el compromiso que existe entre la compañía la cooperación, los empleados y el logro de sus objetivos”.

Asimismo, Leguizamón A. (2012) señala en su artículo que “se debe mantener esta cultura en todas y cada una de las instituciones y organizaciones, porque abarca todas las áreas del ente, buscando influir en todos y cada uno de los empleados”; asimismo, “somos conscientes que cada uno de nosotros actuamos y pensamos de maneras diferentes frente a los demás y en cualquier situación que se presente; por lo tanto, existen puntos claves que pueden ser utilizados para que las organizaciones de hoy en día logren prospectar esta filosofía de los cuales es importante considerar la misión, la visión y el código de ética”, etc; identificando claramente “hacia dónde va la empresa y como se quiere llegar a tal fin, involucrando a cada empleado promoviendo valores, mejorando conductas” tal como lo refiere Leguizamón A. (2012), con el propósito de lograr una favorable y positiva integración laboral, lugar donde tanto jefes como empleados se sientan a gusto.

Otro aspecto importante que nos permita lograr esta cultura, “es la capacitación constante y el fortalecimiento de sus habilidades sociales de los servidores públicos principalmente en autoestima y comunicación, con el propósito de mejorar las percepciones sobre la calidad de atención que reciben los usuarios”.

“El objetivo de esta práctica es hacerlos sentirlos importantes” como lo indica Leguizamon A. (2012), es decir

“sacar lo mejor de ellos mismos en sus actividades laborales e interpersonales logrando el buen trabajo en equipo, ahí otro aspecto que no es tan importante pero que de cierta manera también influye en la creación de una buena filosofía organizacional” que son las instalaciones, el lugar de trabajo, el ambiente, sus herramientas de trabajo etc. Lo cual es una parte fundamental de la formación del servidor público en los gobiernos locales.

Por ello, es muy importante recalcar que la filosofía organizacional, en los gobiernos locales propone la práctica los valores, creencias, a través del fortalecimiento de las habilidades sociales. Por lo tanto, cada Institución pública, tiene bien definida sus reglamentos y normas institucionales y todos los empleados debemos acatar sus estamentos. Muchas veces como empleados sabemos lo que debemos hacer y lo que no y no le damos la gran importancia que requiere, sin embargo no cumplimos a cabalidad y los resultados no son 100% efectivos, “para ello cada institución tiene sus propias políticas”; así lo señala Leguizamon A. (2012); como por ejemplo “no portar uniforme o fotocheck dentro del área laboral o haciendo mal uso de ello, ya que de esto depende el cambio de nuestra conducta, actitudes y aptitud”.

Como su nombre lo dice, la filosofía organizacional es una organización basada en valores éticos y para comprender la Filosofía organizacional según Zepeda F. (1999), es preciso conocer y poner en práctica estos términos:

1. Filosofía: es una ciencia, que por el mero deseo de saber, “tiene como misión entender la realidad y formular preguntas”,

2. Estrategias: son “cursos de acción que muestran los medios” como alternativas.
3. Planeación: es fijar el curso concreto de acción que ha de seguirse como un accionar que está vinculado a planear.
4. Organizacional: “implica la reunión de diversos individuos que deben ser en la mayoría de los casos, superiores como una creación social”.

Actualmente en todas las instituciones públicas y privadas elaboran los planes estratégicos. Tal como lo señala López Y. et al (2013) “Estos planes responden a las siguientes preguntas estratégicas: ¿Qué queremos?, ¿quiénes somos?, ¿hacia dónde vamos?, y ¿Cómo debemos hacerlo?”

Según nos refiere López Y. et al (2013) en su artículo sobre “Filosofía Organizacional y su importancia”, es preciso comprender la definición de algunos términos que involucra una adecuada planificación, que se mencionan a continuación:

1. **“Estratégica:** Define los lineamientos generales de la planeación de la empresa que generalmente es a mediano o largo plazo, cuyo propósito consiste en determinar el rumbo de la organización, así como la obtención, uso y disposición de medios necesarios para alcanzar la misión y la visión”.
2. **“Táctica o funcional.** se refiere a los planes específicos que se subordinan a los planes estratégicos y se elaboran en cada uno de los departamentos o áreas” de las instituciones y organizaciones.
3. **Operativa.-** Según López Y. (2013) en su artículo sobre “Filosofía organizacional y su importancia”, señala que operatividad, es “desarrollar un plan estratégico que requiere tener bien definida la filosofía organizacional, es a corto plazo y su función consiste en la formulación, asignación de resultados con sus actividades específicas”.
4. **La planeación estratégica.-** este aspecto “define el rumbo y las directrices generales que habrán de regir” a las instituciones y

organizaciones; son elaboradas por una serie de etapas, las mismas que son elaboradas por la cúpula directiva.

5. **“Los valores organizacionales”**, asimismo, López Y. (2013), refiere que al ser difundidos se convierten en actitudes y las actitudes en conductas, lo cual influye directamente en los resultados” de las instituciones y organizaciones.

2.1.3 FILOSOFIA AXIOLÓGICA

Velásquez A. (2014 – 2015) en su tesis “Factores de riesgo psicosocial y el desempeño laboral de la empresa IMPORCALZA S.A.” señala que para el filósofo alemán Scheler, M. “los valores morales tienen que seguir y cumplir una jerarquía, tomando en primer plano a los valores positivos que están relacionados con lo que es bueno, después lo que es noble, luego lo que es bello”, etc.

Por lo tanto, se puede definir que en todo pensamiento filosófico existe un punto central de partida que nos enseña cómo queremos nosotros mismos llegar a ser en el futuro, es decir como vemos en un futuro a la Municipalidad Provincial de Chachapoyas, cuyos servidores públicos han fortalecido sus habilidades sociales de autoestima y comunicación.

2.1.4 ENFOQUE EPISTEMOLOGICO:

Camacho, P. et al (2004), en su libro “Enfoque epistemológico del Liderazgo Transformacional”, nos señala que la poca continuidad del fortalecimiento de las habilidades sociales, son dificultades que se percibe en los servidores públicos con frecuencia, distorsionando su propia conducta en las diversas áreas dentro de las instituciones públicas y privadas, este comportamiento muchas veces vulnera los derechos de las personas, tanto del prestador de un servicio como del usuario.

Finalmente, lo relevante del fortalecimiento de las habilidades sociales, va a permitir mejorar los niveles de autoestima, comunicación y empatía entre los

servidores públicos hacia los usuarios y la percepción de los usuarios hacia los servidores públicos, favoreciendo al compromiso asumido por la autoridad local ; estableciendo un diálogo necesario para cumplir con efectividad la tarea de “escuchar”, “sentir”, “responder” y satisfacer las necesidades de la población.

2.1.5 TEORÍA DE HABILIDADES SOCIALES DE COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE (USUARIO):

Según Wellington (1997) (p.p. 96-97) “la comunicación tiene en primer lugar una fase de inducción que ayudará a moldear la actitud de un empleado en el trabajo que desempeñe” es decir “cuando a él o a ella se lo induce por primera vez a la misión, visión, cultura, estrategias, procesos, compañeros y a todo el sistema de apoyo de equipo” que tienen las instituciones y organizaciones. Para ello es importante dar mención a los ocho propósitos fundamentales que tiene la comunicación.

1. Motivar.
2. Realizar talleres de integración laboral.
3. Desarrollar.
4. Reforzar la comprensión (cómo hacemos las cosas).
5. Mantener principalmente la satisfacción al cliente.
6. Promover la planificación.
7. Informar.
8. Generar apertura.

Es importante tener en cuenta que los empleados de las instituciones y organizaciones deben entender como calidad, al espíritu de la comunicación, porque según Wellington (1997), les ayudará a “transmitir sus ideas eficientemente tanto en las palabras empleadas como la forma de transmitir las”.

Asimismo; se puede decir según el Tweet publicado por Esther (2009), que “la comunicación es esencial e importante en nuestras vidas como seres

sociales que somos; asimismo, es decisiva y fundamental en el ámbito laboral”.

Según Esther (2009), estos “aspectos que se quieran destacar, se puede clasificar y tener en cuenta que, si la comunicación se efectúa dentro o fuera de la estructura jerárquica” de las Instituciones Públicas, “entonces hablamos de”:

- a) **Comunicación Formal:** “Es un tipo de comunicación que se utiliza para la transmisión de instrucciones y ordenes o situaciones relacionadas con el trabajo”, siendo las propias instituciones y organizaciones las que establecen sus propias reglas de comunicación rigiéndose a “los niveles jerárquicos y normas establecidas por cada institución”.
- b) **Comunicación Informal:** Teniendo en cuenta la necesidad de comunicarse, surge espontáneamente entre los empleados de las instituciones y organizaciones, permitiendo agilizar trámites, obteniendo una información adicional.

De igual manera Esther (2009) señala que si tenemos en cuenta cual es la **dirección del mensaje dentro de las instituciones y organizaciones**, entonces estamos hablando de:

a) **Comunicación Vertical:**

- “Será ascendente se da cuando la comunicación es dirigida hacia los jefes, respetando la estructura jerárquica institucional u organizacional (es decir cuando los empleados o mandos intermedios se comunican hacia la dirección)”.
- “Será descendente cuando la comunicación y/o información se da hacia abajo (es decir cuando esta comunicación empieza en la dirección o mandos intermedios hasta los empleados de inferior nivel)”.

b) **Comunicación Horizontal:**

Según Esther (2009), es comunicación horizontal:

“cuando la comunicación se desarrolla entre los integrantes de un mismo nivel jerárquico, de una misma área o departamento, es de suma relevancia a efectos de coordinación, ayudando a tomar decisiones en donde deben intervenir varios departamentos y resolver problemas”.

Asimismo, Esther (2009) señala que “según el **código que se utilice en el mensaje y puede ser**”:

a) “Comunicación Verbal “según Esther (2009) se divide en:

- **“Oral**, es toda comunicación que se transmite a través de la voz, cuando el receptor escucha el mensaje, permitiendo esclarecer dudas de forma inmediata, a través de una adecuada retroalimentación”.
- **“Escrita**: es toda comunicación que se transmite a través de la escritura, es así como el receptor lee el mensaje y permite su posterior lectura, siendo difícil de suplantar en caso de olvido”.

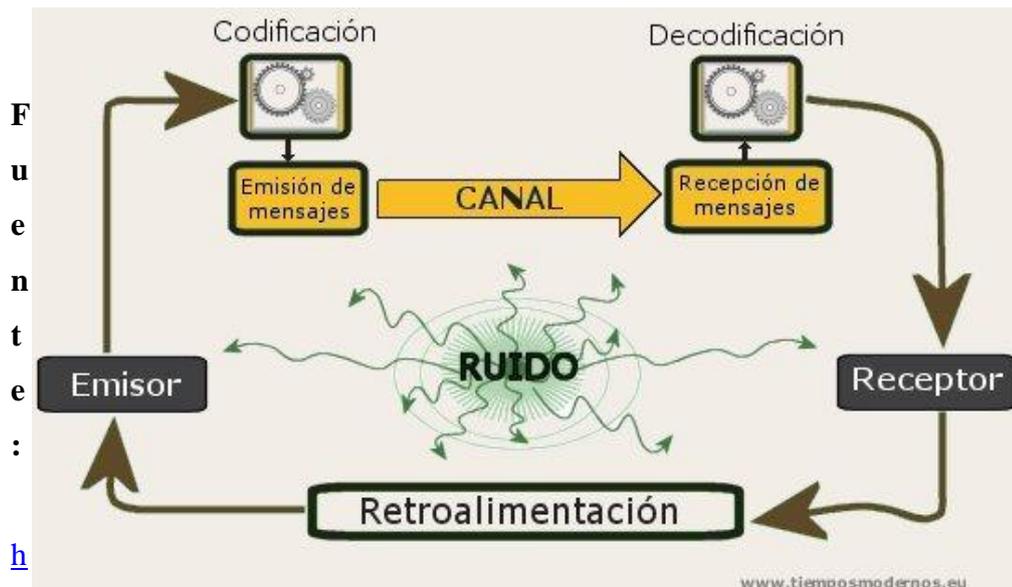
b) “Comunicación No Verbal” como lo señala Esther (2009) , es todo aquello que se desarrolla:

“A través de signos no lingüísticos muy variados y con signos no lingüísticos, por ejemplo los gestos, movimientos del cuerpo así como el aspecto que tiene la persona con su propia forma de vestir. Generalmente acompaña a la comunicación oral”.

Permitiéndolo matizar o enfatizar lo que se expresa verbalmente y si no coincide con éste, a veces puede restarle credibilidad al mensaje oral.

En este sentido Esther (2009) a través de su artículo, nos señala que:

“la comunicación es todo proceso a través del cual el emisor manifiesta un mensaje (información, opinión, pensamiento o dato) a un receptor, por un canal o medio, que empleando un código común y procura lograr el entendimiento de su significado”.



[tp://www.tiemposmodernos.eu/videos-la-importancia-de-la-comu/](http://www.tiemposmodernos.eu/videos-la-importancia-de-la-comu/)

Figura 1. El proceso de la comunicación

SIETE ELEMENTOS QUE INTERVIENEN DE MANERA DIRECTA EN LA COMUNICACIÓN:

Según Wellington (1997) (pp. 96-97) en el artículo publicado por “I.E.S. ATENEA Tema No 03 Operaciones Básicas de Comunicación” (2012 -2013); nos señala que son “siete los elementos que intervienen en el proceso de la comunicación y lo analizamos a continuación”:

1. **Emisor:** “Persona o grupo de personas que transmiten un mensaje”.
2. **Receptor:** “Es a donde llega el mensaje (destinatario) y quién debe interpretar el sentido de éste”.
3. **Canal:** “Es el medio a través del cual se transmite la información. Ejemplo: En la comunicación oral el canal sería la voz y el aire que la transporta”.
4. **Mensaje:** Objetivo de la comunicación, opinión, datos, pensamiento y/o información”.
5. **Código:** Conjunto de signos o símbolos que se utilizan para expresar un mensaje (código morse, gestos, palabras, etc.). El lenguaje verbal es “el código más usado, tanto escrito como oral”.

6. **“Contexto:** Situación real en la que se encuentra el emisor y el receptor durante una comunicación, permitiendo comprender el significado del mensaje”.
7. **“Retroalimentación:** Permite al emisor determinar si el receptor ha comprendido y recibido adecuadamente el mensaje transmitido”.

2.1.5.2 Barreras en La Comunicación:

Gareca C. (2009) en su artículo sobre Procesos de la Comunicación, señala que es importante considerar de la gran importancia que la comunicación tiene en las instituciones y organizaciones, por lo que se debe considerar buenos sistemas de comunicación, que impidan “que el mensaje sea interpretado correctamente por el receptor, ayudándonos a evitar las barreras que se puedan dar durante el proceso comunicativo”.

Según Gareca C. (2009,) existen 03 “tipos de barreras en la comunicación”:

- a) **“Barreras personales o psicológicas:** Aquellos que están relacionados a los valores, hábitos y cultura de todas las personas que participan en los diferentes procesos de comunicación”.
- b) **“Barreras físicas:** nos referimos a los ruidos o murmullos, que no nos permiten escuchar al emisor, radio etc”. es decir producen” interferencias que se da el ambiente” donde se realiza “la comunicación, pudiendo evitarse fácilmente”; de igual manera, “el corte de línea telefónica cuando navegamos por Internet, inadecuada temperatura pueden impedir la adecuada comprensión del mensaje por el receptor” e incluso una deficiente iluminación.
- c) **Barreras semánticas:** “Debido a una incorrecta interpretación de los signos del código que surgen en la comunicación”, por ejemplo emplear una terminología muy técnica que desconocemos cuando hablamos en un idioma que no dominamos.

2.1.5.3 Propuestas para disminuir y las barreras de la comunicación:

Asimismo, Esther (2009) en su artículo sobre “La Comunicación en la Empresa”, nos habla sobre las barreras de la comunicación que a continuación se señala:

- a) El emisor: Todas las personas debemos ser conscientes “de la presencia de las barreras de la comunicación y tratar de evitarlas”, a través de:
 - “La utilización de un lenguaje claro y sencillo”.
 - La preparación de un adecuado mensaje.
 - Eliminar la información irrelevante y usar en todo momento frases cortas y sencillas.
 - Según Esther (2016) debe poner en práctica “la retroalimentación, para comprobar si el receptor comprende el mensaje y corregir o aclarar lo que no quede claro”.
- b) “El receptor” Para evitar los filtros y las distracciones se debe “mantener una actitud de escucha activa lo que nos permitirá lograr una atención y concentración plena”.

Aburto H. (2011) en su Tesis “ Las habilidades directivas y su repercusión en el clima organizacional” (p.p.16–17), da mención a los autores Whetten y Cameron (2005) que denominan a:

“La comunicación de apoyo es la comunicación que busca preservar una relación positiva entre los comunicadores en el momento que están abordando el problema en cuestión” (pp. 215-216) asimismo, “Le permite proporcionar retroalimentación negativa, o resolver un asunto difícil con otra persona, y como resultado fortalecer su relación” en este sentido señalan que “la comunicación de apoyo tiene ocho atributos”:

1. **Congruente, no incongruente.** Se debe uno enfocar en brindar mensajes reales, donde sus afirmaciones guarden relación entre

los pensamientos y sentimientos.

2. **Descriptiva, no evaluativa.** Describe a todo suceso que ofrece una sugerencia alternativa con el objetivo de manifestar su reacción en relación con él.
3. **Orientada al problema, no orientada a la persona** cuando se enfoca al problema en cuestión para ser modificados y no en las personas y en sus propias características.
4. **Validar, no invalidar.** Es aquella que establece respeto, flexibilidad, colaboración en la comunicación y áreas de acuerdo.
5. **Específica, no global.** Se refiere a “los eventos o comportamientos específicos, evitando afirmaciones generales, extremas o estatutos excluyentes” así los señala, Aburto H. (2011) (p. 17).
6. **“Conjuntiva, no disyuntiva.”** Nos indica que debemos enfocarnos en las afirmaciones que fluyan entre lo que se dijo previamente y facilitar la interacción” así los señala, Aburto H. (2011) (p. 17).
7. **“Propia, no impropia.** Debemos ser responsables de nuestras propias expresiones a través del uso de pronombres personales (yo)” así los señala, Aburto H. (2011) (p. 17).
8. **“Escucha comprensiva, no escucha unilateral.** Nos señala que debemos hacer uso de diferentes respuestas acordes, con inclinación hacia respuestas consistentes” así los señala, Aburto H. (2011) (p. 17).

Aburto H. (2011)(p.17) en su tesis, da mención a la investigación de Losada y Heaphy (2004) quienes señalan que las

“organizaciones que fomentan este tipo de relaciones disfrutan de una productividad más alta, resolución más rápida de problemas, producción de mejor calidad, y menos conflictos y actividades subversivas de grupos y organizaciones en las que las relaciones son menos positivas” (pp. 740-765).

Según Cano (2005) (p. 61) “La comunicación es el proceso de transmisión y

circulación de la información dentro de la organización, incluyendo todo tipo de información, sea formal o informal, verbal o no”

Aburto H. (2011) (p.18) en su tesis “Las Habilidades Directivas y su repercusión en el Clima Organizacional” da menicón a la propuesta de Madrigal (2006) quien nos señala que:

“Que la comunicación es un proceso a través del cual se comparte un significado, ya sea que se presente como una conversación informal, interpersonal, de grupo o un discurso en público. Incluye contexto, participantes, mensajes, canales, barreras, prejuiciados y retroalimentación”. (pp. 15-20).

Tal y como lo señala Madrigal (2006) (pp. 24-25) “la comunicación no verbal implica comportamientos corporales y cualidades vocales que acompañan al mensaje verbal y que son interpretadas como si fueran intencionales a pesar de que se realicen de forma inconsciente o sin intención”.

2.1.6 TEORÍA DE HABILIDADES SOCIALES DE AUTOESTIMA

Saavp. L. (2013) (p.2) en su ensayo sobre Autoestima, señala “que para comprender el concepto real sobre el mismo, es necesario conocer sus componentes como tipos, formación, importancia, dimensiones y estrategias para desarrollarla”.

Es por ello que se define a la Autoestima como: “La valoración que tenemos sobre nosotros mismos, cuánto nos queremos y la forma como actuamos en sintonía con lo mencionado anteriormente”.

Asimismo, Saavp. L. (2013) menciona que “el estudio y comprensión sobre la definición de autoestima, además de todo aquello que la involucra, permitirá tener una visión amplia de un componente valioso de nuestra personalidad”; asimismo, debemos recordar que también es importante, que nuestra forma de actuar, pensar y sentir, en todo momento debe estar en sintonía positiva y coherencia total, con nosotros mismos si queremos lograr la mejora de nuestra

autoestima.

2.1.6.1 COMPONENTES:

Según Camacho R. (2011) en su artículo sobre “La Autoestima” nos señala que un “componente, es un elemento importante que debe actuar en sintonía con el resto de elementos garantizando un adecuado funcionamiento”, de igual manera “sucede con la autoestima porque sus componentes están íntimamente relacionados y cualquier pérdida de sintonía con alguno de ellos puede generar algún conflicto en la autoestima”.

Asimismo, Camacho R. (2011) nos señala que “es preciso comprender que cada uno de los componentes ayudará a mejorar la actitud que se asume con respecto a nosotros mismos”, para ello es preciso señalar los siguientes componentes:

- a. **Componente Cognitivo:** “Son creencias, percepciones acerca de nosotros mismos, por lo tanto es un componente informativo de la autoestima”, así lo señala Camacho R. (2011).
- b. **Componente Afectivo:** “Conjunto de emociones o sentimientos sobre la autoestima y es aprendido de los padres, maestros y pares, por lo que implica un sentimiento positivos o negativo que sentimos hacia nosotros mismos”, según Camacho R. (2011).
- c. **Componente Conductual:** “Es el conjunto de habilidades y competencias que posee cada persona al demostrar su actitud al exterior”, según Sordo (2011).

Es importante comprender todos los componentes estudiados deben estar sintonizados positivamente, porque nos ayudará a tener una mejor actitud.

2.1.6.2 TIPOS DE AUTOESTIMA:

Existen dos tipos de autoestima:

a) AUTOESTIMA POSITIVA:

Camacho R. (2011) en su artículo sobre “La Autoestima” menciona a

Sordo (2011) quien señala que “una autoestima positiva nos proporciona un conjunto de efectos que van a beneficiar nuestra salud y mejorar nuestra calidad de vida, esto se manifiestan en el desarrollo de la personalidad y en la percepción satisfactoria de la vida”.

De esta manera como nos señala Sordo (2011), podemos definir a “la autoestima positiva, como aquella que nos ayuda a esforzarnos al máximo ante las dificultades, buscando alternativas de soluciones prácticas a corto, mediano y largo plazo”.

Camacho R. (2011) en su artículo sobre la Autoestima, da mención a Vidal Díaz (2000) quién señala que toda persona con autoestima sana se puede lograr:

- “Confianza en sí mismo”.
- “Ser el tipo de persona que quiere ser”.
- “Aceptar retos personales y profesionales”.
- “Entender el fracaso como parte de su proceso de crecimiento”.
- “Ser tolerante, en el buen sentido de la palabra”.
- “Disfrutar más de los demás y de sí mismo”.
- “Establecer relaciones familiares satisfactorias”.
- “Ser asertivo en su comunicación y en su comportamiento”.
- “Obtener adecuado rendimiento académico y laboral”.
- “Tener metas claras y un plan de acción para lograrlas”.
- “Asumir riesgos y disfrutarlos”.
- “Anteponer la aprobación personal a la aprobación ajena”.
- “Afrontar un auditorio y expresar su opinión personal”.
- “Eliminar oportunamente los sentimientos de culpa”.
- “Alegrarse honestamente por los logros de las otras personas, sin sentir celos ni envidia”.
- “Decir "si" o "no" cuando quiera, no por las presiones recibidas”.
- “Tener mayor capacidad para dar y recibir AMOR”. Como podemos apreciar la autoestima positiva nos brinda grandes beneficios en todos los aspectos de nuestra vida”.

b) **AUTOESTIMA NEGATIVA:**

Asimismo, Sordo (2011) nos señala que “existen muchos sentimientos, actitudes y comportamientos que son característicos propias de las personas que tienen una autoestima negativa”. En ese sentido “hay que convencernos de algo: Las personas de calidad trabajan con calidad, las personas mediocres (con autoestima negativa) trabajan de cualquier forma” y sus resultados no serán favorables, generando una actitud negativa de sí mismo y de su entorno.

Camacho R. (2011) en su artículo sobre “La Autoestima” también menciona a Vidal Díaz (2000) quien señala algunas “actitudes y conductas más frecuentes de las personas con autoestima negativa” presentan:

- “Actitud excesivamente quejumbrosa y crítica”.
- “Necesidad compulsiva de llamar la atención”.
- “Necesidad imperiosa de ganar”.
- “Actitud inhibida y poco sociable”.
- “Temor excesivo a equivocarse”.
- “Actitud insegura”.
- “Ánimo triste”.
- “Actitud perfeccionista”.

Dimensión física:

- “Actitud desafiante y agresiva”.
- “Actitud derrotista”.
- “Necesidad compulsiva de aprobación y de pedir disculpas por cada conducta que creen no agrada a los demás”.

Finalmente, para tener una autoestima positiva debemos buscar espacios que nos permitan promoverla, desarrollarla y potenciarla, porque de ello dependerá cumplir nuestros sueños, metas y desarrollar favorablemente nuestro proyectos de vida.

2.1.6.3 FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA:

Camacho R. (2011) señala que “la autoestima se forma con las atenciones y mensajes que nos prodigaron o dejaron de hacerlo desde nuestros primeros años de nuestra vida y que nos han acompañado a lo largo de ella a través de familiares, amigos, compañeros, etc”. Por lo que, “debemos entender entonces que los mensajes (verbales o no verbales) positivos acerca de nosotros fortalecieron nuestra autoestima, mientras que los mensajes (verbales o no verbales) negativos mellaron nuestra percepción acerca de nosotros mismos”

De igual manera Camacho R. (2011) nos señala que siempre debemos recordar que "El ayer es historia, el mañana es un misterio; sin embargo, el hoy es un regalo por eso se le llama presente"; asimismo, “Debemos vivir nuestro presente y hacerlo cada día mejor, dedicando solo el tiempo necesario a recordar el pasado para de él sacar las mejores lecciones o pensar en el futuro para prever”.

Según Zig Zig, “La persona más influenciada con la que hablarás todo el día eres TÚ. Ten cuidado entonces acerca de lo que dices de ti mismo”

2.1.6.4 IMPORTANCIA DEL AUTOESTIMA:

Millones H. (2013) en su artículo "El Turismo", nos señala que "la importancia de tener una autoestima positiva, radica en la capacidad que tenemos para responder activa, serena y positivamente a las oportunidades que se nos presentan en el trabajo, en amor, en la vida diaria y en la diversión".

Para ello, Millones H. (2013), señala los aspectos más importantes, donde se puede apreciar "la importancia de la autoestima":

- a) Según Millones H. (2013), el autoestima "condiciona el aprendizaje, ya que una autoestima negativa ocasiona frustración e impotencia en tus estudios, por otro lado podemos apreciar que cuando se promueven acciones que favorecen la autoestima positiva; el rendimiento escolar mejora notoriamente", ocasionando en nosotros mismos autoconfianza y entusiasmo.
- b) Nos permite mejorar y superar situaciones difíciles.
- c) Nos ayuda a fundamentar nuestra responsabilidad, porque cuando las personas se quieren así mismas es más fácil que asuman y cumplan sus compromisos.
- d) Apoya la creatividad, porque la originalidad del accionar, nos permite tener una positiva valoración de nosotros mismos.
- e) Logramos mantener relaciones sociables bastante asertivas.
- f) Garantiza el desarrollo y cumplimiento de metas de nuestro proyecto de vida.

2.1.6.5 DIMENSIONES DE LA AUTOESTIMA:

Según Millones H. (2013) en su artículo "El Turismo" nos dice que la comprensión de las diferentes etapas de nuestras vidas, "involucrará un darse cuenta de las cualidades positivas o negativas que poseemos", ayudándonos a plantearnos estrategias que van a permitir consolidar nuestras cualidades positivas disminuyendo las negativas; asimismo, menciona 6 dimensiones:

a) Dimensión Género: “menciona a ambos sexos, al hecho de sentirse atractivo físicamente en apariencia, aunque para otros no lo seas. En los varones resalta el hecho de ser fuertes y en las mujeres el de ser finas y delicadas” así lo señala Millones H. (2013).

b) “Dimensión social”:

Según Millones H. (2013) en esta dimensión:

“Incluye el sentimiento de sentirse aceptado o rechazado por los iguales y de pertenencia; asimismo, se relaciona al hecho de enfrentar con éxito diferentes situaciones sociales; también incluye el sentido de solidaridad y nos demuestra lo elevado de su Inteligencia Interpersonal”.

c) “Dimensión afectiva”:

Asimismo, Millones H. (2013), “se refiere a la autopercepción de características de personalidad. Esta dimensión nos demuestra lo elevado de su Inteligencia Intrapersonal”.

d) “Dimensión académica”:

Por otro lado Millones H. (2013)

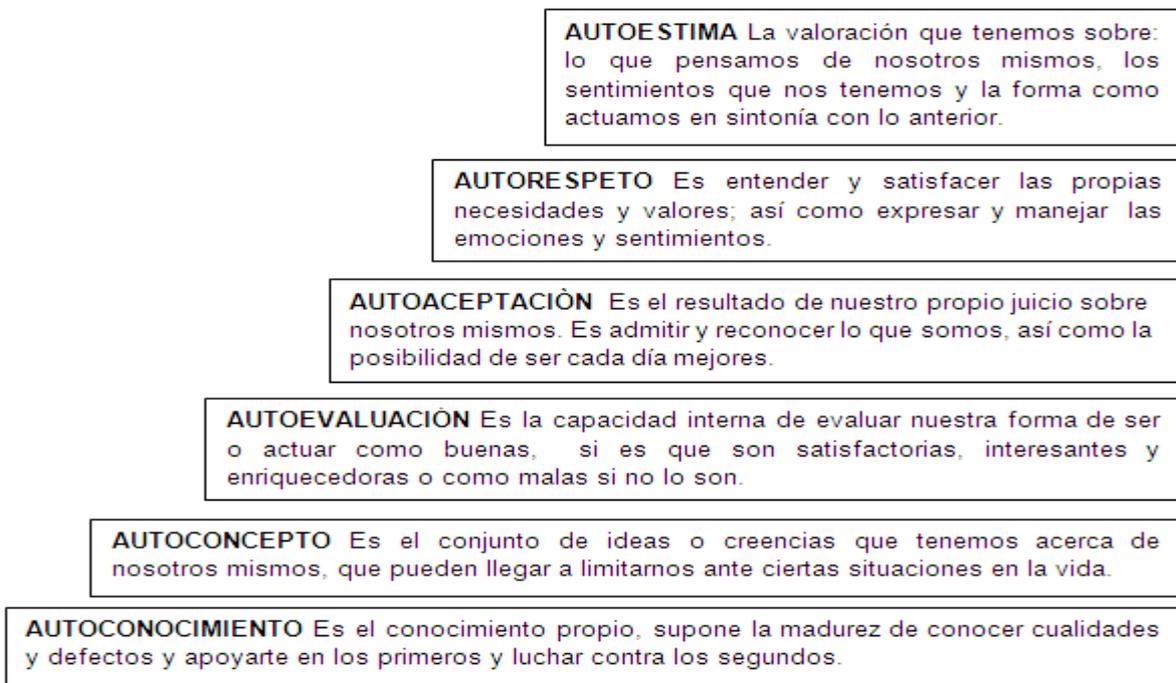
“Se refiere a la autopercepción de la capacidad para enfrentar con éxito las situaciones de la vida educativa y, específicamente, a la capacidad de rendir bien y ajustarse a las exigencias ahora universitarias. Incluye también la autovaloración de las capacidades intelectuales”.

e) “Dimensión ética”:

“Se relaciona con el hecho de sentirse una persona buena y confiable Incluye atributos como sentirse responsable y trabajador” según lo refiere Millones H. (2013).

2.1.6.6 ESTRATEGIAS PARA DESARROLLAR LA AUTOESTIMA:

En este sentido Camacho R. (2011) señala que “el desarrollo de la autoestima es un proceso continuo y cambiante relacionado con ciertos elementos y juicios que va construyendo la propia persona”. Para ello es importante conocer la escala de la autoestima, “en la cual cada una va siendo base del siguiente hasta que se llega la formación de la autoestima”, a continuación se muestra la figura: Curiel M. et al (2014) en el XXV Congreso Nacional de Entrevista Clínica y Comunicación Asistencial (SEMFYC), sugiere una serie de estrategias que nos permitirá cumplir con la escalera del Autoestima:



Fuente: Curiel M. et al (2014) XXV Congreso Nacional de Entrevista Clínica y Comunicación Asistencial (SEMFYC).

Figura 2. Escalera del Autoestima

2.1.6.7 AUTOCONOCIMIENTO

Según Camacho R. (2011)

“llegar a conocerte te va a dar la capacidad de entender que el poder lo tienes en tu yo interior, que tú eres responsable o de tu felicidad o de tu infelicidad, en tus manos esta lograr el cambio que necesitas para mejorar la autoestima”.

Para ello Camacho R. (2011) menciona “aquí 3 pasos básicos que debes seguir para auto-conocer”:

- **“Aceptación”** En primer lugar tenemos que ser conscientes que a veces nuestros pensamientos y actitudes nos son como pensamos, sin embargo, el cambiarlo depende de nosotros mismos”.
- **Detección:** “Luego del primer paso, es importante reconocer nuestras fallas y que es necesario tener cambios positivos en nuestras vidas para sentirnos mejor”.
- **Acción:** “Una vez que tengas los 2 puntos anteriores claros, deberás tomar acción para hacer”. Así lo refiere Camacho R. (2011).

2.1.6.8 AUTOCONCEPTO:

Millones H. (2013) presenta “algunos consejos prácticos para que puedas conocer un poco más y además mejorar la autoestima”:

- “Lo primero y más importante para comenzar es que tengas en cuenta que tú eres responsable de tus pensamientos”.
- “Trata de ser más flexible y no te critiques tan duramente”.
- “Cuando pienses en ti, no lo hagas negativamente”
- “No te dejes llevar por las malas experiencias pasadas cuando intentes o quieras hacer un proyecto”.
- “Recuerda que ninguno de nosotros es perfecto”.

2.1.6.9 AUTOEVALUACIÓN:

Según Ribeiro (1997) (p.67) señala que: "Toda opinión depende del punto de vista. Nuestra manera de ver las cosas puede variar según el lugar de donde observamos."

Asimismo, Camacho R. (2011) señala que “conseguir elevar su autoestima, deben dejar de lado esa imagen distorsionada y evaluarse de forma precisa. Para ello vamos a explicar una serie de pasos”:

- “Hacer inventario de cualidades y limitaciones”.
- “Confeccionar la lista de limitaciones”.
- “Confeccionar una lista de cualidades”.

- “Autoevaluación precisa”.

2.1.6.10 AUTORESPETO:

Según Camacho R. (2011) “disfrutar de la aprobación de otros o apoyo es algo positivo pero depender de ello puede ser un comportamiento destructivo para tu superación personal y además muy desgastante”.

“Si tú sientes que tienes esa necesidad de aprobación de la gente o de quedar bien innecesariamente, te propongo llevar a cabo los siguientes ejercicios”:

- “Cuando alguien te sugiera que tomes alguna actitud que no sea de tu agrado simplemente agradece por su opinión pero mantente firme en tu postura”.
- “Busca intencionalmente una situación en la que te desapruében y a manera de ejercicio sostén tu postura ante la otra persona sin entrar en conflicto y verás que no es el fin del mundo”.
- “Ignora cualquier intento de manipulación de alguien que no está de acuerdo con tu punto de vista”.

2.1.6.11 AUTOESTIMA:

Autoestima, quererse y amarse a uno mismo, aceptándonos con nuestros defectos y virtudes. Como aprender a respetarnos:

1. Tener en cuenta que nuestro comportamiento sea bueno o malo va a afectar a todas las personas que están pendiente de nosotros.
2. Debemos tratar a las personas como queremos que nos traten, sin dejar que hagan con nosotros lo que no seríamos capaces de hacer con ellos.
3. Busca primero entender, luego ser comprendido.
4. Asumir con responsabilidad las consecuencias de nuestras actitudes.
5. No guardar rencor en nuestros corazones.

2.1.7 TEORÍA SOBRE LA PERCEPCIÓN DE LA CALIDAD DE ATENCIÓN:

“Es importante destacar que la calidad es determinante en la percepción del cliente sobre un servicio” de acuerdo a lo señalado por Pride et al (1997) asimismo, define “como la percepción que tienen los clientes sobre, que también, un servicio satisface o excede sus expectativas”.

La conceptualización de Zeithaml et al (1992),

“sobre la calidad de servicios (modelo americano), supone que los clientes comparan sus expectativas con sus percepciones (lo que en términos de servicio reciben realmente) para cada una de las dimensiones son claves en la experiencia del servicio, agrupándolas en los cinco elementos de calidad descritas en el presente cuadro:

Elementos tangibles	“Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación”.
Confiabilidad	“Habilidad para prestar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa”.
Capacidad de respuesta	“Disposición y voluntad de los empleados para ayudar a los clientes y ofrecerles un servicio rápido”.
Seguridad	“Conocimientos y atención mostrados por el personal de contacto y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza para el
Empatía	“Atención individualizada que el proveedor del servicio ofrece a los clientes”.

Fuente: Zeithaml

Figura 3. La conceptualización de Zeithaml sobre calidad de servicio

De igual manera Camacho R. (2011) señala que:

“en estas dimensiones se consideran los factores que el cliente toma en cuenta cuando evalúa la calidad de un servicio, por lo tanto, las organizaciones prestadoras de servicios pueden utilizar este conocimiento como instrumento para el control de la gestión”,

Asimismo, Camacho R. (2011) refiere que al “conocer, qué es lo más valioso para el cliente, podrá orientar sus esfuerzos a entregar un servicio con esas características, a fin de mejorar el nivel de calidad percibido por el cliente”.

Según (Setó) (2004), En las investigaciones de marketing de servicios se han reconocido diferentes modelos como instrumentos para medir la calidad de servicio. El más aplicado es el **SERVQUAL** (calidad del servicio).

El modelo SERVQUAL, según Sáez A. (2011) (627) nos señala que este modelo fue creado por Suraman et al, entre (1985 y 1988) “Éste define la calidad del servicio como la diferencia entre las percepciones reales por parte de los clientes y sus propias expectativas”; asimismo, “Es un instrumento de escala múltiple que presenta un alto nivel de fiabilidad y validez, que las empresas pueden utilizar para comprender mejor las expectativas y la percepción que tienen los clientes respecto a un servicio”.

“Por el contrario, según Sáez A. (2011) (627) no señala que el modelo SERVQUAL consta de una escala centrada en la medición de la calidad percibida de los servicios, a través de la satisfacción del cliente”; asimismo,

“consiste en un instrumento desarrollado por Cronin y Taylor en 1982, quienes probaron un modelo alternativo sustentado en el desempeño; se basa en 22 de los ítems propuestos en el SERVQUAL y sugieren determinar

Del mismo modo, Feigenbaum, citado por Izar y col (2004) (p.38) establece “Que la calidad es una filosofía corporativa y debe formar parte de la cultura de la empresa”; asimismo, “sostiene que la calidad no significa mejor, sino lo mejor para el cliente en servicio y precio, el control de la calidad es una herramienta que ejecutará la administración aplicando 4 pasos: definir bien las características de la calidad que son importantes, establecer estándares deseados, actuar cuando se exceden los estándares y planear mejoras en los estándares de calidad.”

Según Camisón (2007:149)

“las diferentes perspectivas conceptuales de la calidad pueden organizarse en dos categorías: calidad objetiva y calidad subjetiva. La calidad objetiva es la comparación entre un estándar y un desempeño referido a características de calidad medibles cuantitativamente con métodos ingenieriles o tecnológicos” (...).

CAPITULO III
MARCO METODOLOGICO

3.1 HIPÓTESIS:

El Fortalecimiento de las habilidades sociales de Autoestima y comunicación de los servidores públicos, mejora significativamente la percepción sobre la calidad de la atención por parte de los usuarios que reciben el servicio.

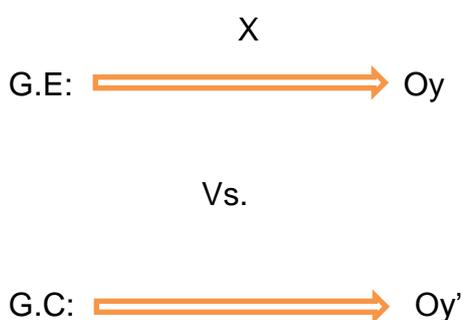
3.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN:

El tipo de estudio de la presente investigación es: Aplicativo y Propositivo, porque a partir del fortalecimiento de Habilidades sociales de autoestima y comunicación se generan nuevos conocimientos y cambio de actitud por parte de los servidores públicos; asimismo, formula una propuesta a través del Test SERVQUAL para ser aplicado de manera permanente, en la Municipalidad Provincial de Chachapoyas, con el propósito de mejorar la percepción sobre la calidad de atención por los usuarios.

Diseño de la investigación: Cuasi Experimental – Socio crítica.

Se manipula la variable independiente **HABILIDADES SOCIALES DE AUTOESTIMA Y COMUNICACIÓN**, con observación “antes y después”, dado que se hace esta observación en ambos grupos de estudio, los usuarios que fueron consultados sobre la calidad de la atención en esta fase “antes del estudio”, serán los mismos usuarios en la observación “después del fortalecimiento de los servidores públicos” en los referidos grupos, estimándose que es probable que los mismos usuarios regresen a solicitar servicio a las 6 áreas consideradas de la Municipalidad durante el periodo de la investigación para ser consultados por 2da. vez.

3.3 DISEÑO O TRAYECTORIA METODOLÓGICA: Cuasi experimental con grupo control SÓLO DESPUÉS:



Grupo experimental: 13 servidores públicos que fortalecen sus habilidades sociales, y de los que se les va a establecer el nivel de percepción del servicio que brindan a 98 usuarios que solicitan sus servicios.

Grupo Control: 13 servidores públicos que no fortalecen sus habilidades sociales, y de los que se les va a establecer el nivel de percepción del servicio que brindan a 136 usuarios que solicitan sus servicios.

X: Programa de Fortalecimiento de las habilidades sociales de autoestima y comunicación.

Oy: Observación de la Percepción sobre la calidad de la atención de usuarios en el grupo experimental.

Oy': Observación de la Percepción sobre la calidad de la atención de usuarios en el grupo control.

La comparación de resultados en la variable dependiente es pos test SOLO DESPUÉS en ambos grupos de estudio (Oy vs. Oy')

Criterios de homogenización: los servidores públicos de ambos grupos serán homogenizados de acuerdo al género y misma edad \pm 5 años, además misma área de la Municipalidad.

3.4 VARIABLES:

3.4.1 VARIABLE DEPENDIENTE: PERCEPCIÓN SOBRE LA CALIDAD DE LA ATENCIÓN POR LOS USUARIOS.

3.4.1.1 Definición Conceptual: Según Cronin y Taylor (1982) “El test **SERVQUAL** Consiste en un instrumento, que se basa en 22 de los ítems propuestos y propone considerar la calidad sólo con el test de percepciones que propone el mismo” (Valls, 2004).

3.4.1.2 Definición Operacional: Para la identificación de las dimensiones de la percepción sobre la calidad de la atención de este servicio por parte del usuario, se considerarán la percepción sobre la forma en que hace contacto el servidor público, el trato en el servicio, comunicación, tiempo de espera, fin logrado, satisfacción en el servicio.

Tabla No 01*Definición operacional – Variable dependiente*

VARIABLE DEPENDIENTE	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍNDICES	ESCALA DE MEDICIÓN	INSTRUMENTO DE MEDICIÓN
PERCEPCIÓN SOBRE LA CALIDAD DE LA ATENCIÓN POR LOS USUARIOS	1. Elementos tangibles.	“Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación”.	- Percepción de baja calidad en la atención - Percepción de mediana calidad en la atención	Ordinal	Cuestionario: SERVQUAL
	2. Fiabilidad.	“Habilidad para prestar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa	- Percepción de alta calidad en la atención		
	3. Capacidad de respuesta.	“Disposición y voluntad de los empleados para ayudar a los clientes y ofrecerles un servicio rápido”.			
	4. Seguridad.	“Conocimientos y atención mostrados por el personal de contacto y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza para el cliente”.			
	5. Empatía.	“Atención individualizada que el proveedor del servicio ofrece a los clientes”.			

Fuente: Elaboración propia

3.4.2 VARIABLE INDEPENDIENTE: FORTALECIMIENTO DE LAS HABILIDADES SOCIALES DE AUTOESTIMA Y COMUNICACIÓN.

3.4.2.1 DEFINICIÓN CONCEPTUAL:

Tal como lo señala Madrigal (2006) (p. 34), las habilidades sociales, se definen como las destrezas que deben poseer un servidor público en función de sus capacidades y aptitudes. “En este sentido, guiar, liderar, comunidad, dirigir, tomar decisiones, negociar y solucionar conflictos son verbos que nombran acciones de primera importancia” en todas sus funciones.

Entonces, definimos a la Autoestima la valoración que tenemos sobre nosotros mismos.

Asimismo, podemos definir qué comunicación, es todo aquello busca transmitir una información verbalmente, señas y escrito.

3.4.2.2 DEFINICIÓN OPERACIONAL: Implementación de un programa de actividades cognoscitivas y actitudinales organizadas y sistémicas orientadas a lograr en el servidor público, un cambio positivo de mentalidad y de actitud en el trato cuando brinda un servicio al usuario con adecuado manejo de sus emociones.

Tabla No 02

Definición operacional – Variable independiente

VARIABLE INDEPENDIENTE	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍNDICES	ESCALA DE MEDICIÓN	INSTRUMENTO
FORTALECIMIENTO DE LAS HABILIDADES SOCIALES DE AUTOESTIMA Y COMUNICACIÓN	EDUCATIVO ACTITUDINAL PSICOLÓGICO	a) Motivación b) Relajación c) Cognoscitivas d) Relaciones interpersonales e) Autoestima	a) Logro educativo Cognitivo b) Logro educativo actitudinal	Nominal	Programa de Habilidades sociales

Fuente: Elaboración propia

3.5 POBLACIÓN, MUESTRA Y MUESTREO:

3.5.1 Población:

Se consideró dos poblaciones, **las del cliente interno:** Servidores públicos de las áreas de: Botica Municipal, División de Tránsito y circulación vial, Gerencia de Administración tributaria, Oficina de Registro Civil, Trámite documentario y la Gerencia de Medio ambiente y comercialización de la Municipalidad Provincial de Chachapoyas y los usuarios de dichas áreas. Junio – Octubre del 2015.

Población del cliente externo: se estimó que en promedio, en un mes acudieron **4060** usuarios aproximadamente en las áreas a investigar los mismos que están distribuidos de la siguiente manera:

Tabla No 03

Población estimada de usuarios por mes

Áreas de estudio	Usuarios que ingresan mensualmente
Botica Municipal Farmacia.	1200
División de tránsito y circulación vial.	600
Gerencia de Administración tributaria.	1000
Oficina de Registro Civil.	300
Trámite documentario.	800
División de comercialización	160
TOTAL	4060

Fuente: elaboración propia

3.5.2 MUESTRA:

Tabla No 04

Distribución de los servidores públicos según áreas

Distribución por Áreas	Distribución de los Servidores
1. Botica Municipal Farmacia.	03
2. División de tránsito y circulación vial.	06
3. Gerencia de Administración tributaria.	08
4. Oficina de Registro Civil.	03
5. Trámite documentario.	02
6. Gerencia de medio ambiente y división de comercialización	04
TOTAL	26

Fuente: Elaboración propia

Para la muestra del **cliente interno** se consideraron a los 26 servidores públicos de las áreas a investigar.

Para la muestra del **cliente externo**, de acuerdo al estudio piloto, el 44,44% de los usuarios tuvieron una percepción de baja calidad en la atención. Calculando el tamaño de muestra para población conocida, con 95% de confiabilidad y 7% de tolerancia máxima de error, la muestra estuvo constituida por 136 usuarios.

El procedimiento para calcular el tamaño de muestra es el que se indica a continuación:

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{Z^2 * P * Q + T^2 * (N - 1)}$$

Donde:

Z= 1.96: valor normal estándar al 95% de confiabilidad

p= 0.4444: proporción de usuarios que acuden a las áreas de estudio de la Municipalidad Provincial de Chachapoyas con percepción de baja calidad de la atención por parte de los servidores que despachan en las áreas de estudio de acuerdo a los resultados del estudio piloto.

q = complemento de “p” = 0.5556

T = tolerancia máxima de error = 0.07

N = Población estimada de usuarios de servicios que brindan las áreas de estudio de la Municipalidad Provincial de Chachapoyas = 4060

Reemplazando tenemos:

$$n = \frac{1.96^2 * 0.4444 * 0.5556 * 4060}{1.96^2 * 0.4444 * 0.5556 + 0.07^2 * (4060 - 1)}$$

$$n = 136$$

Tamaño de la población objetivo.....	4060
Tamaño de la muestra que se desea obtener.....	136
Número de estratos a considerar.....	6
Afijación simple: elegir de cada estrato	32

Tabla No 05

Tamaño muestral de los usuarios atendidos en los servicios a investigar

Estrato	Identificación	Nº sujetos en el estrato	Proporción	Pre test Grupo control	Post test Grupo experimental I
E1	Botica Municipal Farmacia.	1200	29,6%	42	28
E2	División de tránsito y circulación Vial.	600	14,8%	21	14
E3	Gerencia de Administración Tributaria.	1000	24,6%	35	25
E4	Oficina de Registro Civil.	300	7,4%	10	07
E5	Trámite documentario.	800	19,7%	28	19
E6	Gerencia del medio ambiente y división de comercialización	160	3,9%	00	05
Total		4060	100,0%	136	98

Fuente: elaboración propia

3.5.3. CRITERIOS DE INCLUSIÓN:

- a) Servidores Públicos de la Gerencia de las áreas de Botica Municipal, División de Tránsito y circulación vial, Gerencia de Administración tributaria, Oficina de Registro Civil, Trámite documentario y la Gerencia de Medio ambiente y comercialización de la Municipalidad Provincial de Chachapoyas dispuestos a participar de la investigación.
- b) Usuarios de estos servicios.
- c) Usuarios cuyo grupo etareo es de 18 a 55 años de edad.

3.5.4 CRITERIOS DE EXCLUSIÓN:

- a) Servidores públicos que se encuentren de licencia o vacaciones.
- b) Usuarios de las referidas áreas que se nieguen a participar de la investigación.

3.6 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS:

a. Técnicas de Gabinete

Se utilizó el fichaje electrónico para resumir información teórica y vaciar los datos estadísticos de las variables de estudio.

b. Técnicas de campo

Se utilizó el Programa de Fortalecimiento de habilidades sociales y de autoestima (Anexo III), el mismo que cuenta con la revisión y validación de contenido por 2 expertos que se encuentran adjunto en el (Anexo IV).

c) Para nuestro estudio de investigación, se aplicó el cuestionario de test **SERVQUAL** (Anexo II), como base para medir la calidad de atención que brindan los servidores públicos de la Municipalidad provincial de Chachapoyas, en las áreas seleccionadas para la investigación.

d) La selección de los servidores públicos a ser fortalecidos, fue al azar teniéndose en cuenta al 50% de un total de 26 servidores públicos.

3.7 MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS:

Para la ejecución del procesamiento y análisis de datos se utilizó el SPSS versión 21, en el que se trabajaron tablas estadísticas de doble entrada, de las cuales se presentaron sus respectivos gráficos, desarrollándose el análisis respectivo de los datos recaudados.

Procedimiento:

i. Identificación de las áreas y el servicio:

Para identificar las áreas de estudio en la Municipalidad Provincial de Chachapoyas, tuvimos una reunión con los responsables de cada área, los mismos que nos mostraron registros de las atenciones realizadas por mes, tomando como referencia los meses de Abril y Mayo del 2015; siendo seleccionadas las áreas de: Botica Municipal, División de tránsito y circulación vial, Gerencia de Administración

tributaria, Oficina de Registro Civil, Trámite documentario y la unidad de ejecutoría tributaria, por ser las más solicitadas por la población.

ii. **Adaptar el cuestionario a cada área**

Para la presente investigación se tuvo que adaptar cada ítem del test **SERVQUAL** a las necesidades de cada una de las áreas de estudio.

Este instrumento fue evaluado con la escala de Likert, asociando a cada respuesta a una puntuación, que permitiera medir la calidad del servicio que brindan los servidores públicos de las áreas seleccionadas.

Cada una de las preguntas que el usuario tiene para responder el test, desde Totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, incluyendo una posición neutral ni en desacuerdo ni de acuerdo, hasta el otro extremo.

El puntaje que se estableció a cada respuesta y por dimensiones varía del 1 al 5, según la escala de Likert.

DIMENSIÓN 1: ELEMENTOS TANGIBLES:

- La Municipalidad provincial de Chachapoyas cuenta con equipos e instalaciones de apariencia moderna (computadoras, impresoras, etc.).
- Las instalaciones físicas de la Municipalidad Provincial de Chachapoyas son visualmente atractivas.
- Los servidores públicos de la Municipalidad Provincial de Chachapoyas tienen apariencia limpia.
- Las áreas de atención a los usuarios, cuentan con material informativo adecuado (folletos, estados de cuenta y similares) y son visualmente atractivos.

DIMENSIÓN 2: FIABILIDAD:

- Cuando la Municipalidad Provincial de Chachapoyas a través de sus servidores públicos promete hacer algo en cierto tiempo, lo hace.
- Cuando un usuario tiene un problema, los servidores públicos muestran un sincero interés en solucionarlo.
- Los servidores públicos dan un buen servicio cuando es la primera vez.
- Los servidores públicos de la Municipalidad atienden a los usuarios, concluyen el servicio en el tiempo prometido.
- Las áreas de los servicios que brinda la Municipalidad, cuenta con un libro de reclamaciones.

DIMENSIÓN 3: CAPACIDAD DE RESPUESTA

- Los servidores públicos de la Municipalidad Provincial de Chachapoyas, comunican a los usuarios cuando concluirá la realización del servicio.
- Los servidores públicos de la Municipalidad Provincial de Chachapoyas ofrecen un servicio rápido a sus usuarios.
- Los servidores públicos de la Municipalidad Provincial de Chachapoyas, siempre están dispuestos a ayudar a sus usuarios.
- Los servidores públicos de la Municipalidad Provincial de Chachapoyas, nunca están demasiado ocupados para responder a las preguntas de sus usuarios.

DIMENSIÓN 4: SEGURIDAD:

- Los servidores públicos de la Municipalidad Provincial de Chachapoyas, transmiten confianza a sus usuarios.
- Los usuarios se sienten seguro en sus transacciones con los servidores públicos de la Municipalidad Provincial de Chachapoyas.
- Los servidores públicos de la Municipalidad Provincial de Chachapoyas, son siempre amables con los usuarios.
- Los servidores públicos de la Municipalidad Provincial de Chachapoyas, tienen conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los usuarios.

DIMENSIÓN 5: EMPATÍA

- Los servidores públicos de la Municipalidad Provincial de Chachapoyas, brinda a sus usuarios una atención individualizada (Acceso fácil, buenas comunicaciones y comprensión del usuario).
- La Municipalidad Provincial de Chachapoyas, tiene horarios de trabajo convenientes para todos sus usuarios.
- La Municipalidad Provincial de Chachapoyas, tiene servidores públicos cuya habilidad te inspira credibilidad, confianza, competencia profesional, cortesía y garantía.
- La Municipalidad Provincial de Chachapoyas, se preocupa por los mejores intereses de sus usuarios.
- La Municipalidad Provincial de Chachapoyas, comprende las necesidades específicas de sus usuarios.

Para valorar a cada una de las dimensiones se han considerado tres indicadores, Percepción de baja calidad, mediana calidad y alta calidad lo cual se describe de la siguiente manera:

Valoración de la percepción de manera global:

- a) Percepción de baja calidad en la atención: 0 a 55 puntos (≤percentil 50)
- b) Percepción de mediana calidad en la atención: 56 a 84 puntos (percentil 51 a 75)
- c) Percepción de alta calidad en la atención: 85 a 100 puntos (percentil 76 a 100)

Valoración de la percepción por cada una de las dimensiones:

- a) Percepción de baja calidad en la atención: 0 a 10 puntos
- b) Percepción de mediana calidad en la atención: 11 a 15 puntos
- c) Percepción de alta calidad en la atención: 16 a 20 puntos

iii. Aplicar prueba piloto

En un estudio piloto ejecutado a 136 usuarios de los servicios citados, se encontró que el referido test tiene una confiabilidad de 89,5%, de acuerdo al alfa de Cron Bach, tal como se puede apreciar del reporte dado por el software estadístico SPSS versión 21.

Tabla No 06

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cron Bach	Alfa de Cron Bach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,896	,895	22

F
Fuente: Elaboración propia

CAPITULO IV
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS:

HIPOTESIS GENERAL

H_0 : El Fortalecimiento de las habilidades sociales de Autoestima y comunicación de los servidores públicos no mejora significativamente la percepción sobre la calidad de la atención por parte de los usuarios que reciben el servicio.

Nivel de significación = 5%

H_1 : El Fortalecimiento de las habilidades sociales de Autoestima y comunicación de los servidores públicos mejora significativamente la percepción sobre la calidad de la atención por parte de los usuarios que reciben el servicio.

Se puede observar que Chi-cuadrado (X^2) calculada (11,051) es mayor de la que aparece en la Chi-cuadrado (X^2) tabulada (5,99); por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alternativa (H_1).

Significando que el Fortalecimiento de las habilidades sociales de Autoestima y comunicación de los servidores públicos, si mejora la percepción sobre la calidad de la atención por parte de los usuarios que reciben el servicio.

4.2 PRESENTACION Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN, SEGÚN TEST GRUPO CONTROL Y EXPERIMENTAL

Presentación de tablas y cuadros:

Interpretación Objetivo General:

Tabla No 07

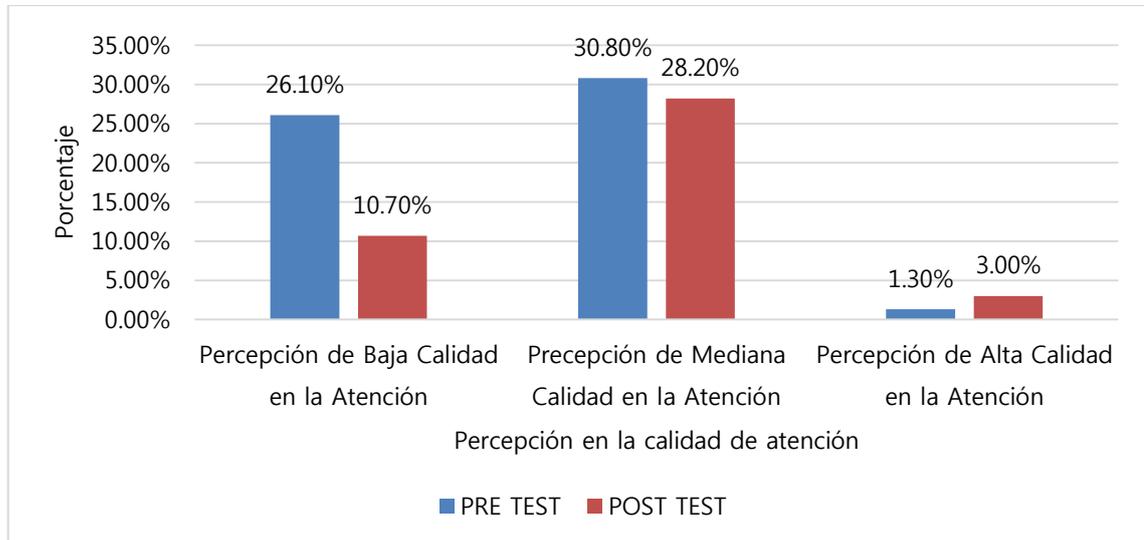
Estudio de Chi² para validación de la Hipótesis sobre percepción en la calidad de atención - Municipalidad Provincial de Chachapoyas Junio-Octubre 2015

	Percepción de Baja Calidad en la Atención		Precepción de Mediana Calidad en la Atención		Percepción de Alta Calidad en la Atención		Total de usuarios
PRE TEST	f_o	61	f_o	72	f_o	3	136
		26.1%		30.8%		1.3%	58.1%
POST TEST	f_o	25	f_o	66	f_o	7	98
		10.7%		28.2%		3.0%	41.9%

TOTAL	86	138	10	234
--------------	-----------	------------	-----------	------------

Fuente: Recolección de datos por encuesta Test SERVQUAL tomado en Junio 2015

Chi-cuadrado (X^2) de Tabla = 5,99 Chi-cuadrado (X^2) calculada = 11,0511322
GL=2



Fuente: Elaboración propia

GRAFICA N° 01

Percepción de la calidad de atención de los usuarios - Municipalidad Provincial de Chachapoyas, Junio-Octubre 2015

La gráfica No 01 nos muestra que el fortalecimiento de las habilidades sociales de autoestima y comunicación de los servidores públicos si es eficiente para mejorar la percepción sobre la calidad de la atención de los usuarios, tal como lo señala la gráfica que la percepción de baja calidad percibida durante el pre test fue de 26.10% disminuyendo en un 10.70% en el pos test.

Interpretación de objetivos específicos:

Objetivo específico No 01

Para encontrar los puntos mas negativos según dimensiones, los resultados se obtuvieron de las respuestas totalmente desacuerdo y desacuerdo.

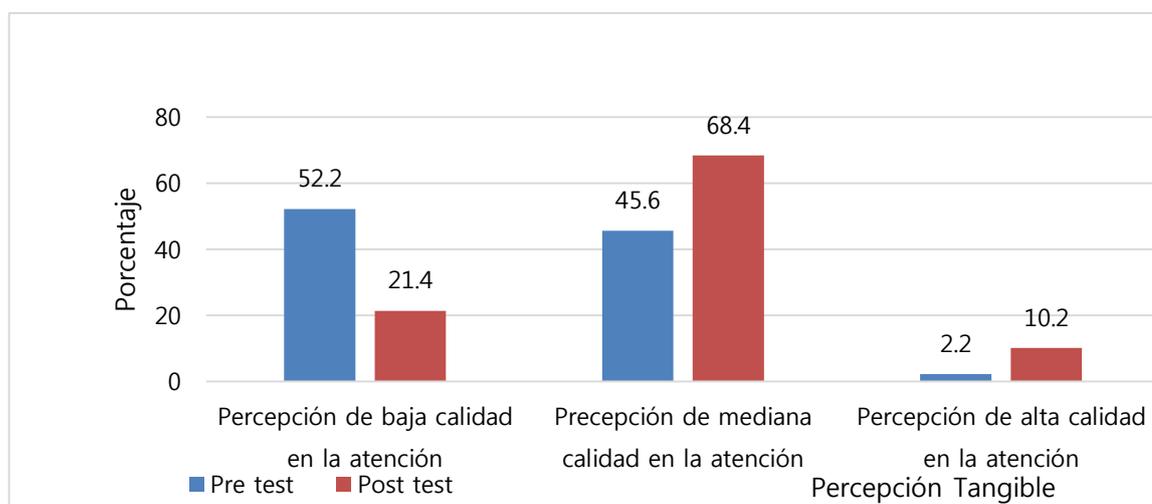
Tabla No 08

Percepción Global de la Dimensión de elementos tangibles

Elementos tangible	Pre Test		Post Test	
	n	%	n	%
Percepción de baja calidad en la atención	71	52,2	21	21,4
Precepción de mediana calidad en la atención	62	45,6	67	68,4
Percepción de alta calidad en la atención	3	2,2	10	10,2
Total	136	100,0	98	100,0

Fuente: Recolección de datos por encuesta Test SERVQUAL tomado en Junio 2015

La Tabla No 08, nos muestra, que en una percepción global de la dimensión de elementos tangibles por los usuarios, se puede observar que la percepción de baja calidad mejoró en un 30,8%, asimismo que la percepción de alta calidad de atención mejoró en un 8%.



Fuente: Elaboración propia

GRAFICA N° 02

Percepción Global de la Dimensión de elementos tangibles

Municipalidad Provincial de Chachapoyas, Junio - Octubre 2015

Tabla No 09

Puntos más negativos de la Dimensión de elementos Tangibles

Preguntas	PUNTOS NEGATIVOS ELEMENTOS TANGIBLE	Pre Test	Post Test
P1	La Municipalidad cuenta con equipos modernos	39	31
P2	Las instalaciones físicas de la Municipalidad son visualmente atractivas	43	25
P3	Los servidores públicos de la Municipalidad, tienen una apariencia limpia	28	21
P4	Las áreas de atención al usuario, cuenta con material informativo	38	31

Fuente: Recolección de datos por encuesta Test SERVQUAL tomado en Junio 2015

En la Tabla No 09, de los elementos de la Dimensión tangibles; en el pre test 43 usuarios están en desacuerdo y totalmente desacuerdo en las instalaciones físicas de la municipalidad, y en el post test 25 usuarios mantienen la referida opinión, en el pre test 39 usuarios están en desacuerdo y totalmente desacuerdo que la municipalidad cuenta con equipos modernos y 31 usuarios del post test opinan lo mismo, en el pre test 38 usuarios se encuentran en totalmente desacuerdo y desacuerdo en el ítem de las áreas de atención con material informático, y en el post test 31 usuarios mantienen la misma opinión.

Tabla No 10

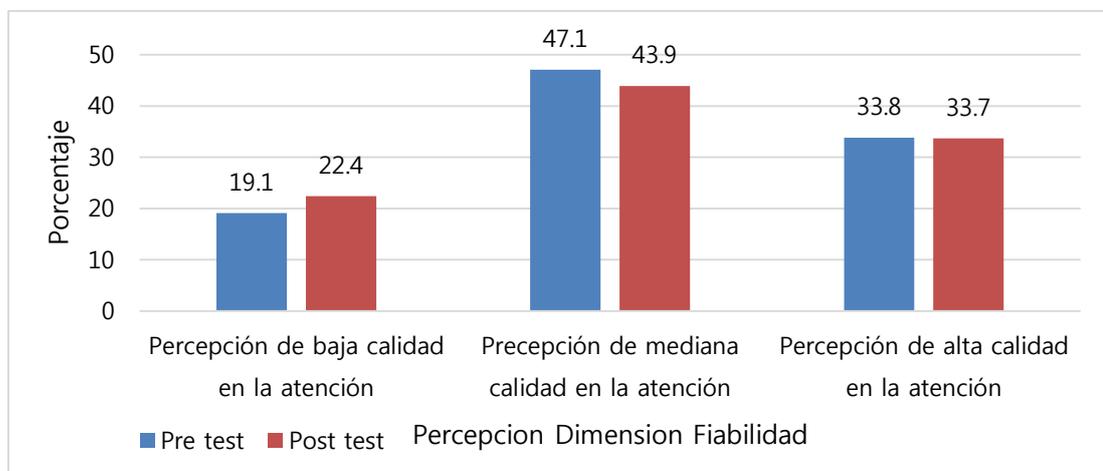
Percepción global de la Dimensión de Fiabilidad

Fiabilidad	Grupo Control		Grupo Experimental	
	n	%	n	%
Percepción de baja calidad en la atención	26	19,1	22	22,4
Precepción de mediana calidad en la atención	64	47,1	43	43,9
Percepción de alta calidad en la atención	46	33,8	33	33,7
Total	136	100,0	98	100,0

Fuente: Recolección de datos por encuesta Test SERVQUAL tomado en Junio 2015

En la tabla No 10, En una percepción global de la dimensión de fiabilidad por los usuarios, se puede observar que la percepcion de mediana calidad mejoró

en un 3,2%, mientras que la percepción de baja calidad no mejoró en un subió a un 3,3%.



Fuente: Elaboración propia

GRAFICA No 03

Percepción global de la dimensión de fiabilidad

Municipalidad Provincial de Chachapoyas, Junio-Octubre 2015

Tabla No 11

PUNTOS MAS NEGATIVOS DIMENSIÓN DE FIABILIDAD

PREGUNTAS	PUNTOS MAS NEGATIVOS DIMENSION FIABLE	Grupo Control	Grupo Experimental
P1	Cuando la Municipalidad a través de sus servidores públicos promete hacer algo en cierto tiempo lo cumple	65	52
P2	Cuando un usuario tiene un problema, los servidores públicos de la Municipalidad muestran un sincero interés en solucionarlo	47	42
P3	Los servidores públicos dan un buen servicio cuando es la primera vez	46	35
P4	Los servidores públicos de la Municipalidad atienden a los usuarios en el tiempo prometido	50	45
P5	Las áreas de los servicios que brinda la Municipalidad, cuenta con un libro de reclamaciones	45	23

Fuente: Elaboración propia

En la tabla No 11, de los elementos de la Dimensión fiabilidad; en el pre test 65 usuarios están en desacuerdo y totalmente desacuerdo cuando el servidor público promete hacer algo en cierto tiempo lo cumple, manteniendose el item con puntaje superior en el post test; en el item de los servidores públicos de la municipalidad atienden a los usuarios en el tiempo prometido existen 50 usuarios que se encuentran en desacuerdo y totalmente en desacuerdo en el post test el item se mantiene alto (45 usuarios); 47 usuarios manifiestan estar en desacuerdo y totalmente en desacuerdo con el item de cuando un usuario tiene un problema, los servidores públicos de la Municipalidad muestran un sincero interés en solucionarlo, existiendo una disminución en el post test a 42 usuarios lo que indica una variación de 10% de usuarios que cambiaron su percepción respecto al item indicado.

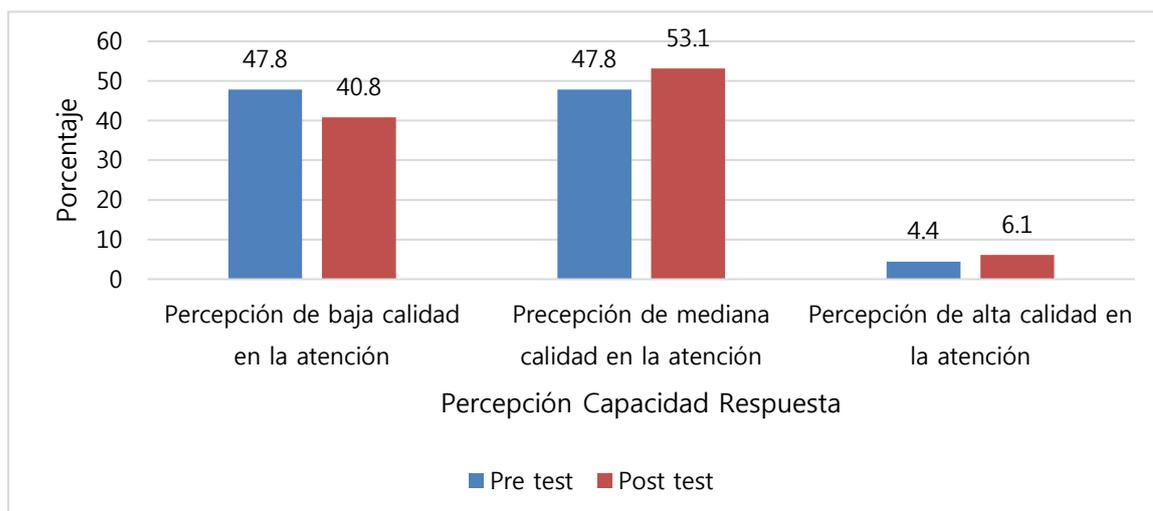
Tabla No 12

Percepción global de la dimensión de capacidad de respuesta

Capacidad respuesta	Pre Test		Post Test	
	n	%	n	%
Percepción de baja calidad en la atención	65	47,8	40	40,8
Precepción de mediana calidad en la atención	65	47,8	52	53,1
Percepción de alta calidad en la atención	6	4,4	6	6,1
Total	136	100,0	98	100,0

Fuente: Elaboración propia

En la tabla No 12, se puede observar que la Dimensión Capacidad de Respuesta la percepcion de baja calidad mejoró en un 40,8% en el post test, asimismo que la percepcion de alta calidad de atencion mejoro a 6,1%, también se observa que en la percepción de mediana calidad mejoró en 5.3% con una variación de 11.1%.



Fuente: Elaboración propia

GRAFICA No 04

Percepción Global de la Dimensión de Capacidad de Respuesta
Municipalidad Provincial de Chachapoyas, Junio-Octubre 2015

Tabla No 13

PUNTOS MAS NEGATIVOS DE LA DIMENSION DE CAPACIDAD RESPUESTA

PREGUNTAS	PUNTOS MAS NEGATIVOS DIMENSION CAPACIDAD RESPUESTA	Pre Test	Post Test
P1	Los servidores públicos de la Municipalidad de Chachapoyas, ofrecen un servicio rápido a los usuarios	45	36
P2	Los servidores públicos de la Municipalidad de Chachapoyas siempre están dispuestos a ayudar a los usuarios	48	42
P3	Los servidores públicos de la Municipalidad de Chachapoyas nunca están dispuestos a ayudar a sus usuarios	54	37
P4	Los servidores públicos de la Municipalidad de Chachapoyas, nunca están demasiado ocupados para responder las preguntas de sus usuarios	45	31

Fuente: Elaboración propia

En la tabla No 13 de los elementos de la Dimensión capacidad de respuesta; en el pre test 54 usuarios están en desacuerdo y totalmente desacuerdo cuando los servidores públicos nunca están dispuestos a ayudar a sus usuarios, en el post test, baja a 37 usuarios, indicando que existe una variación de 45.9%; se concluye que la percepción en el ítem mejoró; en el ítem que los servidores públicos de la Municipalidad de Chachapoyas siempre están dispuestos a ayudar a los usuarios, 48 usuarios opinan estar en desacuerdo y totalmente en desacuerdo mientras que en el post test baja a 42 usuarios no mostrando una mejora en la percepción del ítem; en el ítem de los servidores públicos de la Municipalidad de Chachapoyas, nunca están demasiado ocupados para responder las preguntas de sus usuarios, 45 usuarios opinan estar en desacuerdo y totalmente de acuerdo en el pre test; mientras que en el post test baja a 31 usuarios representando una variación de 41.16%, se puede apreciar la mejora en la percepción del usuario con respecto al ítem indicado.

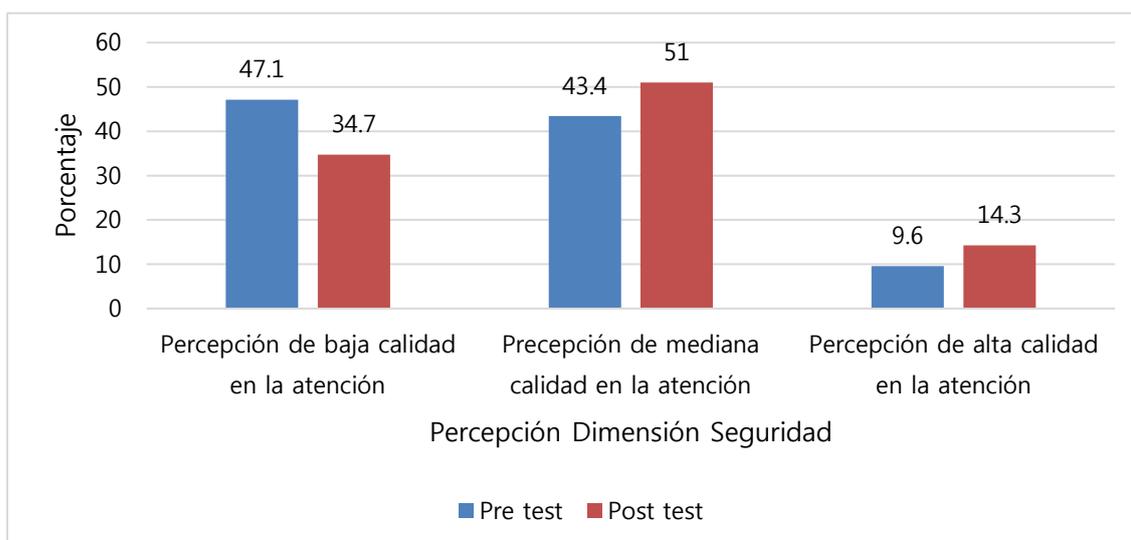
Tabla No 14

PERCEPCIÓN GLOBAL DE LA DIMENSIÓN DE SEGURIDAD

Seguridad	Pre Test		Post Test	
	n	%	n	%
Percepción de baja calidad en la atención	64	47,1	34	34,7
Precepción de mediana calidad en la atención	59	43,4	50	51,0
Percepción de alta calidad en la atención	13	9,6	14	14,3
Total	136	100,0	98	100,0

Fuente: Elaboración propia

La Tabla No 14, corresponde a la Dimensión Seguridad se observa que la percepción de baja calidad mejoró a 34,7%, asimismo la percepción de alta calidad de atención mejoro a 14,3%; existiendo una variación de 48.9%, concluyendo que los usuarios mejoraron la percepción en la dimensión indicada.



Fuente: Elaboración propia

GRAFICA No 05

Percepción global de la dimensión de seguridad.

Municipalidad Provincial de Chachapoyas, Junio - Octubre 2015

Tabla No 15

PUNTOS MAS NEGATIVOS DIMENSION SEGURIDAD

PREGUNTAS	PUNTOS MAS NEGATIVOS DIMENSION SEGURIDAD	Pre Test	Post Test
P1	El comportamiento de los servidores públicos de la Municipalidad, transmite confianza a los usuarios	45	35
P2	Los usuarios se sienten seguros en sus transacciones, con los servidores públicos de la Municipalidad de Chachapoyas	46	32
P3	Los servidores públicos son siempre amables con los usuarios	40	35
P4	Los servidores públicos de la Municipalidad de Chachapoyas, tienen conocimientos suficientes para responder las preguntas de los usuarios	48	41

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla No 15, de los elementos de la Dimensión Seguridad; en el pre test 45 usuarios están en desacuerdo y totalmente en desacuerdo en el ítem de: El comportamiento de los servidores públicos de la Municipalidad, transmite confianza a los usuarios, en el post test baja a 35 usuarios, la variación es de 28.6% concluyendo que la percepción mejoró al aplicar el programa para los trabajadores internos de la Municipalidad; en el ítem de los usuarios se sienten

seguros en sus transacciones, con los servidores públicos de la Municipalidad de Chachapoyas, en el pre test 46 usuarios se encuentran en desacuerdo y totalmente en desacuerdo, mientras que en el post test decae a 32 usuarios, obteniendo una variación de 43.7% indicando una mejora en percepción del ítem antes mencionado.

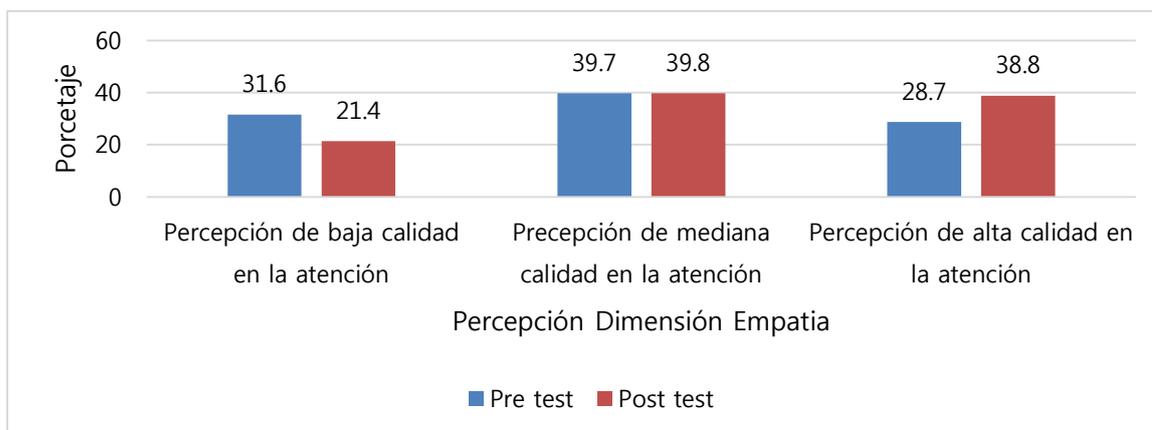
Tabla No 16

Percepción global de la dimensión de empatía

Empatía	Pre Test		Post Test	
	n	%	n	%
Percepción de baja calidad en la atención	43	31,6	21	21,4
Precepción de mediana calidad en la atención	54	39,7	39	39,8
Percepción de alta calidad en la atención	39	28,7	38	38,8
Total	136	100,0	98	100,0

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla No 16, corresponde a la Dimensión Empatía, la percepción de baja calidad mejora de 31.6% en el pre test a 21.4% en el post test,



existiendo una diferencia de 10.2%, asimismo la percepción de alta calidad de atención, mejora de 28.7% en el pre test a 38.8% en el post tes existiendo una diferencia de 10,1%.

Fuente: Elaboración propia

GRAFICA No 06

Percepción global de la dimensión de empatía.

Municipalidad Provincial de Chachapoyas, Junio - Octubre 2015

Tabla No 17

Puntos mas negativos dimensión de empatía

PREGUNTAS	DIMENSIÓN EMPATIA	Pre Test	Post Test
P1	Los servidores públicos de la Municipalidad de Chachapoyas, brindan a sus usuarios una atención individualizada	47	42
P2	La Municipalidad Provincial de Chachapoyas, tienen horarios de trabajo convenientes para todos sus usuarios	49	42
P3	La Municipalidad Provincial de Chachapoyas tienen servidores públicos cuya habilidad te inspira credibilidad, confianza, competencia profesional, cortesía y garantía	39	37
P4	La Municipalidad Provincial de Chachapoyas, se preocupa por mejorar los intereses de sus usuarios	49	40
P5	La Municipalidad Provincial de Chachapoyas, comprende las necesidades específicas de sus usuarios	40	35

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla No 17, corresponde a los elementos de la Dimensión Empatía; se observa que en el pre test 40 usuarios opinan que se encuentran en desacuerdo y totalmente en desacuerdo en el ítem de la Municipalidad Provincial de Chachapoyas, comprende las necesidades específicas, mientras que en el post test baja la opinión a 35 usuarios, existiendo una diferencia de 5 usuarios; con respecto a los demás ítems se puede apreciar que no existe diferencias en la opinión de los usuarios.

Objetivo específico No 02

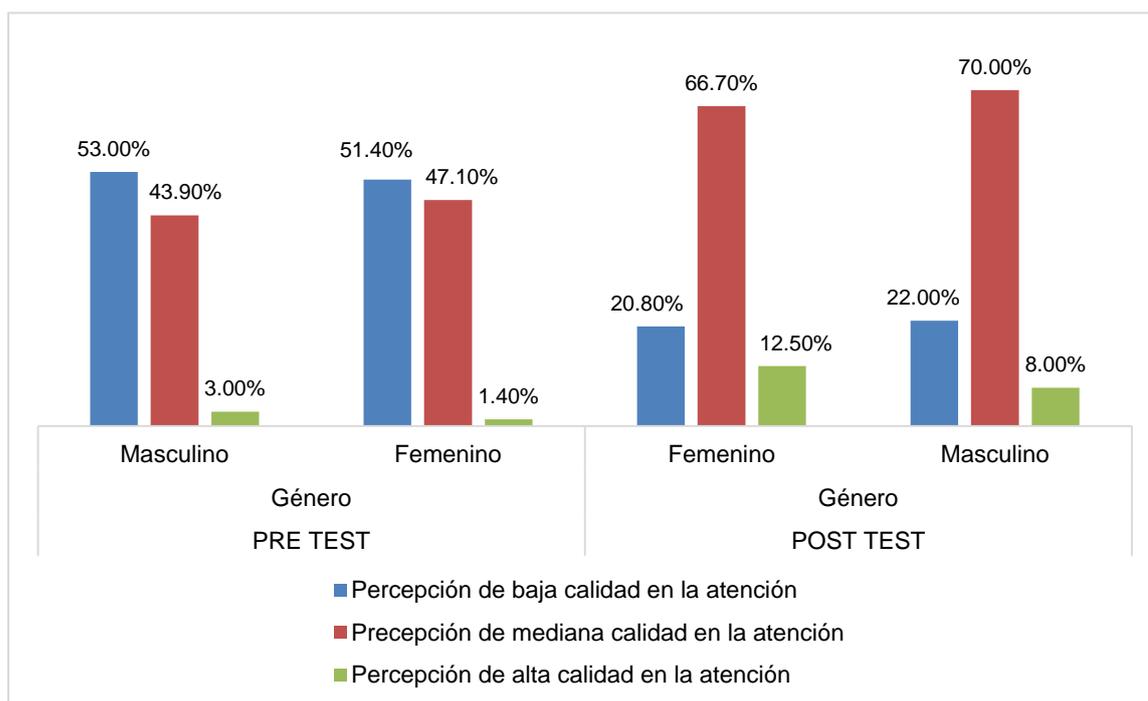
Tabla No 18

Clasificación y comparación de la percepción sobre la calidad de atención – dimensión de elementos tangibles según género

Elemento Tangible		PRE TEST			POST TEST		
		ANTES DEL FORTALECIMIENTO			DESPUES DEL FORTALECIMIENTO		
		Género			Género		
		Masculino	Femenino	Total	Femenino	Masculino	Total
Percepción de baja calidad en la atención	n	35	36	71	10	11	21
	%	53,0%	51,4%	52,2%	20,8%	22,0%	21,4%
Percepción de mediana calidad en la atención	n	29	33	62	32	35	67
	%	43,9%	47,1%	45,6%	66,7%	70,0%	68,4%
Percepción de alta calidad en la atención	n	2	1	3	6	4	10
	%	3,0%	1,4%	2,2%	12,5%	8,0%	10,2%
TOTAL	n	66	70	136	48	50	98

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla No 18, En la dimensión de elementos tangibles se observa que el 53% del genero masculino opinan que la percepcion es de baja calidad, mejorando a un 22% en el post test; asimismo el 51,4% del genero femenino en el pre test opina que la percepcion es de baja calidad mejorando en el post test a un 20,8%.en la dimensión de elemenos tangibles, el 30,6% de mujeres mejoró su percepción de baja calidad en la atención, frente a un 31% de los varones que mejoró su percepción baja.



Fuente: Elaboración propia

GRAFICA N° 07

Clasificación y comparación de la percepción sobre la calidad de atención
Dimensión de elementos tangibles según género

Municipalidad Provincial de Chachapoyas, Junio - Octubre 2015

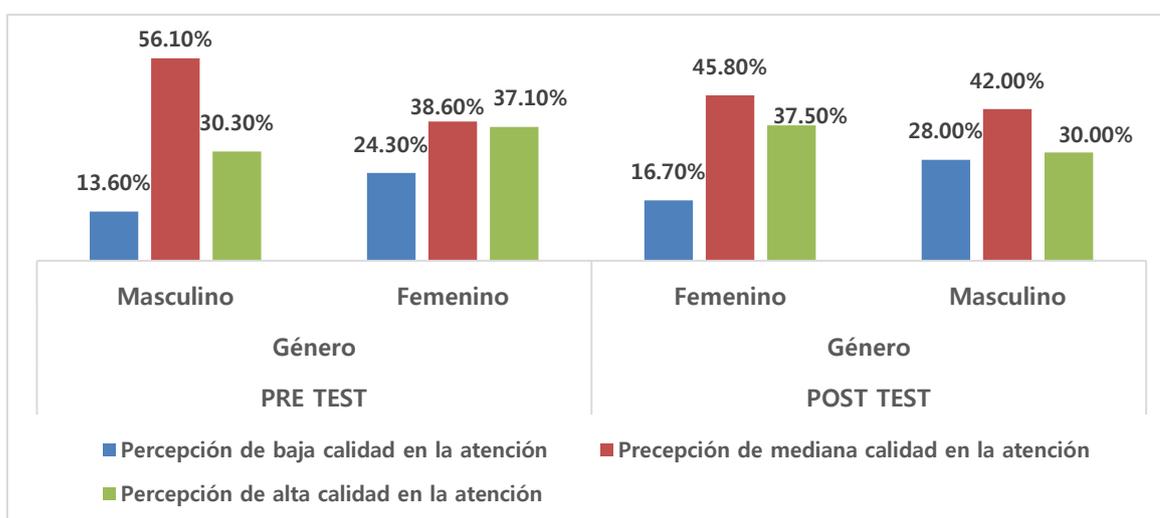
Tabla No 19

Clasificación y comparación de la percepción sobre la calidad de atención – dimensión de fiabilidad según género

Fiabilidad	PRE TEST			POST TEST			
	ANTES DEL FORTALECIMIENTO			DESPUES DEL FORTALECIMIENTO			
	Género			Género			
	Masculino	Femenino	Total	Femenino	Masculino	Total	
Percepción de baja calidad en la atención	n	9	17	26	8	14	22
	%	13,6%	24,3%	19,1%	16,7%	28,0%	22,4%
Percepción de mediana calidad en la atención	n	37	27	64	22	21	43
	%	56,1%	38,6%	47,1%	45,8%	42,0%	43,9%
Percepción de alta calidad en la atención	n	20	26	46	18	15	33
	%	30,3%	37,1%	33,8%	37,5%	30,0%	33,7%
TOTAL	n	66	70	136	48	50	98

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla No 19, En la dimensión de fiabilidad se observa que el 13,6% del género masculino opinan que la percepción es de baja calidad, incrementándose a un 28,0% en el post test; asimismo el 24,3% del género femenino en el pre test opina que la percepción es de baja calidad incrementándose en el post test a un 28%. en la dimensión de fiabilidad el 7,6% de mujeres no mejoró su percepción de baja calidad en la atención, frente a un 14,4% de los varones que no mejoró su percepción baja.



Fuente: Elaboración propia

GRAFICA No 08

Clasificación y comparación de la percepción sobre la calidad de atención
Dimensión de Fiabilidad según género

Municipalidad Provincial de Chachapoyas, Junio - Octubre 2015

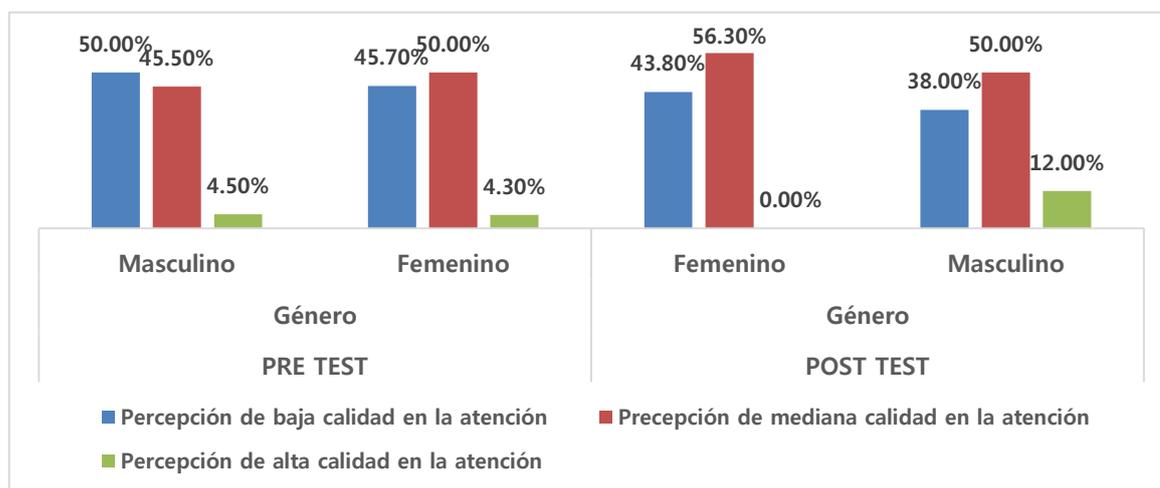
Tabla No 20

Clasificación y comparación de la percepción sobre la calidad de atención – dimensión de capacidad de respuesta según género

Capacidad Respuesta	PRE TEST			POST TEST			
	ANTES DEL FORTALECIMIENTO			DESPUES DEL FORTALECIMIENTO			
	Género			Género			
	Masculino	Femenino	Total	Femenino	Masculino	Total	
Percepción de baja calidad en la atención	n	33	32	65	21	19	40
	%	50,0%	45,7%	47,8%	43,8%	38,0%	40,8%
Precepción de mediana calidad en la atención	n	30	35	65	27	25	52
	%	45,5%	50,0%	47,8%	56,3%	50,0%	53,1%
Percepción de alta calidad en la atención	n	3	3	6	0	6	6
	%	4,5%	4,3%	4,4%	0,0%	12,0%	6,1%
TOTAL	n	66	70	136	48	50	98

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla No 20, En la dimensión de capacidad de respuesta se observa que el 50% del genero masculino opinan que la percepcion es de baja calidad, mejorando a un 38% en el post test; asimismo el 45,7% del genero femenino en el pre test opina que la percepcion es de baja calidad mejorando en el post test a un 43,8%.en la dimensión de capacidad de respuesta, el 1,9% de mujeres mejoró su percepción de baja calidad en la atención, frente a un 12%



de los varones que mejoró su percepción baja.

Fuente: Elaboración propia

GRAFICA No 09

Clasificación y comparación de la percepción sobre la calidad de atención – dimensión de capacidad de respuesta según género.

Municipalidad Provincial de Chachapoyas, Junio - Octubre 2015

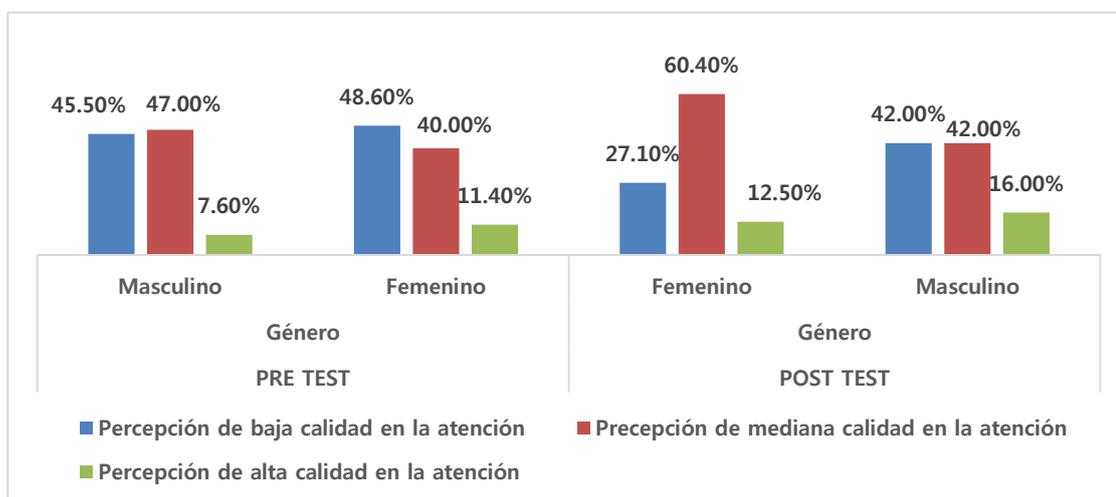
Tabla No 21

clasificación y comparación de la percepción sobre la calidad de atención – dimensión de seguridad según género

Seguridad	PRE TEST			POST TEST			
	ANTES DEL FORTALECIMIENTO			DESPUES DEL FORTALECIMIENTO			
	Género			Género			
	Masculino	Femenino	Total	Femenino	Masculino	Total	
Percepción de baja calidad en la atención	n	30	34	64	13	21	34
	%	45,5%	48,6%	47,1%	27,1%	42,0%	34,7%
Precepción de mediana calidad en la atención	n	31	28	59	29	21	50
	%	47,0%	40,0%	43,4%	60,4%	42,0%	51,0%
Percepción de alta calidad en la atención	n	5	8	13	6	8	14
	%	7,6%	11,4%	9,6%	12,5%	16,0%	14,3%
TOTAL	n	66	70	136	48	50	98

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla No 21, En la dimensión de seguridad se observa que el 45,5% del genero masculino opinan que la percepción es de baja calidad, mejorando a un 42% en el post test; asimismo el 48,6% del genero femenino en el pre test opina que la percepción es de baja calidad mejorando en el post test a un 27,1%.en la dimensión de seguridad, el 21.5% de mujeres mejoró su percepción de baja calidad en la atención, frente a un 3,5% de los varones que



mejoró su percepción baja.

Fuente: Elaboración propia

GRAFICA No 10

Clasificación y comparación de la percepción sobre la calidad de atención – dimensión de seguridad según género

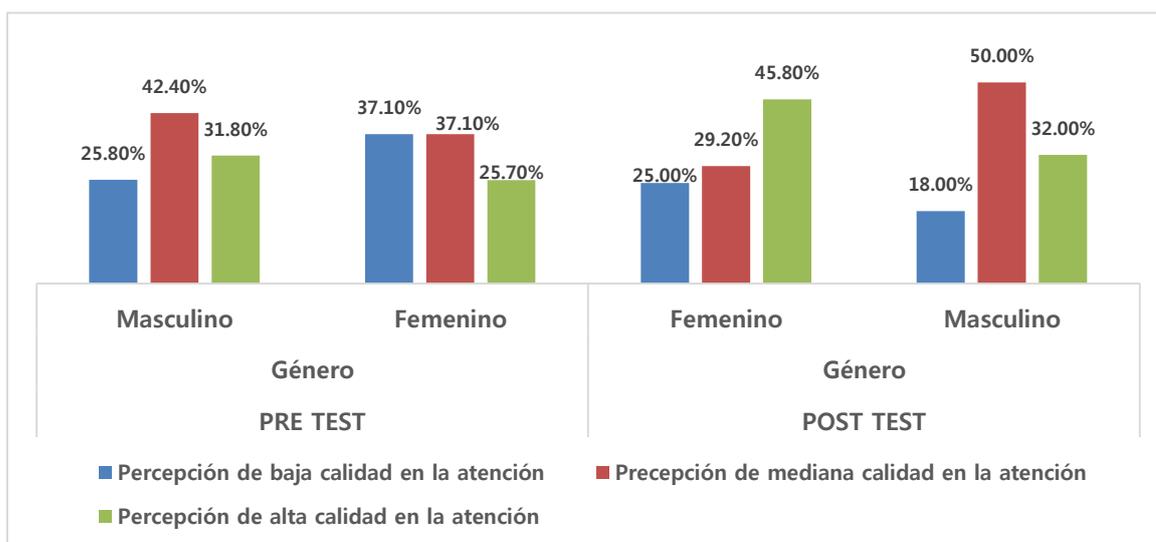
Tabla No 22

CLASIFICACIÓN Y COMPARACIÓN DE LA PERCEPCIÓN SOBRE LA CALIDAD DE ATENCIÓN – DIMENSIÓN DE EMPATÍA SEGÚN GÉNERO

Empatía	PRE TEST			POST TEST			
	ANTES DEL FORTALECIMIENTO			DESPUES DEL FORTALECIMIENTO			
	Género			Género			
	Masculino	Femenino	Total	Femenino	Masculino	Total	
Percepción de baja calidad en la atención	n	17	26	43	12	9	21
	%	25,8%	37,1%	31,6%	25,0%	18,0%	21,4%
Precepción de mediana calidad en la atención	n	28	26	54	14	25	39
	%	42,4%	37,1%	39,7%	29,2%	50,0%	39,8%
Percepción de alta calidad en la atención	n	21	18	39	22	16	38
	%	31,8%	25,7%	28,7%	45,8%	32,0%	38,8%
TOTAL	n	66	70	136	48	50	98

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla No 22, En la dimensión de empatía se observa que el 25,8% del genero masculino opinan que la percepcion es de baja calidad, mejorando a un 18% en el post test; asimismo el 37,1% del genero femenino en el pre test opina que la percepcion es de baja calidad mejorando en el post test a un 25%.en la dimensión de elemenos tangibles, el 12,2% de mujeres mejoró su percepción de baja calidad en la atención, frente a un 7,8% de los varones que mejoró su percepción baja.



Fuente: Elaboración propia

GRAFICA No 11

Clasificación y comparación de la percepción sobre la calidad de atención – dimensión de empatía según género

Municipalidad Provincial de Chachapoyas, Junio - Octubre 2015

Objetivo específico No 03

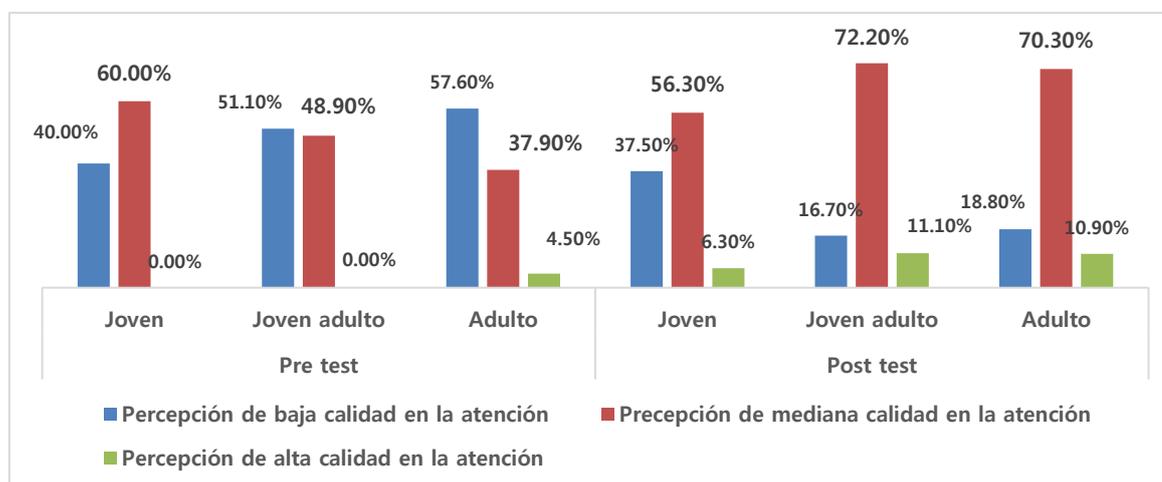
Tabla No 23

CLASIFICACIÓN Y COMPARACIÓN DE LA PERCEPCIÓN SOBRE LA CALIDAD DE ATENCIÓN – DIMENSIÓN DE ELEMENTOS TANGIBLES SEGÚN EDAD

Elemento Tangible	PRE TEST ANTES DEL FORTALECIMIENTO				POST TEST DESPUES DEL FORTALECIMIENTO				
		Joven	Joven adulto	Adulto	Total	Joven	Joven adulto	Adulto	Total
Percepción de baja calidad en la atención	n	10	23	38	71	6	3	12	21
	%	40,0%	51,1%	57,6%	52,2%	37,5%	16,7%	18,8%	21,4%
Precepción de mediana calidad en la atención	n	15	22	25	62	9	13	45	67
	%	60,0%	48,9%	37,9%	45,6%	56,3%	72,2%	70,3%	68,4%
Percepción de alta calidad en la atención	n	0	0	3	3	1	2	7	10
	%	0,0%	0,0%	4,5%	2,2%	6,3%	11,1%	10,9%	10,2%
TOTAL		25	45	66	136	16	18	64	98

Fuente: Elaboración propia

Se observa en la Tabla No 23, según la dimensión de elementos tangibles, que la mayor proporción de los usuarios encuestados en ambos grupos son adultos, de los cuales el 38,8% mejoró su percepción de baja



calidad en la atención.

Fuente: Elaboración propia

GRAFICA No 12

Clasificación y comparación de la percepción sobre la calidad de atención – dimensión de elementos tangibles según edad.

Municipalidad Provincial de Chachapoyas, Julio - Octubre 2015

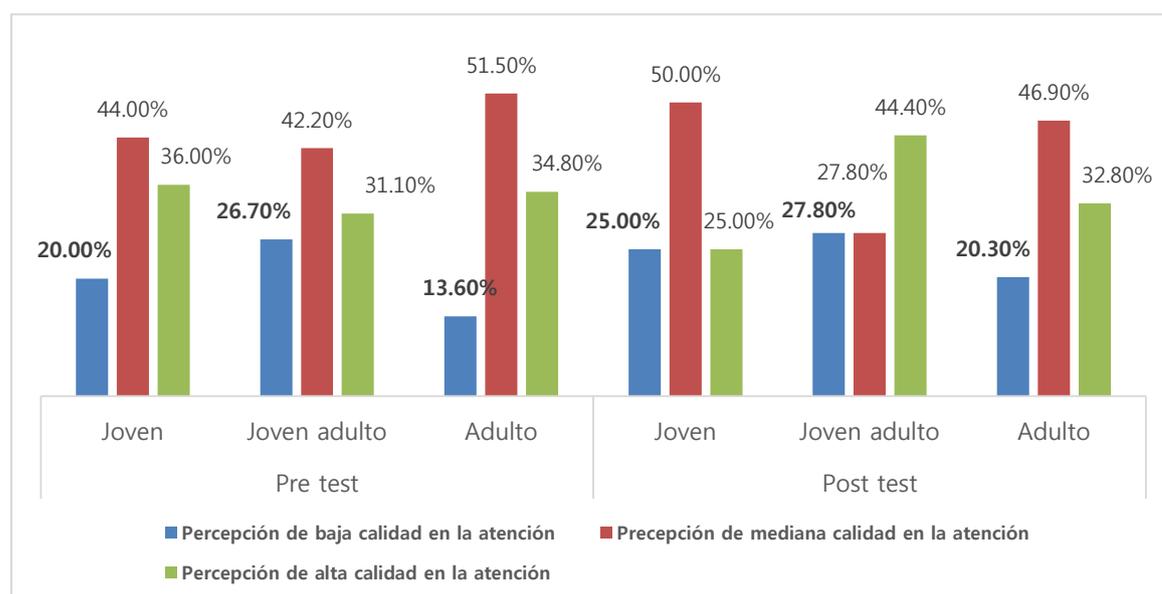
Tabla No 24

CLASIFICACIÓN Y COMPARACIÓN DE LA PERCEPCIÓN SOBRE LA CALIDAD DE ATENCIÓN-DIMENSIÓN DE FIABILIDAD SEGÚN EDAD

Fiabilidad	PRE TEST ANTES DEL FORTALECIMIENTO				POST TEST DESPUES DEL FORTALECIMIENTO				
	Joven	Joven adulto	Adulto	Total	Joven	Joven adulto	Adulto	Total	
Percepción de baja calidad en la atención	n	5	12	9	26	4	5	13	22
	%	20,0%	26,7%	13,6%	19,1%	25,0%	27,8%	20,3%	22,4%
Percepción de mediana calidad en la atención	n	11	19	34	64	8	5	30	43
	%	44,0%	42,2%	51,5%	47,1%	50,0%	27,8%	46,9%	43,9%
Percepción de alta calidad en la atención	n	9	14	23	46	4	8	21	33
	%	36,0%	31,1%	34,8%	33,8%	25,0%	44,4%	32,8%	33,7%
TOTAL	25	45	66	136	16	18	64	98	

Fuente: Elaboración propia

Se observa en la Tabla No 24, según la dimensión de fiabilidad, que la mayor proporción de los usuarios encuestados en ambos grupos son adultos, de los cuales el 6,7% no mejoró su percepción de baja calidad en la atención.



Fuente: Elaboración propia

GRAFICA No 13

Clasificación y comparación de la percepción sobre la calidad de atención –
dimensión de fiabilidad según edad

Municipalidad Provincial de Chachapoyas, Junio - Octubre 2015

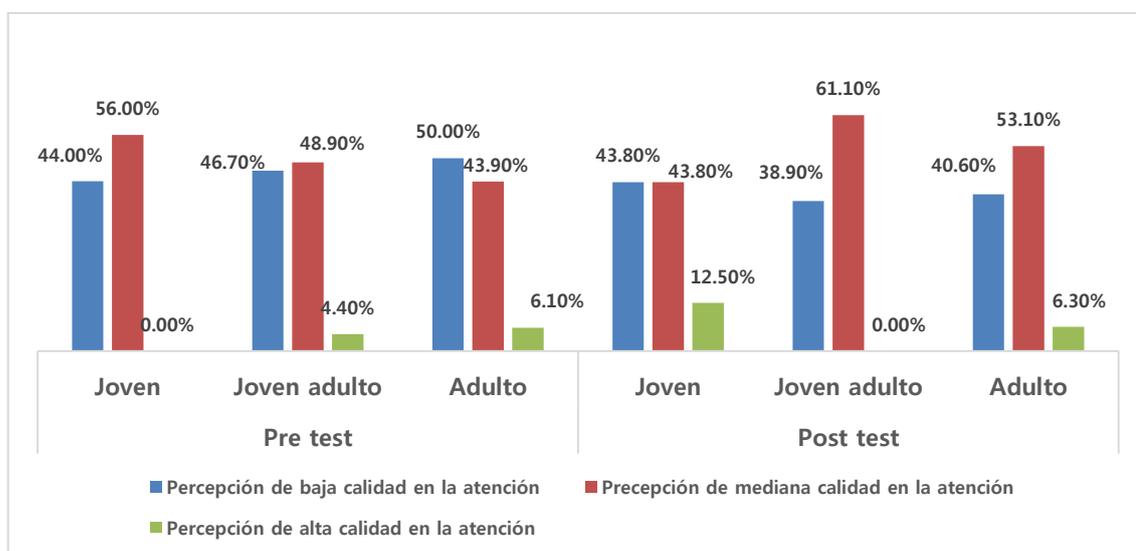
Tabla No 25

CLASIFICACIÓN Y COMPARACIÓN DE LA PERCEPCIÓN SOBRE LA CALIDAD DE ATENCIÓN – DIMENSIÓN DE CAPACIDAD DE RESPUESTA SEGÚN EDAD

Capacidad respuesta	Pre test				Post test				
	Joven	Joven adulto	Adulto	Total	Joven	Joven adulto	Adulto	Total	
Percepción de baja calidad en la atención	n	11	21	33	65	7	7	26	40
	%	44,0%	46,7%	50,0%	47,8%	43,8%	38,9%	40,6%	40,8%
Precepción de mediana calidad en la atención	n	14	22	29	65	7	11	34	52
	%	56,0%	48,9%	43,9%	47,8%	43,8%	61,1%	53,1%	53,1%
Percepción de alta calidad en la atención	n	0	2	4	6	2	0	4	6
	%	0,0%	4,4%	6,1%	4,4%	12,5%	0,0%	6,3%	6,1%
TOTAL		25	45	66	136	16	18	64	98

Fuente: Elaboración propia

Se observa en la Tabla No 25, según la dimensión de capacidad de respuesta, que la mayor proporción de los usuarios encuestados en ambos grupos son adultos, de los cuales el 9,4% mejoró su percepción de baja calidad en la atención.



Fuente: Elaboración propia

GRAFICA No 14

Clasificación y comparación de la percepción sobre la calidad de atención – dimensión de capacidad de respuesta según edad

Municipalidad Provincial de Chachapoyas, Junio - Octubre 2015

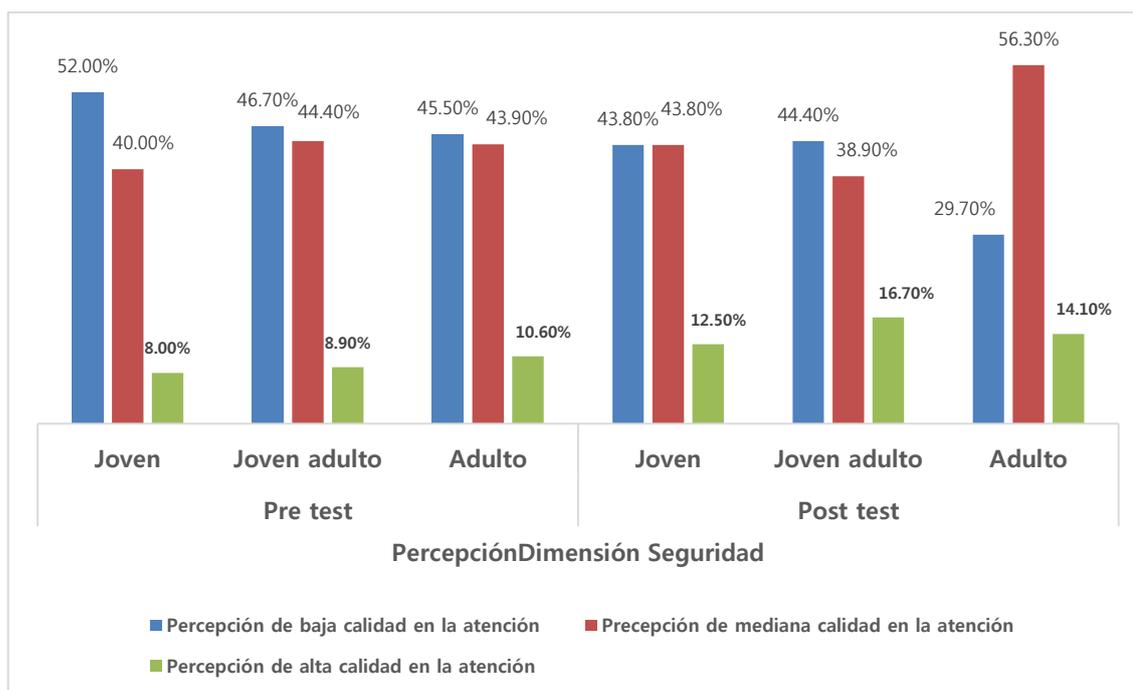
Tabla No 26

CLASIFICACIÓN Y COMPARACIÓN DE LA PERCEPCIÓN SOBRE LA CALIDAD DE ATENCIÓN – DIMENSIÓN DE SEGURIDAD SEGÚN EDAD

Seguridad	Pre test				Post test				
	Joven	Joven adulto	Adulto	Total	Joven	Joven adulto	Adulto	Total	
Percepción de baja calidad en la atención	n	13	21	30	64	7	8	19	34
	%	52,0%	46,7%	45,5%	47,1%	43,8%	44,4%	29,7%	34,7%
Percepción de mediana calidad en la atención	n	10	20	29	59	7	7	36	50
	%	40,0%	44,4%	43,9%	43,4%	43,8%	38,9%	56,3%	51,0%
Percepción de alta calidad en la atención	n	2	4	7	13	2	3	9	14
	%	8,0%	8,9%	10,6%	9,6%	12,5%	16,7%	14,1%	14,3%
TOTAL	25	45	66	136	16	18	64	98	

Fuente: Elaboración propia

Se observa en la Tabla No 26, según la dimensión de seguridad, que la mayor proporción de los usuarios encuestados en ambos grupos son adultos, de los cuales el 15,8% mejoró su percepción de baja calidad en la atención.



Fuente: Elaboración propia

GRAFICA No 15

Clasificación y comparación de la percepción sobre la calidad de atención – dimensión de seguridad según edad

Municipalidad Provincial de Chachapoyas, Junio - Octubre 2015

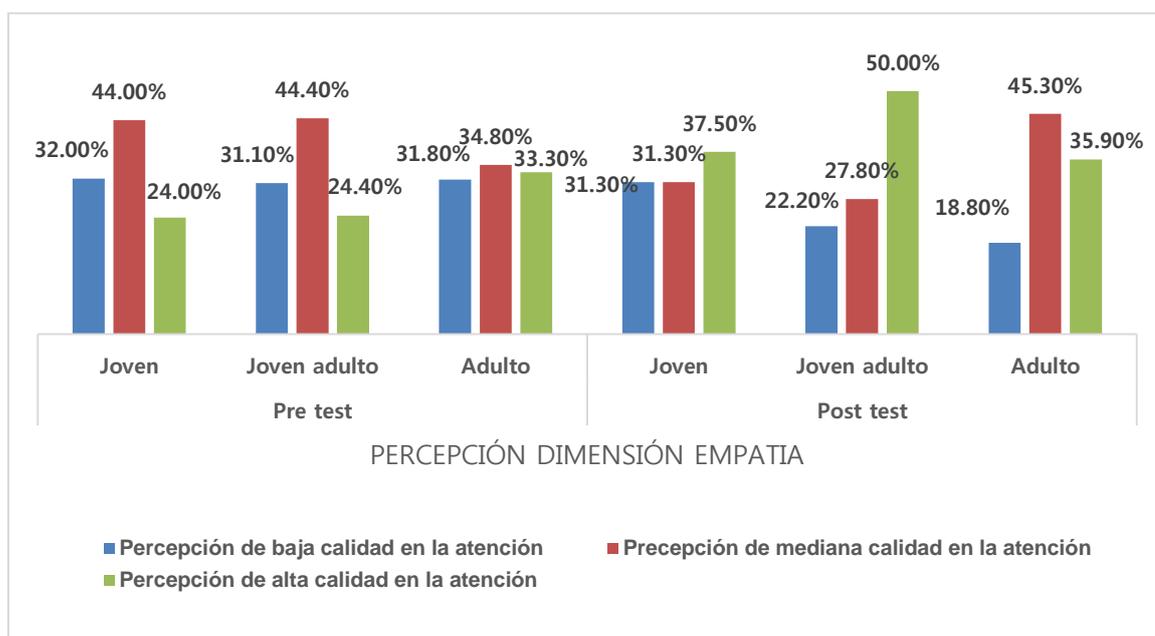
Tabla No 27

CLASIFICACIÓN Y COMPARACIÓN DE LA PERCEPCIÓN SOBRE LA CALIDAD DE ATENCIÓN – DIMENSIÓN DE EMPATÍA SEGÚN EDAD

Empatía	Pre test				Post test				
	Joven	Joven adulto	Adulto	Total	Joven	Joven adulto	Adulto	Total	
Percepción de baja calidad en la atención	n	8	14	21	43	5	4	12	21
	%	32,0%	31,1%	31,8%	31,6%	31,3%	22,2%	18,8%	21,4%
Percepción de mediana calidad en la atención	n	11	20	23	54	5	5	29	39
	%	44,0%	44,4%	34,8%	39,7%	31,3%	27,8%	45,3%	39,8%
Percepción de alta calidad en la atención	n	6	11	22	39	6	9	23	38
	%	24,0%	24,4%	33,3%	28,7%	37,5%	50,0%	35,9%	38,8%
TOTAL		25	45	66	136	16	18	64	98

Fuente: Elaboración propia

Se observa en la Tabla No 27, según la dimensión de empatía, que la mayor proporción de los usuarios encuestados en ambos grupos son adultos, de los cuales el 13% mejoró su percepción de baja calidad en la atención.



Fuente: Elaboración propia

GRAFICA No 16

Clasificación y comparación de la percepción sobre la calidad de atención – dimensión de empatía según edad.

Municipalidad Provincial de Chachapoyas, Junio - Octubre 2015

Interpretaciones del Objetivo específico No 04

Tabla No 28

**COMPARACIÓN ESTADÍSTICA DE LOS RESULTADOS DE AMBOS GRUPOS
DIMENSIÓN DE ELEMENTOS TANGIBLES SEGÚN ÁREAS**

Área en que fue atendida(o)	DIMENSION ELEMENTO TANGIBLE PRE TEST				DIMENSION ELEMENTO TANGIBLE POST TEST				
	Percepción de baja calidad en la atención	Percepción de mediana calidad en la atención	Percepción de alta calidad en la atención	Total	Percepción de baja calidad en la atención	Percepción de mediana calidad en la atención	Percepción de alta calidad en la atención	Total	
Botica municipal	N	24	17	1	42	5	22	1	28
	%	33,8%	27,4%	33,3%	30,9%	23,8%	32,8%	10,0%	28,6%
División de tránsito y circulación vial	N	11	10	0	21	0	11	3	14
	%	15,5%	16,1%	0,0%	15,4%	0,0%	16,4%	30,0%	14,3%
Gerencia de administración tributaria	N	10	15	1	35	10	11	4	25
	%	26,8%	24,2%	33,3%	25,7%	47,6%	16,4%	40,0%	25,5%
Gerencia de comercialización y fiscalización	N					4	1	0	5
	%					19,0%	1,5%	0,0%	5,1%
Registro civil	N	4	5	1	10	1	5	1	7
	%	5,6%	8,1%	33,3%	7,4%	4,8%	7,5%	10,0%	7,1%
Trámite documentario	N	13	15	0	18	1	17	1	19
	%	18,3%	24,2%	0%	20,6%	4,8%	25,4%	10,0%	19,4%
TOTAL	N	71	62	3	136	21	67	10	98

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla No 28, nos muestra que en el área de la Botica municipal según la dimensión de elementos tangibles, el 10% mejoró su percepción de baja calidad en la atención, mientras que en el área de División de tránsito, el

15,5% mejoró su baja calidad de atención, sin embargo en el área de Gerencia de administración tributaria, el 20,8% no mejoró su percepción de baja calidad de atención, de igual manera en el área de Gerencia de medio ambiente y comercialización, el 19 % tuvo una percepción de baja calidad en la atención; de igual manera en el área de registro civil el 0.8% mejoró su percepción de baja calidad en la atención y en el área de trámite documentario, el 13,5% mejoró su percepción de baja calidad en la atención.

PRUEBA DE HIPOTESIS.

FORMULACION HIPOTESIS .

H₀: No Existe relación entre las area que fue atendido según los niveles de percepción de la dimensión elemento tangible.

H₁: Existe relación entre las area que fue atendido según los niveles de percepción de la dimensión elemento tangible.

Nivel de significancia : 0,05

Estadístico prueba:
$$X^2_{calculada} = \sum \frac{(o-e)^2}{e} = 28$$

Valor crítico: $X^2_{critico} = 0,016$

Regla decision: **Se rechaza H₀**

Conclusión: Con 95% de confianza existe relación entre las área que fue atendido según los niveles de percepción de la dimensión elemento tangible.

Tabla No 29**COMPARACIÓN ESTADÍSTICA DE LOS RESULTADOS DE AMBOS GRUPOS**

Área en que fue atendida(o)	FIABILIDAD PRE TEST				FIABILIDAD POST TEST				
	Percepción de baja calidad en la atención	Percepción de mediana calidad en la atención	Percepción de alta calidad en la atención	Total	Percepción de baja calidad en la atención	Percepción de mediana calidad en la atención	Percepción de alta calidad en la atención	Total	
Botica municipal	n	9	18	15	42	7	11	10	28
	%	34,6%	28,1%	32,6%	30,9%	31,8%	25,6%	30,3%	28,6%
División de tránsito y circulación vial	n	2	14	5	21	0	4	10	14
	%	7,7%	21,9%	10,9%	15,4%	0,0%	9,3%	30,3%	14,3%
Gerencia de administración tributaria	n	10	14	11	35	8	12	5	25
	%	38,5%	21,9%	23,9%	25,7%	36,4%	27,9%	15,2%	25,5%
Gerencia de comercialización y fiscalización	n					3	2	0	5
	%					13,6%	4,7%	0,0%	5,1%
Registro civil	n	2	3	5	10	0	4	3	7
	%	7,7%	4,7%	10,9%	7,4%	0,0%	9,3%	9,1%	7,1%
Trámite documentario	n	3	15	10	28	4	10	5	19
	%	11,5%	23,4%	21,7%	20,6%	18,2%	23,3%	15,2%	19,4%
TOTAL	n	26	64	46	136	22	43	33	98

DIMENSIÓN DE FIABILIDAD SEGÚN ÁREAS

Fuente: elaboración propia

Interpretación:

En la Tabla No 29, nos muestra; que en el área de la Botica municipal según la dimensión de fiabilidad, el 2,8% mejoró su percepción de baja calidad en la atención, mientras que en el área de División de tránsito, el 7,7% mejoró su baja calidad de atención, sin embargo en el área de Gerencia de administración tributaria, el 2.1% no mejoró su percepción de baja calidad de atención, de igual manera en el área de Gerencia de medio ambiente y comercialización, el 13,6 % tuvo una percepción de baja calidad en la atención; de igual manera en el área de registro civil el 7,7% mejoró su percepción de baja calidad en la atención y en el área de trámite documentario, el 6,7% no mejoró su percepción de baja calidad en la atención.

PRUEBA DE HIPOTESIS.

FORMULACION HIPOTESIS .

H₀: No Existe relación entre las áreas que fueron atendidos los usuarios , según los niveles de percepción de la dimensión Fiabilidad.

H₁: Existe relación entre las areas que fueron atendidos los usuarios , según los niveles de percepción de la dimensión Fiabilidad.

Nivel de significancia : 0,05

Estadístico prueba:
$$X^2_{\text{calculada}} = \sum \frac{(o-e)^2}{e} = 20.94$$

Valor crítico: $X^2_{\text{critico}} = 0,284$

Regla decision: Se rechaza **H₀**

Conclusión: Con 95% de confianza existe relación entre las area que fue atendido según los niveles de percepción de la dimensión Fiabilidad.

Tabla No 30

**COMPARACIÓN ESTADÍSTICA DE LOS RESULTADOS DE AMBOS GRUPOS
DIMENSIÓN DE CAPACIDAD DE RESPUESTA SEGÚN ÁREAS**

Área en que fue atendida(o)	DIMENSIÓN CAPACIDAD RESPUESTA – PRE TEST				DIMENSIÓN CAPACIDAD RESPUESTA – POST TEST				
	Percepción de baja calidad en la atención	Precepción de mediana calidad en la atención	Percepción de alta calidad en la atención	Total	Percepción de baja calidad en la atención	Precepción de mediana calidad en la atención	Percepción de alta calidad en la atención	Total	
Botica municipal	n	17	24	1	42	10	15	3	28
	%	26,2%	36,9%	16,7%	30,9%	25,0%	28,8%	50,0%	28,6%
División de tránsito y circulación vi	n	8	13	0	21	3	11	0	14
	%	12,3%	20,0%	0,0%	15,4%	7,5%	21,2%	0,0%	14,3%
Gerencia de administración tributaria	n	20	13	2	35	13	10	2	25
	%	30,8%	20,0%	33,3%	25,7%	32,5%	19,2%	33,3%	25,5%
Gerencia de comercialización y fiscalización.	n					5	0	0	5
	%					12,5%	0,0%	0,0%	5,1%
Registro civil	n	5	2	3	10	4	3	0	7
	%	7,7%	3,1%	50,0%	7,4%	10,0%	5,8%	0,0%	7,1%
Trámite documentario	n	15	13	0	28	5	13	1	19
	%	23,1%	20,0%	0,0%	20,6%	12,5%	25,0%	16,7%	19,4%
TOTAL	n					40	52	6	98

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla No 30, nos muestra que en el área de la Botica municipal según la dimensión de capacidad de respuesta, el 1,2% mejoró su percepción de baja calidad en la atención, mientras que en el área de División de tránsito, el 4,8% mejoró su baja calidad de atención, sin embargo en el área de Gerencia de administración tributaria, el 1,7% no mejoró su percepción de baja calidad de atención, de igual manera en el área de Gerencia de medio ambiente y comercialización, el 12,5 % tuvo una percepción de baja calidad en la atención; de igual manera en el área de registro civil el 2,3% no mejoró su percepción de baja calidad en la atención y en el área de trámite documentario, el 10,6% mejoró su percepción de baja calidad en la atención.

PRUEBA DE HIPOTESIS.

FORMULACION HIPOTESIS .

H₀: No Existe relación entre las areas que fueron atendidos los usuarios, según los niveles de percepcin de la dimensión Capacidad Respuesta.

H₁: Existe relación entre las áreas que fueron atendidos los usuarios, según los niveles de percepción de la dimensión Capacidad Respuesta.

Nivel de significancia : 0,05

Estadistico prueba:
$$X^2_{calculada} = \sum \frac{(o-e)^2}{e} = 16,84$$

Valor critico: $X^2_{critico} = 0,0780$

Regla decision: Se rechaza Ho

Conclusión: Con 95% de confianza existe relación entre las area que fue atendido según los niveles de percepción de la dimensión Capacidad Respuesta.

Tabla No 31**COMPARACIÓN ESTADÍSTICA DE LOS RESULTADOS DE AMBOS GRUPOS
DIMENSIÓN DE SEGURIDAD SEGÚN ÁREAS**

Área en que fue atendida(o)	DIMENSIÓN SEGURIDAD – PRE TEST				DIMENSIÓN SEGURIDAD – POST TEST				
	Percepción de baja calidad en la atención	Percepción de mediana calidad en la atención	Percepción de alta calidad en la atención	Total	Percepción de baja calidad en la atención	Percepción de mediana calidad en la atención	Percepción de alta calidad en la atención	Total	
Botica municipal	n	18	17	7	42	9	12	7	28
	%	28,1%	28,8%	53,8%	30,9%	26,5%	24,0%	50,0%	28,6%
División de tránsito y circulación vial	n	7	13	1	21	1	11	2	14
	%	10,9%	22,0%	7,7%	15,4%	2,9%	22,0%	14,3%	14,3%
Gerencia de administración tributaria	n	22	12	1	35	13	10	2	25
	%	34,4%	20,3%	7,7%	25,7%	38,2%	20,0%	14,3%	25,5%
Gerencia de comercialización y fiscalización	n					5	0	0	5
	%					14,7%	0,0%	0,0%	5,1%
Registro civil	n	3	4	3	10	0	7	0	7
	%	4,7%	6,8%	23,1%	7,4%	0,0%	14,0%	0,0%	7,1%
Trámite documentario	n	14	13	1	28	6	10	3	19
	%	21,9%	22,0%	7,7%	20,6%	17,6%	20,0%	21,4%	19,4%
TOTAL	n					34	50	14	98

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla No 31, nos muestra, que en el área de la Botica municipal según la dimensión de seguridad, el 1,6% mejoró su percepción de baja calidad en la atención, mientras que en el área de División de tránsito, el 8% mejoró su baja calidad de atención, sin embargo en el área de Gerencia de administración

tributaria, el 3,8% no mejoró su percepción de baja calidad de atención, de igual manera en el área de Gerencia de medio ambiente y comercialización, el 14,7 % tuvo una percepción de baja calidad en la atención; de igual manera en el área de registro civil el 4,7% mejoró su percepción de baja calidad en la atención y en el área de trámite documentario, el 4,3% mejoró su percepción de baja calidad en la atención.

PRUEBA DE HIPOTESIS.

FORMULACION HIPOTESIS .

H₀:No Existe relación entre las áreas que fueron atendidos los usuarios, según los niveles de percepción de la dimensión Seguridad.

H₁: Existe relación entre las áreas que fueron atendidos los usuarios, según los niveles de percepción de la dimensión Seguridad..

Nivel de significancia : 0,05

Estadístico prueba:
$$X^2_{\text{calculada}} = \sum \frac{(o-e)^2}{e} = 27,48$$

Valor crítico: $X^2_{\text{critico}} = 0,022$

Regla decision: **Se rechaza Ho**

Conclusión: Con 95% de confianza existe relación entre las area que fue atendido según los niveles de percepción de la dimensión Seguridad.

Tabla No 32**COMPARACIÓN ESTADÍSTICA DE LOS RESULTADOS DE AMBOS GRUPOS
DIMENSIÓN DE EMPATÍA SEGÚN ÁREAS**

Área en que fue atendida(o)	DIMENSIÓN EMPATIA - PRE TEST				DIMENSIÓN EMPATIA - POST TEST				
	Percepción de baja calidad en la atención	Precepción de mediana calidad en la atención	Percepción de alta calidad en la atención	Total	Percepción de baja calidad en la atención	Precepción de mediana calidad en la atención	Percepción de alta calidad en la atención	Total	
Botica municipal	n	9	17	16	42	3	8	17	28
	%	20,9%	31,5%	41,0%	30,9%	14,3%	20,5%	44,7%	28,6%
División de tránsito y circulación vi	n	3	14	4	21	0	6	8	14
	%	7,0%	25,9%	10,3%	15,4%	0,0%	15,4%	21,1%	14,3%
Gerencia de administración tributaria	n	15	11	9	35	13	8	4	25
	%	34,9%	20,4%	23,1%	25,7%	61,9%	20,5%	10,5%	25,5%
Gerencia de comercialización y fiscalización	n					3	2	0	5
	%					14,3%	5,1%	0,0%	5,1%
Registro civil	n	4	2	4	10	1	3	3	7
	%	9,3%	3,7%	10,3%	7,4%	4,8%	7,7%	7,9%	7,1%
Trámite documentario	n	12	10	6	28	1	12	6	19
	%	27,9%	18,5%	15,4%	20,6%	4,8%	30,8%	15,8%	19,4%
TOTAL	n					21	39	38	98

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla No 32, nos muestra que en el área de la Botica municipal según la dimensión de empatía, el 6,6% mejoró su percepción de baja calidad en la

atención, mientras que en el área de División de tránsito, el 7% mejoró su baja calidad de atención, sin embargo en el área de Gerencia de administración tributaria, el 27% no mejoró su percepción de baja calidad de atención, de igual manera en el área de Gerencia de medio ambiente y comercialización, el 14,4 % tuvo una percepción de baja calidad en la atención; de igual manera en el área de registro civil el 4,5% mejoró su percepción de baja calidad en la atención y en el área de trámite documentario, el 23,1% mejoró su percepción de baja calidad en la atención.

PRUEBA DE HIPOTESIS.

FORMULACION HIPOTESIS .

H₀: No Existe relación entre las areas que fueron atendidos los usuarios , según los niveles de percepción de la dimensión de Empatía

H₁: Existe relación entre las areas que fueron atendidos los usuarios , según los niveles de percepción de la dimensión de Empatía.

Nivel de significancia : 0,05

Estadístico prueba:
$$X^2_{calculada} = \sum \frac{(o-e)^2}{e} = 35,54$$

Valor crítico: $X^2_{critico} = 0,0001$

Regla decision: Se rechaza **H₀**

Conclusión: Con 95% de confianza existe relación entre las area que fue atendido según los niveles de percepcion de la dimension Empatía.

4.3 DISCUSION DE RESULTADOS:

Estudio cuasi experimental – socio crítica, basado en el cuestionario **SERVQUAL**, instrumento validado para su uso en la Municipalidad Provincial de Chachapoyas, por parte de dos Psicólogas conocedoras del tema, lográndose adaptar los ítems de cada dimensión, lo que permitió medir la baja, mediana y alta calidad en los servicios percibidos por los usuarios.

La validez del instrumento fue por análisis factorial, su consistencia interna por el coeficiente alfa de **Cron Bach** de 0,895 tal como se puede apreciar del reporte dado por el software estadístico SPSS versión 21 y su aplicación en una muestra no probabilística de 136 usuarios servicios que brinda la Municipalidad provincial de Chachapoyas.

La dimensión más negativa percibida por 65 usuarios en las 5 áreas investigadas, fue de **Fiabilidad**, señalándose que la Municipalidad cuando a través de sus servidores públicos promete hacer algo en cierto tiempo no lo cumple. Esto coincide con los estudios realizados sobre percepción de calidad de la atención en salud, en el Hospital Universitario del Valle (HUV, “Evaristo García”, ESE Cali, Valle, Colombia 2010 C).

Los talleres de fortalecimiento de las habilidades sociales de Autoestima y comunicación dado a los servidores públicos, mejoró la percepción sobre la calidad de la atención por parte de los usuarios que reciben el servicio, porque amplió sus conocimientos generando un cambio de actitud positiva, el mismo que garantiza una atención de calidad.

Del mismo modo, existe relación entre las áreas que fueron atendidos los usuario según los niveles de percepcion de las dimensiones: Elemento tangible, Fiabilidad; Capacidad Respuesta; Seguridad y Empatía.

El instrumento que se utilizó para calificar las respuestas fue la escala Likert, asociando a cada respuesta una puntuación, con la intención de transformar

una apreciación cualitativa del usuario en una cuantitativa que permitiera medir la calidad de servicio que brindan los servidores públicos. Por esta razón recomendamos utilizar una escala numérica del 1 al 5, donde Totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, incluyendo una posición neutral ni en desacuerdo ni de acuerdo, hasta el otro extremo donde el entrevistado puede expresar estar de acuerdo o totalmente de acuerdo con las declaraciones planteadas.

CAPITULO V

5.1 CONCLUSIONES

1. En conclusión, se ha logrado demostrar que el fortalecimiento de habilidades sociales en autoestima y comunicación aplicada a los servidores públicos, si es eficiente para mejorar la percepción sobre la calidad de atención de los usuarios.
2. **EI SERVQUAL** se considera un cuestionario útil como instrumento válido, confiable y aplicable para medir la calidad percibida por los usuarios de la atención que brindan los servidores públicos de la Municipalidad Provincial de Chachapoyas e identificar las principales causas del nivel de percepción e implementar proyectos de mejora.
3. Al analizar los cuadros, se concluyó que la percepción sobre la calidad de atención que dieron los usuarios en cada una de las dimensiones del test **SERVQUAL**, en la que más se necesita poner atención, es la dimensión de **FIABILIDAD**; por otra parte en el área de Gerencia de administración tributaria, los usuarios se encuentra inconforme con la capacidad de respuesta de los servidores públicos.
4. Cabe mencionar, que desarrollar la presente investigación fue de mucha importancia para la Municipalidad Provincial de Chachapoyas, ya que en el área de Botica Municipal se implementó mejoras inmediatas como la elaboración y aplicación de Normas de integración laboral, que permitirán brindar un servicio con mayor calidad con una percepción positiva sobre la calidad de atención que recibieron.

5.2 RECOMENDACIONES

1. Presentar y proponer al Alcalde de la Municipalidad Provincial de Chachapoyas la Implementación de un área de Integración laboral con el propósito de fortalecer permanentemente las habilidades sociales en autoestima y comunicación aplicada a los gestores y servidores públicos, con el objetivo de generar un cambio de actitud positiva, el mismo que garantizará una atención con calidad y va a mejorar la percepción que tienen los usuarios sobre la calidad de atención que reciben por parte de sus servidores públicos.
2. Finalmente, se sugiere a las autoridades de la Municipalidad provincial de Chachapoyas realicen estudios posteriores, enfocados a detectar la percepción sobre la calidad en la atención por los usuarios.

VI REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS:

Alles, a. (2007). Comportamiento organizacional: cómo lograr un cambio cultural a través de la gestión por competencias. Granica, Buenos Aires.

Camacho P. (2004) "Enfoque Epistemológico del Liderazgo transformacional". Omnia, Vol. 10, núm.02.

Cano, A. (2005). Cultura Empresarial y Clima laboral. Instituto Politécnico Nacional. Escuela Superior de Ingeniería y arquitectura.

Cantú, D. H. (2001). Desarrollo de una Cultura de Calidad. Editorial McGraw Hill. México.

Cronin, J. y Taylor, S. (1992). Measuring service quality: a reexamination and extension. **Journal of Marketing**. Vol. 56, pp. 55-68.

Denton D. K. (1999). Calidad en el Servicio a los Clientes. Editorial Díaz de Santos S.A. Madrid.

Evans y Lindsay (2000) "Administración y control de la calidad" séptima edición. México D.F.

Frankl Victor (2003). "Filosofía de la acción".

González Santa Cruz; Tesis "Las habilidades directivas como ventajas competitivas". De la Universidad de Córdoba (Spain).Müller, de la Lama, E. (1999). Cultura de Calidad del Servicio. México: Editorial Trillas.

Kaoru Ishikawa (2013). "Principios de la calidad".

Losada, M. y Heaphy, E. (2004). The role of positivity and connectivity in the performance of business teams: A nonlinear model. *American Behavioral Scientist*, 47.

MBA O. Mego (2011) (Pág. 18, 181) Tesis doctoral "Propuesta de un Sistema de gestión de calidad para la mejora del servicio en la Municipalidad Provincial de Chiclayo – Lambayeque"

Madrigal, B. (2006) *Habilidades Directivas*. México: Mc Graw Hill.

Madrigal, B. (2006) *Habilidades Directivas*. México: Mc Graw Hill.

Madrigal, B. (2006) Pág. 24, 25 *Habilidades Directivas*. México: Mc Graw Hill

Payne, A. (1996). *La Esencia de la Mercadotecnia de Servicios*. México: Prentice Hall Iberoamericana, S.A.

Pereda Pérez, Francisco Javier; López-Guzmán Guzmán, Tomás; Francisco (2014) (Pág. 555,556) "Las habilidades directivas como ventaja competitiva".

Philip B. Crosby (2013) (Pág. 30) "Modelo de la administración de la calidad"

Parasuraman, A. Berry, L. (1993). *Calidad Total en la Gestión de Servicios*. Edición, Díaz de Santos S.A, Madrid.

Política Nacional de la Modernización de la Gestión Pública, decreto supremo No 004-2013-PCM.

Pride, William M.; Ferrell, O.C.; Rosas Lopetegui, Gloria E. (1997). Marketing: Conceptos y estrategias. México. Editorial McGraw-Hill.

Ribeiro (1997) Pág. 67 Ribeiro (1997) pp. 67 Autoevaluación - "Estrategias para el desarrollo del Autoestima".

Setó P., Dolores (2004). De la Calidad de servicio a la fidelidad del cliente, España, Editorial ESIC.

Scheler M. (2011) Filosofía axiológica."Axiología de los valores".

Stanton, William; Etzel, Michael; Walter, Bruce (2004). **Fundamentos de marketing**, México, Editorial McGraw-Hill.

Valls F., Wilfredo (2004). **Modelo RE- SORTQUAL** para la evaluación de la calidad percibida del servicio en un destino turístico de sol y playa. Servicio al cliente.

Vidal Díaz, Leonel (2000). "Autoestima y motivación, valores para el desarrollo personal" Co operativa editorial.

Whetten y Cameron (2005) Pág. 215 -216 "Desarrollo de habilidades directivas"

Zeithaml, et al (1993), Calidad Total en la Gestión de Servicios.

Zepeda Herrera, Fernando (1985). Psicología Organizacional. Addison Wesley Longman.

Wellington (1997) Pág. 14, 96-97, “Mejoramiento continuo en el servicio de atención al cliente”

Zeithaml, V. Parasuraman, A. Berry, L. (1993). Calidad Total en la Gestión de Servicios. Edición, Díaz de Santos S.A, Madrid.

ARTICULOS:

Camacho Castillo (2011). “La Autoestima”

<http://www.monografias.com/trabajos93/sobre-autoestima/sobre-autoestima.shtml>

REVISTA:

Revista Venezolana de Gerencia (RVG) Año 16. N° 56, 2011,622 - 639 Universidad del Zulia (LUZ) • ISSN 1315-998

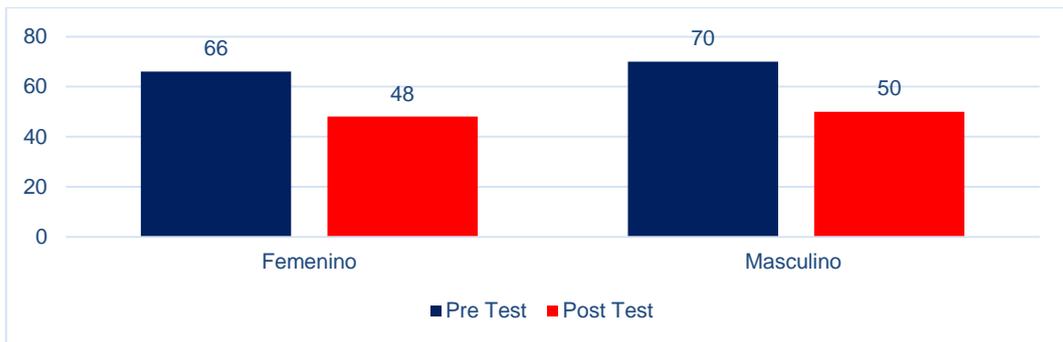
ANEXO

ANEXO I

DATOS SOCIO DEMOGRAFICOS:

Gráfica No 17

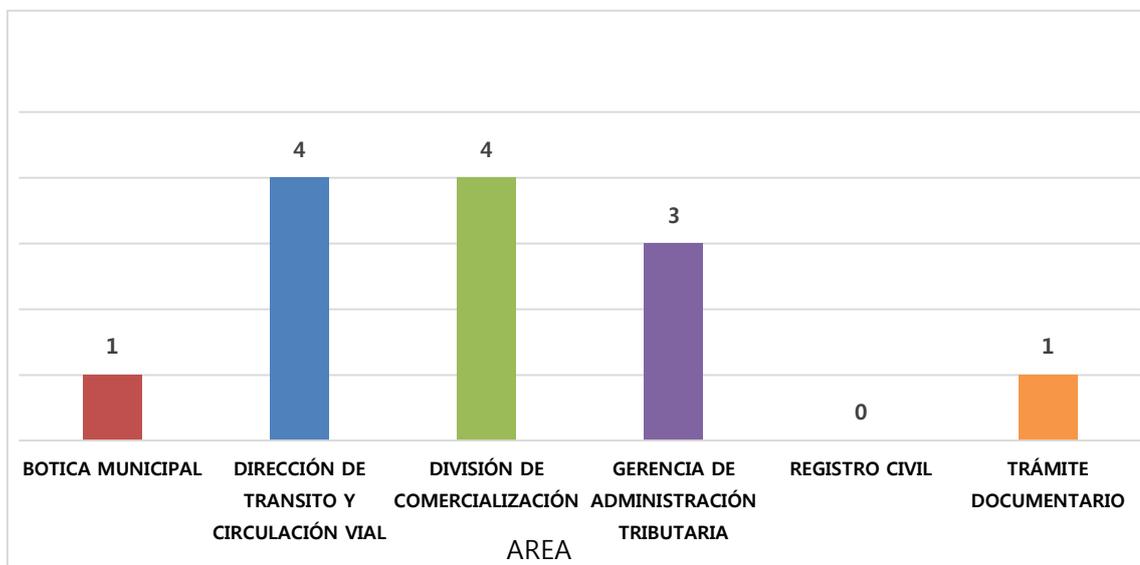
Distribución de los usuarios del grupo control y experimental según Género



Fuente: Elaboración propia

Gráfica N° 18

Distribución de servidores publicos para el fortalecimiento de habilidades, Municipalidad Provincial de Chachapoyas, Junio - Octubre 2015



ANEXO II

TEST DE PERCEPCION DE LA CALIDAD DE SERVICIO PERCIBIDA – CUESTIONARIO DEL TEST SERVQUAL MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CHACHAPOYAS

Buenos días/ tardes, nuestros nombres son Elvia Huamán Gormas y Lygher López Tuesta, maestrantes del último ciclo de la **MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA** de la Universidad Cesar Vallejo. En estos momento estamos realizando un estudio para conocer su percepción sobre la calidad de la atención de las siguientes áreas: **Botica Municipal, División de Tránsito y circulación vial, Gerencia de Administración tributaria, Oficina de Registro Civil, Trámite documentario y Gerencia de medio ambiente y división de comercialización** de la Municipalidad Provincial de Chachapoyas, con el propósito final de mejorar los servicios que brindan.

Por esa razón lo estoy visitando, ya que usted ha aceptado voluntariamente participar en este estudio y responder unas preguntas sobre el tema. Esta encuesta tardará alrededor de 10 minutos. Le agradezco de antemano su valiosa opinión.

INFORMACIÓN SOCIODEMOGRÁFICA:

DATOS GENERALES:

1. Edad: _____ 2. Género: Masculino _____ Femenino _____

3. Área en que fue atendido(a) _____

4. Dirección: _____

INSTRUCCIONES:

A continuación se presentan una serie de enunciados a los cuales usted deberá responder marcando con un aspa de acuerdo a lo que considere adecuado:

1. Totalmente en desacuerdo
2. Desacuerdo
3. Igual
4. De acuerdo

ELEMENTOS TANGIBLES

5. Totalmente de acuerdo

	TD	D	I	A	TA
La Municipalidad Provincial de Chachapoyas cuenta con equipos e instalaciones modernos (computadoras, impresoras, etc.)	1	2	3	4	5
Las instalaciones físicas de la Municipalidad son visualmente atractivas	1	2	3	4	5
Los servidores públicos de la Municipalidad, cuando brindan un servicio, tienen apariencia limpia.	1	2	3	4	5
Las áreas de atención al usuario, cuentan con material informativo adecuado (folletos, estados de cuenta y similares) y visualmente atractivos.	1	2	3	4	5
FIABILIDAD					
Cuando la Municipalidad a través de sus servidores públicos promete hacer algo en cierto tiempo, lo hace.	1	2	3	4	5
Cuando un usuario tiene un problema, los servidores públicos de la Municipalidad, muestran un sincero interés en solucionarlo.	1	2	3	4	5
Los servidores públicos dan un buen servicio cuando es la primera vez	1	2	3	4	5
Los servidores públicos de la Municipalidad atiende a los usuarios en el tiempo prometido	1	2	3	4	5
Las áreas de los servicios que brindan la Municipalidad, cuenta con un libro de reclamaciones.	1	2	3	4	5
CAPACIDAD DE RESPUESTA					
Los servidores públicos de la Municipalidad Provincial de Chachapoyas, comunican a los usuarios cuando concluirá la realización del servicio.	1	2	3	4	5
Los servidores públicos de la Municipalidad Provincial de Chachapoyas, ofrecen un servicio rápido a los usuarios.	1	2	3	4	5
Los servidores públicos de la Municipalidad Provincial de Chachapoyas, siempre están dispuestos a ayudar a sus usuarios.	1	2	3	4	5
Los servidores públicos de la Municipalidad Provincial de Chachapoyas, nunca están demasiado ocupados para responder a las preguntas de sus usuarios.	1	2	3	4	5
SEGURIDAD					
El comportamiento de servidores públicos de la Municipalidad Provincial de Chachapoyas, transmite confianza a sus usuarios.	1	2	3	4	5
Los usuarios se sienten seguros en sus transacciones, con los servidores públicos de la Municipalidad Provincial de Chachapoyas,	1	2	3	4	5
Los servidores públicos de la Municipalidad Provincial de Chachapoyas, son siempre amables con los usuarios.	1	2	3	4	5
Los servidores públicos de la Municipalidad Provincial de Chachapoyas, tienen conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los usuarios.	1	2	3	4	5
EMPATÍA					
Los servidores públicos de la Municipalidad Provincial de Chachapoyas, brindan a sus usuarios una atención individualizada (Acceso fácil, buenas comunicaciones y comprensión del usuario)	1	2	3	4	5
La Municipalidad Provincial de Chachapoyas, tiene horarios de trabajo convenientes para todos sus usuarios.	1	2	3	4	5
La Municipalidad Provincial de Chachapoyas tiene servidores públicos cuya habilidad te inspira credibilidad, confianza, competencia profesional, cortesía y garantía.	1	2	3	4	5
La Municipalidad Provincial de Chachapoyas, se preocupa por los mejorar intereses de sus usuarios.	1	2	3	4	5
La Municipalidad Provincial de Chachapoyas, comprende las necesidades específicas de sus usuarios	1	2	3	4	5

ANEXO III
PROGRAMA DE HABILIDADES SOCIALES
TALLER SOBRE AUTOESTIMA

Objetivo:

Fortalecer las habilidades sociales de Autoestima y comunicación de los servidores públicos, que permita el desarrollo armonioso de los seres humanos, la toma adecuada de decisiones y la adecuada interrelación del binomio servidor - usuario.

Contenidos:

Los servidores públicos deben conocer y experimentar 3 sesiones de autoestima.

1. Aceptándome.
2. Conociéndome.
3. Fortalecimiento de la AUTOESTIMA, entendida como habilidad social para la vida, que permite el la integración laboral y sentirme orgulloso(a) de mis logros.

Participantes:

Los talleres estarán dirigidos a 13 servidores públicos del grupo experimental de la investigación, de las áreas de: Botica Municipal, División de tránsito y circulación vial, Gerencia de Administración tributaria, Oficina de Registro Civil, Trámite documentario y la unidad de ejecutoría tributaria de la Municipalidad Provincial de Chachapoyas.

Metodología:

- Los talleres serán participativas y desarrolladas a través de lluvias de ideas, dinámicas, desarrollo de preguntas y exposiciones.
- Se proyectará los conceptos sobre:
- AUTOESTIMA, TIPOS DE AUTOESTIMA, CARACTERÍSTICAS DE UNA PERSONA CON ALTA Y BAJA AUTOESTIMA, PROBLEMAS QUE CAUSAN BAJA AUTOESTIMA Y CONSEJOS PARA MEJORAR EL AUTOESTMA

Tiempo:

Los talleres tendrán 02 horas de duración.

TALLER EXPERIENCIAL

"CONSTRUYENDO EL ROSTRO AMIGABLE DE LOS TRABAJADORES DE LA MUNICIPALIDAD - CHACHAPOYAS"



N°	ACTIVIDAD	OBJETIVO	MATERIALES	TIEMPOS	OBSEVACIONES
01	<p>Recepción de participantes</p> <p>Firma de asistencia</p>	Romper el hielo	Ficha de asistencia (deben llevar su ficha de asistencia para los participantes)	05min	Todos los participantes deben estar con ropa holgada y cómoda
02	Mis Expectativas	¿Qué espero del taller?	<p>13 hojas bond</p> <p>13 lápices</p>		

			05 papelotes 01 cinta Masking tape gruesa	10 min	
03	Ordena mi Desorden O Recoge mi Tiradero	Concientizar a los equipos de trabajo acerca del impacto negativo que sus actos u omisiones pueden tener en otras personas o equipos, afectando así la efectividad organizacional.	Cordón o driza de 75 cm, el número depende de: (si son 13 participantes, solo se requiere 7 U 8 cuerdas de 75cm c/u, sin son 20 participantes, solo 10 cuerdas de 75cm c/u, etc. (teniendo en cuenta el número de participantes). 	25min	
04	Dibujando a Ciegas	Desarrollar las habilidades de ver las cosas desde el punto de vista opuesto o al propio.	13 hojas bond 13 plumones grueso (colores variado) 13 vendas (yo estaré llevando las vendas)	25min	
05	La Familia Izquierdo	Despierta la atención, concentración, trabajo en equipo.	Recurso humano	20 min	

06	La Alfombra Mágica	Propiciar una mayor integración entre los participantes al buscar juntos el logro de un objetivo común, desarrollando habilidades de coordinación y organización.	02 sacos medianos de polietileno (pueden ser sacos blancos donde venden el arroz)	20 min	
07	Concurso de Graffiti	Identificación grupal	13 Plumones gruesos diversos colores Papelotes	10 min	
08	Firma de Compromisos	Plasmear compromisos (actitudes, comportamientos) para con el trabajo y la organización	01 barra de temperas (diversos colores) 05 pinceles 02 vasos descartables grandes con agua	10min	
09	Con el corazón en la mano	Compartir compromisos individuales para favorecer al logro de los objetivos dentro de la empresa	Corazón de Peluche (yo estaré llevando ese material)	10min	

RESUMEN DE LA LISTA DE MATERIALES

- ✓ Ficha de asistencia (nombre de participantes)
- ✓ 13 estikers autoadhesivos color blanco (para nombres)
- ✓ 30 hojas bond
- ✓ 13 lápices
- ✓ 02 frascos de goma
- ✓ 15 papelotes sabana
- ✓ 13 plumones grueso (colores variado)
- ✓ 01 cinta Masking tape gruesa
- ✓ 08 Cordones (driza o soga fina) de 75 cm cada una.
- ✓ 01 barra de temperas (diversos colores)
- ✓ 05 pinceles
- ✓ 02 sacos medianos de politileno
- ✓ 02 vasos descartables grandes con agua

**LAN METODOLÓGICO
TALLERES SOBRE AUTOESTIMA**

OBJETIVO: Fortalecer el Autoestima de los servidores públicos como una habilidad social, que permite el desarrollo armonioso de los seres humanos, la toma adecuada de decisiones y la adecuada interrelación con otras personas.

PRIMER DÍA:

OBJETIVOS	CONTENIDOS	METODOLOGIA	MATERIALES	TIEMPO	RESPONSABLE
Dar la bienvenida a los servidores públicos			Entrega de materiales	4:00 – 4:10 pm	Autoras: Elvia Huamán Gormas, Lygher López Tuesta
Reconocer lo valioso que hay en cada uno de nosotros	Aceptarme como Soy	Se entregará a cada participante una cartilla No 01 “Mi Cuerpo es Valioso” en la que escribirán lo que más le gusta de sí mismo, enfatizando que es importante reconocer nuestras características físicas tal como somos y aceptarlo de una manera incondicional, la valoración que le demos a nuestro cuerpo debe ir más allá de las opiniones de otras personas. Un auto concepto positivo de nuestro cuerpo físico influirá en nuestra estima personal, esto nos evitará crearnos complejos, ansiedades, inseguridades, etc. La facilitadora dará ejemplos de personajes célebres, donde resaltaré diciendo que a pesar de tener características físicas limitantes no fue un impedimento para lograr sus metas: Napoleón Bonaparte que teniendo talla baja, no fue un impedimento para que sea un gran militar y conquistador, también Beethoven quién a pesar de tener limitaciones auditivas ha sido un músico famoso. Tendrán 5 minutos para escribir. Luego de este ejercicio se reforzará la importancia de aceptarnos como Somos.	Cartilla No 01	04:10 – 4:40 pm	Autoras: Elvia Huamán Gormas, Lygher López Tuesta
Compartir un refrigerio				04:40 – 4:50 pm	Autoras
Experimentar cómo es fluido el concepto que tenemos de nosotros mismos por la idea que los demás tienen de nosotros.	Autoconocimiento de nosotros mismo.	Hacer un círculo con las/los servidores públicos y que cada una/o vaya completando en voz alta las siguientes frases: Mi esposa/so se pone contento cuando..... Y yo me siento....., hacer frases similares con los compañeros de trabajo, amigos u otras personas importantes para el grupo. Ir escribiendo en los papelotes las conductas que le celebran y cómo reaccionan estos, descartando las que	Papelotes, plumones gruesos, cinta maskingtape	04:50 - 5:20 pm	Autoras: Elvia Huamán Gormas, Lygher López Tuesta

		se van repitiendo. Al finalizar se debe enfatizar la importancia de celebrar y/o destacar las cosas positivas que hacen y el significado que cada uno le da.			
Presentar en Power Point los conceptos sobre Autoestima	Fortalecimiento de la AUTOESTIMA, entendida como habilidad social para la vida, que permite el desarrollo armonioso de las personas y una interrelación positiva del binomio servidor – usuario.	Se proyectará los conceptos sobre: AUTOESTIMA, TIPOS DE AUTOESTIMA, CARACTERÍSTICAS DE UNA PERSONA CON ALTA Y BAJA AUTOESTIMA, PROBLEMAS QUE CAUSAN BAJA AUTOESTIMA Y CONSEJOS PARA MEJORAR EL AUTOESTIMA Y QUE ES LA ESCALERA DEL AUTOESTIMA.	Laptop, proyector	05:20 - 5:50 pm	Autoras: Elvia Huamán Gormas, Lygher López Tuesta
Finalizar el taller	Agradecimiento a todas/os las/los participantes por el tiempo brindado a la actividad y darse la oportunidad de mejorar su AUTOESTIMA desarrollando una imagen positiva de cada uno.	Nos daremos un abrazo fraternal sellando nuestra amistad, dando a conocer a las/los servidores/as cuán importante es querernos y valorarnos a nosotros mismos para poder practicarlos con los demás		05:50 – 6:00 pm	Autoras: Elvia Huamán Gormas, Lygher López Tuesta

SEGUNDO DÍA:

OBJETIVOS	CONTENIDOS	METODOLOGIA	MATERIALES	TIEMPO	RESPONSABLE
Dar la bienvenida a los servidores públicos			Entrega de materiales	4:00 – 4:10 pm	Autoras: Elvia Huamán Gormas, Lygher López Tuesta
Identificar las características positivas y negativas de sus comportamientos. Utilizar sus habilidades para cambiar las características negativas de sus comportamientos.	Conociéndonos	Se inicia la sesión narrando la siguiente situación: Carlos estaba reflexionando sobre su comportamiento, ya que el día de ayer su jefe le llamo la atención porque ere irresponsable, impuntual y violento con los usuarios; asimismo, era un resentido. En estos momentos entra su compañero de labores y lo ve triste y llorando, al preguntarle él le cuenta lo que ocurrió, luego de calmarlo le dice: “Es importante que te des cuenta que también tienes muchas virtudes, entre ellas que eres inteligente y cariñoso”. La facilitadora formulará las siguientes preguntas: ¿Qué observamos en esta situación? ¿En qué otras circunstancias el servidor público puede evaluar sus virtudes y defectos? ¿Qué sucedió para que el servidor pensará sobre sus defectos y virtudes? Luego del debate la facilitadora explicará la importancia de reconocer nuestras características negativas y positivas de nuestro comportamiento y nuestras cualidades. Seguidamente, se entregará a los servidores públicos la cartilla No 02 “Conociéndonos”, en la que escribirán sus	Cartilla No 02	04:10 – 4:50 pm	Autoras: Elvia Huamán Gormas, Lygher López Tuesta

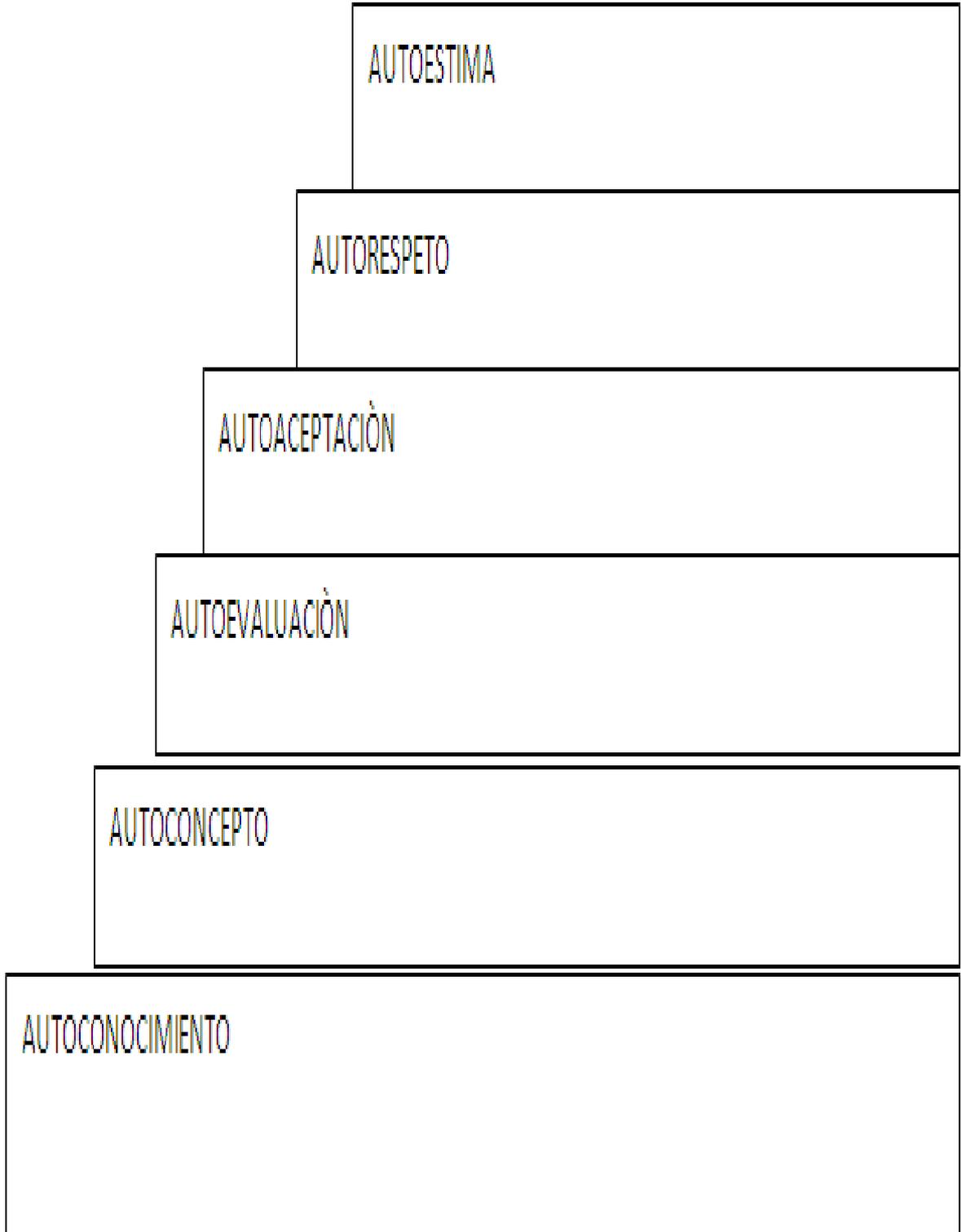
		características negativas y positivas de su comportamiento, que característica negativa quiero cambiar desde ahora y mi mejor característica positiva es:...			
Compartir un refrigerio				04:50 – 5:00 pm	Autoras
Identificar sus logros alcanzados y sentirse orgullosos de ellos.	Orgullosa(a) de mis logros.	La facilitadora explicará que la autoestima se construye de la valoración que le damos a nuestros objetivos alcanzados, metas, proyectos, deseos, etc. Este grado de satisfacción repercutirá en la seguridad personal para seguir asumiendo nuevos compromisos y retos que los servidores públicos se planteen. Se le entregará a los servidores públicos la cartilla No 03 “Reconociendo mis Logros”, indicándoles que escriban su experiencia de logros en el ámbito de la familia, laboral y de la comunidad. Luego cada uno de los servidores leerán sus escritos y se los reforzará con palabras de felicitación por los logros alcanzados.	Cartilla No 03	05:00 - 5:40 pm	Autoras: Elvia Huamán Gormas, Lygher López Tuesta
Finalizar el taller	Agradecimiento a todas/os las/los participantes por el tiempo brindado a la actividad y darse la oportunidad de mejorar su AUTOESTIMA desarrollando una imagen positiva de cada uno y mejorando el binomio Servidor – Usuario.	Terminando estos dos días de taller, se hará entrega a cada uno de los servidores públicos de unas bolsas deportivas.	Bolsas deportivas	05:40 – 6:00 pm	Autoras: Elvia Huamán Gormas, Lygher López Tuesta

ACTIVIDAD INDIVIDUAL

Lea atentamente las siguientes conductas y escriba el número de ella en la "Escalera de la autoestima"

1. Llegar a conocer mis sentimientos y pensamientos para sentirme feliz.
2. Mejorar las creencias que tengo sobre mí.
3. Buscar los medios para saber qué cualidades que me ayudan a lograr mi desarrollo personal, como aquellas limitaciones que me lo impiden.
4. Admitir mi forma de pensar y sentir, transformar aquello que no contribuye a mi desarrollo personal.
5. Valorar cada acción que realizo.
6. Conocer y estar consciente de mis destrezas y limitaciones, evaluarme periódicamente; así como, aceptarme y respetarme
7. Detectar lo que no me deja avanzar en mi desarrollo personal
8. Escuchar y considerar las creencias positivas y negativas que las demás personas pueden tener sobre mí.
9. Buscar los medios para saber qué factores externos pueden ayudarme a lograr mi desarrollo personal, como aquellos que me lo impiden.
10. Evitar buscar la aprobación extrema de los demás.
11. Evitar realizar conductas que me dañen.
12. Sentirme bien conmigo, valorar cada actividad que realizo y cuidar de mí integralmente.

ESCALERA DE LA AUTOESTIMA



MI CUERPO ES VALIOSO

**PARTES DE MI CUERPO
QUE MAS ME AGRADA**

1 _____

2 _____

3 _____

4 _____

5 _____

**PARTES DE MI CUERPO
QUE MENOS ME AGRADA**

1 _____

2 _____

3 _____

4 _____

5 _____

“MI CUERPO ES VALIOSO Y ME ACEPTO TAL COMO SOY”

CONOCIENDONOS

CARACTERISITICAS NEGATIVAS DE MI COMPORTAMIENTO

CARACTERISITICAS POSITIVAS DE MI COMPORTAMIENTO

1 _____

1 _____

2 _____

2 _____

3 _____

3 _____

4 _____

4 _____

5 _____

5 _____

CARACTERISTICAS NEGACTIVAS QUE QUISIERA CAMBIAR DESDE AHORA:

MI MEJOR CARACTERISTICA POSTIVA ES:

RECONOCIENDO MIS LOGROS

EN MI FAMILIA HE LOGRADO	EN MI TRABAJO HE LOGRADO	EN MI COMUNIDAD HE LOGRADO

POR TODOS MIS LOGROS ME SIENTO MUY ORGULLOSO(A)

TALLER SOBRE COMUNICACIÓN

Cuando nos referimos a la comunicación, implica un conjunto de habilidades que permita a los servidores públicos comunicarse de forma efectiva con los usuarios, expresando qué siente, que quiere y escuchando a los otros, aceptando las diferencias de opiniones y respetando otros puntos de vista y derechos.

Por lo tanto; la Comunicación, es una herramienta esencial para la integración profesional y social y es definida como un conjunto de expresiones verbales y no verbales que agrupan el lenguaje, los gestos y las actitudes.

Objetivo:

Fortalecer las habilidades sociales de comunicación verbal y no verbal de los servidores públicos, que permite el desarrollo armonioso de los seres humanos, la toma adecuada de decisiones y la adecuada interrelación con los usuarios.

Contenidos:

1. Conocer los tipos de comunicación.
2. Ser consciente de la importancia de la dimensión verbal y no verbal de la comunicación.
3. Fortalecimiento de la COMUNICACIÓN verbal y no verbal, entendida como habilidad social para la vida, que permite el la integración laboral y mejorar las relaciones interpersonales del binomio Servidor – Usuario.

Participantes:

Los talleres estarán dirigidos a servidores públicos del grupo experimental de la investigación, de las áreas de: rentas, tránsito, registro civil, trámite documentario y farmacia de la Municipalidad Provincial de Chachapoyas.

Metodología:

Los talleres serán participativas y desarrolladas a través de lluvias de ideas, desarrollo de preguntas y exposiciones y tendrán una duración de 2 horas.

**PLAN METODOLÓGICO
TALLER SOBRE COMUNICACIÓN**

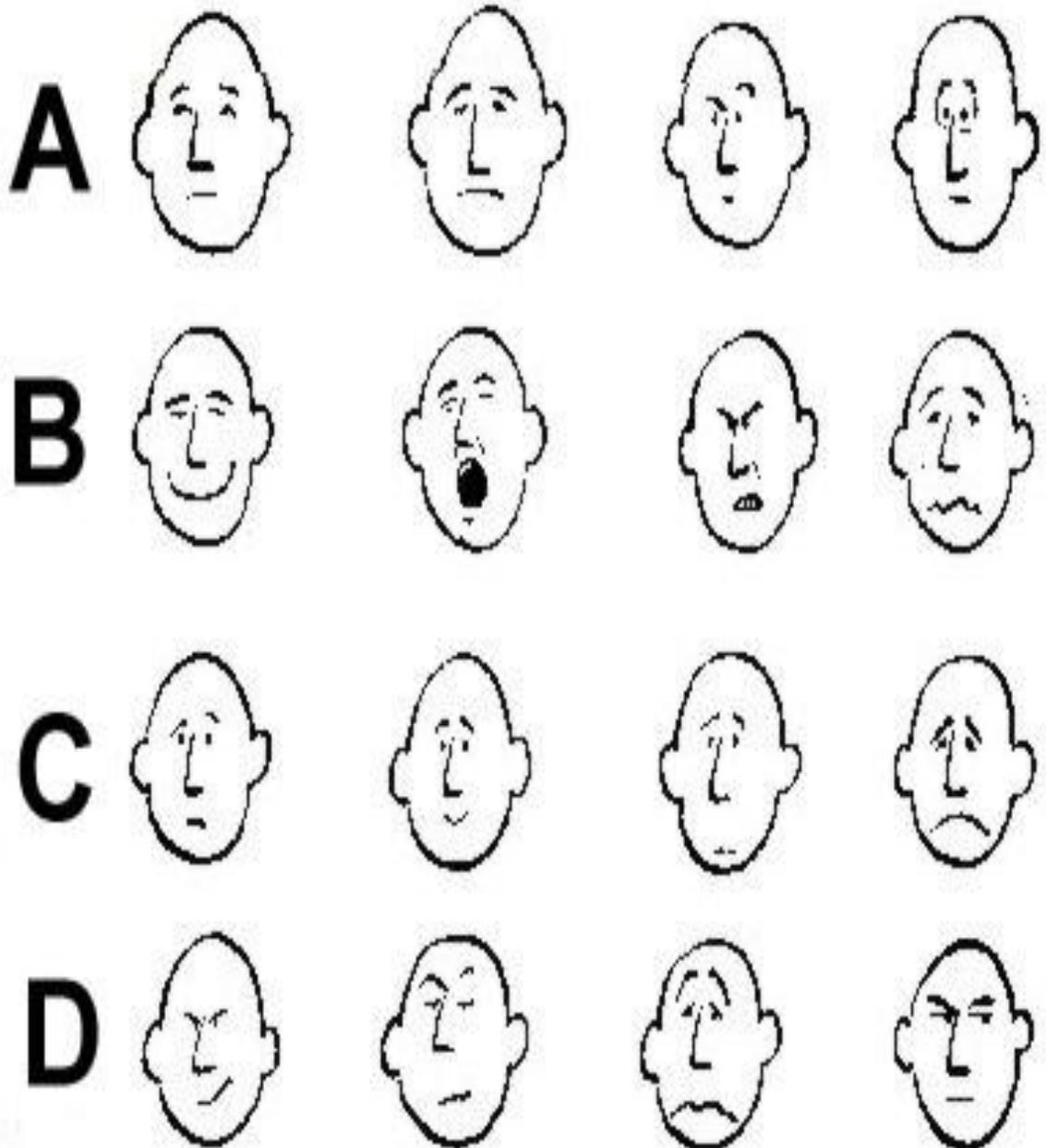
OBJETIVO: Fortalecer la comunicación de los servidores públicos como una habilidad social, que permite el desarrollo armonioso de los seres humanos, la toma adecuada de decisiones y la adecuada interrelación con otras personas.

PRIMER DÍA:

OBJETIVOS	CONTENIDOS	METODOLOGIA	MATERIALES	TIEMPO	RESPONSABLE
Dar la bienvenida a los servidores públicos			Entrega de materiales	4:00 – 4:10 pm	Autoras: Elvia Huamán Gormas, Lygher López Tuesta Psic. Liliana Reátegui Angulo
Ser consciente de la importancia de la dimensión no verbal de la comunicación.	Qué es la Comunicación no verbal	Los servidores públicos en parejas, analizarán las expresiones de los rostros en las hojas y deciden qué Emociones muestran. Después, se ponen en común y se reflexiona sobre la importancia de la comunicación no verbal. Las facilitadoras lleva a cabo una breve presentación sobre la comunicación no verbal con un Power point (presentación visual). A continuación, los servidores públicos (individualmente) representan diferentes situaciones Utilizando la comunicación no verbal y los demás tienen que adivinar de qué situación se trata y qué emociones son representadas. Estás en el trabajo escuchando a un usuario que lleva hablando 2 horas. Estás aburrido/a. La empresa para la que tuviste ayer una entrevista de trabajo te acaba de llamar: ¡has Conseguido el trabajo! Las facilitadoras, orientan el procedimiento de reflexión sobre la importancia de la comunicación no verbal utilizando las siguientes preguntas: ¿Cómo expresamos nuestras emociones hacia los demás? ¿Qué es la comunicación no verbal?	Hojas con expresiones de la cara (una por cada par de estudiantes). Documento con información sobre la comunicación no verbal. Situaciones a representar por los servidores públicos.	04:10 – 4:40 pm	Autoras: Elvia Huamán Gormas, Lygher López Tuesta Psic. Liliana Reátegui Angulo
Refrigerio				04:40 – 4:50 pm	Autoras: Elvia Huamán Gormas, Lygher López Tuesta Psic. Liliana Reátegui Angulo
Tomar conciencia de los distintos estilos de comunicación, sus	Comunicar de una manera eficaz.	Las facilitadoras presenta las principales características de los estilos de comunicación asertivo, pasivo, agresivo describiendo:	Material didáctico para la presentación de las facilitadoras, fichas de trabajo para los	04:50 - 5:50 pm	Autoras: Elvia Huamán Gormas, Lygher López Tuesta

<p>ventajas y desventajas para Prevenir y solucionar conflictos. Desarrollar una manera de comunicarse de tipo asertiva, basada en el respeto hacia uno mismo y hacia los demás. Experimentar cómo es fluido el concepto que tenemos de nosotros mismos por la idea que los demás tienen de nosotros</p>		<p>☑ Las características de la expresión no-verbal. ☑ Las características de la expresión verbal. ☑ Las ventajas/desventajas a la hora de prevenir conflictos y resolverlos cuando surjan.</p> <p>Tras la explicación (utilizando un apoyo visual como por ejemplo una presentación Power-Point y haciendo referencia a ejemplos concretos) los servidores públicos, en pequeños grupos, analizan una situación (utilizando la ficha adjunta) y la desarrollan según los distintos estilos, analizando sus Consecuencias. Luego, los grupos escenifican una de las situaciones y en gran grupo se comentan las probables consecuencias.</p> <p>La actividad permite hacer una reflexión sobre el estilo de comunicación interpersonal más eficaz, con relación al bienestar personal, puesto que una persona que sabe expresar sus necesidades y opiniones respetando los demás, ve reforzada su autoestima y sus relaciones con los demás.</p>	servidores públicos.		Psic. Liliana Reátegui Angulo
Finalizar el taller	Agradecimiento a todas/os las/os servidores públicos por el tiempo brindado a la actividad y darse la oportunidad de mejorar su COMUNICACIÓN desarrollando una imagen positiva de cada uno.	Nos daremos un abrazo fraternal sellando nuestra amistad, dando a conocer a las/os servidores/as cuán importante es comunicarnos asertivamente con los usuarios.		05:50 – 6:00 pm	Autoras: Elvia Huamán Gormas, Lygher López Tuesta Psic. Liliana Reátegui Angulo

ACTIVIDAD DE COMUNICACIÓN NO VERBAL
Expresiones faciales



Instrumento No 02 – Taller de Comunicación

Casos

1. Su amigo acaba de llegar a cenar, justo una hora tarde. No le ha llamado para avisarle que se retrasaría. Usted se siente irritado por la tardanza. Le dice:
2. Si un usuario llega agresivo a reclamar que mucho tiempo está esperando, usted que le dice:
3. Si un usuario llega por 5 veces consecutivamente para hacer un trámite documentario y no cumplió con los requisitos, usted que le dice.

ESTILO	CONSECUENCIA
PASIVO	
ASERTIVO	
AGRESIVO	

ANEXO IV

Escala de calificación del Juez Experto

N°	CRITERIOS	SI	NO	OBSERVACIONES
1	El Plan de capacitación sobre habilidades sociales en autoestima y comunicación, recoge información que permite dar respuesta al problema de investigación.			
2	El Plan de capacitación sobre habilidades sociales en autoestima y comunicación propuesto responde al (los) objetivo (s) del estudio.			
3	La estructura del Plan de capacitación sobre habilidades sociales en autoestima y comunicación es adecuada.			
4	La secuencia del Plan de capacitación sobre habilidades sociales en autoestima y comunicación, responden a la operacionalización de la variable.			
5	La secuencia presentada facilita el desarrollo del Plan de capacitación sobre habilidades sociales en autoestima y comunicación			
6	El contenido del Plan de capacitación sobre habilidades sociales en autoestima y comunicación, son claros y precisos.			
7	La secuencia del Plan de capacitación sobre habilidades sociales en autoestima y comunicación, son adecuados para su aplicación.			

FIRMA
Juez experto

Nombre: _____
DNI: _____

Chachapoyas, de Julio del 2015

Tesis:

**“FORTALECIMIENTO DE LAS HABILIDADES SOCIALES DE AUTOESTIMA Y
COMUNICACIÓN DE LOS SERVIDORES PÚBLICOS, PARA MEJORAR LA
PERCEPCION SOBRE LA CALIDAD DE LA ATENCIÓN POR LOS USUARIOS”.**
MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CHACHAPOYAS.
JUNIO – OCTUBRE 2015

Yo, _____ con
D.N.I. No _____ Licenciado en _____ con Colegiatura
No: _____, considero que el plan de capacitación, cumple con todos los criterios
necesarios para fortalecer las Habilidades Sociales en Autoestima y Comunicación, dirigido a los
servidores públicos de la Municipalidad Provincial de Chachapoyas, instrumento elaborado por las
Bach. Huamán Gormas, Elvia y López Tuesta, Lygher Keylly.

FIRMA
Juez experto

Chachapoyas, de Julio del 2015

"Año de la diversificación productiva y fortalecimiento de la educación"

Tesis:

"FORTALECIMIENTO DE LAS HABILIDADES SOCIALES DE AUTOESTIMA Y COMUNICACIÓN DE LOS SERVIDORES PÚBLICOS, PARA MEJORAR LA PERCEPCION SOBRE LA CALIDAD DE LA ATENCIÓN POR LOS USUARIOS". MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CHACHAPOYAS.
JUNIO - OCTUBRE 2015

Escala de calificación del Juez Experto

Nº	CRITERIOS	SI	NO	OBSERVACIONES
1	El Taller de fortalecimiento sobre habilidades sociales en autoestima y comunicación, recoge información que permite dar respuesta al problema de investigación.	X		
2	El Taller de fortalecimiento sobre habilidades sociales en autoestima y comunicación propuesto responde al (los) objetivo (s) de estudio.		X	Saludo y respuesta no es un objetivo.
3	La estructura del Taller de fortalecimiento sobre habilidades sociales en autoestima y comunicación es adecuada.		X	Considerar el tiempo por favor, para un taller es 2 horas.
4	La secuencia del Taller de fortalecimiento sobre habilidades sociales en autoestima y comunicación, responden a la operacionalización de la variable.	X		
5	La secuencia presentada facilita el desarrollo del Taller de fortalecimiento sobre habilidades sociales en autoestima y comunicación	X		
6	El contenido del Taller de fortalecimiento sobre habilidades sociales en autoestima y comunicación, son claros y <u>entendibles</u> . Precisos.	X		Debería incrementarse dinámicas para comprender los conceptos.
7	La secuencia del Taller de fortalecimiento sobre habilidades sociales en autoestima y comunicación, son adecuados para su aplicación.	X		



FIRMA

Juez experto

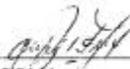
Nombre: MARIA C. HONTORO SUXE
DNI: 08629592

Chachapoyas, 21 de Julio del 2015

Tesis:

**"FORTALECIMIENTO DE LAS HABILIDADES SOCIALES DE AUTOESTIMA Y
COMUNICACIÓN DE LOS SERVIDORES PÚBLICOS, PARA MEJORAR LA
PERCEPCION SOBRE LA CALIDAD DE LA ATENCIÓN POR LOS USUARIOS".
MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CHACHAPOYAS.
JUNIO – OCTUBRE 2015**

Yo, MARIA O MONTERO SUXE con D.N.I.
No 08629092 Licenciado en Psicología con Colegiatura
No 4902, considero que el Taller de fortalecimiento, cumple con todos
los criterios necesarios para fortalecer las Habilidades Sociales en Autoestima y
Comunicación, dirigido a los servidores públicos de la Municipalidad Provincial de
Chachapoyas, instrumento elaborado por las Bach. Huamán Gormas, Elvia y López
Tuesta, Lygher Keylly.



FIRMA
Maria O. Montero Suxe
PSICÓLOGA
C.Ps.P. N° 4902

Chachapoyas, 22 de Julio del 2015

"Año de la diversificación productiva y fortalecimiento de la educación"

Tesis:

"FORTALECIMIENTO DE LAS HABILIDADES SOCIALES DE AUTOESTIMA Y COMUNICACIÓN DE LOS SERVIDORES PÚBLICOS, PARA MEJORAR LA PERCEPCION SOBRE LA CALIDAD DE LA ATENCIÓN POR LOS USUARIOS". MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CHACHAPOYAS.
JUNIO - OCTUBRE 2015

Escala de calificación del Juez Experto

N°	CRITERIOS	SI	NO	OBSERVACIONES
1	El Taller de fortalecimiento sobre habilidades sociales en autoestima y comunicación, recoge información que permite dar respuesta al problema de investigación.	X		
2	El Taller de fortalecimiento sobre habilidades sociales en autoestima y comunicación propuesto responde al (los) objetivo (s) de estudio.	X		
3	La estructura del Taller de fortalecimiento sobre habilidades sociales en autoestima y comunicación es adecuada.	X		
4	La secuencia del Taller de fortalecimiento sobre habilidades sociales en autoestima y comunicación, responden a la operacionalización de la variable.	X		
5	La secuencia presentada facilita el desarrollo del Taller de fortalecimiento sobre habilidades sociales en autoestima y comunicación	X		
6	El contenido del Taller de fortalecimiento sobre habilidades sociales en autoestima y comunicación, son claros y entendibles.	X		
7	La secuencia del Taller de fortalecimiento sobre habilidades sociales en autoestima y comunicación, son adecuados para su aplicación.	X		



FIRMA
Juez experto

Nombre: Liliana Rentería Angulo
DNI: 25170054

Chachapoyas, de Julio del 2015

Tesis:

**"FORTALECIMIENTO DE LAS HABILIDADES SOCIALES DE AUTOESTIMA Y
COMUNICACIÓN DE LOS SERVIDORES PÚBLICOS, PARA MEJORAR LA
PERCEPCION SOBRE LA CALIDAD DE LA ATENCIÓN POR LOS USUARIOS".
MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CHACHAPOYAS.
JUNIO – OCTUBRE 2015**

Yo, Liliana Reátegui Aguilo con D.N.I.
No 25770054 Licenciado en Psicología con Colegiatura
No 8093, considero que el Taller de fortalecimiento, cumple con todos
los criterios necesarios para fortalecer las Habilidades Sociales en Autoestima y
Comunicación, dirigido a los servidores públicos de la Municipalidad Provincial de
Chachapoyas, instrumento elaborado por las Bach. Huamán Gormas, Elvia y López
Tuesta, Lygher Keylly.


FIRMA
Juez experto

Chachapoyas, **27** de Julio del 2015