



ESCUELA DE POSTGRADO

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Relación entre Satisfacción del Usuario y Calidad de Servicio en los servidores Municipales de la Municipalidad Distrital de Santa Rosa – Jaén - Cajamarca, 2018.

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACDÉMICO DE:

MAESTRO EN GESTIÓN PÚBLICA

AUTORES

BR. CARLOS ALFREDO GUTIÉRREZ UGAZ

BR. YOVER NAVARRO BANDA

ASESOR

DR. CARLOS CHERRE ANTÓN

SECCIÓN

CIENCIAS EMPRESARIALES

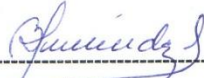
LINEA DE INVESTIGACIÓN

GERENCIA DEL CAPITAL HUMANO

PERÚ

2018

PAGINA DEL JURADÒ



Dra. BERTILA HERNANDEZ FERNANDEZ

Presidente.



Dr. CHRISTIAN ABRAHAN DIOS CASTILLO

Secretario.



Dr. CARLOS ALBERTO CHERRE ANTON

Vocal.

DEDICATORIA

A mis padres

Por haberme forjado como la persona que soy en la actualidad; muchos de mis logros se los debo a ellos; mis padres me formaron para respetar reglas y respetar mis libertades, *por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor.*

Alfredo

A mis padres,

Elena y Rosendo, de quienes aprendí a valorar los fracasos y los triunfos, a ellos los debo mis logros profesionales y de mi vida. Les estoy eternamente agradecido por haberme enseñado a emprender el camino del éxito.

A ellos dedico esta especialización con mucho amor.

Yover

AGRADECIMIENTO

Primeramente agradezco a la Escuela de Post Grado de la Universidad **CÉSAR VALLEJO** por haberme aceptado ser parte de ella y poder estudiar Maestría en Gestión Pública, así como también a los diferentes docentes que brindaron sus conocimientos y su apoyo para seguir adelante día a día.

Alfredo

A la Universidad Cesar Vallejo, que a través de la Escuela de Post Grado de la Universidad **CÉSAR VALLEJO**, me permitieron acogerme en sus aulas y brindarme A través de sus docentes la Maestría de Gestión Pública.

Yober

PRESENTACIÓN

SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO:

De conformidad con el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, ponemos a vuestra consideración la evaluación de la tesis titulada **RELACIÓN ENTRE SATISFACCIÓN DEL USUARIO Y CALIDAD DE SERVICIO EN LOS SERVIDORES MUNICIPALES DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE SANTA ROSA – JAÉN - CAJAMARCA, 2018.**”, elaborada con el propósito de obtener el Grado Académico de Maestro en Gestión Pública. El presente estudio es de tipo descriptivo – correlacional y se focalizó en el departamento de Cajamarca.

Esperamos que el presente estudio sea evaluado valorando el esfuerzo realizado para desarrollar dicha investigación. Es más estamos dispuestos a aceptar su veredicto al presente Informe de Investigación, así como atender las observaciones y sugerencias formuladas, las mismas que permitirán su mejoramiento. Es propicia la oportunidad para expresar nuestro sincero agradecimiento a ustedes señores miembros del Jurado, al igual que a todos los docentes de la Escuela de Postgrado de esta prestigiosa Universidad César vallejo, por todas las orientaciones y conocimientos compartidos en el proceso de nuestra formación profesional. Finalmente pongo a disposición de la ciudadanía aceptando sugerencia de aquellas personas que benevolentemente quieren que este trabajo mejore.

ÍNDICE

Página del Jurado.....	ii
Declaratoria de Autenticidad.....	iii
Dedicatoria	v
Agradecimiento.....	vi
Presentación.....	vii
Índice.....	viii
Indice de tablas	x
Indice de figuras.....	xi
Resumen	xii
Abstract	xiii

I. INTRODUCCIÓN.

1.1. Realidad Problemática.....	14
1.2. Trabajos previos.....	18
1.3. Teorías relacionadas al tema.....	20
1.4. Formulación del problema.....	36
1.5. Justificación.....	37
1.6 Hipótesis.....	37
1.7. Objetivos.....	38

II. MÉTODO.....

2.1. Diseño de investigación.....	39
2.2. Variables, Operacionalización.....	39
2.2.1. Definición conceptual.....	40
2.2.2. Definición Operacional.....	40
2.2.3. Operacionalización de la variable.....	41
2.3. Población y muestra.....	42
2.4. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad... 43	
2.4.1. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	43
2.4.2. Validez y confiabilidad del instrumento de recolección de datos.....	44
2.5. Métodos de análisis de datos.....	46
2.6. Aspectos éticos.....	46

III RESULTADOS.....	48
IV. Discusión de resultados.....	57
V. Conclusiones.....	58
VI. Recomendaciones.....	59
Referencias bibliográficas.....	60
Anexos.....	64
Autorización para publicación de tesis.....	74
Acta de Aprobación de originalidad.....	76
Reporte del Turnitin.....	77

INDICE DE TABLAS

Tabla N° 01: Frecuencias de la dimensión humana en los servidores municipales de la Municipalidad distrital de Santa Rosa, 2018	47
Tabla N° 02: Frecuencias de la dimensión técnico científica en los servidores municipales de la Municipalidad distrital de Santa Rosa, 2018.	48
Tabla N° 03: Frecuencias de la dimensión entorno en los servidores municipales de la Municipalidad distrital de Santa Rosa, 2018.	48
Tabla N° 04: Frecuencias de la variable satisfacción del usuario en los servidores municipales de la Municipalidad distrital de Santa Rosa, 2018.	49
Tabla N° 05: Frecuencias de la dimensión confiabilidad en los servidores municipales de la Municipalidad distrital de Santa Rosa, 2018.	49
Tabla N° 06: Frecuencias de la dimensión seguridad en los servidores municipales de la Municipalidad distrital de Santa Rosa, 2018.	50
Tabla N° 06: Frecuencias de la dimensión seguridad en los servidores municipales de la Municipalidad distrital de Santa Rosa, 2018.	51
Tabla N° 07: Frecuencias de la dimensión elementos tangibles en los servidores municipales de la Municipalidad distrital de Santa Rosa, 2018.	50
Tabla N° 08: Frecuencias de la dimensión capacidad de respuesta en los servidores municipales de la Municipalidad distrital de Santa Rosa, 2018.	51
Tabla N° 09: Frecuencias de la dimensión empatía en los servidores municipales de la Municipalidad distrital de Santa Rosa, 2018.	51
Tabla N° 10: Frecuencias de la variable calidad de servicio en los servidores municipales de la Municipalidad distrital de Santa Rosa, 2018.	52
Tabla N° 11: Correlación entre dimensión humana y la variable calidad de servicio en los servidores municipales de la municipalidad distrital de Santa Rosa – Jaén - Cajamarca, 2018.	53
Tabla N° 12: Correlación entre dimensión técnico – científico y la variable calidad de servicio en los servidores municipales de la municipalidad distrital de Santa Rosa – Jaén - Cajamarca, 2018.	54
Tabla N° 13: Correlación entre dimensión entorno y la variable calidad de servicio en los servidores municipales de la municipalidad distrital de Santa Rosa – Jaén - Cajamarca, 2018.	55
Tabla N° 14: Correlación entre variables satisfacción del usuario y la variable calidad de servicio en los servidores municipales de la municipalidad distrital de Santa Rosa – Jaén - Cajamarca, 2018.	56

INDICE DE FIGURAS

Figura N° 1	Variable: Satisfacción del usuario	40
Figura N° 2	Variable Calidad de servicio.	41
Figura N° 3	Operacionalización de variables.	42
Figura N° 4	Matriz de tamaños muestra para diversos márgenes de error y niveles de confianza	42

RESUMEN

La presente investigación titulada Relación entre satisfacción del usuario y calidad de servicio en los servidores municipales de la municipalidad distrital de Santa Rosa – Jaén - Cajamarca, 2018. Tuvo como objetivo general: Determinar la relación entre satisfacción del usuario y calidad de servicio en los servidores municipales de la municipalidad distrital de Santa Rosa – Jaén - Cajamarca, 2018.

El tipo de investigación es correlacional, con un diseño correlacional se realizó con una muestra de 95 pobladores, los cuales fueron elegidos en forma no probabilística por conveniencia o a criterio del investigador.

De acuerdo a los resultados y el procesamiento de los datos a través de la estadística inferencial la relacionar la variable satisfacción del usuario y la variable calidad de servicio se ha determinado una correlación de Pearson ($r = 0.905$), lo cual ha generado una probabilidad de significancia experimental de $p = 0,000$ inferior al nivel de significancia fijado de 0,05, lo que nos permite inferir que existe una correlación positiva muy fuerte ambas variables.

Palabras clave: Satisfacción del usuario, calidad de servicio, toma de decisiones, Responsabilidad, experiencia.

ABSTRACT

The present research entitled Relationship between user satisfaction and quality of service in the municipal servers of the district municipality of Santa Rosa - Jaén - Cajamarca, 2018. Its general objective was: Determine the relationship between user satisfaction and quality of service in the servers Municipalities of the district municipality of Santa Rosa - Jaén - Cajamarca, 2018.

The type of research is correlational, with a correlational design was made with a sample of 95 inhabitants, who were chosen in a non-probabilistic manner for convenience or at the discretion of the researcher.

According to the results and the processing of the data through the inferential statistics, relating the user satisfaction variable and the quality of service variable, a Pearson correlation has been determined ($r = 0.905$), which has generated a probability of experimental significance of $p = 0.000$ below the fixed significance level of 0.05, which allows us to infer that there is a very strong positive correlation between both variables.

Keywords: User satisfaction, quality of service, decision making, responsibility, experience

I. INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad problemática

En los últimos años, la calidad ha sido un tema amplio en una discusión para poder lograr los objetivos de una empresa, una de las razones que determinan la importancia es la necesidad que tiene las demás empresas de ser competitivas y mantienen un público más asertivo mientras los mercados y la demanda cambian. De acuerdo al acápite anterior se “considera fundamental para el éxito de una empresa conocer y orientar la organización hacia la satisfacción de las necesidades y expectativas, tanto actuales como futuras, de todas las partes interesadas: clientes y/o usuarios, personal y profesionales de la organización, dueños o inversores, proveedores y colaboradores, la sociedad en términos de comunidad y el público en general” (AENOR, 2015, pp. 17-19). Superando el concepto de cliente, se habla de «partes interesadas» (por ejemplo, norma ISO 9004) “cobrando una relevancia esencial para el desempeño de la organización los sistemas de medida de la satisfacción del cliente, he ahí que deba cuidarse el desarrollo y aplicación de herramientas para la recopilación de esa información, tanto de forma activa (encuestas, comunicación con usuarios, grupos de discusión, quejas), como pasiva (datos de prestación del servicio)”. “Estos procesos, por los que las organizaciones solicitan, miden y siguen la retroalimentación de la satisfacción, deberían ofrecer información de forma continua para escuchar la voz del cliente de manera eficaz y eficiente” (AENOR, 2015, p. 215).

Este tipo de empresas presta una mejora en su servicio en donde se relaciona el trabajo con los clientes estén satisfechos, y el éxito dependa del personal que trabaja para una mejora en la atención de los clientes. Barboza (2010) afirma:

En Venezuela, el tema de la calidad se refleja además en normas plasmadas en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (2.000), en su Art. 117, donde establece “Todas las personas tendrán derecho a disponer de bienes y servicios de calidad (...) y a un trato equitativo y digno...” En la Ley del Sistema Venezolano para la Calidad (2.002), se define en el artículo 4, ordinal 2 “Calidad: grado en que un conjunto de características inherentes a bienes y servicios cumple con unas. (p.19)

Necesidades o expectativas establecidas, generalmente implícitas u obligatorias...”. Barboza (2010) indica además que “Con respecto a otras normas del Sistema de Calidad Venezolano se encuentra la Norma Venezolana Covenin –ISO-9004-2 Gestión de la Calidad y Elementos del Sistema de Calidad, las cuales consisten en una Serie de Normas ISO 9000 (Implantación del Sistema de calidad), que establecen las pautas de buena organización y buena gestión en lo que a la función de la calidad se refiere, no sólo al sistema si no en lo que respecta a la política de calidad. (p.24)

“Estas normas abarcan todos los aspectos de la gestión de la calidad, tales como la responsabilidad y los principios gerenciales, el aspecto económico, el diseño y medidas del producto y el control de medidas y ensayos”. Barboza (2010) nos dice que: “La calidad de atención al cliente es un proceso encaminado a la consecución de la satisfacción total de los requerimientos y necesidades de los mismos”.

En este sentido tomamos lo planteado por Bassols y Mendoza (2011) citado por Andía, C. (2014), afirma que “el mundo moderno requiere de una gestión de horizontalidad, a los participantes les posibilita establecer una correspondencia de paridad, de igualdad, si esto es así habría comprensión, que es muy distinto al modelo tradicional, entonces es una forma novedosa de conducir temas públicos y privados”.

La empresas que operan en la actualidad precisan maniobrar bajo directrices de calidad, para mantener lealtad con los usuarios es necesario que el producto que se ha ofrecido sea mejor que las demás empresas guardando siempre los principios de calidad/precio/rentabilidad.

Según Yunga (2012, p.19) señala que: “Así como también atraer cada vez un mayor número de clientes por medio de un posicionamiento tal, que lleve a éstos a realizar gratuitamente la publicidad persona a persona”.

En tal sentido, los clientes constituyen el elemento vital de cualquier organización. “Sin embargo, son pocas las organizaciones que consiguen adaptarse a las necesidades de sus clientes ya sea en cuanto a calidad, eficiencia o servicio personal. Es por ello que los directivos deben mejorar la calidad del servicio que ofrecen a sus clientes, ya que no es cuestión de elección: la vida de la organización depende de ello” (Yunga, 2012, p.16).

“Para mantener una organización en el mercado, es necesario entre otras cosas mejorar continuamente el lugar de trabajo, enfocándolo hacia la calidad de bienes y servicios, haciendo que esta actitud sea un factor que prevalezca en todas las actuaciones”. (Yunga 2012, p.26)

Según el acápite anterior en donde los clientes son el factor determinante para conocer el funcionamiento de las instituciones tanto públicas como privadas, eso no es ajeno en la Municipalidad del Distrito de Santa Rosa en donde, la situación es preocupante en relación a las variables de estudio, toda vez , que existen en la población usuarios insatisfechos con el servicio prestado, debido a que no se brinda la calidad de servicio al usuario y mucho menos los trabajadores tienen conocimiento de la atención al público (el trato y la amabilidad es baja) que tienen que brindar a cada usuario además de resolver o solicitar su demanda a la Municipalidad, lo cual es muy importante y primordial para hablar de calidad de servicio.

Por otro lado se observó a los ciudadanos al salir de la municipalidad, quejándose de la demora, el trato, que no fueron atendidos sus demandas y consideran que el servicio que se brinda es pésimo en la municipalidad, manifiestan que hay muchos trámites burocráticos de sus documentos la cual no contribuye a la rápida atención de las demandas de los usuarios y también a lograr satisfacer las expectativas o demandas de los usuarios, es por ello la importancia de realizar la presente investigación.

1.2 Trabajos previos

Sánchez (2016), escribió un artículo titulado “Satisfacción de usuarios y profesionales en la evaluación de programas sociales”. “La satisfacción de los denominados clientes internos y externos por la mayoría de sistemas de gestión de calidad resulta ser un elemento de análisis imprescindible en cualquier proceso de evaluación y mejora de los servicios”. “Esta tendencia, arraigada en el ámbito privado, se ha extendido al espacio de los servicios públicos y, dentro de ellos, a la esfera de los servicios sociales”.

En este artículo se plantea la importancia de “desarrollar estudios de satisfacción en los servicios sociales básicos, tanto del conjunto de los profesionales, como de sus usuarios, se observa una tendencia a ofrecer una valoración positiva sobre los servicios sociales básicos por las personas usuarias, como muestran diversos estudios demoscópicos sobre percepción de los servicios públicos”. “Del mismo modo, pese a ser escasos los estudios llevados a cabo con profesionales, destaca la elevada satisfacción expresada por quienes están en primera línea de los servicios sociales, lo que pone de manifiesto la vocación de servicio de estos trabajadores públicos”. De acuerdo a lo investigado se llegó a las siguientes conclusiones:

“Desde la perspectiva de la ciudadanía, se constata un importante desconocimiento sobre el papel de los servicios sociales, que se materializa en unas bajas expectativas sobre los mismos”. “Sin embargo, tras un paso por los mismos, destaca la elevada satisfacción con la atención recibida, especialmente con la figura del profesional. La adecuación a la demanda, desde un trato amable y sencillo se valora con unas elevadas puntuaciones cuando son consultados. También son claros los ámbitos de mejora, vinculados con los tiempos de respuesta, la burocracia vinculada a los procesos de gestión y los horarios de atención”. (Sánchez, 2016)

“En cuanto a los colectivos profesionales analizados, se pone de manifiesto la importancia de reforzar la consideración del esencial papel de la primera línea de atención”. “Sus elevados niveles de implicación, junto con la alta satisfacción manifestada (con espacios de mejora de difícil detección si no son expresados por ellos mismos) nos sitúan ante un grupo altamente motivado y comprometido con la misión institucional” (Sánchez, 2016).

Resaltar, en fin, “la necesidad de potenciar el desarrollo de este tipo de estudios en el ámbito de los servicios sociales, generando instrumentos propios que respondan a las peculiaridades del sistema”.

La experiencia acumulada, aunque aún escasa y con limitada difusión, puede orientar el diseño de instrumentos que integren los elementos de análisis ya comentados, que se apuntan como esenciales. Así mismo sería importante profundizar en los aspectos que repetidamente se proponen como mejorables e indagar en otras variables sociodemográficas que puedan apuntar diferencias significativas en las valoraciones, dado que en los datos obtenidos no ha sido posible encontrar relaciones significativas con variables sociodemográficas” (Sánchez, 2016).

Hidalgo (2015) en su trabajo “Compromiso institucional y satisfacción del usuario de la Empresa Prestadora De Servicio “EPS” Seda Loreto, 2015”. Concluye que: “la V1.

Compromiso institucional obtuvo un puntaje de 761, con una media aritmética de 47.56, y para la V2 Satisfacción del usuario obtuvo 959 puntos, con una media de 59.93; además se obtuvo una correlación baja con dirección positiva de 0.1755, lo cual significa que las dimensiones de Afectiva, Normativa y Calculadora que conforman el Compromiso institucional, inciden en la Satisfacción del usuario". "Por tanto, con un nivel de significancia de 0,01 y con un examen estadístico bilateral; se determina que Sí existe relación directa entre el compromiso institucional y la satisfacción del usuario de la Empresa Prestadora de Servicio "EPS" Seda Loreto, 2015". Hidalgo (2015), además, se tiene una "relación positiva de 0,4850 entre la dimensión afectiva y la satisfacción de los usuarios; entre la dimensión normativa del compromiso institucional y la satisfacción del usuario se alcanzó una relación de 0,1750 es decir existe un grado de correlación baja con dirección positiva". (Hidalgo, 2015)

Infantes (2017), el autor en mención investigo sobre "Calidad de atención y grado de satisfacción de los usuarios de consulta externa del Centro de Atención de Medicina Complementaria del Hospital III Iquitos-2016". Su propósito fue "Evaluar los factores asociados a la calidad percibida en la atención de medicina complementaria en el Hospital III de Iquitos, en el año 2016". "Este trabajo de investigación fue de corte transversal, se evaluaron a 305 pacientes en la consulta externa del Centro de Medicina Complementaria (CAMEC) durante el año 2016, mediante el uso del SERVQUAL modificado, incluso , se evaluaron posibles factores asociados como la edad, sexo, grado de instrucción, tipo de paciente (nuevo o continuador) o la condición del encuestado (paciente o acompañante)" (Infantes 2017).

Después de haber aplicado el instrumento de recogida de datos se llegó a los siguientes resultados: "La satisfacción global fue de 72,9%. La satisfacción por dimensiones fue de un 68,6% de Fiabilidad; 72,3% de Capacidad de Respuesta; 77,1% de Seguridad; 73,7% de Empatía, y 73,6% para Aspectos Tangibles. El sexo y la edad estuvieron relacionados con todas las dimensiones evaluadas ($p < 0,05$) y con la satisfacción global en el caso de las personas mayores de 58 años. (Infantes 2017).

Por otro lado el investigador llegó a la siguiente conclusión. "La satisfacción global percibida fue alta, siendo las dimensiones de Seguridad y Empatía las que

presentaron mayores porcentajes de satisfacción, encontrándose relación con el sexo y la edad” (Infantes 2017).

Pastor (2014) en Tesis de Maestría “Evaluación de la satisfacción de los servicios de agua y saneamiento urbano en el Perú: De la imposición de la oferta a escuchar a la demanda” se desarrolló bajo el de tipo de investigación exploratoria, “aplicando los métodos cualitativos y cuantitativos, mediante el uso de herramientas como el focus group y entrevistas a profundidad, a una muestra de 200 personas, con un nivel de confianza del 95 %, concluye que el promedio de la satisfacción por los servicios es de 72,9 %, con rangos que varían entre 65 % y 80 %, la población espera más de una Empresa Prestadora de Servicios (EPS) de naturaleza privada, donde la expectativa es mayor que en las otras EPS” Pastor (2014). “La diferencia porcentual entre la percepción y expectativas por los servicios está alrededor del 20 %”. En realidad, “lo que valora el usuario es su tiempo, en consecuencia, sus expectativas mayores están en la reducción del tiempo de atención en general y en la calidad de atención, que relaciona con la competencia del personal. Además, depende del tipo de servicio solicitado” (Pastor, 2014).

Requena & Serrano (2016) en su tesis denominada “Calidad de Servicio desde la perspectiva de Clientes, Usuarios y auto-percepción de Empresas de Captación de Talento”, consideran lo siguiente:

En la calidad de servicio prestada por las empresas cazadoras de talento hacia los clientes personas contacto se puede observar en la dimensión tangibilidad relacionado con los aspectos de los recursos materiales, equipos, personal y materiales de comunicación) que, aunque los gerentes generales creen que están prestando un buen servicio con un 60% en muy de acuerdo, no lo es porque las organizaciones difieren en este porcentaje colocando 60% en de acuerdo, es decir , según los gerentes generales, las organizaciones están recibiendo más de lo que realmente las organizaciones ven que están percibiendo. (Requena & Serrano, 2016)

Al igual en la dimensión garantía, los gerentes colocan con un 80% en muy de acuerdo mientras que las organizaciones solo están de acuerdo con un 76,7% con los conocimientos y cortesía de los empleados y su capacidad de infundir confianza en ellos; y finalmente en empatía donde los gerentes tienen un 100% en muy de acuerdo y las organizaciones se ubican con un 63,3% en de acuerdo, repitiéndose

la misma situación que en tangibilidad donde los gerentes generales no están dando realmente a las organizaciones el rendimiento que piensan estar dando. (p.67)

1.3 Teorías relacionadas al tema.

La Calidad del Servicio:

“La calidad de servicio es la meta de muchas empresas en la actualidad, es una ventaja de competencia”. López (2009, p.19) “El tener en cuenta al cliente y satisfacer sus necesidades, además de adelantarse y sobrepasar sus expectativas, haciéndole sentir que está atendido y que se le da importancia, es un elemento muy contundente para el cliente”. Gazy Kattan (2004) en su libro “el valor de los clientes” establece lo siguiente:

La supervivencia de una empresa depende de conseguir y sostener clientes. Sin ventas no hay flujo de caja y una empresa que no genera caja no sobrevive. También es una verdad universal que es más costoso conseguir un cliente nuevo (o recuperar uno perdido), que conservar un cliente y mejorar su valor para la empresa. (p. 27).

“Los clientes son la base de cualquier empresa, pues son la razón de ser de la misma, quien la mantiene y a quien se le dan los servicios para la cual fue creada”. López (2009, p.15)

La relación con los clientes, como cualquier otra, es un proceso bidireccional durante el cual la empresa y el cliente construyen una base de conocimiento mutuo. La empresa aprende muchas cosas sobre el cliente con las cuales puede llegar a diseñar productos, servicios o soluciones que colmen o inclusive superen las expectativas del cliente. (López 2009, p.19).

“Esto ratifica que el producto debe ser diseñado en base al cliente, pues el cliente es quien lo va a consumir y nos puede permitir las mejoras necesarias, mediante la información que nos pueda suministrar y sus sugerencias”. Philip B. Crosby (1988, p.10) “Calidad es conformidad con los requerimientos. Los requerimientos tienen que estar claramente establecidos para que no haya malentendidos; las mediciones deben ser tomadas continuamente para determinar conformidad con esos requerimientos; la no conformidad detectada es una ausencia de calidad”.

Se puede inferir que la calidad está íntimamente ligada con el deseo del cliente y sus intereses, para lograr un servicio de calidad estas necesidades deben ser cumplidas teniendo el compromiso de estar muy atentos a los deseos del cliente, ser proactivos y adelantarse a los acontecimientos teniendo siempre una solución a cualquier requerimiento. López (2009, p.19)

Además Josep Alet (2002) opina: “la calidad de servicio se entiende desde el punto de vista de la percepción del cliente sobre el servicio, y no por las características intrínsecas del servicio ofrecido”. (p. 6).

“El cliente es quien decide si el servicio es o no bueno, pues el mismo evalúa si está o no adaptado a sus exigencias, a pesar de que este tenga muy buenos procesos o que la empresa lo considere bueno”. Alet (2002, p.49) “un excelente servicio prestado no compensará un artículo de inferior calidad a la esperada, pero seguro que un mal servicio al cliente puede anular completamente un producto fenomenal”. (O cit. p. 7)

El Recurso Humano como Factor Inherente a la Calidad de Servicio:

“La cadena de servicio es el recurso humano pues este es quien tiene el contacto con el cliente y quien facilita que todo el producto llegue a su receptor; del personal depende en gran medida, la calidad de servicio, y la imagen de la empresa”. Alet (2002, p.105)

Es bien sabido que el recurso humano que está en esta posición juega un rol clave en crear satisfacción en el consumidor puesto que muchas veces este personal es parte integral del servicio entregado, Es el momento del contacto con el cliente cuando el consumidor evalúa a la compañía y la calidad del servicio entregado, No importa si la compañía haya invertido mucho en investigar el mercado, en publicidad, en tecnología, etc., si la interacción no es realizada de acuerdo a las expectativas del cliente, el servicio será considerado de pobre calidad. El personal también cumple un rol de marketing, cuando es capaz de reconocer una nueva necesidad del cliente, comunica la oferta de un nuevo servicio y la concreta en una venta. Alet (2002, p.106)

“Las cuatro actividades mencionadas anteriormente por el autor (Procesos, Tecnología, Mercadeo y Recursos Humanos) son claves al momento de analizar, diseñar, y entregar un servicio de calidad”. Alet (2002, p.105) “Sin embargo, aquí debe entenderse que dichas actividades son necesarias pero no suficientes para el mencionado objetivo”.

“Existen dos condiciones que la organización debe cumplir: la Integración y Coherencia de dichas actividades; y el Aprendizaje Interno y Externo”. Alet (2002, p.105). “La integración y coherencia de las actividades permitirá desempeñarlas con eficacia, productividad y rapidez”. (Op. Cit.)

El autor mencionado, nombra varios mecanismos que la organización puede usar para producir esta coherencia. Alet (2002, p.105) afirma:

a) la tecnología (usando equipos y procedimientos que faciliten la operación). b) Incentivos al recurso humano. c) Estructura. Por ejemplo, una estructura más plana y basada en el trabajo equipo. d) Manejo del recurso humano. Por ejemplo entregando capacitación, especialmente al personal base de la organización. e) Cultura. Estableciendo una cultura de calidad, de innovación y de trabajo integrado y cohesionado entre Recurso Humano, Procesos, Tecnología y Mercadeo.

Asimismo, un importante factor lo constituye el aprendizaje Interno y Externo. Alet (2002) afirma:

Por Aprendizaje Externo: se entiende lo que la compañía aprende de las mejores prácticas, de los competidores y de los clientes. • El Aprendizaje Interno: se relaciona con las capacidades que usualmente tienen que ver con el conocimiento, talentos y creatividad del personal que se desempeña directamente en la operación, es decir, directamente originando el producto y directamente aunado al cliente. (p.16)

Por lo tanto, Alet (2002). “Entregar un servicio de calidad representa un desafío no sólo para los representantes de la empresa que están en primera línea, atendiendo al cliente, sino que también para toda la organización”. (op cit., p. 13).

“Analizando todas las ideas antes expuestas, se puede observar la importancia del recurso humano y la necesidad de que este esté cohesionado con los procesos de la operación”. Alet (2002) afirma:

“La capacitación del personal es imperiosa sobre todo en los empleados que tienen contacto con el cliente, además de su motivación e identificación con la empresa, de modo que permita que el personal tenga la actitud adecuada hacia el cliente. Esto a su vez permite el agrado del cliente interno, pues se siente realizado y comprende de mejor forma la importancia que tiene su trabajo para la empresa, y aún más la importancia del cliente como agente de beneficios para toda la organización”. (p.19)

“La calidad tiene diversos objetivos, por un lado cumplir con la completa satisfacción del cliente con diferentes fines (la fidelidad del cliente, el agrado del mismo, la atracción de otros clientes potenciales) y por otra parte lograr

maximizar la productividad de los clientes internos, mejorando las utilidades; también puede ser un requisito de excelencia, un estándar o la única forma de sobrevivir en el mercado, para poder competir con la demás oferta". Alet (2002, p.15)

Dávila (1995) lo establece de la siguiente manera: "Calidad es satisfacer al cliente. ¿Cómo? Cumpliendo con los requerimientos y prestando un buen servicio. ¿Hasta dónde? Hasta donde la acción tomada ayude a la permanencia de la empresa en el mercado. Ese es el límite". (p.15).

Satisfacción Laboral

Retomando la importancia del Capital Humano, se puede hacer énfasis en un factor muy importante como lo es la Satisfacción Laboral. Según Álvarez (2003) "El estudio de la Satisfacción Laboral como fenómeno vinculado a actitudes y la relación de estas con el comportamiento y los resultados hacen que sea un tema de gran importancia en la actualidad". (p. 6). "Este comentario tiene una gran validez ya que el hombre es el centro de las organizaciones, la base; quien produce y da la cara al cliente, de su actitud y comportamiento depende el éxito de la empresa".

"El adecuado desempeño de las labores se relaciona directamente con el bienestar del empleado, de sus necesidades y las relaciones con su equipo de trabajo, en dos palabras Satisfacción Laboral". Alet (2002) El autor especifica este elemento de la siguiente forma:

La satisfacción laboral implica una actitud, o más bien un conjunto de actitudes y una tendencia valorativa de los individuos y los colectivos en el contexto laboral que influirán de una manera significativa en los comportamientos y desde luego en los resultados". (p. 15)

"En la Satisfacción Laboral intervienen muchos elementos internos y externos a la empresa que tiene estrechas relaciones con la vida personal de cada empleado". Díaz M. (2000) divide estos elementos de la siguiente forma:

Motivación de la institución municipal, Motivación en el trabajo, Motivación económica, Ambiente laboral

Ambiente de trabajo

Sobre la base de este autor se definirán a continuación estos elementos.

Alet (2002, p.46) afirma:

Motivación en la institución municipal como el conjunto de estímulos que siente un empleado y que potencian su percepción de su empresa como tal, como organización y como lugar en el que trabaja, se realiza y gana una remuneración. Esos estímulos pueden ser positivos o negativos, produciendo motivación o desmotivación. A su vez está influida por varios subfactores, tales como: Reconocimiento del trabajo y de la labor del empleado por parte de la empresa. Posibilidades de promoción. Atención, por parte de los mandos, a las sugerencias del empleado. Estabilidad en el empleo. Posibilidades de aprendizaje y formación. "Orgullo de marca" (entendida como satisfacción ante los demás por su propia empresa). Implicación del empleado en la empresa. Horario de trabajo. Comunicación vertical y horizontal. (p.75)

Sobre la base de este autor se definirán a continuación estos elementos. Alet (2002, p.46) afirma:

Motivación en el trabajo: Es el conjunto de estímulos que siente un empleado, ubicado en un determinado puesto de trabajo en la empresa u organización, que potencian su percepción de su propio trabajo, el que está realizando y que desarrolla en y desde ese puesto de trabajo. También aquí, esos estímulos pueden ser positivos o negativos, motivadores o desmotivadores. Está influida, entre otros, por los siguientes sus factores: Nivel de responsabilidad que tiene un trabajador en su puesto de trabajo. Contenido del propio trabajo que realiza. Autonomía y posibilidades de iniciativa que tiene el trabajador en su puesto de trabajo. Posibilidades de potenciación, en el puesto de trabajo desempeñado, de las capacidades que tiene el trabajador (de formación, de estudios, de experiencia acumuladas). Posibilidades de autorrealización por parte del trabajador. (p.75)

Sobre la base de este autor se definirán a continuación estos elementos. Alet (2002, p.46) afirma: "Motivación económica: Se trata del estímulo que siente un empleado en razón de las remuneraciones económicas, de todo tipo, que obtiene en su puesto de trabajo".

Sobre la base de este autor se definirán a continuación estos elementos.

Alet (2002, p.46) afirma:

Ambiente laboral: Está conformado por el entorno laboral que rodea a cada empleado. Ese entorno lo constituyen las personas que le rodean. Normalmente serán sus jefes y sus compañeros en sus diferentes niveles. Como en los casos anteriores, tendrá efectos positivos o negativos, creando percepciones favorables o desfavorables en el empleado. Podemos considerar dos subfactores:

Sobre la base de este autor se definirán a continuación estos elementos. Alet (2002, p.46) afirma: “Ambiente de trabajo: Está formado por el entorno físico y material que rodea al trabajador en su propio puesto de trabajo. También puede ser motivador o desmotivador”. Está influido por los siguientes su factor:

Ergonomía (armonía, comunicación), Puesto de trabajo (en sus aspectos físicos y materiales), Ambiente físico que le rodea (luz, calor, frío, corrientes, etc).

Estos factores serán tomados en cuenta para la realización del diagnóstico o evaluación de la satisfacción laboral del equipo de la municipalidad

La satisfacción del cliente en ISO 9001

“Para ISO 9001 la satisfacción del cliente es la percepción que el cliente tiene sobre el grado en que se han cumplido sus requisitos, que la satisfacción es un estado psicológico, y por tanto subjetivo, cuya obtención asegura fidelidad, y que la satisfacción del cliente es a la organización, lo que la felicidad es a la persona”. Pereiro (2008, p.11) “También expresa que el ISO 9001 impulsa a las organizaciones a que alcancen la satisfacción del cliente, situando este objetivo en su punto de mira, y propugnando”.

La mejora del sistema de gestión de la calidad como medio para alcanzarlo. Pereiro (2008), sostiene que:

“En ISO 9001 la meta no es la calidad, es la satisfacción del cliente. La satisfacción del cliente se define en la Norma ISO 9000 - Fundamentos y Vocabulario, como “percepción del cliente sobre el grado en que se han cumplido sus requisitos” acompañada de dos notas (Norma Internacional ISO 9000:2005 traducción certificada, (pág. 8): 1. Las quejas de los clientes son un indicador habitual de una baja satisfacción del cliente, pero la ausencia de las mismas no implica necesariamente una elevada satisfacción del cliente. 2. Incluso cuando los requisitos del cliente se han acordado con el mismo éstos han sido cumplidos, esto no asegura necesariamente una elevada satisfacción del cliente. Asimismo, indica que la autocomplacencia está reñida con el seguimiento de la satisfacción del cliente, lo que más importa es lo que opine el cliente. Aquí se rescata el célebre axioma: el cliente siempre tiene razón, y si no la tiene, se aplica la primera regla”. Pereiro (2008, p.49)

La calidad como satisfacción de las expectativas de los usuarios. Morales, (2004, p.18)

Definir la calidad como el grado en que se atienden o no las expectativas de los usuarios supone incluir factores subjetivos relacionados con los juicios de las personas que reciben el servicio. Es una definición basada en la percepción de los clientes y en la satisfacción de las expectativas, esto es importante para conocer qué necesitan los usuarios y los consumidores. Sin embargo, hay que tener en cuenta que esta medida es la más compleja de todas, ya que las personas pueden dar distinta importancia a diferentes atributos del producto o servicio y es difícil medir las expectativas cuando los propios usuarios y consumidores a veces, no las conocen de antemano, sobre todo cuando están ante un producto o servicio de compra o uso poco frecuente". Morales, (2004, p.76)

"Calidad significa satisfacer necesidades y expectativas de los clientes. Pero al mismo tiempo, considera que, también supone reducir costos y mejorar continuamente los procesos, ajustándolos permanentemente a las exigencias de la sociedad. Es por tanto eficacia y eficiencia". Rodríguez (2005, p.16) "Eficacia en tanto que el resultado de los procesos llevados a cabo en una institución pública tiene un impacto real en dichas necesidades y expectativas; y eficiencia en cuanto mejora la relación recursos empleados - resultados obtenidos".

"En la actualidad, dice, la calidad se alcanza con base en la satisfacción de las necesidades de los clientes así como de sus expectativas, con productos y servicios competitivos". Rodríguez (2005, p.16) "La calidad consolida la confianza del cliente asegurando su fidelidad". Otras conclusiones categóricas que se desprenden de su artículo científico son las siguientes:

- "Un cliente al que no le satisface su primera experiencia es, casi siempre, un cliente perdido.
- En materia de servicios, la calidad, o es total o no existe.
- La satisfacción del cliente es, probablemente, el componente más importante para el éxito duradero de cualquier empresa.
- Las necesidades suelen ser fácilmente explícitas y objetivas; con frecuencia se refieren a las prestaciones funcionales del producto, a su calidad y a su precio.
- Las expectativas, por su propia naturaleza, son básicamente subjetivas y más cambiantes que las necesidades; aunque el cliente no las hace explícitas, su satisfacción determina en gran medida la percepción por el cliente de la calidad.
- Es precisamente la existencia de expectativas, lo que hace que cada cliente sea distinto de los demás.

- Sólo la percepción que el cliente tenga de la satisfacción de sus necesidades y expectativas define el nivel de calidad alcanzado". (p.185)

Concepciones teóricas de calidad

Definición de calidad.

"La calidad está referida, no sola a productos y servicios; sino a los procesos que tienen relación con los productos o servicios. La calidad está presente en cada una de las fases de los procesos de la empresa". (Imai, 1998, p. 10)

Evolución de la calidad.

"El concepto sobre calidad a cambiado diacrónicamente y algunos precisan que lo fundamental de la definición como principio teleológico es la satisfacción de la necesidad del consumidor". Kotler (2008) "Muchos no estamos de acuerdo con este aserto debido porque el cliente no siempre tiene conciencia de la calidad de lo que consume y compre o adquiere bajo manipulación del marketing".

"El grado de satisfacción y calidad del consumidor depende del grado de cultura, de la capacidad de adquisición, demanda, diseñada y realizada. La calidad se relaciona con un estándar de mucho costo". "El valor se relaciona directamente con la propiedad inherente del servicio o producto". Kotler (2008, p.76)

"La calidad tiene costo elevado a pesar de lo que se dice que tiene bajo costo. Este modelo se usa en los libros con el propósito de insistir en su valor". Kotler (2008) "En este sentido, la tiene un costo; su costo a mediano plazo es menor que aquello que no es calidad. De aquí la importancia para invertir económicamente en el desarrollo".

"El voluminoso material informativo sobre la calidad en los últimos tiempos, no lleva a pensar que se trate de un concepto nuevo". "No obstante desde los inicios el hombre ha intentado corregir y mejorar todas las tareas que desarrolla; bien sea, económicas, sociales, deportivas, etc". Kotler (2008) "La satisfacción y el

espíritu de superación reportan, conducen a posiciones que se pueden evitar errores y dar perfección lo que inicialmente se puede llamar bueno”.

Etimológicamente el término calidad deriva de la voz griega Kalós que significa juntos bella y buena. Derivó a la lengua latina como Qualitas, definida como conjunto de cualidades que inciden en la forma de ser de una cosa o persona.

“Todo indicaría que es un término ambiguo, sin sentido pero existen personas que le den relevancia como Deming E. que es el pionero del movimiento sobre calidad en la industria, este autor indica que es el hombre el árbitro supremo de sus necesidades y juez de la calidad, la ciencia es el aliado para ejecutar esta función. Asimismo lo define como “hacer lo correcto, en la forma correcta y de inmediato”. Esto indica que el concepto de calidad no está clara. Debido que significa algo diferente para cada cliente. En este sentido, si decimos que la atención tiene una alta calidad mucho dependerá de la óptica de quien analiza este discurso.

Teoría del dos factores de satisfacción e insatisfacción

Según Herzberg (2008) señala que la satisfacción “en el cargo es función del contenido o de las actividades retadoras y estimulantes del cargo que la persona desempeña”.

“Son factores motivacionales o de satisfacción. Asimismo agrega que la insatisfacción es la función en el contexto. Lo que significa que se da en el espacio de trabajo, de beneficios recibidos, del salario, supervisión compañeros y del entorno en general que rodea al puesto de trabajo. La motivación deviene del enriquecimiento de labores. Lo que significa, que se sustituye las tareas simples o elementales por funciones más complejas que tiendan a dar satisfacción y desafíos al personal que labora para incentivar el crecimiento personal”. Kotler (2008, p.76)

Modelos de calidad de atención.

SERVQHOS.

Según Para suraman (2008) señala que:

Por todas las razones mencionadas anteriormente, era necesaria una versión del cuestionario que incluyera la propuesta de los autores de combinar en la misma escala de respuesta expectativas y percepciones. Es por eso que se desarrolló un trabajo de investigación donde se validó un

cuestionario para medir la calidad percibida de la atención hospitalaria que, basado en SERVQUAL, adopta el nuevo formato de respuesta sugerido por y col., para superar las dificultades metodológicas del cuestionario original. “Esta versión desarrollada por Mira y Aranáz, se ha construido específicamente para ser utilizada como encuesta de post hospitalización en países de habla española. Además, debería servir como herramienta práctica y útil para proponer medidas de mejora en la calidad asistencial, tanto para el gestor como para los clínicos”. (p.46)

El SERVQHOS, incluye dos factores:

Según Para suraman, Zeithaml y Berry (2007) señala que:

“El primer factor fue denominado Calidad Subjetiva, contiene 10 ítems referentes a cortesía, empatía, capacidad de respuesta y competencia profesional, dado que los ítems que lo integran hacen referencia a aspectos totalmente subjetivos, difíciles de evaluar externamente y que sólo se basan en la opinión del paciente”.

“La nueva escala de respuesta está construido de tal modo que una mayor puntuación corresponde con un mayor nivel de calidad percibida, lo que facilita su comprensión. A diferencia de las puntuaciones SERVQUAL, altas puntuaciones SERVQHOS hacen referencia a aspectos valorados positivamente por los pacientes, ya que se refieren a circunstancias del cuidado o de la asistencia que resultaron mejor de lo que ellos esperaban. Con este enfoque se consigue que la escala de respuesta sea más sencilla y comprensible para los pacientes, superando las dificultades de la escala original de expectativas y percepciones”. (p.48)

Teorías de calidad

Teoría de W. Edward Deming.

Fundación Teoría, la calidad provoca una reacción en cadena. Los siguientes factores entran en juego en el proceso lo lograr la calidad:

Los clientes “necesitan la comprensión de sus necesidades futuras y actuales, la satisfacción de necesidades, reconocimiento de proveedor de calidad y costos bajos y establecer relaciones a largo plazo” (Herzberg, 2008).

El personal “requieren trabajo en equipos, capacitación preventiva de los procesos de los errores y defectos, motivaciones de participación en el proceso, responsabilidades cerca al nivel del trabajo, innovación y toma de riesgos para el desarrollo, la comunicación abierta y libre en ideas y opiniones” (Herzberg, 2008).

Los inversionistas. “Están obligados al mejoramiento de la calidad y posición competitiva, ofrecimiento de ganancias razonables a los accionistas” (Herzberg, 2008).

Los proveedores. “Deben integrarse a la organización, integrados al mejoramiento continuo, este establecimiento de vínculos de largo plazo, relaciones que se basen en confianza, exigir evidencias de calidad estadísticamente” (Herzberg, 2008).

La comunidad. “Se compromete a un trato justo, profesional y ético con los integrantes de la comunidad, tener influencia positiva sobre la comunidad, cumplimiento de las normas vigentes, difusión de las operaciones con la comunidad” (Herzberg, 2008).

Teoría de Kaoru Ishikawa.

❖ Fundación Teoría

Según Isikawa (2006) afirma que:

El Control de calidad es un sistema de métodos de producción que económicamente genera bienes o servicios de calidad, acordes con los requisitos de los consumidores, además de practicar el control de calidad es desarrollar, diseñar, manufacturar mantener un producto de calidad que sea el más económico, el más útil y siempre satisfactorio para el consumidor. (Isikawa, 2006)

“Para alcanzar esta meta, es preciso que en la empresa de todos promuevan y participen en el control de calidad, incluyendo tanto a los altos ejecutivos como a todas las divisiones de la empresa y a todos los empleados”, “El control de la calidad no es una actividad exclusiva de especialistas, sino que debe ser estudiado y conseguido por todas las divisiones y todos los empleados. Así se llega el Control Total de la Calidad”.

El Control Total de la Calidad se logra cuando se consigue una completa revolución conceptual en toda la organización. Esta revolución se expresa en las categorías siguientes:

- ❖ “Lo primero es la calidad, más no las utilidades a corto plazo.
- ❖ La dirección es hacia el que consume y no hacia el productor.
- ❖ Se debe derribar barreras seccionistas y se debe considerar al cliente.
- ❖ Empleo de métodos estadísticos.
- ❖ Respeto a la persona como filosofía, administración participante.
- ❖ Administración interfuncional, trabajo por equipos”.

El método estadístico se usa para controlar la calidad usada en la organización por los actores. El método utiliza siete instrumentos elementales:

“Son siete las herramientas que constituyen el método estadístico elemental. Estas son: diagrama de Pareto, dispersión y de causa efecto, estratificación, hojas de verificación, histograma, gráficas y cuadros de control”. Isikawa (2006, p.41)

Metodología para implantar la calidad.

El Doctor Ishikawa organiza las funciones de la organización para lograr el control de calidad con los siguientes pasos:

- “Planear. Definir objetivos y metas, establecer métodos para lograr.
- Hacer. Proporciona educación y capacitación, realiza trabajo.
- Verificar. Constata efectos de la realización.
- Actuar. Iniciar acciones adecuadas”.

Recomienda pasos dentro de la metodología promovida por el doctor que tienen importancia en los criterios de calidad: focalización de metas, aclaración de razones, evaluación de las situaciones actuales, investigación y análisis de causas, plantear medidas correctivas y ejecutarlas, evaluación de resultados, prevenir errores y su recurrencia, reflexión considerando los problemas restantes, planeamiento del futuro.

Dimensiones de la calidad de servicio.

Drucker (1990, p. 41). Sostiene que la calidad no está dentro de un servicio, sino es lo que el cliente obtiene y por lo que paga. *“La calidad no es lo que se pone dentro de un servicio, es lo que el cliente obtiene de él y por lo que está dispuesto a pagar”*. Desde la perspectiva del cliente existen cinco dimensiones que sirven para cubrir sus expectativas:

Fiabilidad. “Se entiende como la capacidad de la empresa para generar e inspirar en el cliente satisfacción confiable, segura y cuidadosa, en este concepto se incluye la puntualidad y los elementos que permiten al cliente tener la idea de profesionalismo que rodea a la empresa”, “En conclusión fiabilidad es sinónimo de corrección en todo momento” (Drucker, 1990).

Seguridad. “El cliente con su sentimiento pone sus problemas en manos de la organización confiando que serán solucionados con posibilidad, en seguridad es sinónimo de credibilidad que además se incluye la honestidad, integridad y la confiabilidad”. “Lo que significa que no solo se debe preocupar de los intereses del cliente sino demostrar sentido de preocupación por el cliente y su satisfacción”. (Drucker, 1990).

Capacidad de respuesta. “Es la actitud que se manifiesta por brindar ayuda al cliente suministrando servicios rápidos. Se considera el tiempo en el cumplimiento de los compromisos asumidos, demostración que la organización puede lograr las expectativas del cliente”. (Drucker, 1990).

Empatía. “Sentir al cliente como si fuera parte de la organización por cuanto la atención en el servicio debe ser personalizada y segura, esto requiere un fuerte compromiso de implicar al cliente reconociendo y asumiendo sus necesidades y rasgos típicos personales” (Drucker, 1990).

Intangibilidad. “Alude a la intangibilidad del servicio considerando algunos aspectos resaltantes” (Drucker, 1990).

➤ **Conceptualización de satisfacción del usuario.**

Andía (2014) señala que:

la satisfacción del usuario implica una experiencia racional o cognoscitiva, derivada de la comparación entre las expectativas y el comportamiento del producto o servicio; está subordinada a numerosos factores como las expectativas, valores morales, culturales, necesidades personales y a la propia organización sanitaria. Estos elementos condicionan que la satisfacción sea diferente para distintas personas y para la misma persona en diferentes circunstancias”

Por otro lado Según Kotler (1996) señala que: “La satisfacción del usuario es como el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas” (p.66).

Dimensiones de la satisfacción del usuario

Tanto el Ministerio de Salud y Dueñas, (1998), citado por Ramírez (2016), plantean la existencia de tres dimensiones, las mismas que son tomadas en la presente investigación.

Dimensión humana. “Es un aspecto fundamental ya que la razón de ser de los servicios es brindar una eficiente atención y garantizar el cuidado de un ser humano” Ministerio de Salud y Dueñas, (1998), citado por Ramírez (2016).

Dimensión Técnico- científica

“Se refiere que entre las circunstancias locales que pueden influir en cómo se evalúa la atención técnica, se encuentran diferencias en la disponibilidad y las características de los recursos humanos y materiales. Esta es una norma importante que hay que establecer, pero en muchas situaciones no tiene relevancia inmediata, más bien, puede haber necesidad de calificar el rendimiento de los proveedores para compararlo con los mejores resultados posibles a partir de los recursos de que éstos disponen”. Ministerio de Salud y Dueñas, (1998), citado por Ramírez (2016),

En resumen, “es preciso calificar la satisfacción tomando en cuenta lo que es razonablemente posible dentro de un ambiente determinado, pero, al mismo tiempo debe establecerse una forma más universalista, por lo menos como una meta que

se propone alcanzar. Mientras tanto, se podría aprender mucho al comparar lo que realmente ocurre con lo que razonablemente se podría esperar que ocurriese, y también con lo que debería suceder si se eliminaran las limitaciones de recursos” Ministerio de Salud y Dueñas, (1998), citado por Ramírez (2016),

Dimensión entorno

Es el cúmulo de “todas las condiciones e influencias externas que afectan a la vida y al desarrollo de un organismo y son capaces de evitar, suprimir o contribuir a las actividades”, estos son: ventilación, calor, luz, dieta, limpieza y ruido” Ministerio de Salud y Dueñas, (1998), citado por Ramírez (2016),

➤ **Capacitación para la satisfacción al usuario**

Según Berry (1996) explica que toda capacitación para la atención del servicio al usuario es un aprendizaje con procedimientos, formas de tipo interno a la organización. Existen tres estrategias que se entrelazan en un aprendizaje continuo para satisfacer al cliente.

- “Herramienta. Es imprescindible que los empleados aprendan los procedimientos internos para canalizar los pedidos y para responder a preguntas y solicitudes de los clientes.
- Las técnicas. Corresponde a los métodos o formas de trato afectivo al cliente cuando ocurre las transacciones comunicativas como saludar, calmar a clientes irritados, dar gracias por la compra. Estas formas de trato debe darse directamente, por correo, teléfono u otro medio.
- Experimentos y triunfos. Es necesario la construcción de una videoteca sobre las relaciones con los clientes. Esto para tener información sobre cómo fue tratado, como perciben la organización y cuáles son sus opiniones sobre diferentes temas. En realidad consiste en hacer feliz al cliente a través del contacto con ellos”.

Los niveles de satisfacción del cliente.

“Luego de realizada la compra o adquisición de un producto o servicio, los clientes experimentan uno de éstos tres niveles de satisfacción”. Berry (1996) “la insatisfacción (el desempeño percibido del producto no cubren las expectativas del público). La satisfacción se hace visible cuanto desempeño percibido - expectativas del cliente coinciden”.

Características de los servicios.

Albrecht (1988, p. 36) las define de la siguiente manera:

- “El servicio se presta donde quiera que esté el cliente.
- El valor del servicio depende de la experiencia personal.
- La reparación es el medio único de satisfacción del cliente.
- Comprador y vendedor se ponen de acuerdo para crear el servicio”.

Elementos básicos en el servicio al contribuyente.

Albrecht (1988, p. 36) las define de la siguiente manera:

- “Derecho a ser informado
- Necesidades básicas de los contribuyentes: contexto amistoso, comprensión y empatía, equidad, opciones y alternativas, información plena y confiable.
- Servicio de un sistema integral. Todas las partes son importantes; si falla una falla todo.
- Consideración de los factores de atención al cliente. Entre ellos destacan la brevedad claridad en la información y rapidez en la ejecución de la función. No debe entenderse como servicio apresurado. La amabilidad como trato de interacción donde se perciba la cortesía y la amistad. La simplicidad en el lenguaje. Esto es familiar y no técnico para que no entienda el contribuyente. Las instrucciones deben ser específicas y clara a través de folletos, mosquitos, esquemas, ilustraciones gráficas.

- Atención a las quejas y reclamos. Estas no deben ser ignorados sino atendidos. Constituye un indicador de los logros de la organización. El cliente debe tener una percepción que la organización se preocupa por sus requerimientos”.

Herramientas para mejorar el servicio – kaizen.

Según Wellington (1997) señala que:

El Mejoramiento Kai, que significa cambio, y Zen que significa bueno. Se usa para explicar un proceso gerencial y una cultura empresarial que ha llegado a significar renovamiento continuo y gradual, implementando mediante la participación activa y compromiso de todos los empleados de una compañía en lo que dicha compañía hace y, más precisamente en la forma en cómo se realizan las actividades.

“El mejoramiento continuo, el cual involucra a todas las personas, tanto Gerentes como trabajadores y ocasiona un gasto relativamente pequeño”. Imai (1998) señala que: “puede mejorar la calidad, reducir el costo en forma considerable y satisfacer los requerimientos de entrega de los clientes, sin inversión o introducción significativa de nueva tecnología”.

Imai (1998) Señala que:

Es Una palabra japonesa que significa lugar real. Ahora adaptada a la terminología gerencial para referirse a lugar de trabajo. Según Imai el Gemba debe ser el lugar de todos los mejoramientos y la fuente de toda información, por tanto la Gerencia debe mantenerse un estrecho contacto con las realidades del Gemba, con el fin de solucionar cualquier problema dentro del mismo. En otras palabras cualquier asistencia que la Gerencia suministre debe surgir de las necesidades específicas del lugar de trabajo.

1.4 Formulación del problema

¿Qué relación entre satisfacción del usuario y calidad de servicio en los servidores municipales de la municipalidad distrital de Santa Rosa – Jaén - Cajamarca, 2018?

1.5 Justificación del estudio.

En la actualidad en nuestro país podemos ver a diario ciudadanos quejándose de los malos servicios que recibieron y que sus demandas no son satisfechas como ellos desean y necesitan. Está sucediendo cuando el gobierno no consulta y programa las necesidades de acuerdo a las demandas de los ciudadanos. Porque la calidad de servicio es un sistema orientado a los procesos construido desde el momento del requerimiento del usuario y hasta lograr satisfacer las necesidades de acuerdo a lo programado y sin desviaciones. Estos requerimientos pueden medirse y las desviaciones durante el proceso de prestación de servicios, pueden prevenirse mediante procesos de mejoras o rediseños. Se busca la excelencia en todos los procesos de gestión, en las operaciones y en los procesos administrativos, y hasta llegar a satisfacer al usuario final sus demandas.

De acuerdo al acápite anterior se pretende en principio identificar el nivel de satisfacción del usuario y la calidad de servicio que se brinda en la Municipalidad distrital de Santa Rosa, en este sentido con los resultados y de acuerdo al tipo de investigación se busca medir la relación entre ambas variables y que los resultados posteriores pueden permitir establecer acciones de mejora en bien del funcionamiento de la municipalidad objeto de estudio.

La satisfacción de los usuarios es la sensación que tienen de que sus necesidades han sido cubiertas, también se puede decir, es el grado de cumplimiento por parte de la municipalidad, respecto a las expectativas que ellos esperan.

1.6 HIPÓTESIS

H_i: Existe relación entre satisfacción del usuario y calidad de servicio en los servidores municipales de la municipalidad distrital de Santa Rosa – Jaén - Cajamarca, 2018.

H_o: Existe relación entre satisfacción del usuario y calidad de servicio en los servidores municipales de la municipalidad distrital de Santa Rosa – Jaén - Cajamarca, 2018.

1.7 OBJETIVOS

1.7.1 General

Determinar la relación entre satisfacción del usuario y calidad de servicio en los servidores municipales de la municipalidad distrital de Santa Rosa – Jaén - Cajamarca, 2018.

1.7.2 Específicos

Identificar el nivel de satisfacción del usuario en los servidores municipales de la municipalidad distrital de Santa Rosa – Jaén - Cajamarca, 2018.

Identificar el nivel de calidad de servicio en los servidores municipales de la municipalidad distrital de Santa Rosa – Jaén - Cajamarca, 2018.

Conocer la relación entre la dimensión humana y la variable calidad de servicio en los servidores municipales de la municipalidad distrital de Santa Rosa – Jaén - Cajamarca, 2018.

Identificar la relación entre la dimensión técnico – científico y la variable calidad de servicio en los servidores municipales de la municipalidad distrital de Santa Rosa – Jaén - Cajamarca, 2018.

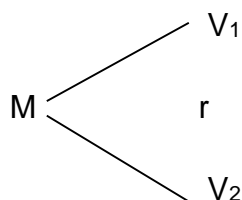
Conocer la relación entre la dimensión entorno y la variable calidad de servicio en los servidores municipales de la municipalidad distrital de Santa Rosa – Jaén - Cajamarca, 2018.

II. MÉTODO

2.1. Diseño de estudio.

Antes de indicar el diseño de estudio, es pertinente revelar el tipo de estudio de la presente investigación, y para ello de acuerdo a las intenciones del investigador determinamos que es correlacional. “Este tipo de estudios tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que existe entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto en particular”. De acuerdo con Hernández, Fernández, Baptista, (2010, p. 81), “los estudios correlacionales, al evaluar el grado de asociación entre dos o más variables, miden cada una de ellas el grado de relación, después, cuantifican y analizan la vinculación”. “Tales correlaciones se sustentan en hipótesis sometidas a prueba”.

En este sentido de acuerdo al acápite anterior el diseño de la presente investigación es el descriptivo correlacional, midiendo las variables mencionadas, la intención de este diseño: “es medir si existe correlación, pero sin pretender dar una explicación completa (de causa y efecto) al fenómeno investigado” Carrasco (2009), ya que busca recoger información a partir de la aplicación representada por el siguiente diagrama.



M = Servidores municipales.

V₁ = Satisfacción del usuario

V₂ = Calidad de servicio.

r = relación.

2.2. Variables, operacionalización.

2.2.1. Definición conceptual

❖ **Variable: satisfacción del usuario.**

“Se define como el agrado del usuario...que manifiesta luego de haber adquirido un producto” (Labrador, 2016).

❖ **Variable: Calidad de servicio.**

Según Hernández (2010) sostiene que la calidad de servicio es “un sistema eficiente para atraer, satisfacer, exceder, retener a todos los clientes, tanto internos como externos; es hacer las cosas a la medida de las exigencias de nuestros clientes”

2.2.2. Definición operacional

❖ **Variable: Satisfacción del usuario.**

Es la forma como los clientes pueden quedar satisfechos sobre un servicio recibido, en ello deben considerar aspectos como la dimensión Humana, el técnico científica y sobre todo el entorno en el cual se desenvuelven los servidores en este caso.

Es preciso mencionar que se determinó un baremo para efectos de medir la variable liderazgo, tal como se detalla a continuación:

ESCALA	DIMENSIONES			Total
	Dimensión humana	Técnico científico	Entorno	
Bueno	25 - 17	25 - 17	25 - 17	75 - 52
Regular	16 - 09	16 - 09	16 - 09	51 - 27
Malo	08 - 05	08 - 05	08 - 05	26 - 25

Fuente: Elaboración propia.

❖ **Variable: Calidad de servicio.**

Teniendo en cuenta que la calidad implica mayor esfuerzo frente a la exigencias de nuestros clientes, en este caso los ciudadanos la calidad para nuestra investigación exige confiabilidad, seguridad, elementos tangibles, capacidad de respuesta y empatía por parte de los servidores municipales.

Es oportuno manifestar que de acuerdo a la intención del investigador por medir dicha variable se elaboró el siguiente baremo:

ESCALA	Confiabilidad	Seguridad	Elementos tangibles	Capacidad de respuesta.	Empatía	Total
Bueno	25 - 17	20 - 15	20 - 15	20 - 15	25 - 17	110 - 74
Regular	16 - 09	14 - 07	14 - 07	14 - 07	16 - 09	73 - 37
Malo	08 - 05	06 - 04	06 - 04	06 - 04	08 - 05	36 - 22

Fuente: Elaboración propia.

2.2.3. Operacionalización de variables.

“Este proceso es la parte operativa de la definición operacional de las variables y tiene como propósito construir la matriz metodológica para el diseño y elaboración de los instrumentos de medición empírica los mismos que permitirán al investigador contrastar la hipótesis prevista”. Específicamente (Carrasco, 2009) “Consiste en descomponer o desagregar deductivamente las variables que componen el problema de investigación, partiendo desde lo más general a lo más específico, es decir las variables se dividen en dimensiones, indicadores e ítem”

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTO
Satisfacción del usuario	Dimensión Humana	✓ Trato cordial y amable.	Encuesta a pobladores de 15 ítems.
		✓ Tiempo de espera.	
	Técnico científica	✓ Orientación	
		✓ Confiabilidad	
	Entorno	✓ Limpieza	
		✓ Servicios	
Calidad del servicio	Confiabilidad	✓ Cumplen lo prometido.	Encuesta a pobladores de 22 ítems.
		✓ Sincero interés por resolver problemas.	
		✓ Realizan bien el servicio la primera vez.	
		✓ Concluyen el servicio en el tiempo	
		✓ No cometen errores.	
	Seguridad	✓ Comportamiento confiable de los empleados.	
		✓ Clientes se sienten seguros.	
		✓ Los empleados son amables.	
		✓ Los empleados tienen conocimientos	
	Elementos tangibles	✓ Equipos de apariencia moderna.	
		✓ Instalaciones visualmente atractivas.	
		✓ Empleados con apariencia pulcra.	
		✓ Elementos materiales atractivos.	
	Capacidad de	✓ Comunican cuando concluirán el servicio.	
		✓ Los empleados ofrecen un servicio	

	respuesta	✓ Los empleados siempre están dispuestos a ayudar.
		✓ Los empleados nunca están demasiado ocupados.
	Empatía	✓ Ofrecen atención individualizada.
		✓ Horarios de trabajo convenientes para los clientes.
		✓ Tienen empleados que ofrecen atención personalizada.
		✓ Se preocupan por los clientes.
		✓ Comprenden las necesidades de los clientes.

Fuente: Elaboración propia.

2.3. Población y Muestra.

2.3.1. Población.

Para la presente investigación la población estuvo conformada por 8214 electores de acuerdo a los registros de la municipalidad distrital de Santa Rosa.

2.3.2. Muestra.

Para la selección de la muestra se consideró la muestra no probabilística a criterio del investigador, la misma que de acuerdo con Carrasco, (2009, p. 243) la denomina como muestras intencionadas en el sentido: “es aquella que el investigador selecciona según su propio criterio, sin ninguna regla matemática o estadística”.

Matriz de Tamaños Muestrales para diversos márgenes de error y niveles de confianza, al estimar una proporción en poblaciones Finitas

N [tamaño del universo]	8,214	←	Escriba aquí el tamaño del universo
p [probabilidad de ocurrencia]	0.5	←	Escriba aquí el valor de p

Nivel de Confianza (alfa)	1-alfa/2	z (1-alfa/2)
90%	0.05	1.64
95%	0.025	1.96
97%	0.015	2.17
99%	0.005	2.58

Fórmula empleada
$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}} \quad \text{donde:} \quad n_0 = p^*(1-p)^* \left(\frac{z(1-\frac{\alpha}{2})^2}{d} \right)^2$

Matriz de Tamaños muestrales para un universo de 8214 con una p de 0.5

Nivel de Confianza	d [error máximo de estimación]									
	10.0%	9.0%	8.0%	7.0%	6.0%	5.0%	4.0%	3.0%	2.0%	1.0%
90%	67	82	104	135	183	260	400	685	1,395	3,697
95%	95	117	147	191	258	367	559	944	1,858	4,427
97%	116	143	180	233	314	445	675	1,128	2,167	4,838
99%	163	200	252	326	438	616	923	1,509	2,762	5,499

Para el presente informe de investigación y de acuerdo a lo anteriormente descrito se consideró una muestra de 95 pobladores.

2.4. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.

2.4.1. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Para la presente investigación se utilizó las siguientes técnicas:

Técnicas.

a. La Observación:

En términos generales para la observación consiste: “en el registro sistemático, válido y confiable de comportamiento y conducta manifestada” Hernández, Fernández, Baptista (2014). Esta técnica nos permitió registrar los acontecimientos de los trabajadores de la municipalidad en mención.

Instrumentos.

Para cumplir con lo establecido en la técnica de recolección de datos se empleó la Escala de Likert: de acuerdo con (Pino, 2007, pp.450 - 453) “es una estructura que presenta un conjunto de ítems en forma de proposiciones positivas (favorables), sobre hechos y fenómenos sociales o naturales de la realidad, comportamientos individuales y personas sometidas a observación que expresen su opinión o actitud”. No hay respuestas correctas o incorrectas.

La “escala Likert se aplica habitualmente como parte de una encuesta, que puede contener varias escalas y otros instrumentos”. “La escala Likert es una escala sumatoria: sus puntajes son la suma de los puntajes de los ítems” (Pino, 2007).

De acuerdo a lo anteriormente mencionado la presente investigación presenta dos variables: la primera relacionada a la satisfacción del usuario, el mismo que comprende tres dimensiones (dimensión humana, técnico científico y entorno), estos a su vez se dividen en indicadores y presentan un total de 15 ítems.

Asimismo la variable calidad de servicio presenta cinco dimensiones (confiabilidad, seguridad, elementos tangibles, capacidad de respuesta y empatía), estos a su vez se dividen en indicadores y presentan un total de 22 ítems.

2.4.2. Validez y confiabilidad del instrumento de recolección de datos.

Validez del instrumento:

“Todo instrumento de recolección de datos debe resumir dos requisitos esenciales: validez y confiabilidad”. “Con la validez se determina la revisión de la presentación del contenido, el contraste de los indicadores con los ítems que miden las variables correspondientes”. “Se estima la validez como el hecho de que una prueba sea de tal manera concebida, elaborada y aplicada y que mida lo que se propone medir” (Castañeda, Espinoza, Morales, 2013).

Tejada (1995) citado por Pino (2007) expresa la validez como: “... el grado de precisión con que el test utilizado mide realmente lo que está destinado a medir” (p. 26). “Es decir, la validez se considera como un conjunto específico en el sentido que se refiere a un propósito especial y a un determinado grupo de sujetos”.

Para conseguir la validez tanto de contenido, así como de los instrumentos de recogida de datos se desarrollará mediante el juicio de Jueces o expertos, los mismos que pretenden identificar la coherencia entre indicadores, dimensiones de las respectivas variables.

Por otro lado (Castañeda, Espinoza, Morales, 2013). Consideran:

“los mismos tendrán la oportunidad de hacer las debidas correcciones en cuanto al contenido, pertinencia, ambigüedad, redacción y otros aspectos que consideraron necesario realizar mejoras” “Al cumplirse éste procedimiento, las observaciones y sugerencias de los expertos, permitirán el rediseño del instrumento de medición, para luego someterlo a la confiabilidad” (Castañeda, Espinoza, Morales, 2013).

Por lo antes descrito el juicio de expertos para ambos instrumentos fue de forma favorable, por lo que se decidió pasar a la siguiente etapa que fue la confiabilidad.

Confiabilidad del instrumento.

Después de la revisión bibliográfica Pino (2007) considera que la confiabilidad es la “estabilidad de los resultados, o de las calificaciones obtenidas en el instrumento”.

Por otro lado “Neil Salkind (1997) citado por Carrasco (2009), nos dice que “algo que es confiable, funciona en el futuro como lo hecho en el pasado. Una prueba o medida de conducta confiable, puede medir la misma cosa más de una vez y producirá los mismos resultados”. (Mendoza, 2013).

Para la presente trabajo se utilizó el coeficiente Alpha de Cronbach, que presenta una escala tal como se detalla a continuación:

“La medición va de 0 a 1, tal como se muestra a continuación: De 0, 00 a 0,19 representa un nivel de confiabilidad muy débil; de 0,20 a 0,39 débil; de 0,40 a 0,59 tiene un nivel moderado; por su parte, de 0,60 a 0,79 es fuerte; y, finalmente, de 0,80 a 1,00 significa un grado de confiabilidad muy fuerte”. (Valderrama, 2013, p. 215)

La ecuación de fórmula que se utilizará para el cálculo del coeficiente de confiabilidad Alfa de Cronbach es la siguiente

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

- K: El número de ítems
- $\sum S_i^2$: Sumatoria de Varianzas de los ítems
- S_T^2 : Varianza de la suma de los ítems
- α : Coeficiente de Alfa de Cronbach

Estadísticos de fiabilidad

Variables	Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
Satisfacción del usuario	.081	.072	15
Calidad de servicio	.073	.069	22

Entre más cerca de 1 está, más alto es el grado de confiabilidad

2.5. Métodos de análisis de datos.

Teniendo en cuenta el tipo de investigación se utilizó la estadística descriptiva a través de la distribución de frecuencias: que ha decir de Bernal (2010), esto implica “un conjunto de puntuaciones presentadas en una tabla de manera ordenada, sus características definidas por el investigador”

Para establecer la correlación se utilizó el “Coeficiente de Correlación de Pearson para ver el nivel de significancia ya que es una prueba estadística para analizar la relación entre dos variables medidas en un nivel por intervalos o de razón” (Gamarra & Berrospi & Pujay & Cuevas, 2008).

La interpretación del coeficiente de “r” de Pearson puede variar de -1,00 a +1,00, **donde:**

-1,00 = Correlación negativa perfecta.
-0,90 = Correlación negativa muy fuerte.
-0,75 = Correlación negativa considerable.
-0,50 = Correlación negativa media.
-0,25 = Correlación negativa débil.
0,00 = No existe correlación alguna entre las variables.
+0,10 = Correlación positiva muy débil.
+0,25 = Correlación positiva débil.
+0,50 = Correlación positiva media
+0,75 = Correlación positiva considerable.
+0,90 = Correlación positiva muy fuerte.
+1,00 = Correlación positiva perfecta”.

2.6. Aspectos éticos

La culminación del presente informe de investigación implica que se consideraron criterio mínimos como es la “la objetividad, honestidad, respeto de los derechos de terceros, y relaciones de igualdad” (Universidad Uladech, 2013), además de considerar “la toma de decisiones en cada etapa del proceso de investigación debe estar encaminada a asegurar tanto la calidad de la investigación, como la seguridad

y bienestar de las personas/grupos involucrados en la investigación y debe cumplir con los reglamentos, normativas y aspectos legales pertinentes” (Argüelles, 2013)

Por otro lado el “investigador asume estos principios, desde el inicio, durante y después del proceso de investigación; a efectos de cumplir el principio de reserva, el respeto a la dignidad humana y el derecho a la intimidad” (Abad y Morales, 2005) citado por la Universidad de Celaya, (2011).

III. Resultados.

Los resultados de la investigación se presentan de acuerdo al objetivo general, la hipótesis del estudio y los objetivos específicos.

a. Objetivo específico N° 01

Identificar el nivel de satisfacción del usuario en los servidores municipales de la municipalidad distrital de Santa Rosa – Jaén - Cajamarca, 2018.

Tabla N° 01: Frecuencias de la dimensión humana en los servidores municipales de la Municipalidad distrital de Santa Rosa, 2018.

Dimensión: Humana					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Malo	25	26,3	26,3	26,3
	Regular	35	36,8	36,8	63,2
	Bueno	35	36,8	36,8	100,0
Total		95	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a trabajadores.

Interpretación:

De acuerdo a los resultados en la tabla se puede identificar que la dimensión humana presenta un 36,8%, de bueno y regular (indica trato cordial, la forma de atención cuidadosa, personal uniformado y limpio, interés por las sugerencias y respeto a los turnos para la atención), además del 26,3% que indica que esta dimensión mala.

Tabla N° 02: Frecuencias de la dimensión técnico científica en los servidores municipales de la Municipalidad distrital de Santa Rosa, 2018.

Dimensión: Técnico - científica					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Malo	35	36,8	36,8	36,8
	Regular	34	35,8	35,8	72,6
	Bueno	26	27,4	27,4	100,0
	Total	95	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a trabajadores.

Interpretación:

De acuerdo a los resultados en la tabla se puede identificar que la dimensión humana presenta un 35,8%, de regular (indica que recibe charlas mientras espera ser atendido, orientan los procedimientos, se mantiene confiabilidad en los servicios solicitados, se respeta las inquietudes y sugerencias de los usuarios), por otro lado encontramos que un 27,4% indica que esta dimensión es bueno. Asimismo encontramos un 26.8% que considera que la dimensión técnico – científica es mala debido a lo antes mencionado.

Tabla N° 03: Frecuencias de la dimensión entorno en los servidores municipales de la Municipalidad distrital de Santa Rosa, 2018.

Dimensión Entorno					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Malo	34	35,8	35,8	35,8
	Regular	26	27,4	27,4	63,2
	Bueno	35	36,8	36,8	100,0
	Total	95	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a trabajadores.

Interpretación:

De acuerdo a los resultados en la tabla se puede identificar que la dimensión entorno presenta un 36,8%, que considera es bueno (indica que la institución se encuentra limpia, buena ventilación, ordenada, servicios limpios, incluso existen

recipientes para poder arrojar la basura), por otro lado encontramos el 27,4% que considera que es regular; asimismo existe un preocupante 36,8% que indica que esta dimensión mala.

Tabla Nº 04: Frecuencias de la variable satisfacción del usuario en los servidores municipales de la Municipalidad distrital de Santa Rosa, 2018.

Variable: Satisfacción del usuario					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Malo	33	34,7	34,7	34,7
	Regular	31	32,6	32,6	67,4
	Bueno	31	32,6	32,6	100,0
Total		95	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a trabajadores.

Interpretación:

De acuerdo a los resultados en la tabla se puede identificar que la variable satisfacción del usuario presenta un 34,7%, que considera es malo por lo anteriormente descrito, además el 32,6% sostiene es regular; asimismo se puede evidenciar que tenemos la misma cantidad que considera es bueno.

b. Objetivo específico Nº 02

Identificar el nivel de calidad de servicio en los servidores municipales de la municipalidad distrital de Santa Rosa – Jaén - Cajamarca, 2018.

Tabla Nº 05: Frecuencias de la dimensión confiabilidad en los servidores municipales de la Municipalidad distrital de Santa Rosa, 2018.

Dimensión: Confiabilidad					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Malo	35	36,8	36,8	36,8
	Regular	36	37,9	37,9	74,7
	Bueno	24	25,3	25,3	100,0
Total		95	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a trabajadores.

Interpretación:

De acuerdo a los resultados en la tabla se puede identificar que la dimensión confiabilidad de la variable calidad de servicio presenta un 37,9%, que considera es regular (indica que los informes se explican de forma clara, y adecuada; se atiende en horario programado, respetando la hora de llegada y el horario programado; incluso sostienen que cuando los encargados se encuentran disponibles se atiende sin contratiempos), por otro lado encontramos el 25,3% que considera que es bueno; finalmente existe un preocupante 36,8% que indica que esta dimensión mala.

Tabla N° 06: Frecuencias de la dimensión seguridad en los servidores municipales de la Municipalidad distrital de Santa Rosa, 2018.

Dimensión: Seguridad					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Malo	42	44,2	44,2	44,2
	Regular	53	55,8	55,8	100,0
	Total	95	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a trabajadores.

Interpretación:

De acuerdo a los resultados en la tabla se puede identificar que la dimensión seguridad de la variable calidad de servicio presenta un 55,8% que considera es regular (indica que la atención es rápida, incluso al solicitar informes indican que es confiable, y los empleados brindan atención suficiente y clara), por otro lado encontramos el 44,2% que considera que es malo.

Tabla N° 07: Frecuencias de la dimensión elementos tangibles en los servidores municipales de la Municipalidad distrital de Santa Rosa, 2018.

Dimensión: Elementos tangibles					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Malo	25	26,3	26,3	26,3
	Regular	45	47,4	47,4	73,7
	Bueno	25	26,3	26,3	100,0
	Total	95	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a trabajadores.

Interpretación:

De acuerdo a los resultados en la tabla se puede identificar que la dimensión elementos tangibles de la variable calidad de servicio presenta un 47,4% que considera es regular (indica que las instalaciones presentan comodidad, el empleado se preocupa por la estadía de los usuarios, además de inspirar confianza y atenderá los problemas solicitados), por otro lado encontramos el 26,3% que considera que es malo y bueno respectivamente.

Tabla Nº 08: Frecuencias de la dimensión capacidad de respuesta en los servidores municipales de la Municipalidad distrital de Santa Rosa, 2018.

Dimensión: Capacidad de respuesta					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Malo	23	24,2	24,2	24,2
	Regular	24	25,3	25,3	49,5
	Bueno	48	50,5	50,5	100,0
Total		95	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a trabajadores.

Interpretación:

De acuerdo a los resultados en la tabla se puede identificar que la dimensión capacidad de respuesta de la variable calidad de servicio presenta un 50,5% que considera es bueno (trato con amabilidad, interés por solucionar problemas), por otro lado encontramos el 25,3% que considera que es regular; además el 24,2% considera malo respectivamente.

Tabla Nº 09: Frecuencias de la dimensión empatía en los servidores municipales de la Municipalidad distrital de Santa Rosa, 2018.

Dimensión: Empatía					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Malo	23	24,2	24,2	24,2
	Regular	49	51,6	51,6	75,8
	Bueno	23	24,2	24,2	100,0
	Total	95	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a trabajadores.

Interpretación:

De acuerdo a los resultados en la tabla se puede identificar que la dimensión empatía de la variable calidad de servicio presenta un 51,6% que considera es regular (los usuarios indican que están satisfechos con la atención recibida, es oportuno el horario, incluso se les orienta de forma adicional, mostrando interés por solucionar problemas), asimismo encontramos el 24,2% que considera que es bueno y malo respectivamente.

Tabla Nº 10: Frecuencias de la variable calidad de servicio en los servidores municipales de la Municipalidad distrital de Santa Rosa, 2018.

Variable: Calidad de servicio					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Malo	30	31,6	31,6	31,6
	Regular	43	45,3	45,3	76,8
	Bueno	22	23,2	23,2	100,0
	Total	95	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a trabajadores.

Interpretación:

De acuerdo a los resultados en la tabla se puede identificar que la variable calidad de servicio presenta un 45,3%, que considera es regular por lo anteriormente descrito, además el 23,2% sostiene es bueno; asimismo se puede evidenciar que tenemos un preocupante 31,6% que considera es malo.

c. Objetivo específico N° 03

Conocer la relación entre la dimensión humana y la variable calidad de servicio en los servidores municipales de la municipalidad distrital de Santa Rosa – Jaén - Cajamarca, 2018.

Tabla N° 11: Correlación entre dimensión humana y la variable calidad de servicio en los servidores municipales de la municipalidad distrital de Santa Rosa – Jaén - Cajamarca, 2018.

Correlaciones			
		Dimensión: Humana	Variable: Calidad de servicio
Dimensión: Humana	Correlación de Pearson	1	,870**
	Sig. (bilateral)		,000
	Suma de cuadrados y productos cruzados	58,947	47,842
	Covarianza	,627	,509
	N	95	95
Variable: Calidad de servicio	Correlación de Pearson	,870**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	Suma de cuadrados y productos cruzados	47,842	51,326
	Covarianza	,509	,546
	N	95	95

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación.

Al relacionar el dimensión humana y la variable calidad de servicio en los servidores municipales de la municipalidad distrital de Santa Rosa – Jaén - Cajamarca, 2018 se ha determinado una correlación de Pearson ($r = 0.870$), lo cual ha generado una probabilidad de significancia experimental de $p = 0,000$ inferior al nivel de significancia fijado de 0,05, lo que nos permite inferir que existe una correlación positiva considerable entre la dimensión humana y la variable calidad de servicio. Es preciso mencionar que los datos han sido procesados a través del software estadístico SPSS 18.

d. Objetivo específico N° 04

Identificar la relación entre la dimensión técnico – científico y la variable calidad de servicio en los servidores municipales de la municipalidad distrital de Santa Rosa – Jaén - Cajamarca, 2018.

Tabla N° 12: Correlación entre dimensión técnico – científico y la variable calidad de servicio en los servidores municipales de la municipalidad distrital de Santa Rosa – Jaén - Cajamarca, 2018.

Correlaciones			
		Dimensión: Técnico - científica	Variable: Calidad de servicio
Dimensión: Técnico - científica	Correlación de Pearson	1	,922**
	Sig. (bilateral)		,000
	Suma de cuadrados y productos cruzados	60,147	51,242
	Covarianza	,640	,545
	N	95	95
Variable: Calidad de servicio	Correlación de Pearson	,922**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	Suma de cuadrados y productos cruzados	51,242	51,326
	Covarianza	,545	,546
	N	95	95

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación.

Al relacionar el dimensión técnica - científico y la variable calidad de servicio en los servidores municipales de la municipalidad distrital de Santa Rosa – Jaén - Cajamarca, 2018 se ha determinado una correlación de Pearson ($r = 0.922$), lo cual ha generado una probabilidad de significancia experimental de $p = 0,000$ inferior al nivel de significancia fijado de 0,05, lo que nos permite inferir que existe una correlación positiva muy fuerte entre la dimensión técnico – científica y la variable calidad de servicio. Es preciso mencionar que los datos han sido procesados a través del software estadístico SPSS 18.

e. Objetivo específico N° 05

Conocer la relación entre la dimensión entorno y la variable calidad de servicio en los servidores municipales de la municipalidad distrital de Santa Rosa – Jaén - Cajamarca, 2018.

Tabla N° 13: Correlación entre dimensión entorno y la variable calidad de servicio en los servidores municipales de la municipalidad distrital de Santa Rosa – Jaén - Cajamarca, 2018.

Correlaciones			
		Dimensión Entorno	Variable: Calidad de servicio
Dimensión Entorno	Correlación de Pearson	1	,875**
	Sig. (bilateral)		,000
	Suma de cuadrados y productos cruzados	68,989	52,084
	Covarianza	,734	,554
	N	95	95
Variable: Calidad de servicio	Correlación de Pearson	,875**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	Suma de cuadrados y productos cruzados	52,084	51,326
	Covarianza	,554	,546
	N	95	95

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación.

Al relacionar el dimensión entorno y la variable calidad de servicio en los servidores municipales de la municipalidad distrital de Santa Rosa – Jaén - Cajamarca, 2018 se ha determinado una correlación de Pearson ($r = 0.875$), lo cual ha generado una probabilidad de significancia experimental de $p = 0,000$ inferior al nivel de significancia fijado de 0,05, lo que nos permite inferir que existe una correlación positiva considerable entre la dimensión técnico – científica y la variable calidad de servicio. Es preciso mencionar que los datos han sido procesados a través del software estadístico SPSS 18.

Tabla Nº 14: Correlación entre variables satisfacción del usuario y la variable calidad de servicio en los servidores municipales de la municipalidad distrital de Santa Rosa – Jaén - Cajamarca, 2018.

Correlaciones			
		Variable: Satisfacción del usuario	Variable: Calidad de servicio
Variable: Satisfacción del usuario	Correlación de Pearson	1	,905**
	Sig. (bilateral)		,000
	Suma de cuadrados y productos cruzados	63,958	51,832
	Covarianza	,680	,551
	N	95	95
Variable: Calidad de servicio	Correlación de Pearson	,905**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	Suma de cuadrados y productos cruzados	51,832	51,326
	Covarianza	,551	,546
	N	95	95

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación.

Al relacionar la variable satisfacción del usuario y la variable calidad de servicio en los servidores municipales de la municipalidad distrital de Santa Rosa – Jaén - Cajamarca, 2018 se ha determinado una correlación de Pearson ($r = 0.905$), lo cual ha generado una probabilidad de significancia experimental de $p = 0,000$ inferior al nivel de significancia fijado de 0,05, lo que nos permite inferir que existe una correlación positiva muy fuerte ambas variables. Es preciso mencionar que los datos han sido procesados a través del software estadístico SPSS 18.

IV. DISCUSIÓN.

De acuerdo a los resultados del variable liderazgo en donde se pueden destacar que existe una correlación positiva muy fuerte y existe una destacada correlación tanto a nivel de dimensiones, así como variables de acuerdo a los programas estadísticos. Por otro lado De acuerdo a los resultados de la variable Satisfacción del usuario se coincide con lo planteado por Hidalgo (2015), en donde indica que dicha variable obtuvo 959 puntos, con una media de 59.93; además se obtuvo una correlación baja con dirección positiva de 0.1755, lo cual significa que las dimensiones de Afectiva, Normativa y Calculadora que conforman el Compromiso institucional, inciden en la Satisfacción del usuario”. Además al medir la correlación se determina que Sí existe relación directa entre el compromiso institucional y la satisfacción del usuario de la Empresa Prestadora de Servicio “EPS” Seda Loreto, 2015”, además, se tiene una “relación positiva de 0,4850 entre la dimensión afectiva y la satisfacción de los usuarios; entre la dimensión normativa del compromiso institucional y la satisfacción del usuario se alcanzó una relación de 0,1750 es decir existe un grado de correlación baja con dirección positiva”. (Hidalgo, 2015)

Por otro lado en relación a la variable calidad de servicio se coincide con el informe desarrollado por (Requena & Serrano, 2016) en la que sostiene que el servicio prestado por las empresas cazadoras de talento hacia los clientes personas contacto se puede observar en la dimensión tangibilidad relacionado con los aspectos de los recursos materiales, equipos, personal y materiales de comunicación) que, aunque los gerentes generales creen que están prestando un buen servicio con un 60% en muy de acuerdo, no lo es porque las organizaciones difieren en este porcentaje colocando 60% en de acuerdo, es decir , según los gerentes generales, las organizaciones están recibiendo más de lo que realmente las organizaciones ven que están percibiendo (Requena & Serrano, 2016)

V. CONCLUSIONES

De acuerdo a los resultados la variable satisfacción del usuario presenta un 34,7%, que considera es malo, además el 32,6% sostiene es regular; asimismo tenemos la misma cantidad que considera es bueno.

De acuerdo a los resultados la variable calidad de servicio presenta un 45,3%, que considera es regular, además el 23,2% sostiene es bueno; asimismo se puede evidenciar que tenemos un preocupante 31,6% que considera es malo.

Al relacionar el dimensión humana y la variable calidad de servicio se ha determinado una correlación de Pearson ($r = 0.870$), lo cual ha generado una probabilidad de significancia experimental de $p = 0,000$ inferior al nivel de significancia fijado de 0,05, lo que nos permite inferir que existe una correlación positiva considerable entre la dimensión humana y la variable calidad de servicio.

Al relacionar el dimensión técnica - científico y la variable calidad de servicio se ha determinado una correlación de Pearson ($r = 0.922$), lo cual ha generado una probabilidad de significancia experimental de $p = 0,000$ inferior al nivel de significancia fijado de 0,05, lo que nos permite inferir que existe una correlación positiva muy fuerte entre la dimensión técnico – científica y la variable calidad de servicio.

Al relacionar el dimensión entorno y la variable calidad de servicio se ha determinado una correlación de Pearson ($r = 0.875$), lo cual ha generado una probabilidad de significancia experimental de $p = 0,000$ inferior al nivel de significancia fijado de 0,05, lo que nos permite inferir que existe una correlación positiva considerable entre la dimensión técnico – científica y la variable calidad de servicio.

Al relacionar la variable satisfacción del usuario y la variable calidad de servicio se ha determinado una correlación de Pearson ($r = 0.905$), lo cual ha generado una probabilidad de significancia experimental de $p = 0,000$ inferior al nivel de significancia fijado de 0,05, lo que nos permite inferir que existe una correlación positiva muy fuerte ambas variables.

VI. RECOMENDACIONES

Que el encargado de recursos humanos de la municipalidad distrital de Santa Rosa diseñe talleres de socialización entre todos los trabajadores con la intención de mejorar las relaciones interpersonales.

Que el alcalde reconozca el esfuerzo de los trabajadores a través de reconocimiento de los logros individuales y de grupo, de manera que el éxito obtenido en la calidad que brinden a los usuarios sea motivado en forma continua.

Que las municipalidades se organicen con la intención de mejorar los procesos y ello permita una mejor atención al ciudadano, destacando la empatía para dar solución a los problemas que aquejan estas personas.

VII. REFERENCIAS

- Aenor. (2015). Gestión de la calidad. Manual de normas UNE. Recuperado de: http://e-spacio.uned.es/fez/eserv/bibliuned:revistaREPPP-2016-7-5025/Satisfaccion_usuarios.pdf.
- Aguirre, J y Ortega, E. (2005). La calidad del servicio como uno de los elementos formadores de imagen". Estudio de caso: Telmex – Maxcom. Tesis para obtener el grado de Licenciado. Cholula. Puebla. México.
- Alet, J. (2002). Calidad de Servicio en las empresas. Recuperado de: <http://misapuntos.com/calidadservicio>.
- Andía, C. (2014). Satisfacción del usuario de los servicios de consulta externa del Hospital I Espinar.
- Aranguren, I. (2004). Medición de la satisfacción de los usuarios de los servicios de salud del instituto de prevención del profesorado de la Universidad central de Venezuela".
- Campos, A. (2012). *Orientaciones formales para la elaboración de la tesis. APA 6ª ed.* Lima, Perú: Universidad Femenina del Sagrado Corazón.
- Carrasco, S. (2009). *Metodología de la investigación científica.* Lima, Perú: San Marcos.
- Cerrón M. (2002). La Motivación y el Comportamiento Organizacional. Recuperado de: <http://www.monografias.com/trabajos10/arh/arh.shtml#motivacion>
- Colunga, C. (1995). La calidad en el servicio"; Panorama editorial; México.
- CROW, S., Y HARTMAN, S. (1995). Can't get no satisfaction. *Leadership & Organization Development Journal*,16, (4), 34-38.
- Desatnick (1990). La satisfacción del usuario como indicador de calidad en el servicio www.
repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/5994/T14.08%20M673s.pdf?...1

- Duque, E. (2005). Revisión del concepto de la calidad del servicio y sus modelos de medición". INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales Universidad Nacional de Colombia.
- Estrada, E. (2017). Calidad de atención y su relación con la satisfacción al usuario – Municipalidad distrital Rázuri, 2017. Universidad César Vallejo, Chiclayo.
- Gamarra, G., Berrospi, J., Pujay, O., Cuevas, R. (2008). *Estadística e investigación*. Lima. Perú: Editorial San Marcos.
- García (2011). Medición de la satisfacción del cliente en una empresa de Retail".
- Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. Quinta edición. México: McGraw-Hill/Interamericana Editores.
- Hernández, Zapata, Mendoza (2013). *Metodología de la investigación para bachillerato. Enfoque por competencias*. México: McGraw-Hill/Interamericana Editores.
- Hidalgo, I. (2015). Compromiso institucional y satisfacción del usuario de la Empresa Prestadora De Servicio "EPS" Seda Loreto, 2015. Loreto, Perú.
- Imai (1998). Mejora Continua en el Servicio de Atención al Cliente de ANDE recuperado de: www.monografias.com/trabajos35/atencion-cliente-ande/atencion-cliente-ande.shtm
- Inca, M. (2015). Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la municipalidad distrital de Pacucha, Andahuaylas 2015. Recuperado de: <http://repositorio.unajma.edu.pe/bitstream/handle/123456789/225/15-2015-EPAE-Inca%20Allcahuaman-Calidad%20de%20servicio%20y%20satisfacion%20de%20los%20usuarios.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Infantes, F. (2017). Calidad de atención y grado de satisfacción de los usuarios de consulta externa del Centro de Atención de Medicina Complementaria del Hospital III Iquitos-2016. Recuperado de http://docs.bvsalud.org/biblioref/2017/12/876793/calidad-de-atencion-y-grado-de-satisfaccion-de-los-usuarios-de-_e4Vf9y6.pdf

- Labrador, H. (2016). La satisfacción del cliente: CIDEA, Recuperado de: http://www.galeon.com/henderlabrador/hender_archivos/lsc.pdf.
- Línea Madrid. (2017). Presentación de resultados de los estudios de satisfacción 2017. Área de Gobierno de Participación Ciudadana, Transparencia y Gobierno Abierto. Recuperado de: <http://www.madrid.es/UnidadWeb/Contenidos/Publicaciones/Ayuntamiento/SatisfaccionLM/ficheros/Estudiosatisfacci2017LineaMadrid.pdf>
- López (2009) "Calidad De Atención Médica y Satisfacción del Usuario Atendido En La Consulta Externa Del Hospital Naylamp Es Salud - Chiclayo 2009"
- Merino, J. (1999). La calidad de servicio bancario: Entre la Fidelidad y la Ruptura. Tesis para obtener el grado de doctor. Madrid. España.
- Morillo, M. (2009). La calidad en el servicio y la satisfacción del usuario en instituciones financieras del municipio Libertador del estado Mérida. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/1956/195614958009.pdf>
- Pastor, O. (2014). Evaluación de la satisfacción de los servicios de agua y saneamiento urbano en el Perú: De la imposición de la oferta a escuchar a la demanda (Tesis de Maestría). Pontificia Universidad Católica del Perú). Recuperado de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/5470/PASTOR_PAREDES_OSCAR_EVALUACION_SERVICIO.pdf?sequence=1
- Pérez, R., Noda, M., García, G. Y Guzmán M. (2000). La Satisfacción de Clientes Internos y Externos su Grado de Vinculación. Recuperado de: <http://www.gerenteweb.com>
- Pino, R. (2007). *Metodología de la investigación*. Lima, Perú: Editorial San Marcos.
- Redhead, R. (2015). Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Centro de Salud Miguel Grau Distrito de Chaclacayo, 2013. Recuperado de: http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/4806/Redhead_gr.pdf;jsessionid=83073BFD05CA29861DF0043337FAA3C5?sequence=1

- Requena y Serrano (2009). Calidad de Servicio desde la perspectiva de Clientes, Usuarios y auto-percepción de Empresas de Captación de Talento”.
- Rojas, J. (2015). Un modelo de satisfacción de usuarios como herramienta de apoyo a la gestión de una municipalidad: Análisis de los servicios entregados en edificio consistorial y departamento de desarrollo social de la municipalidad de lo Prado. Recuperado de: <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/137581>
- Sánchez, H. y Reyes, C. (1984). *Metodología y diseños en la investigación científica. Aplicadas a la psicología, educación y ciencias sociales.* (1ª ed.). Lima.
- Sánchez, M. (2016). Satisfacción de usuarios y profesionales en la evaluación de programas sociales. Recuperado de: http://e-spacio.uned.es/fez/eserv/bibliuned:revistaREPPP-2016-7-5025/Satisfaccion_usuarios.pdf
- Valderrama, S. (2013). *Pasos para elaborar proyectos de investigación científica. Cuantitativa, cualitativa y mixta.* Segunda edición. Lima, Perú: Editorial San Marcos.
- Vargas, M. (2012). Nivel de Satisfacción de los usuarios de la Clínica Odontológica Docente Asistencial de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann de Tacna octubre-diciembre 2011”.
- Wellington (1997) Calidad en la atención al cliente. Recuperado de: <https://es.slideshare.net/jcfdezmxvtas/calidad-en-la-atencin-al-cliente>

ANEXO N° 01
ENCUESTA

Estimado(a) ciudadano, el propósito de la presente encuesta es conocer la satisfacción del usuario que brindan los servidores municipales de la Municipalidad distrital de Santa Rosa. Frente a ello le pido responder de manera reflexión, objetiva y sincera.

INSTRUCCIONES: Marcar con una X en el casillero que considere la respuesta correcta según la leyenda en la parte posterior. Siendo el puntaje más favorable 5 y el puntaje menos favorable el 1.

Marcar solo una respuesta a cada pregunta.

5. Siempre 4. Casi siempre 3. Algunas veces 2. Casi Nunca 1. Nunca

	ITEMS	1	2	3	4	5
1	El personal le brindó un trato cordial y amable					
2	El personal lo atiende de forma cuidadosa					
3	El personal se encuentra correctamente uniformado y limpio.					
4	El personal muestra interés ante sus sugerencias					
5	El personal de la MDSR respeta el orden de llegada de los usuarios.					
6	Recibe charlas sobre el servicio mientras espera ser atendido.					
7	El personal lo orienta sobre los procedimientos antes de su atención.					
8	Comprende las indicaciones relacionadas al servicio que se brinda.					
9	El personal mantiene confidencialidad de los servicios solicitados.					
10	Se respeta las inquietudes y sugerencias de los usuarios.					
11	La sala de espera de la MDSR está limpia					
12	La sala de espera de MDSR tiene buena ventilación.					
13	La sala de la MDSR está limpia y ordenada.					
14	Los baños están limpios permanentemente.					
15	Existen recipientes para recolectar residuos sólidos en el local.					

Muchas gracias

ENCUESTA

Estimado(a) ciudadano, el propósito de la presente encuesta es conocer la calidad de servicio que brindan los servidores municipales de la Municipalidad distrital de Santa Rosa. Frente a ello le pido responder de manera reflexión, objetiva y sincera.

INSTRUCCIONES: Marcar con una X en el casillero que considere la respuesta correcta según la leyenda en la parte posterior. Siendo el puntaje más favorable 5 y el puntaje menos favorable el 1.

Marcar solo una respuesta a cada pregunta.

5. Siempre 4. Casi siempre 3. Algunas veces 2. Casi Nunca 1. Nunca

	ITEMS	1	2	3	4	5
1	El personal de informes, le brinda y explica de manera clara y adecuada sobre los pasos o trámites para su atención.					
2	La atención con el encargado se realiza en el horario programado.					
3	La atención se realice respetando la programación y el orden de llegada.					
4	Se encuentra registrado su nombre en la oficina de atención.					
5	Los encargados se encuentren disponibles y se atienden sin contratiempos.					
6	La atención en caja o ventanilla es rápida.					
7	La atención para consultas es rápida.					
8	La atención para solicitar informes es confiable.					
9	La atención que brindan los empleados es suficiente y clara.					
10	Durante su atención en ventanilla se respeta su privacidad.					
11	Las instalaciones presentan comodidad y es atractiva su estadía					
12	El empleado le brinde el tiempo necesario para preguntas sobre su problema de atención.					
13	El empleado que atenderá su problema y solicitud, le inspira confianza.					
14	El personal lo trata con amabilidad, respeto y paciencia.					
15	El empleado que le atendió, mostro interés en solucionar su problema.					
16	Usted comprendió la explicación que le dio el empleado.					
17	Considera que los empleados están demasiados ocupados haciendo cosas de oficina y descuidan su atención.					
18	Usted queda satisfecho con la atención recibida en las instalaciones de la MDSR.					
19	Es oportuno el horario de atención en el cual se ve beneficiado.					
20	La institución cuenta con personal adicional para informar y orientar a los usuarios del servicio.					
21	Considera que el empleado se preocupa por usted después de la atención brindada.					
22	Los empleados son comprensibles a las inquietudes planteadas por usted.					

CRITERIO DE EXPERTO

Estimado (a):.....

Solicito apoyo de su sapiencia y excelencia profesional para que emita juicio de expertos a la investigación Titulada: **Relación entre satisfacción del usuario y calidad de servicio en los servidores municipales de la municipalidad distrital de Santa Rosa – Jaén - Cajamarca, 2018**. Para alcanzar este objetivo se le ha seleccionado como experto (a) en la materia y necesito su valiosa opinión. Asimismo debe marcar con una (X) en la columna que considere la mejor opción para cada indicador.

Evalúe cada aspecto con las siguientes categorías:

MA : Muy adecuado

BA : Bastante adecuado.

A : Adecuado

PA : Poco adecuado

NA : No Adecuado

N°	Aspectos que deben ser evaluados	MA	BA	A	PA	NA
I.	Redacción Científica					
1.1	La redacción empleada es clara, precisas, concisa y debidamente organizada					
1.2	Los términos utilizados son propios de la investigación científica					
II.	Lógica de la Investigación					
2.1	Problema de Estudio					
2.2.1	Describe de forma clara y precisa la realidad problemática tratada					
2.2.2	El problema se ha definido según estándares internaciones de la investigación científica					
2.2	Objetivos de la Investigación					
2.2.1	Expresan con claridad la intencionalidad de la investigación					
2.2.2	Guardan coherencia con el título, el problema, objeto campo de acción, supuestos y metodologías e instrumentos utilizados.					
2.3	Previsiones metodológicas					
2.3.1	Se ha caracterizado la investigación según criterios pertinentes					
2.3.2	Los escenarios y los participantes seleccionados son apropiados para los propósitos de la investigación					
2.3.3	Presenta instrumentos apropiados para recolectar datos					
2.3.4	Los métodos y técnicas empleadas en el tratamiento de la información son propios del tipo de la investigación planteada.					
2.4	Fundamentación teórica y epistemológica					
2.4.1	Proporciona antecedentes relevantes a la investigación, como producto de la revisión de la bibliografía referida al modelo.					

2.4.2	Proporciona sólidas bases teóricas y epistemológicas, sistematizadas en función de los objetivos de la investigación					
2.5	Bibliografía					
2.5.1	Presenta la bibliografía pertinente al tema y la correspondiente a la metodología a la investigación.					
2.6	Anexos					
2.6.1	Los anexos presentados son consistentes y contienen los datos más relevantes de la investigación					
III	Fundamentación y viabilidad del Modelo					
3.1.	La fundamentación teórica y epistemológica del modelo guarda coherencia con el enfoque sistémico y la nueva ciencia.					
3.2.	El modelo propuesto es coherente, pertinente y trascendente.					
3.3.	El modelo propuesto es factible de aplicarse a otras organizaciones o instituciones.					
IV	Fundamentación y viabilidad de los Instrumentos					
4.1.	La fundamentación teórica guarda relación con la operacionalización de la variable a evaluar.					
4.2.	Los instrumentos son coherentes a la operacionalización de variables.					
4.3.	Los instrumentos propuestos son factibles de aplicarse a otras organizaciones, grupos o instituciones de similares características de su población de estudio.					

Mucho le voy a agradecer cualquier observación, sugerencia, propósito o recomendación sobre cualquiera de los propuestos. Por favor, refiéralas a continuación:

Validado por el:.....

Especializado:

Categoría Docente:.....

Tiempo de Experiencia en Docencia Universitaria:

Cargo Actual:

Fecha:

DNI:

CRITERIO DE EXPERTO

Estimado (a):.....*Dr. Luis Montenegro Camacho*.....

Solicito apoyo de su sapiencia y excelencia profesional para que emita juicio de expertos a la investigación Titulada: **Relación entre satisfacción del usuario y calidad de servicio en los servidores municipales de la municipalidad distrital de Santa Rosa – Jaén - Cajamarca, 2018**. Para alcanzar este objetivo se le ha seleccionado como experto (a) en la materia y necesito su valiosa opinión. Asimismo debe marcar con una (X) en la columna que considere la mejor opción para cada indicador.

Evalúe cada aspecto con las siguientes categorías:

- MA** : Muy adecuado.
- BA** : Bastante adecuado.
- A** : Adecuado
- PA** : Poco adecuado
- NA** : No Adecuado

N°	Aspectos que deben ser evaluados	MA	BA	A	PA	NA
I.	Redacción Científica					
1.1	La redacción empleada es clara, precisas, concisa y debidamente organizada	x				
1.2	Los términos utilizados son propios de la investigación científica	x				
II.	Lógica de la Investigación					
2.1	Problema de Estudio					
2.2.1	Describe de forma clara y precisa la realidad problemática tratada	x				
2.2.2	El problema se ha definido según estándares internaciones de la investigación científica	x				
2.2	Objetivos de la Investigación					
2.2.1	Expresan con claridad la intencionalidad de la investigación	x				
2.2.2	Guardan coherencia con el título, el problema, objeto campo de acción, supuestos y metodologías e instrumentos utilizados.	x				
2.3	Previsiones metodológicas					
2.3.1	Se ha caracterizado la investigación según criterios pertinentes	x				
2.3.2	Los escenarios y los participantes seleccionados son apropiados para los propósitos de la investigación		x			
2.3.3	Presenta instrumentos apropiados para recolectar datos	x				
2.3.4	Los métodos y técnicas empleadas en el tratamiento de la información son propios del tipo de la investigación planteada.	x				
2.4	Fundamentación teórica y epistemológica					
2.4.1	Proporciona antecedentes relevantes a la investigación, como producto de la revisión de la bibliografía referida al modelo.	x				

2.4.2	Proporciona sólidas bases teóricas y epistemológicas, sistematizadas en función de los objetivos de la investigación	x				
2.5	Bibliografía					
2.5.1	Presenta la bibliografía pertinente al tema y la correspondiente a la metodología a la investigación.	x				
2.6	Anexos					
2.6.1	Los anexos presentados son consistentes y contienen los datos más relevantes de la investigación	✓				
III	Fundamentación y viabilidad del Modelo					
3.1.	La fundamentación teórica y epistemológica del modelo guarda coherencia con el enfoque sistémico y la nueva ciencia.	x				
3.2.	El modelo propuesto es coherente, pertinente y trascendente.	x				
3.3.	El modelo propuesto es factible de aplicarse a otras organizaciones o instituciones.		x			
IV	Fundamentación y viabilidad de los Instrumentos					
4.1.	La fundamentación teórica guarda relación con la operacionalización de la variable a evaluar.	x				
4.2.	Los instrumentos son coherentes a la operacionalización de variables.	x				
4.3.	Los instrumentos propuestos son factibles de aplicarse a otras organizaciones, grupos o instituciones de similares características de su población de estudio.	x				

Mucho le voy a agradecer cualquier observación, sugerencia, propósito o recomendación sobre cualquiera de los propuestos. Por favor, refiéralas a continuación:

Procede Aplicación

Validado por el: Dr. Luis Montenegro Canedo
Especializado: Administración Educativa
Categoría Docente: Principal VSS
Tiempo de Experiencia en Docencia Universitaria: 12 años
Cargo Actual: Docente Post Grado UCV
Fecha: Junio 2018



DNI: 16672474

CRITERIO DE EXPERTO

Estimado (a): Mg. BRENDA JUZETTY VERONA LA ROSA

Solicito apoyo de su sapiencia y excelencia profesional para que emita juicio de expertos a la investigación Titulada: **Relación entre satisfacción del usuario y calidad de servicio en los servidores municipales de la municipalidad distrital de Santa Rosa – Jaén - Cajamarca, 2018**. Para alcanzar este objetivo se le ha seleccionado como experto (a) en la materia y necesito su valiosa opinión. Asimismo debe marcar con una (X) en la columna que considere la mejor opción para cada indicador.

Evalúe cada aspecto con las siguientes categorías:

MA : Muy adecuado.

BA : Bastante adecuado.

A : Adecuado

PA : Poco adecuado

NA : No Adecuado

N°	Aspectos que deben ser evaluados	MA	BA	A	PA	NA
I.	Redacción Científica					
1.1	La redacción empleada es clara, precisas, concisa y debidamente organizada	✓				
1.2	Los términos utilizados son propios de la investigación científica	✓				
II.	Lógica de la Investigación					
2.1	Problema de Estudio					
2.2.1	Describe de forma clara y precisa la realidad problemática tratada	✓				
2.2.2	El problema se ha definido según estándares internacionales de la investigación científica	✓				
2.2	Objetivos de la Investigación					
2.2.1	Expresan con claridad la intencionalidad de la investigación	✓				
2.2.2	Guardan coherencia con el título, el problema, objeto campo de acción, supuestos y metodologías e instrumentos utilizados.	✓				
2.3	Previsiones metodológicas					
2.3.1	Se ha caracterizado la investigación según criterios pertinentes		✓			
2.3.2	Los escenarios y los participantes seleccionados son apropiados para los propósitos de la investigación	✓				
2.3.3	Presenta instrumentos apropiados para recolectar datos		✓			
2.3.4	Los métodos y técnicas empleadas en el tratamiento de la información son propios del tipo de la investigación planteada.	✓				
2.4	Fundamentación teórica y epistemológica					
2.4.1	Proporciona antecedentes relevantes a la investigación, como producto de la revisión de la bibliografía referida al modelo.	✓				

2.4.2	Proporciona sólidas bases teóricas y epistemológicas, sistematizadas en función de los objetivos de la investigación	✓				
2.5	Bibliografía					
2.5.1	Presenta la bibliografía pertinente al tema y la correspondiente a la metodología a la investigación.	✓				
2.6	Anexos					
2.6.1	Los anexos presentados son consistentes y contienen los datos más relevantes de la investigación	✓				
III	Fundamentación y viabilidad del Modelo					
3.1.	La fundamentación teórica y epistemológica del modelo guarda coherencia con el enfoque sistémico y la nueva ciencia.	✓				
3.2.	El modelo propuesto es coherente, pertinente y trascendente.	✓				
3.3.	El modelo propuesto es factible de aplicarse a otras organizaciones o instituciones.	✓				
IV	Fundamentación y viabilidad de los Instrumentos					
4.1.	La fundamentación teórica guarda relación con la operacionalización de la variable a evaluar.	✓				
4.2.	Los instrumentos son coherentes a la operacionalización de variables.	✓				
4.3.	Los instrumentos propuestos son factibles de aplicarse a otras organizaciones, grupos o instituciones de similares características de su población de estudio.	✓				

Mucho le voy a agradecer cualquier observación, sugerencia, propósito o recomendación sobre cualquiera de los propuestos. Por favor, refiéralas a continuación:

Después de haber verificado los instrumentos de evaluación se observa que existe coherencia entre las dimensiones, indicadores por lo que se sugiere su aplicación

Validado por el: Mg. BRENDA SUZETTY, VERONA LA ROSA
Especializado: DOCENCIA Y GESTIÓN EDUCATIVA
Categoría Docente: NOMBRADA
Tiempo de Experiencia en Docencia Universitaria:
Cargo Actual: DOCENCIA
Fecha: Marzo 2018


DNI: 42109197

CRITERIO DE EXPERTO

Estimado (a): Olga Cecilia Juárez Calderón

Solicito apoyo de su sapiencia y excelencia profesional para que emita juicio de expertos a la investigación Titulada: **Relación entre satisfacción del usuario y calidad de servicio en los servidores municipales de la municipalidad distrital de Santa Rosa – Jaén - Cajamarca, 2018**. Para alcanzar este objetivo se le ha seleccionado como experto (a) en la materia y necesito su valiosa opinión. Asimismo debe marcar con una (X) en la columna que considere la mejor opción para cada indicador.

Evalúe cada aspecto con las siguientes categorías:

- MA** : Muy adecuado.
- BA** : Bastante adecuado.
- A** : Adecuado
- PA** : Poco adecuado
- NA** : No Adecuado


N°	Aspectos que deben ser evaluados	MA	BA	A	PA	NA
I.	Redacción Científica					
1.1	La redacción empleada es clara, precisas, concisa y debidamente organizada	/				
1.2	Los términos utilizados son propios de la investigación científica	/				
II.	Lógica de la Investigación					
2.1	Problema de Estudio					
2.2.1	Describe de forma clara y precisa la realidad problemática tratada		/			
2.2.2	El problema se ha definido según estándares internaciones de la investigación científica	/				
2.2	Objetivos de la Investigación					
2.2.1	Expresan con claridad la intencionalidad de la investigación	/				
2.2.2	Guardan coherencia con el título, el problema, objeto campo de acción, supuestos y metodologías e instrumentos utilizados.	/				
2.3	Previsiones metodológicas					
2.3.1	Se ha caracterizado la investigación según criterios pertinentes	/				
2.3.2	Los escenarios y los participantes seleccionados son apropiados para los propósitos de la investigación	/				
2.3.3	Presenta instrumentos apropiados para recolectar datos	/				
2.3.4	Los métodos y técnicas empleadas en el tratamiento de la información son propios del tipo de la investigación planteada.	/				
2.4	Fundamentación teórica y epistemológica					
2.4.1	Proporciona antecedentes relevantes a la investigación, como producto de la revisión de la bibliografía referida al modelo.		/			

2.4.2	Proporciona sólidas bases teóricas y epistemológicas, sistematizadas en función de los objetivos de la investigación	/				
2.5	Bibliografía					
2.5.1	Presenta la bibliografía pertinente al tema y la correspondiente a la metodología a la investigación.	/				
2.6	Anexos					
2.6.1	Los anexos presentados son consistentes y contienen los datos más relevantes de la investigación	/				
III	Fundamentación y viabilidad del Modelo					
3.1.	La fundamentación teórica y epistemológica del modelo guarda coherencia con el enfoque sistémico y la nueva ciencia.	/				
3.2.	El modelo propuesto es coherente, pertinente y trascendente.	/				
3.3.	El modelo propuesto es factible de aplicarse a otras organizaciones o instituciones.	/				
IV	Fundamentación y viabilidad de los Instrumentos					
4.1.	La fundamentación teórica guarda relación con la operacionalización de la variable a evaluar.	/				
4.2.	Los instrumentos son coherentes a la operacionalización de variables.	/				
4.3.	Los instrumentos propuestos son factibles de aplicarse a otras organizaciones, grupos o instituciones de similares características de su población de estudio.	/				

Mucho le voy a agradecer cualquier observación, sugerencia, propósito o recomendación sobre cualquiera de los propuestos. Por favor, refiéralas a continuación:

El presente instrumento guarda coherencia
entre las dimensiones e indicadores

Validado por el: Olga Cecilia Juárez Calderón
Especializado: Investigación
Categoría Docente: Auxiliar
Tiempo de Experiencia en Docencia Universitaria: 12 años
Cargo Actual: Docente
Fecha: Mayo 2018


DNI: 00645443



**AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE
TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL
UCV**

Código : F08-PP-PR-02.02
Versión : 07
Fecha : 31-03-2017
Página : 1 de 2

Yo Yover Navarro Banda identificado con DNI N° 42765369, egresado de la Escuela Profesional de Posgrado Programa Maestra en Gestión Pública de la Universidad César Vallejo, autorizo No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado "Relación entre Satisfacción del usuario y Calidad de Servicio en los Servidores Municipales de la Municipalidad distrital de Santa Rosa, Tarma - Cajamarca 2018", en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....


 FIRMA
 DNI: 42765369
 FECHA: 24 de Noviembre del 2018

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------



**AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE
TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL
UCV**

Código : F08-PP-PR-02.02
Versión : 07
Fecha : 31-03-2017
Página : 1 de 2

Yo Carlos Alfredo Gutierrez Ugaz, identificado con DNI N° 18189162, egresado de la Escuela Profesional de T.º S.º grado Programa de Maestría en Gestión Pública de la Universidad César Vallejo, autorizo No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado "Relación entre Satisfacción del Usuario y Calidad de Servicio en los Servidores Municipales de la Municipalidad Distrital de Santa Rosa Tacón - Cajamarca - 2018"; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....


FIRMA

DNI: 18189162.....

FECHA: 26 de Noviembre del 2018.

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Yo, **Carlos Cherre Antón** asesor del curso de desarrollo del trabajo de investigación y revisor de la tesis de los estudiantes: Br. **Carlos Alfredo Gutiérrez Ugaz** y Br. **Yover Navarro Banda** Titulada: **Relación entre satisfacción del usuario y calidad de servicio en los servidores municipales de la municipalidad distrital de Santa Rosa – Jaén - Cajamarca, 2018**. Constató que la misma tiene un índice de similitud de 25%.

Verificable en el reporte de originalidad del programa *turnitin*.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Chiclayo, julio del 2018



Dr. Carlos Cherre Antón
Docente asesor de tesis
DNI: 40991682

CAMPUS CHICLAYO
Carretera Pimentel km. 3.5

Relación entre satisfacción del usuario y calidad de servicio en los servidores municipales de la municipalidad distrital de Santa Rosa – Jaén - Cajamarca, 2018.

INFORME DE ORIGINALIDAD

25%

INDICE DE SIMILITUD

25%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

13%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	e-spacio.uned.es Fuente de Internet	3%
2	repositorio.unajma.edu.pe Fuente de Internet	2%
3	repositorio.usil.edu.pe Fuente de Internet	2%
4	www.slideshare.net Fuente de Internet	2%
5	www.lasegunda.com Fuente de Internet	2%
6	repositorio.unprg.edu.pe Fuente de Internet	1%
7	Submitted to Jose Maria Vargas University Trabajo del estudiante	1%
8	kayros.com.ar Fuente de Internet	1%