



ESCUELA DE POSGRADO
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

La imagen y la satisfacción del usuario de la Gerencia de
Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de
Trujillo en el año 2018

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
MAESTRA EN GESTION PÚBLICA**

AUTORA:

Abg. Margarita Violeta Rodríguez Castro

ASESOR:

Mg. Heyner Yuliano Márquez Yauri

SECCIÓN:

Ciencias Empresariales.

LÍNEA DE INVESTIGACION:

Gestión de Políticas Públicas

Perú - 2019

PÁGINA DEL JURADO



Dr. RAZA URBINA SEGUNDO RODOLFO.

PRESIDENTE



Mg. PEREDA GUANILO VICTOR IVAN.

SECRETARIO



Dr. MARQUEZ YAURI HEYNER YULIANO.

VOCAL

DEDICATORIA

A mi esposo Miguel Pachón por su apoyo y motivación a emprender este proyecto;
A mi hija Luciana quien dada su corta edad comprendió que muchos fines de semana estaba ausente de casa porque debía asistir a clase; A mi madre por sus consejos y ejemplo de superación.

AGRADECIMIENTO

A los miembros de este jurado y maestros que gracias a sus enseñanzas, orientación y su tiempo me permitieron iniciar y culminar con esta tesis.

A mi amigo Benjamín Gutiérrez, quien me acompañó desde el inicio de esta maestría y fue un apoyo incondicional para seguir adelante en este proyecto.

Al Arquitecto Ernesto Villanueva Valeriano, quien en su condición de Ex Gerente de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, me brindó en su oportunidad todas las facilidades para acceder a la valiosa información de esa Gerencia y así concretar la culminación de este trabajo de investigación.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, MARGARITA VIOLETA RODRIGUEZ CASTRO, identificada con D.N.I. N° 18149961, estudiante del Programa de Maestría en Gestión Pública, de la Universidad César Vallejo, en sede Trujillo declaro que el trabajo académico, "La imagen institucional y la satisfacción del usuario de la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo en el año 2018", presentado para la obtención del grado académico de Maestro en Gestión Pública es de mi autoría.

Por tanto, declaro lo siguiente:

- Que las fuentes empleadas en el presente trabajo de investigación, han sido identificadas correctamente al consignar una cita textual o de parafraseo proveniente de otras fuentes, de acuerdo con lo establecido por las normas APA empleadas en trabajos académicos.
- No he utilizado ninguna otra fuente distinta de aquellas expresamente señaladas en este trabajo.
- Este trabajo de investigación no ha sido previamente presentando completa ni parcialmente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
- Soy consciente de que mi trabajo puede ser revisado electrónicamente en la búsqueda de plagios.

De encontrar uso de material intelectual ajeno sin el debido reconocimiento de su fuente o autor, nos sometemos a las sanciones que establece la Universidad Cesar Vallejo e inicio del procedimiento que corresponda

Trujillo, 03 de diciembre del 2018



Margarita Violeta Rodríguez Castro

DNI N° 18149961

PRESENTACIÓN

Señores Miembros del Jurado:

De conformidad con el Reglamento de Grados y Títulos de la Escuela de Posgrado de la Universidad César Vallejo, y a fin de obtener el Grado Académico de Maestra en Gestión Pública, dejé a vuestra consideración la tesis titulada “La imagen y la satisfacción del usuario de la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, año 2018”, cuyo propósito de su desarrollo fue determinar si existe relación entre la variable “Imagen” y la variable “satisfacción del usuario”, pues consideré de mucha trascendencia para esta Gerencia, determinar si lo que estaba comunicando como institución pública, se encontraba alineado a los requerimientos de los usuarios que acuden diariamente a esta Gerencia causándole satisfacción.

Esta investigación ha sido elaborada con mucha expectativa y dedicación, la primera para descubrir la real imagen que la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, irradia a los usuarios que acuden a diario hasta sus instalaciones e investigar también si su imagen causó satisfacción en el usuario. La segunda, para ahondar esta investigación, recolectar los datos estadísticos, contenidos en las conclusiones de esta tesis, que espero sirvan para hacer mejoras en la imagen de dicha gerencia.

Luego de haber cumplido con las exigencias para optar este grado, dejo a ustedes su calificación y aprobación posterior.

La autora

ÍNDICE.

Página del jurado.	ii
Dedicatoria.	iii
Agradecimiento.	iv
Declaratoria de autenticidad.	v
Presentación.	vi
Índice.	vii
RESUMEN.	ix
ABSTRACT.	x
I. INTRODUCCIÓN.	11
1.1 Realidad problemática	11
1.2 Trabajos previos.	14
1.3 Teorías relacionadas al tema.	18
1.4 Formulación del problema.	34
1.5 Justificación del estudio.	34
1.6 Hipótesis.	35
1.7 Objetivos.	36
II. MÉTODO.	38
2.1 Diseño de investigación.	38
2.2 Variables, operacionalización.	39
2.3 Población y muestra	41
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.	42
2.5 Métodos de análisis de datos.	45
2.6 Aspectos éticos.	45

III. RESULTADOS.	47
IV. DISCUSIÓN.	61
V. CONCLUSIONES.	72
VI. RECOMENDACIONES.	74
VII. REFERENCIAS.	77
ANEXOS	79
- Anexo N° 1 Cuestionario	79
- Anexo N° 2 Validez de los instrumentos	81
- Anexo N° 3 Fichas de Validación	83
- Anexo N° 4 Matriz de consistencia	95
- Anexo N° 5 Matriz de puntuaciones	101
- Anexo N° 6 Constancia emitida por la institución que acredita la realización del estudio	111
- Anexo N° 7 Artículo científico	112

RESUMEN

Esta tesis se realizó con el objetivo de determinar la incidencia de la imagen en la satisfacción del usuario de la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, en el año 2018. El tipo de estudio fue no experimental, diseño correlacional. La población estuvo compuesta por 550 usuarios que acudieron a la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, durante un mes, la muestra estuvo conformada por 226 usuarios, para recolectar la información se utilizó dos instrumentos tipo escala Likert, se hizo la prueba de confiabilidad, en donde la variable la imagen fue de 0.808 y satisfacción del usuario fue de 0.851. Para procesar la información se utilizó el software SPSS v.23.

Después de procesar los datos, el resultado obtenido con el coeficiente de Rho de Spearman, fue $r=0,525$ (positiva moderada), indicó correlación directa moderada entre las variables, con un $p=0.000$, menor al 5% de significancia estándar ($P<0,05$); determinándose que se acepta la hipótesis de la investigación: La imagen incide directa y significativamente en la satisfacción del usuario en la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo. En cuanto, a la variable imagen, se ubicó en nivel regular con 53%, seguido de mala con 46%; al igual que satisfacción del usuario en nivel regular con 57.9%, seguido de mala un 40.3%.

PALABRAS CLAVE: Imagen, Satisfacción del Usuario, Calidad de Servicio.

ABSTRACT

SUMMARY

This thesis was carried out with the objective of determining the incidence of the image in the satisfaction of the user of the Urban Development Management of the Provincial Municipality of Trujillo, in 2018. The type of study was non-experimental, correlational design. The population was composed of 550 users who attended the Urban Development Management of the Provincial Municipality of Trujillo, for a month, the sample consisted of 226 users, to collect the information two Likert scale instruments were used, the test was made of reliability, where the variable image was 0.808 and user satisfaction was 0.851. The software SPSS v.23 was used to process the information.

After processing the data, the result obtained with the Spearman's Rho coefficient was $r = 0.525$ (moderate positive), indicated moderate direct correlation between the variables, with $p = 0.000$, less than 5% of standard significance ($P < 0.05$); determining that the research hypothesis is accepted: The image directly and significantly affects user satisfaction in the Urban Development Management of the Provincial Municipality of Trujillo. Regarding the image variable, it was located at a regular level with 53%, followed by poor with 46%; as well as user satisfaction on a regular level with 57.9%, followed by bad 40.3%.

KEY WORDS: Image, User Satisfaction, Quality of Service

I. INTRODUCCIÓN.

1.1 Realidad problemática.

No es inusual escuchar en los ciudadanos, administrados, usuarios o cualquier otra persona que acude a una entidad pública, un descontento respecto a la atención, al trámite o al resultado final, alegando una serie de causas imputables a la administración pública, que al final generan una insatisfacción en el usuario que acudió por algún servicio.

Siendo que esta realidad problemática de descontento se observa en casi todo el mundo, los gobiernos que lo lideran han venido tratando de mejorar el tema, innovando mejoras e implementando una serie de procesos de gestión, que conlleven a transparentar la actuación de la administración, reducir los plazos de cada trámite y reducir el requerimiento de documentos innecesarios, todo ello en pos de brindar una atención eficiente, eficaz y satisfactoria al usuario. Por lo tanto, al hablar de una buena administración, según lo menciona Linazasoro a Hauriou, M. (2017), es un tema que va más allá de un mero cumplimiento de la ley. Se refiere a un servicio público integral, que tiene como rumbo satisfacer las necesidades del usuario, que no solo se encarga de hacer cumplir la ley tal cual, sin meditar sobre la realidad actual y sus cambios, sino una administración que se acopla al cambio y nuevos procesos que se dan en todo el mundo, y en nuestra realidad nacional.

Nuestro país no es ajeno a estos cambios, por el contrario, en estos últimos años ha venido adecuando sus lineamientos de política pública nacional a las corrientes de la legislación internacional y para ello ha tenido que modificar nuestro ordenamiento administrativo nacional, para citar un ejemplo tenemos que la Ley 27444 que regula el Procedimiento Administrativo General, ha sido modificada casi íntegramente por el Decreto Legislativo 1272 publicado el día 21 de diciembre del año 2016, la cual a su vez ha derogado en su totalidad a la Ley 29060 Ley del Silencio Administrativo, todo ello con la finalidad de mejorar los procedimientos administrativos, acercándolos al ciudadano con mayor simplicidad y recortando la exigencia de presentación documentaria, para

lograr hacerlo más viable y eficiente, entendiéndose por eficiencia según lo describe Ponce, J. (2001) a la acción intencionada respecto a una realidad, realizada por un agente competente o idóneo. Por lo tanto, hablar de una atención oportuna no solo se refiere a seguir un procedimiento administrativo porque así estipula la ley, sino que este procedimiento se adapte a la realidad actual del usuario, y se apliquen los principios correspondientes para alcanzar la eficacia y eficiencia de los servicios públicos brindados.

En nuestra ciudad de Trujillo, los ciudadanos acuden, entre otras entidades públicas, a la entidad municipal, esto es a la Municipalidad Provincial de Trujillo, representada por el Sr. Alcalde, para tramitar una serie de autorizaciones municipales, solicitar consultas técnicas, presentar denuncias, entre otros trámites; que requieren finalmente la atención oportuna por parte de los funcionarios y servidores públicos de esta entidad edil, quienes se manifestarán mediante el pronunciamiento emitidos por los diferentes órganos que conforman la Municipalidad Provincial de Trujillo entre ellos la Gerencia de Desarrollo Urbano y el resultado final que obtenga el usuario reflejara la imagen que éste se forma de la institución municipal.

Según el Reglamento de Organización y Funciones – ROF, aprobado por Ordenanza Municipal N° 028-2012-MPT y el Manual de Organización y Funciones – MOF, aprobado por Aprobado por Decreto de Alcaldía N° 002-2011-MPT, describen que la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo es un órgano de línea, que depende de la Gerencia Municipal. A su vez esta Gerencia de Desarrollo Urbano, está encargado de dirigir y supervisar a la Sub Gerencia de Habilitaciones Urbanas y a la Sub Gerencia de Edificaciones, ambas con competencias definidas (en el ROF y MOF), sin embargo observo que los usuarios que acuden a la Gerencia de Desarrollo Urbano no manifiestan tener una buena imagen de estas sub gerencias, mostrando una insatisfacción y que mediante el presente estudio se ha logrado determinar sus causas.

Sin embargo, mi persona en mi condición de servidora pública en el área legal de la Gerencia de Desarrollo Urbano, pude observar que el usuario no conoce las funciones o facultades que ostenta esta gerencia, pues de querer saberlo y en caso pretenda informarse en la pagina web de esta municipalidad, dicha información a la fecha data del año 2016, redactada a mi criterio de una forma muy técnica y poco entendible, por tanto esta imagen deficiente de comunicación entre entidad y usuario contribuye a la insatisfacción de este último

Observo también que, los servidores públicos que laboran en la Gerencia de Desarrollo Urbano muestran disponibilidad de cambio para la mejora en la atención, en el trámite, en los procedimientos, etc, sin embargo pese a ello, escucho por parte de los usuarios una disconformidad en el servicio brindado, alegando que los servidores públicos “No hacen nada”, “Que la atención es mala”, “Que no se respetan los plazos”, etc., lo cual se contrapone con la realidad observada. Entonces, estas aparentes contradicciones me llevan a suponer que los usuarios al imaginar a la Gerencia lo idealizan como una oficina que no trabaja en pos de la ciudadanía, o que no realiza trabajos de gestión a su favor, hecho completamente falso, sin embargo se ha determinado que esta mala imagen es resultado de una deficiente comunicación de sus logros y actividades, permitiendo que este descontento se difunda entre otros usuarios y se generalice en la población Trujillana.

Esta investigación se realizó para establecer cual es la imagen que tienen los usuarios de la Gerencia de Desarrollo Urbano y si dicha imagen incide en su satisfacción, precisando que la imagen concebida por cada usuario, será también la imagen que se conciba de la institución denominada Municipalidad Provincial de Trujillo, en tanto la gerencia investigada es un órgano de línea de ésta entidad municipal.

1.2. Trabajos previos.

INTERNACIONALES.

Peña, E. (2014), con su investigación *“ANÁLISIS DE LA SATISFACCIÓN Y DE LA CALIDAD PERCIBIDA POR LAS PERSONAS ATENDIDAS EN LOS SERVICIOS SOCIALES COMUNITARIOS DEL CENTRO MUNICIPAL DE SERVICIOS SOCIALES DELICIAS DEL AYUNTAMIENTO DE ZARAGOZA”*, se aplicó un cuestionario a una muestra de 212 personas, su objetivo era conocer la calidad de la atención a partir de la satisfacción percibida por los usuarios/as como medida de calidad del servicio.

- Concluyendo que, para tener conocimiento de cuan eficaz es el servicio, es necesario que los usuarios expresen cómo se sienten respecto a la administración que se les brinda, para que se puedan tomar las medidas correspondientes de mejoramiento de calidad.

Pont, J. (2012), en su trabajo de investigación titulado *“INSTITUCIONES JURIDICAS PUBLICAS EN LA AMAZONIA. “IMAGEN INSTITUCIONAL” Y ACCION COMUNICATIVA”*, Universidade Federal do Pará UFPA-NAEA, Belém, en Brasil, tuvo como objetivo principal analizar la imagen e identificación de la Defensoría Pública del Estado de Brasil, según usuarios, como es el perfil, la calidad de la atención brindada y la adecuación de los servicios recibidos según las expectativas. Concluyendo que observar el punto de vista del usuario, logra una buena autoevaluación de la Defensoría Pública, promoviendo una constante mejora en su servicio.

- Se concluye en este trabajo que, es la propia entidad quien debe evaluar su atención, desde el punto de vista de sus propios usuarios; esto genera que los servidores públicos estén pendientes de los cambios que los administrados demuestren de acuerdo a su realidad, y de esta manera poder estar actualizados con sus necesidades para brindar un servicio adecuado.

Gamboa, P. y Torres, F. (2010), con su investigación *“ESTUDIO DESCRIPTIVO ACERCA DE LA IMAGEN CORPORATIVA EN INSTITUCIONES DE SALUD PÚBLICA Y PRIVADAS DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LAS (OS) ENFERMERAS (OS) Y ENCARGADOS (AS) DE SELECCIÓN DE PERSONAL”*, Universidad de Chile, concluyendo esta investigación que las características de la imagen corporativa de las instituciones de salud se relacionan con la posibilidad de aprendizaje, clima laboral, remuneración, tipo de paciente, rol de la enfermera/o, beneficios, prestigio, atribución asistencial y la organización.

- Se concluye que, es el servidor quien se autoevalúa y evalúa a la entidad a la que trabaja para que genere un feedback para mejoramiento del servicio que tiene que brindar en las diferentes situaciones que se encuentre, y así poder brindar un servicio de manera adecuada.

Bonardo, D. (2009), en su trabajo de investigación titulado *“LOS RECURSOS HUMANOS EN EL AMBITO MUNICIPAL Y EL DESARROLLO LOCAL”*, en la Universidad Nacional del Comahue Viedma, Argentina, tiene como objetivo reflexionar en el Recurso Humano de las entidades públicas, principalmente en la esfera municipal, a fin de buscar un cambio en el rol del funcionario o trabajador público, para que se vea modificado en parte la propia imagen del empleado municipal.

- Se concluye de este trabajo, que es el servidor público quien genera una imagen también, frente a los usuarios que son atendidos por ellos. Por lo tanto, se menciona que es necesario realizar un análisis a los Recursos Humanos de la entidad municipal para tomar en cuenta los perfiles que se necesitan hoy en día.

NACIONALES.

Dusek, M. (2005), en su tesis para optar el grado de maestría, titulada *“DETERMINACIÓN DE LAS PERCEPCIONES DE LA USUARIA SOBRE LOS FACTORES QUE INTERVIENEN EN LA COMUNICACIÓN CON EL MÉDICO DURANTE LA CONSULTA EXTERNA DE GINECO OBSTETRICIA DEL HOSPITAL SANTA ROSA DEL MINISTERIO DE SALUD”*, de la Pontificia Universidad Católica del Perú, concluyendo que esta investigación no analiza si la atención prestada por el médico es o no eficiente, sino se centra en la calidad de atención vinculada a la comunicación entre el médico y la paciente; Los médicos no se involucran con su paciente mediante la comunicación verbal o no verbal, restando empatía en ellas; Se verificó la inexistencia de privacidad al momento de la consulta, además de no contar los ambientes de atención con una infraestructura adecuada; Las usuarias perciben que los médicos no se esfuerzan por ser comprendidos, además de verificarse de la encuesta que la consulta es interrumpida por el médico al atender su teléfono o a terceras personas.

- El núcleo de estudio materia de esta investigación, no se fija en el hecho que si la necesidad ha sido atendida con plena eficacia, sino a calificar la calidad de comunicación entre el médico y su paciente, así como calificar si el servidor público logro solucionar el problema que se presentó en su realidad, de lo contrario, si el problema no se ve resuelto, debe quedar la satisfacción en el paciente que se hizo todo lo posible, y esta percepción debe quedar en el usuario o debe hacérsele notar.

LOCALES.

Gutierrez (2017), investigo sobre *“IMAGEN CORPORATIVA Y SU RELACIÓN EN LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO JUDICIAL DE LA CORTE SUPERIOR DE JUSTICIA DE LA LIBERTAD TRUJILLO 2017”* (Obtener grado: Maestría), Universidad Cesar Vallejo, su objetivo fue determinar la relación existente entre la imagen corporativa y la satisfacción del usuario judicial de la Corte Superior de Justicia de la Libertad – Trujillo

2017. Concluyo: La existencia de una correlación positiva fuerte entre la variable imagen corporativa y la satisfacción del usuario judicial.

- Esta investigación demostró que, la satisfacción del administrado tiene una fuerte correlación con la Imagen corporativa, ya que a mayor satisfacción del usuario, es mejor la imagen corporativa creada por la sociedad.

Caballero (2016), investigó sobre la *“CALIDAD DE SERVICIO Y LA RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DEL PORVENIR, EN EL AÑO 2016”* (Tesis de Licenciatura), Universidad Privada Cesar Vallejo. El tipo de investigación utilizado fue correlacional descriptiva, en tanto se analizó la relación directa entre las variables de calidad de servicio y satisfacción del usuario.

- Se concluyó que, cuando mejor es la calidad del servicio que se brinda en toda entidad, y en específico de las entidades públicas, más satisfecho está el usuario del servicio que se le ha brindado, esto a su vez permite que la sociedad juzgue a la entidad y al servidor público.

Del Águila (2016), investigó: *“CALIDAD DE SERVICIO E IMAGEN CORPORATIVA PERCIBIDA POR LOS USUARIOS DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE TRUJILLO 2016”* (Tesis de Licenciado), Universidad Privada Cesar Vallejo, el tipo de investigación que utilizó fue cuantitativa de corte transversal no experimental de tipo descriptivo correlacional, contando con una muestra de 385 personas, teniendo como objetivo primordial que la calidad del servicio es una dimensión fundamental relacionándose de manera directa con la imagen corporativa, determinándose una relación positiva moderada entre calidad de servicio y la imagen corporativa percibida por los usuarios.

- Se concluye que, la relación entre la calidad del servicio influirá sobre la imagen pública de la entidad, por lo tanto es el mismo servidor público

quien crea su fama tras la eficiencia de sus acciones y su servicio integral.

1.3.- Teoría relacionada al tema.

1.3.1 IMAGEN.

Según la Real Academia Española y Consejo General del Poder Judicial de España (2016), imagen es el conjunto de rasgos o detalles físicos que identifican a una persona.

Teniendo en cuenta que se puede referir a persona natural o jurídica.

1.3.2 INSTITUCION.

Según la Real Academia Española y Consejo General del Poder Judicial de España (2016), es el elemento estructural esencial del ordenamiento jurídico o de la ordenación política y social. En el primer sentido, por ejemplo, son instituciones la ley y el reglamento, la derogación y la retroactividad. En el segundo, el matrimonio, la propiedad, la herencia, un ministerio, un ayuntamiento, la monarquía o la Universidad.

Así también, la RAE y el Consejo señalan la definición dada por Hauriou, M. (1925):

«Una institución es una idea de obra o de empresa que se realiza y permanece jurídicamente en un medio social; para la realización de esta idea, se establece un poder que le procura órganos; por otra parte, entre los miembros del grupo social interesado en la realización de la idea se producen manifestaciones de comunión dirigidas por los órganos del poder y reglamentadas mediante procedimientos»

1.3.3. IMAGEN INSTITUCIONAL

Ríos (2009) refiere que, imagen institucional son las acciones que comunica una organización para expresar su propia identidad y establecer una buena reputación pública, y comprende relaciones públicas, investigación,

publicidad corporativa, relaciones con los inversionistas, funciones, cambio de nombre de la compañía, selección de nuevas agencias, así como estrategias para enfrentar cambios repentinos. Entonces, la comunicación es necesaria dentro de una institución o empresa, y el funcionario público o empresario debe contactar con el administrado o cliente de manera amable y con palabras entendibles, expresando su identidad con la institución o empresa, por ello la imagen que los usuarios se formarían de la entidad pública o empresa está basado en tres factores fundamentales: los contactos que cada uno de los miembros tenga con la institución o empresa, las experiencias vividas de cada uno de los miembros que acuden a la institución o a la empresa y el conocimiento de la historia de la institución o empresa.

Según Sánchez, J. y Pintado, T. (2009) refieren que, la imagen institucional es el concepto mental que un individuo se forma en base al conjunto de cualidades que haya logrado irradiar la empresa. El concepto mental está relacionado con el ambiente exterior, con productos y su presentación, logotipo o colores decorativos, cualidades de las personas que forman parte de la empresa, el icono corporativo que es el componente visual y atractivo que identifica a la empresa, la comunicación como aquella área en la que se debe de invertir con su mayor presupuesto debido a que por medio de ella dará a conocer los cambios realizados, las novedades, el apoyo que puede brindar en situaciones de emergencia y otros.

En tal sentido, la imagen es la definición propia que se crea el individuo de lo que puede captar a través de lo que observa para luego exteriorizarlo, creando aceptación y confianza en una organización. Imagen es la identidad de la empresa que le representa, por ende, debe estar en todo lugar y de esta manera tener presencia y pueda posesionarse en la ciudad o el mercado.

Es menester mencionar que la comunicación institucional es un tema sumamente importante, tomando en cuenta las estrategias empleadas para

transmitir información y los servicios que brinda, así mismo comprender los deseos y necesidades de los clientes o usuarios, y también entre los miembros de la organización, ya que se considera necesario interactuar para tener claras las metas marcadas. Schein (2000), la nombra comunicación estratégica, o también conocida como comunicación corporativa; en conclusión es una disciplina que estudia la forma como se comunican las organizaciones, mediante transacciones personales de información y deseos, reguladas por el poder y las relaciones entre sus miembros.

Briancon, M. (2007), explica que desde finales del siglo XX, la opinión pública es cada vez más importante, más aún con nuestros medios de comunicación social. Es así que, tanto las instituciones públicas como empresas privadas, están obligadas a manejar con mucho cuidado la relación con su entorno, pues su completo accionar es observado con expectativa y atención.

Se señala que es la sociedad, como usuaria, la juzgadora de todo acto que no satisfaga las necesidades del mismo, que no se ajuste a la realidad, que no se demuestre la atención necesaria al problema o simplemente la atención que se le brinda al administrado, tanto cuando expresa sus necesidades como en la solución para emitir alguna decisión administrativa.

Oviedo (2002), considera que la Comunicación en las organizaciones: es el intercambio de mensajes entre los miembros de una organización, por el solo hecho de tener relaciones que obedecen a un orden jerárquico y a una misión, generando la socialización de los individuos, para lograr el cumplimiento de metas y estrategias de la organización.

Refiere también el autor que, la Imagen institucional es el conjunto de imágenes o figuras que tiene el público respecto a una organización, como resultado del accionar de esta, de comunicación y de los propios intereses y expectativas del público. Se la conoce también como imagen pública o imagen institucional.

Villafañe, J. (1999), quien da una de las mejores definiciones que ha sido vertida, en este campo teórico, explica la imagen institucional como una integración en cada mente de los clientes o usuarios de todos los inputs emitidos por una empresa en una relación cotidiana, entendiéndose que la imagen es una globalidad, por las sumas de experiencias que la persona tiene de una institución.

Los usuarios perciben cada atención, como una nueva, de la que se pueden llevar una percepción igual o diferente a la anteriormente realizada, la que propagará a la sociedad, tanto para manifestar su satisfacción o descontento según haya sido atendido.

Para Alegría (1997) la comunicación corporativa es muy importante para proyectar una buena o mala imagen corporativa, resumiéndola de la siguiente manera, para transmitir la identidad corporativa o institucional de la mejor manera posible a los públicos de la organización, la práctica comunicacional debe ser entendida de manera sistémica.

Basándonos en este autor, los usuarios o clientes se orientan, se influyen, toman decisiones, actúan y opinan por el conjunto de significados que extrae de las comunicaciones que recibe. Pero también y especialmente, de las actuaciones de la organización, extraídas en función de las propias expectativas y experiencias del individuo. No sólo por lo que le ha sido intencionadamente comunicado por la empresa, sino también por lo que él ha percibido, experimentado y vivenciado. Efectivamente, la comunicación es base y soporte de las relaciones empleado – cliente y la substancia del mismo servicio. Por esto, la comunicación adquiere importancia fundamental a la vez que se orienta más y más según las expectativas de los clientes, los individuos y la sociedad.

Añade también Alegría (1997) que, el tema de la imagen institucional se relaciona indefectiblemente con la comunicación. La comunicación es el proceso y la imagen el resultante, por lo tanto no es posible alcanzar una

imagen óptima sin haber antes comunicado adecuadamente la identidad de una organización a su público.

- Por lo tanto, para elaborar el desarrollo de esta variable denominada: imagen institucional; se ha tomado como sustento el enfoque vertido por Ríos (2009), ya que desmenuza el concepto sobre imagen institucional, y nos llevó en el presente estudio a determinar si las dimensiones: calidad de servicio, organización y precio de servicio. realizadas por la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, están expresando su esencia y si los usuarios están recepcionando estas acciones de buena forma, para emitir una opinión positiva de la imagen que proyecta. Cabe resaltar que, al estudiar la variable denominada “Imagen de la Gerencia de Desarrollo Urbano”, y por ser esta Gerencia un órgano que forma parte de la Municipalidad Provincial de Trujillo, finalmente estamos también estudiando a la imagen institucional de esta entidad municipal, por estar directamente ligadas y porque la percepción del usuario lo recepciona así.

1.3.3.1 **Medición:**

Según Pasquel, G.; Báez, V. Y Otros (2017), señala que las dimensiones de la imagen corporativa son:

- ✓ **Calidad de bien o servicio:** Son las cualidades del bien o servicio que influirán en los consumidores al momento de comprar un producto o adquirir un servicio.
- ✓ **Calidad de infraestructura,** Son los espacios apropiados y confortables que debe tener toda empresa (tecnología avanzada y todo tipo de servicio).
- ✓ **Confianza en la organización:** Es el acuerdo, sus finalidades, su trabajo y la integridad de sus productos y servicios.
- ✓ **Variedad en los productos y servicios:** Es la diversidad de productos o servicios que pueda brindar que pueda satisfacer las necesidades del usuario.

- ✓ **Precio del servicio o producto:** Es el valor conceptual del costo, valor y precio.

Para poder medir la variable “*Imagen de la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo*”, se ha tenido como sustento el enfoque de estos autores, Pasquel, G.; Báez, V. Y Otros (2017), pues se consideró que las dimensiones antes indicadas permitieron, en su conjunto, reflejar la real imagen que ahora ostenta la referida Gerencia.

Así mismo, según Matova, H., Dzian, M., Triznová, M., Palus H. & Parobek, J. (2015), cuenta con 7 dimensiones:

- ✓ **Agradable:** Amable, confiable, honesto, sincero y responsable.
- ✓ **Empresa:** Innovador, atractivo, de moda, audaz, entre otros.
- ✓ **Competencia:** Orientada hacia sus objetivos, líder en técnica, debe de ser seguro y confiable.
- ✓ **Atractivo o Elegante:** Su personal debe de tener clase, debe de ser elegante exclusivo de prestigio, pulcro, entre otros.
- ✓ **Crueldad:** Introspectivo egoísta, arrogante, autoritaria y controlador.
- ✓ **Informalidad:** Fácil de llevar, casual, simple.
- ✓ **Machismo.**

Según Schelesinger y Alvarado (2009), para medir la imagen corporativa de una empresa, necesita de siete dimensiones que son:

- ✓ **Dinámica:** Es el desenvolvimiento de una empresa para obtener buenos resultados.
- ✓ **Eficiente:** Porque la empresa logra sus metas y cumple con su trabajo.
- ✓ **Amigable:** Porque la empresa cuenta con personal que muestran cortesía y amabilidad al público.
- ✓ **Innovadora:** Porque cuenta con un plan estratégico, tiene visión para saber las necesidades del público.

- ✓ **Progresista:** Porque persiguen el progreso económico y social de sus clientes.
- ✓ **Segura:** Porque brinda confianza a sus clientes.

1.3.4. **SATISFACCION DEL USUARIO:**

Kotler, P. (2012), el autor señala que la satisfacción del usuario es el grado de ánimo del público al momento de comparar si el producto o servicio requerido cumple con sus expectativas, es decir es la sensación de placer o de decepción de los resultados esperados ya sea del producto o servicio brindado. Si el producto o servicio es inferior a las expectativas del usuario, la persona quedaría insatisfecha, de lo contrario si el rendimiento del producto o servicio está al nivel de las expectativas del cliente, este quedaría satisfecho, y si el rendimiento supera las expectativas el cliente este quedaría encantado.

Se deduce que los clientes o usuarios satisfechos en un tiempo determinado serán un activo para la institución, ya que es muy probable que regresen en busca de algún otro trámite o servicio para cumplir sus necesidades.

Richard, O. (2009), “La satisfacción, es la respuesta de saciedad del usuario”, es decir el cliente evaluara si el producto o servicio brindado, ha saciado sus necesidades.

Siendo esto así podemos manifestar que la satisfacción no depende únicamente de la calidad del servicio brindado, sino que está íntimamente relacionado con las expectativas del cliente o usuario, quien estará satisfecho cuando los servicios o productos cubran o excedan sus expectativas.

Si las expectativas del cliente o usuario son bajas o si el cliente tiene acceso limitado a cualquiera de los servicios, puede ser que éste satisfecho con recibir servicios relativamente deficientes.

Se debe tener en cuenta que para la satisfacción del usuario es necesaria una buena comunicación entre ambas partes, es así que Fernández (1999), asegura que para establecer relaciones interpersonales fructíferas y satisfactorias, el comunicador debe cumplir los siguientes requisitos:

- Conocer a sus receptores tan a fondo como sea posible.
- Elaborar el mensaje considerando las capacidades comunicativas del receptor.
- Estructurar los mensajes en forma clara y sencilla.
- Proporcionar al receptor la información necesaria y suficiente, ni más ni menos.
- Utilizar la retroalimentación.
- Utilizar la redundancia; es decir, enviar el mensaje en distintas formas a través de diferentes medios.
- Comprender claramente la función de los roles en la interacción.
- Conocer con detalle las reglas de comunicación aplicables en su contexto, y utilizarlas adecuadamente.
- Emplear canales alternativos
- No olvidar que el principal responsable de que la comunicación se lleve a cabo exitosamente es el emisor.

En conclusión, para desarrollar la variable de esta tesis denominada Satisfacción del usuario de la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo; he tomado como sustento teórico lo expresado por Kotler, P. (2012), ya que ha servido para medir el grado de satisfacción de los usuarios encuestados, pues se demuestra que el valor otorgado por el usuario respecto del servicio recibido, determina su satisfacción, su insatisfacción o supera sus expectativas, y esta influye directamente en la imagen corporativa.

1.3.4.1.- Medición:

Los niveles de satisfacción, son los siguientes:

- ✓ **Insatisfacción:** cuando las expectativas del usuario se ven afectadas por el bien o servicio brindado (producto defectuoso, queja por la mala atención e incumplimiento de plazos).
- ✓ **Satisfacción:** es cuando cumple con las expectativas del cliente; el cliente este conforme.
- ✓ **Complacencia:** es cuando el bien o servicio brindado excede las expectativas del usuario, experimentado un sentimiento de emoción llegando hasta la felicidad.

Mejías, A. Y Manrique, S. (2011), la satisfacción se mide a través de cinco dimensiones:

- ✓ **Calidad Técnica:** Las cualidades propias del servicio.
- ✓ **Calidad Funcional:** La manera como se brinda el servicio.
- ✓ **Expectativas:** Es el conocimiento que tiene el cliente antes de realizar una compra.
- ✓ **Valor Percibido:** Es la relación entre calidad – precio.
- ✓ **Confianza:** Es la idea que tiene el consumidor que la empresa le brindara un buen servicio, por lo que recomienda a otras personas.

Para medir la variable de Satisfacción del usuario de la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, he tomado como sustento teórico las dimensiones esgrimidas por Mejías, A y Manrique, S. (2011), por lo tanto, ha sido de utilidad para poder identificar en qué aspectos el grado de satisfacción que poseen los usuarios trujillanos que acuden a la Gerencia de Desarrollo Urbano da, influyen en la imagen corporativa de esta.

Según Millones, P. (2010), los elementos de la satisfacción del usuario son:

- ✓ **Rendimiento Percibido:** Es la respuesta del usuario luego de haber obtenido el bien o el servicio; analizará si cumplió o no con lo que buscaba –Expectativas: Son

las esperanzas que tiene el cliente en cuanto si se cumplirá o no con lo solicitado.

- ✓ **Promesa explícita del servicio:** Son las ideas positivas que ostenta el usuario respecto al servicio que brinda la empresa.
- ✓ **Promesa implícita del servicio:** Son las percepciones de cómo puede ser el servicio.
- ✓ **Comunicación boca – oreja:** Es la información imparcial.
- ✓ **Las experiencias pasadas:** Es el servicio brindado anteriormente por la empresa.

1.3.5. GERENCIA DE DESARROLLO URBANO:

Según el MOF aprobado por: Decreto de Alcaldía N° 002-2011-MPT,

Estructuralmente La Gerencia de Desarrollo Urbano es un órgano de línea, que depende de la Gerencia Municipal y tiene bajo su dirección a la Sub Gerencia de Edificaciones y a la Sub Gerencia de Habilitaciones Urbanas. Está a cargo de un **GERENTE** quien tiene la función de:

- a) Planificar, dirigir, coordinar y supervisar las actividades técnico-administrativas de los programas de habilitaciones urbanas, independización de predios rústicos, edificaciones, viviendas, ornato y publicidad.
- b) Dirigir, ejecutar y controlar los procesos de habilitaciones y sub divisiones de tierras en concordancia con las normas legales.
- c) Proponer y participar en la determinación de la política municipal de desarrollo urbano.

- d) Coordinar las actividades del área y presentar el informe anual de actividades desarrolladas.
- e) Supervisar la ejecución presupuestal de los programas a su cargo.
- f) Estudiar y aprobar normas y directivas para la ejecución de los programas de su jurisdicción.
- g) Controlar el cumplimiento de los reglamentos nacionales y disposiciones municipales que norman el desarrollo urbano y rural, así como el uso y conservación de las edificaciones públicas y privadas.
- h) Representar a la Municipalidad en comisiones multisectoriales y afines.
- i) Otorgar licencias de construcción y habilitaciones urbanas.
- j) Otorgar certificados de conformidad de habilitaciones urbanas, de parámetros arquitectónicos y urbanísticos; conformidad de obras, certificados de zonificación y vías de alineamiento de edificaciones, numeración y certificación.
- k) Supervisar el cumplimiento de planes, normas de zonificación, vías, habilitaciones urbanas, trámites de licencias para construcción, remodelación, demolición.
- l) Emitir opinión técnica en todos los asuntos de su competencia para resolución superior.
- m) Emitir opinión, promoviendo, tramitando, dictaminado en los procesos de adquisición de inmuebles para ser destinados a obras o servicios públicos.

- n) Supervisar la divulgación de normas en materia de saneamiento físico- legal.
- o) Emitir opinión técnica en coordinación con PLANDET, en los procesos de cambio o modificación de zonificación de usos de suelo.
- p) Promover proyectos de mejoramiento de áreas públicas y mobiliario urbano; teniendo como objetivo final, el ordenamiento de la ciudad.
- q) Supervisar la documentación que ingresa al Sistema de Trámite Documentario SISTRAM y otros Sistemas Informativos de su competencia como herramienta de gestión municipal; asimismo supervisar que el personal a su cargo haga correcto uso de los mismos.
- r) Utilizar el correo electrónico institucional como herramienta de coordinación y gestión.
- s) Otras funciones que le asigne el Gerente Municipal.

Según el ROF aprobado por Ordenana Municipal N° 028-2012-MPT:

Según el Reglamento de Organización y Funciones de la Municipalidad Provincial de Trujillo, la Gerencia de Desarrollo tiene las siguientes funciones:

1. Proponer y ejecutar políticas en materia de habilitaciones urbanas, independización y subdivisión de tierras, edificaciones, vivienda perfil urbano y ornato coordinación con el Plan de Desarrollo Territorial de Trujillo.
2. Proponer el Plan Operativo Anual según sus competencias.

3. Orientar y difundir la normatividad relacionada al uso de suelo, construcción y conservación de edificaciones.
4. Controlar el cumplimiento de los Planes, Programas, Normas y disposiciones de zonificación y vías en áreas urbanas y de expansión urbana.
5. Presidir la Comisión Técnica Supervisora de Obras de acuerdo a Ley N°27157.
6. Coordinar con el Plan de Desarrollo Territorial de Trujillo los Planes de Acondicionamiento Territorial Provincial y otros planes urbanos de los centros poblados de la provincia.
7. Emitir opinión técnica en coordinación con el Plan de Desarrollo Territorial de Trujillo, los procesos de cambio o modificación de zonificación de usos de suelo.
8. Cautelar el cumplimiento de planes y normas de zonificación y vías de las áreas urbanas y de expansión urbana, en coordinación con el Plan de Desarrollo Territorial de Trujillo.
9. Coordinar con el Plan de Desarrollo Territorial de Trujillo, los Planes de acondicionamiento Territorial Provincial y otros Planes Urbanos de los centros poblados de la provincia.
10. Promover y prestar asistencia técnica para la formalización y regularización de habilitaciones urbanas y de edificaciones.
11. Cautelar el cumplimiento de Planes y Normas de Zonificación y Vías de las áreas urbanas y de expansión urbana, en coordinación con el Plan de Desarrollo Territorial de Trujillo.

12. Otorgar y/o desestimar el otorgamiento de Certificados de Zonificación, Vías y Cargas Metropolitanas y el de Condición de Terrenos como Predio Rústico.
13. Autorizar y/o desestimar las solicitudes de subdivisión e independización de predios rústicos.
14. Supervisar la organización y administración del archivo catalogado de planos de las habilitaciones urbanas de la ciudad, y coordinar con el Plan de Desarrollo Territorial de Trujillo, todo lo relacionado a los Planos Generales de la ciudad.
15. Otorgar y/o desestimar el otorgamiento de Licencias de Construcción, de ampliación, de Remodelación, de Demolición, de Refacción, de cercos y, similares.
16. Autorizar y/o desestimar las solicitudes de independización de edificaciones urbanas.
17. Autorizar y/o desestimar la instalación de mobiliario urbano.
18. Autorizar la instalación de publicidad en vía pública, como paneles monumentales, paletas unipolares en mobiliario urbano, publicidad, otros relacionados al ornato.
19. Supervisar obras menores en retiros, bermas y otras áreas públicas relacionadas con la instalación de infraestructura de servicios, coordinando con la Gerencia de Obras Públicas.
20. Otorgar y/o desestimar el otorgamiento de Certificados de Zonificación y Alineamiento para la instalación de grifos de combustible.

21. Emitir opinión técnica en las solicitudes sobre Certificados de Zonificación y alineamiento para la instalación de terminales de transporte terrestre, en coordinación con la Gerencia de Transporte, Tránsito y Seguridad Vial; y elevarlos al Concejo, con las recomendaciones del caso.
22. Elaborar, en coordinación con las Gerencias de Asesoría Jurídica y de Obras Públicas, los expedientes técnicos para la adquisición de inmuebles con fines de apertura de vías y otros proyectos y obras públicas.
23. Otorgar y/o desestimar, previo Acuerdo del Concejo Municipal, los Certificados de Zonificación y Alineamiento para la instalación de terminales de transporte terrestre.
24. Disponer la apertura o inicio de procedimientos sancionadores en relación a los asuntos de su competencia.
25. Emitir resolución de primera instancia en los procedimientos sancionadores de su competencia, calificando y sancionando la comisión de infracciones, o en su caso absolviendo de ellas, en los procedimientos que para tal efecto hayan sido puestos a su consideración por los órganos de instrucción órganos dependientes.
26. Delegar sus atribuciones en los Sub Gerentes de las unidades orgánicas dependientes siempre que sean compatibles con las funciones de éstos.
27. Promover, tramitar y dictaminar los procesos de adquisición de bienes inmuebles, sea por compraventa, expropiación, permuta o cualquier otra forma de adquisición, para que sean destinados a obras o servicios públicos.

28. Emitir opinión técnica en todos los asuntos de su competencia que requieran ser resueltos por instancias superiores.

29. Otras funciones que le delegue la Alcaldía o la Gerencia Municipal, o que le sean dadas por las normas legales.

1.3.6. TEORIAS.

Teoría General del Derecho Administrativo, Gordillo, A. (2013), explica que la noción de servicio público nace en Francia, y la define como aquella prestación dada por la Administración Pública, directa o indirectamente, para satisfacer las necesidades de colectivas, esto es la suma de las necesidades individuales. Así también, el servicio público presupone elementos y actividades organizadas, como una empresa en sentido económico; teniendo en cuenta los caracteres del servicio público como: la generalidad, uniformidad, regularidad, continuidad, funcionamiento, actividad ininterrumpida, servicio oportuno e igualdad para todos.

Teoría de la imagen corporativa, Costa, J. (2001), Chavez, N. (2006) Y Capriotti, P. (2013), proponen un concepto y una estructura fundamental, como es que la imagen corporativa es una representación mental que se forman las personas, es decir, el público en general. La idea central subyacente en esta definición es que esa representación, estructura o esquema mental que los públicos elaboran está constituida por unas características, rasgos, emociones, creencias, valores o atributos con las cuales identifican, diferencian y valoran a la organización.

Teorías de la naturaleza de la satisfacción del cliente:

- Teoría de la Equidad, Brooks (1995), estudia a la satisfacción cuando determinada parte de los clientes o usuarios siente que el

nivel de los resultados obtenidos en un proceso están en alguna medida equilibrados con sus entradas a ese proceso tales como el coste, el tiempo y el esfuerzo.

- Teoría de la Atribución Causal, Brooks (1995), explica que el cliente ve resultado de una compra en términos de éxito o fracaso. La causa de la satisfacción se atribuye a factores internos tales como las percepciones del cliente al realizar una compra y a factores externos como la dificultad de realizar la compra, otros sujetos o la suerte.
- Teoría del Desempeño o Resultado, Brooks (1995), proyecta que la satisfacción del cliente se encuentra directamente relacionada con el desempeño de las características del producto o servicio percibidas por el cliente. Se precisa el desempeño como el nivel de calidad del producto en relación con el precio que se paga por él que percibe el cliente.
La satisfacción, por tanto, se equipara al valor, donde el valor es la calidad percibida en relación al precio pagado por el producto y/o servicio (Johnson, Anderson Y Fornell 1995).
- Teoría de las Expectativas, Brooks (1995), propone que los clientes conforman sus expectativas al respecto del desempeño de las características del producto o servicio antes de realizar la compra. Una básica confirmación de las expectativas se produce cuando el desempeño del producto o servicio es tal y como se esperaba. La satisfacción del cliente se espera que aumente cuando las disconformidades positivas aumentan.

1.4.- Formulación del problema.

¿De qué manera incide la imagen en la satisfacción del usuario de la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, en el año 2018?

1.5.- Justificación de estudio

1.5.1. Justificación teórica

Por medio de este trabajo de investigación se desea conocer la imagen de la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, proyectada a los usuarios o administrados que diariamente acuden hasta sus instalaciones a solicitar un servicio o hacer seguimiento de algún trámite.

Aunado a ello, deseo también identificar si el usuario o administrado siente satisfacción luego de ser atendido por personal de la Gerencia de Desarrollo Urbano de la MPT, para luego poder identificar si dicha gerencia está en el camino correcto o puede recomendarse cambios que contribuyan con mejorar la satisfacción del usuario.

1.5.2. Justificación metodológica

Pretendo identificar si existe relación directa entre la imagen de la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo con la satisfacción que pueda experimentar el usuario que acude hasta sus instalaciones, la cual se lograra determinar mediante un estudio descriptivo correlacional, de diseño no experimental.

1.5.3. Justificación práctica.

La presente investigación permitirá identificar si existe una relación directa entre ambas variantes como es la imagen de la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo y la satisfacción del usuario, para así identificar si la imagen que actualmente proyecta a los usuarios es la más adecuada o requiere ser pasible de mejoras, todo ello se pretende hacer mediante encuesta a los usuarios

1.6. Hipótesis.

1.6.1. Hipótesis general.

Hi: La imagen incide directa y significativamente en la satisfacción del usuario de la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo.

1.6.2. Hipótesis nula.

Ho: La imagen no incide directa y significativamente en la satisfacción del usuario en la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo.

1.6.3. Hipótesis específicas.

- La calidad de servicio de la imagen incide directa y significativamente en la satisfacción del usuario en la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo.
- La organización de la imagen incide directa y significativamente en la satisfacción del usuario en la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo.
- El precio de servicio de la imagen incide directa y significativamente en la satisfacción del usuario en la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo.
- La imagen incide directa y significativamente en la calidad técnica de satisfacción del usuario en la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo.
- La imagen incide directa y significativamente en la calidad funcional de satisfacción del usuario en la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo.
- La imagen incide directa y significativamente en la confianza de satisfacción del usuario en la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo.
- La imagen incide directa y significativamente en las expectativas de satisfacción del usuario en la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo.

1.7. Objetivos.

1.7.1. Objetivo general.

Determinar la incidencia de la imagen en la satisfacción del usuario de la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, en el año 2018.

1.7.2. Objetivos específicos.

- Determinar el nivel de imagen que ostenta la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo.
- Determinar el nivel de satisfacción del usuario de la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo.
- Determinar la incidencia de la calidad de servicio en la satisfacción del usuario de la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo.
- Determinar la incidencia de la organización en satisfacción del usuario de la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo.
- Determinar la incidencia del precio de servicio en satisfacción del usuario de la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo.
- Determinar la incidencia de la imagen en la dimensión calidad técnica de satisfacción del usuario de la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo.
- Determinar la incidencia de la imagen en la dimensión calidad funcional de satisfacción del usuario de la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo.
- Determinar la incidencia de la imagen en la dimensión confianza de satisfacción del usuario de la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo.
- Determinar la incidencia de la imagen en la dimensión expectativas de satisfacción del usuario de la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo.

II. Método.

2.1. Diseño de investigación.

El diseño que se empleó en esta investigación es no experimental, descriptivo correlacional simple.

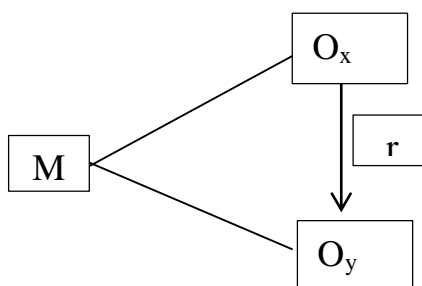
Según Hernández, Fernández y Baptista (2010), lo conceptualiza como aquella investigación que se realiza sin hacer algún cambio a las variables, esto importa que al fenómeno se le debe observar tal y como se da en su contexto natural para luego ser analizada.

Por tanto, en esta investigación no se manipularon las variables “imagen” y “satisfacción del usuario” en la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, y los resultados obtenidos se analizaron en su contexto natural para luego llegar a determinar si entre ellas existía o no relación.

La presente investigación fue de corte transversal, en tanto se recolectaron los datos o la información en un solo momento, aplicando la técnica de la encuesta.

El modelo de esta investigación fue descriptiva correlacional puesto que se vinculó la primera y la segunda variable entre sí, describiendo sus principales dimensiones de cada variable.

La representación es:



Dónde:

M : Muestra: Usuarios que acuden a la Gerencia del Desarrollo Urbano.

O_x : Observación de la variable: Imagen de la GDU.

O_y : Observación de la variable: Satisfacción del usuario de la GDU.

r : Relación entre sí de las variables.

2.2. Variables.

2.2.1. Variables.

Variable 1: Imagen de la gerencia de desarrollo urbano.

Variable 2: Satisfacción del usuario.

2.2.2. Operacionalización.

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Variable 1: Imagen de la GDU	Según Ríos (2009) refiere que, imagen institucional son las acciones que comunica una organización para expresar su identidad y establecer una positiva reputación pública, y comprende: relaciones públicas, investigación, publicidad corporativa, relaciones con los inversionistas, funciones, cambio de nombre de la compañía, selección de nuevas agencias, así como estrategias para enfrentar cambios repentinos	La variable se operacionalizó con la aplicación de una encuesta, a través de un cuestionario, tipo escala Likert de 9 ítems que se aplicó a los usuarios. Con intervalo de variable de: Mala: 9-21 Regular: 22-33 Buena: 34-45	Calidad de servicio	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Servicio de calidad ▪ Atención de calidad ▪ Capacitación al personal 	Naturaleza cuantitativa Ordinal Escala Likert Totalmente de acuerdo De acuerdo No opino En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
			Organización	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Infraestructura adecuada ▪ Información adecuada ▪ Identificación con la institución 	
			Precio de servicio	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Publicidad ▪ Costo accesible 	

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Variable 2: Satisfacción de	Kotler citado por Moreno (2012), señala que la satisfacción del	La variable se operacionalizó con la aplicación de un encuesta, a través de un	Calidad técnica	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Equipos tecnológicos ▪ Adecuada infraestructura ▪ Apariencia 	

	<p>usuario es el grado de ánimo del público al momento de comparar si el producto o servicio requerido cumple con sus expectativas, es decir es la premonición de placer o de decepción de los resultados esperados del producto o servicio brindado</p>	<p>cuestionario, tipo escala Likert de 17 ítems que se aplicó a los usuarios.</p> <p>Con el siguiente intervalo de Mala: 17-40 Regular: 41-63 Buena: 64-85</p>		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Brindar información 	<p>Naturaleza cuantitativa</p> <p>Ordinal Escala Likert</p> <p>Totalmente de acuerdo</p> <p>De acuerdo</p> <p>No opino</p> <p>En desacuerdo</p> <p>Totalmente en desacuerdo</p>
			Calidad funcional	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Satisfacción de necesidades ▪ Solución de problemas ▪ Cumplimiento de promesas ▪ Cumplimiento de plazos 	
			Confianza	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comunican fin de procesos ▪ Servidor Eficaz ▪ Procesos confiables 	
			Expectativas	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Resolución de dudas ▪ Atención personalizada ▪ Horarios accesibles 	

Fuente: elaboración propia

2.3. Población y muestra.

2.3.1. Población.

En el presente trabajo de investigación, la población estuvo compuesta por 550 usuarios que acudieron a la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, durante un mes (días hábiles).

2.3.2 Muestra.

La muestra estuvo conformada por 226 usuarios que acudieron a la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, durante un mes.

Para determinar la muestra se utilizó la siguiente fórmula, de una población finita.

$$n = \frac{N \times Z^2 \times PQ}{(N-1) \times e^2 + Z^2 \times PQ^2}$$

$$n = \frac{550 \times 1.96^2 \times 0.50 \cdot 0.50}{(549) \times 0.05^2 + 1.96^2 \times 0.5 \cdot 0.50} = 226$$

Leyenda:

n = magnitud poblacional.

Z = nivel estándar de nivel de confianza al 95% = 1.96

P = proporción de éxito 0.50.

Q = proporción de fracaso 0.50.

e = error muestral (5%).

N = población total = 550

2.3.3 Criterios de selección.

- **Criterios de inclusión.**

Usuarios de ambos sexos

Todos los usuarios que acudieron a la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo.

- **Criterios de exclusión.**

Usuarios que acudieron a la Gerencia de Desarrollo Urbano pero no desearon colaborar.

- **Unidad de análisis.**

Usuarios que acudieron a la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, durante un mes.

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

2.4.1 Técnicas

En esta investigación se utilizó la técnica de la encuesta, con la misma se logró recoger toda la información necesaria, luego se realizó la medición de las dos variables del presente trabajo como fueron la Imagen y la satisfacción del usuario de la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo.

VARIABLE	TECNICA	INSTRUMENTO
Imagen	Encuesta	Cuestionario.
Satisfacción del Usuario	Encuesta	Cuestionario.

2.4.2 Instrumentos

Para poder analizar la variable Imagen, se tomó como referencia el cuestionario de Fujun, Mitch y Barry (2009), pero organizado de acuerdo a la realidad que se pretendió investigar y se midió a través de la escala de Likert [Totalmente en Desacuerdo (1), Desacuerdo (2), No opina (3), Acuerdo (4), Totalmente de Acuerdo (5)].

<u>INSTRUMENTO</u>	<u>VARIABLE</u>	<u>ITEMS</u>
ENCUESTA	IMAGEN	17

Asimismo para analizar la segunda variable satisfacción del usuario, se tomó como referencia el cuestionario de Zeithami, Parasumaran y Berry (1993), organizado de acuerdo al modelo SERQVUAL y acondicionado de acuerdo a nuestra realidad, se midió también por la escala de Likert. [Totalmente en Desacuerdo (1), Desacuerdo (2), No opina (3), Acuerdo (4), Totalmente de Acuerdo (5)].

<u>INSTRUMENTO</u>	<u>VARIABLE</u>	<u>ITEMS</u>
ENCUESTA	SATISFACCION DEL USUARIO	17

2.4.3 Validez.

Validez de contenido.

La validez del contenido se refiere al grado que un instrumento refleja un dominio específico del contenido de lo que se mide, es el grado en el que la medición representa al concepto o variable medida, en base a lo cual a juicio de los expertos en investigaciones, estos dan la validez de los instrumentos.

El dominio del contenido de una variable, normalmente está definido o establecido por la literatura (teoría y trabajos antecedentes). La pregunta que se responde con la validez de contenido es: ¿el instrumento mide adecuadamente las principales dimensiones de la variable en cuestión? (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 201).

En base a lo expresado, para determinar la validez del instrumento utilizado en esta investigación, se recurrió a la opinión y juicio de expertos, con el propósito de corroborar si las dimensiones que se pretendían medir, estaban acordes con las variables de investigación y los cuestionarios respondieron a la naturaleza de cada variable. Dicha validación se realizó con el juicio de expertos conocedores de los temas de imagen y satisfacción del usuario, recibiendo la opinión de la Abogada Teresa Cristina Chico Estrada, Maestra en Derecho Constitucional y Administrativo; Arquitecta Karla Paola Álvarez Holguín, Maestra en Gerencia de la Construcción y Abogada Adriana Isabel Cole Saldaña, Maestra en Gestión Pública, según se muestran de las Actas de Validez del Instrumentos encuesta (**Anexo N° 3**).

2.4.4 Confiabilidad.

Para corroborar la confiabilidad de la encuesta realizada para los usuarios de la Gerencia de Desarrollo Urbano de la MPT, se recurrió al método del alfa de cronbach.

Para realizar la confiabilidad de los instrumentos se llevó a cabo con el software estadístico SPSS Versión 23 utilizando datos de la prueba piloto desarrollado por 20 usuarios, cuyo cálculo se determinó con Alfa de Cronbach.

Los resultados para la variable imagen de la Gerencia de Desarrollo Urbano en el año 2018 fue $\alpha=0.808$, siendo la fiabilidad considera como BUENA; y en la variable satisfacción del usuario de la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo en el año 2018 fue $\alpha =8$, siendo la fiabilidad considera como BUENA (**ver anexo 2**).

2.5 Métodos de análisis de datos

El análisis de los datos que se obtuvieron de la investigación fue cuantitativo, los cuales se interpretaron, analizaron y discutieron, para lo cual se tomó en cuenta la estadística descriptiva y la estadística inferencial.

2.5.1 Estadística descriptiva

- Se elaboró una matriz de puntuaciones con los datos obtenidos de las variables objeto de estudio (**ver anexo 5**).
- Se elaboró las tablas de frecuencias y figuras estadísticas con sus respectivas interpretaciones en programa Excel.

2.5.2 Estadística inferencial.

- Se utilizó el software SPSS versión 23 para procesar la información y hacer la contrastación de las hipótesis.
- Se realizó la Prueba de Kolmogorov-Smirnov, con un nivel de significancia al 5%, para determinar si los datos encontrados son paramétricos o no paramétricos.
- El resultado de la Prueba de Kolmogorov-Smirnov fue no paramétrica; por lo tanto, para ver la contrastación de hipótesis se utilizó el coeficiente de Rho de Spearman por tratarse de una investigación correlacional, la cual es una medida no paramétrica de asociación para variables ordinales.

2.6 Aspectos éticos.

La ética en la ciencia y la investigación busca concientizar y desplegar las competencias y capacidades de los investigadores a través de los principios éticos que median en la toma de decisiones y la formación de una conciencia ética respecto del importe e impacto en la práctica científica en el quehacer social.

El manejo adecuado de las fuentes es un deber del investigador no es una cuestión de cortesía, sino un deber del investigador hacia su comunidad. Es

necesario registrar con detalle el método y medio empleado en la investigación a fin de que pueda confirmarse los resultados y consolidarse la teoría.

La ciencia es un esfuerzo fusionado y un acto de fe, y la interacción de la colectividad es un aspecto fundamental de su ejercicio, por ello debe acoger el investigador un compromiso de transparencia y veracidad. Especular en torno al marco legal del quehacer científico, como la propiedad intelectual y sus implicancias dentro del ethos corpus de la investigación. Es una categoría que debe imponer en el reconocimiento, el ejercicio de la libertad, la curiosidad y la innovación.

Existe el compromiso personal, que la información obtenida como resultado de este estudio, previa autorización del Gerente de Desarrollo Urbano de la MPT, así como la identidad de los usuarios y demás entes que intervengan serán protegidos atendiendo a las normas éticas de la confidencialidad, la colaboración autónoma, anonimato, la honestidad y la transparencia, comportamiento que le ha sido puesto de manifiesto a los encuestados.

III. RESULTADOS.

Se analizó los datos obtenidos de la aplicación del instrumento (encuesta). La presentación y análisis de los resultados se muestran en tablas y figuras estadísticas. Los datos recolectados de las variables de estudio se presentan en el Anexo 3.

Tabla 1

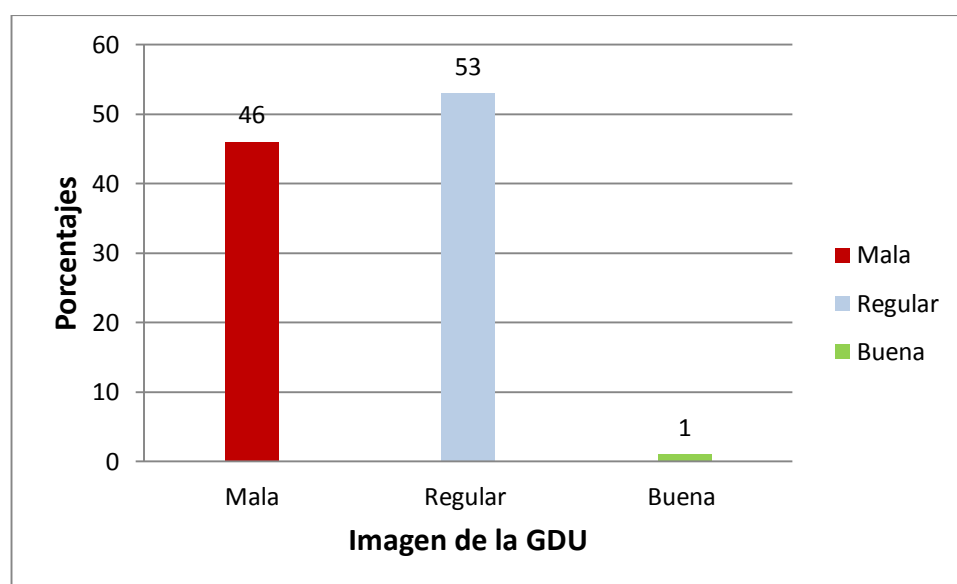
Nivel de imagen de la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo en el año 2018.

VI: Imagen	escala	N°	%
Mala	9-21	104	46
Regular	22-33	120	53
Buena	34-45	2	1
Total		226	100

Fuente: Base de datos de la aplicación de los Cuestionario Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo en el año 2018.

Interpretación:

En la tabla 1, se observa que el 53% de usuarios perciben un nivel regular respecto a la imagen, seguido de un 46% de usuarios perciben un nivel malo y solo un 1% percibe un nivel bueno.



Fuente: Tabla 1.

Figura 1: Nivel de imagen de la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo en el año 2018.

Tabla 2

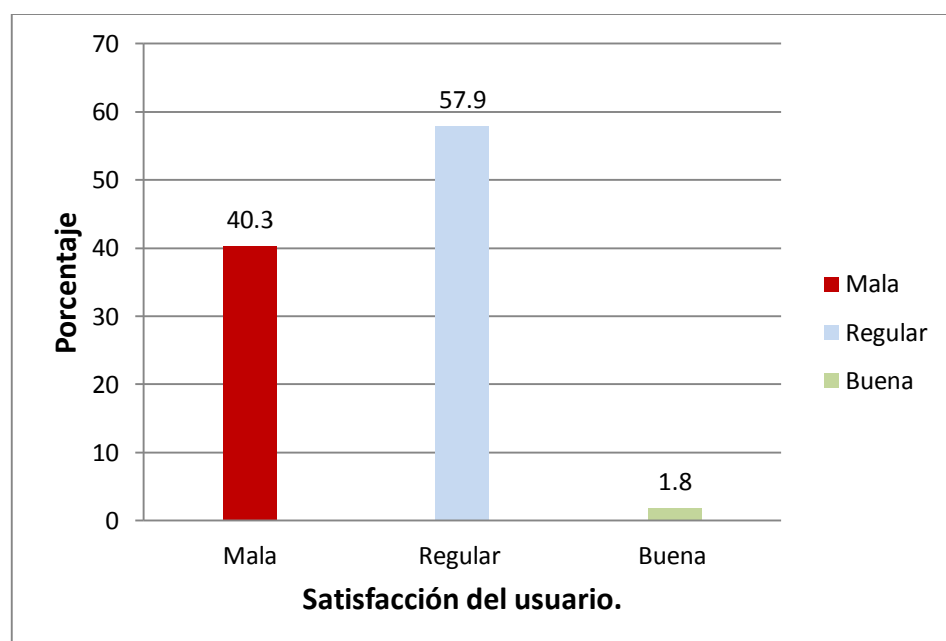
Nivel de satisfacción de usuario de la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo en el año 2018.

Satisfacción del usuario	escala	N°	%
Mala	17-40	91	40.3
Regular	41-63	131	57.9
Buena	64-85	4	1.8
Total		226	100

Fuente: Base de datos de la aplicación de los Cuestionario Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo en el año 2018.

Interpretación:

En la tabla 2, se observa que el 57.9% de usuarios perciben un nivel regular respecto a la satisfacción del usuario, seguido de un 40.3% de usuarios perciben un nivel malo y solo un 1.8% percibe un nivel bueno.



Fuente: Tabla 2

Figura 2: Nivel de satisfacción de usuario de la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo en el año 2018.

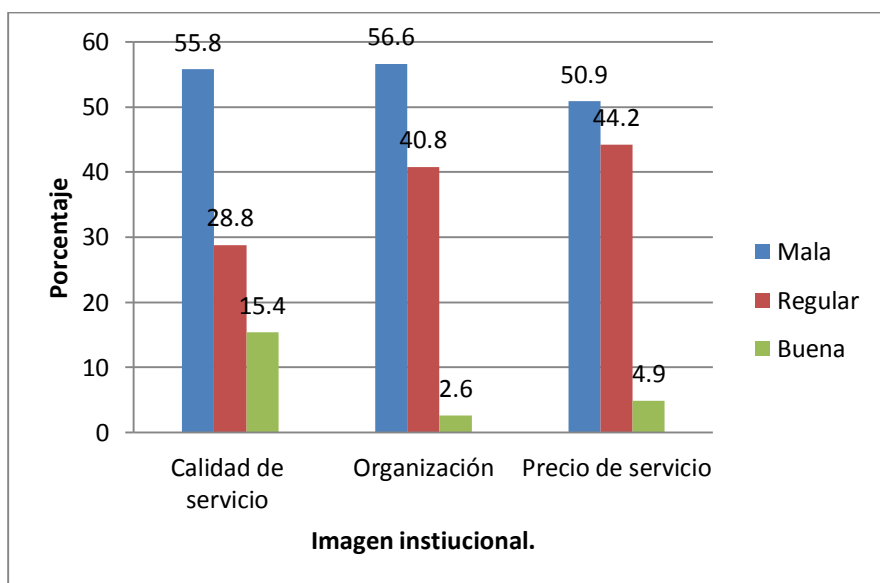
Tabla 3: Comparación de los puntajes obtenidos de los niveles de las dimensiones de imagen de la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo en el año 2018

Niveles	Imagen					
	Calidad de servicio		Organización		Precio de servicio	
	F	%	F	%	F	%
Mala	126	55.8	128	56.6	115	50.9
Regular	65	28.8	92	40.8	100	44.2
Buena	35	15.4	6	2.6	11	4.9
Total	226	100	226	100	226	100

Fuente: Base de datos de la aplicación de los Cuestionario Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo en el año 2018.

Interpretación:

En la tabla 3, se observa que prevalece el nivel mala en las dimensiones de la variable imagen, en el orden que sigue, la dimensión calidad de servicio con 55.8% en nivel mala, con 28.8% en nivel regular, y 15.4% en nivel buena; seguido de la dimensión organización con 56.6%, en nivel mala; seguido del nivel regular con 40.8%, y nivel bueno con 2.6%; y la dimensión precio de servicio con 50.9% en nivel mala, en un 44.2% en nivel regular y 4,9 en nivel buena.



Fuente: Tabla 3.

Figura 3: Comparación de los puntajes obtenidos de los niveles de las dimensiones de imagen de la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo en el año 2018

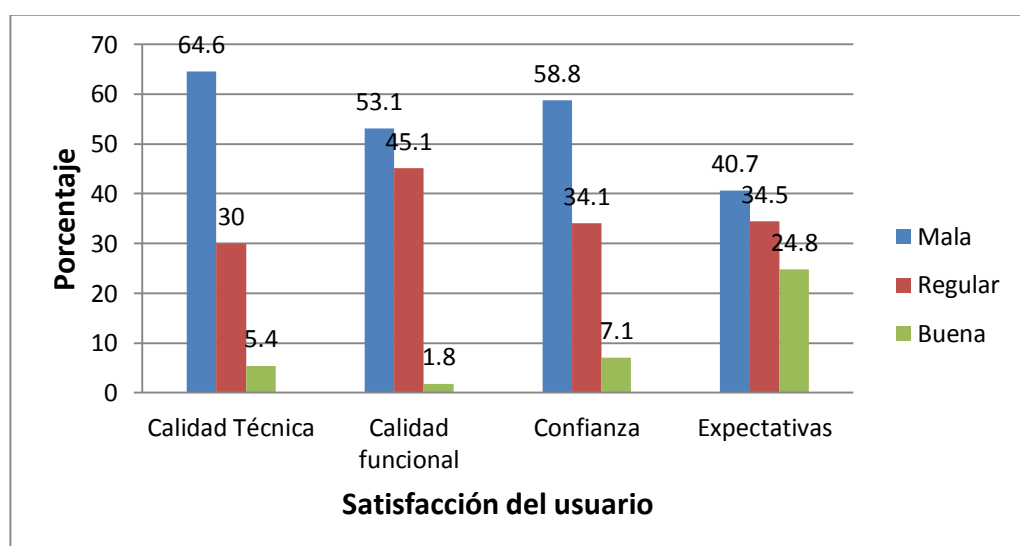
Tabla 4: Comparación de los puntajes obtenidos de los niveles de las dimensiones de la satisfacción del usuario de la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo en el año 2018.

Nivel	Satisfacción del usuario							
	Calidad técnica		Calidad funcional		Confianza		Expectativas	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Mala	146	64.6	120	53.1	133	58.8	92	40.7
Regular	68	30	102	45.1	77	34.1	78	34.5
Buena	12	5.4	4	1.8	16	7.1	56	24.8
Total	226	100	226	100	226	100	226	100

Fuente: Base de datos de la aplicación de los Cuestionario Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo en el año 2018.

Interpretación:

En la tabla 4, se puede observar que prevalece el nivel mala en las dimensiones, en el orden que sigue, la dimensión calidad técnica con 64.6%, en nivel regular; seguido del nivel regular con 30%, y nivel buena con 5.4%; seguido de la dimensión calidad funcional con 58.8% en nivel mala, un 34.1% en nivel regular y 7.1% en nivel bueno; la dimensión calidad funcional con 53.1% en nivel mala, con 45.1% en nivel regular y la dimensión expectativas con 40.7% en nivel mala, 34.5% en nivel regular y 24.8% en nivel buena.



Fuente: Tabla 4.

Figura 4: Comparación de los puntajes obtenidos de los niveles de las dimensiones de la satisfacción del usuario de la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo en el año 2018.

3.1 Contratación de hipótesis

Tabla 5

Prueba de Kolmogorov-Smirnov de la variable imagen y sus dimensiones de la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo en el año 2018.

		IMAGEN	CALIDAD DE SERVICIO	ORGANIZACIÓN	PRECIO DEL SERVICIO
N		227	227	227	227
Parámetros normales ^{a,b}	Media	22.43	7.63	7.25	7.56
	Desviación estándar	6.019	3.001	1.996	2.380
Máximas diferencias extremas	Absoluta	.091	.138	.126	.116
	Positivo	.091	.138	.126	.110
	Negativo	-.065	-.111	-.088	-.116
Estadístico de prueba		.091	.138	.126	.116
Sig. asintótica (bilateral)		,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c

Fuente: Base de datos de la aplicación de los Cuestionario Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo en el año 2018.

Interpretación

En la tabla 5 se observa el resultado de la prueba de normalidad (**Kolmogorov-Smirnov**) de la variable imagen y sus dimensiones, determinándose que el nivel de significancia de la prueba en dos dimensiones es menor al 5% de significancia estándar ($p < 0.05$); indicando que su distribución es de manera anormal. Por lo tanto se utilizó el coeficiente de correlación de Rho de Spearman para realizar la contrastación de hipótesis.

Tabla 6

Prueba de Kolmogorov-Smirnov de la variable satisfacción del usuario de la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo en el año 2018.

	SATISFACCIÓN DEL USUARIO	CALIDAD TÉCNICA	CALIDAD FUNCIONAL	CONFIANZA	EXPECTATIVAS
N	227	227	227	227	227
Parámetros normales ^{a,b}					
Media	43.66	9.96	14.63	10.40	8.67
Desviación estándar	9.473	2.858	3.967	3.057	2.945
Máximas diferencias extremas					
Absoluta	.071	.156	.111	.129	.122
Positivo	.065	.156	.082	.129	.122
Negativo	-.071	-.115	-.111	-.110	-.122
Estadístico de prueba	.071	.156	.111	.129	.122
Sig. asintótica (bilateral)	,007 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c

Fuente: Base de datos de la aplicación de los Cuestionario Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo en el año 2018.

Interpretación

En la tabla 6 se observa el resultado de la prueba de normalidad (**Kolmogorov-Smirnov**) de la variable satisfacción del usuario y sus dimensiones, demostrándose que en todas sus dimensiones el nivel de significancia de la prueba es menor en al 5% de significancia estándar ($p < 0.05$); por lo tanto su distribución es de manera no normal, por lo cual para realizar la contrastación de hipótesis se utilizó pruebas no paramétricas para analizar la relación de causalidad entre las variables y este caso usaremos la distribución estadística del coeficiente de correlación Rho de Spearman.

3.2 Contrastación de hipótesis general

Hi: La imagen incide directa y significativamente en la satisfacción del usuario en la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2018.

Tabla 7

Correlación de la imagen y la satisfacción del usuario en la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2018.

Correlaciones de variables		Satisfacción del usuario
Imagen	Correlación de Rho de Spearman	,525**
	Sig. (bilateral)	.000
	N	226

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

Interpretación

En la tabla 7 se observa que el valor obtenido como coeficiente de correlación de Rho de Spearman, es de $r=0,525$, a lo que indica, que existe correlación directa moderada entre imagen y satisfacción del usuario, con un $p=0.000$; menor que el nivel de significancia estándar $\alpha=0,01$, por lo tanto se acepta la hipótesis de investigación, la imagen incide directa y muy significativamente en la satisfacción del usuario en la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2018.

3.3 Contrastación de hipótesis específicas

- La calidad de servicio de la imagen incide directa y significativamente en la satisfacción del usuario en la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2018.

Tabla 8

Correlación de la dimensión calidad de servicio en la satisfacción del usuario en la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2018.

Correlaciones de variables		Satisfacción del usuario
Calidad de servicio	Correlación de Rho de Spearman	,481**
	Sig. (bilateral)	.000
	N	226

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

Interpretación

En la tabla 8 se observa que el valor obtenido como coeficiente de correlación de Rho de Spearman, es de $r=0,481$, a lo que indica, que existe correlación directa moderada entre calidad de servicio y satisfacción del usuario, con un $p=0.000$; menor que el nivel de significancia estándar $\alpha=0,01$; por lo tanto, se acepta la hipótesis de investigación, calidad de servicio de la imagen incide directa y muy significativamente en la satisfacción del usuario en la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2018.

- La organización de la imagen incide directa y significativamente en la satisfacción del usuario en la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2018.

Tabla 9

Correlación de la dimensión organización en la satisfacción del usuario en la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2018.

Correlaciones de variables		Satisfacción del usuario
Organización	Correlación de Rho de Spearman	,467**
	Sig. (bilateral)	.000
	N	226

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

Interpretación

En la tabla 9 se observa que el valor obtenido como coeficiente de correlación de Rho de Spearman, es de $r=0,467$, a lo que indica, que existe correlación directa moderada entre organización y satisfacción del usuario, con un $p=0.000$; menor que el nivel de significancia estándar $\alpha=0,01$; por lo tanto, se acepta la hipótesis de investigación, la organización de la imagen incide directa y muy significativamente en la satisfacción del usuario en la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2018.

- El precio de servicio de la imagen incide directa y significativamente en la satisfacción del usuario en la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2018.

Tabla 10

Correlación de la dimensión precio de servicio en la satisfacción del usuario en la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2018.

Correlaciones de variables		Satisfacción del usuario
Precio de servicio	Correlación de Rho de Spearman	,421**
	Sig. (bilateral)	.000
	N	226

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

Interpretación

En la tabla 10 se observa que el valor obtenido como coeficiente de correlación de Rho de Spearman, es de $r=0,421$, a lo que indica, que existe correlación directa moderada entre precio de servicio y satisfacción del usuario, con un $p=0.000$; menor que el nivel de significancia estándar $\alpha=0,01$; por lo tanto, se acepta la hipótesis de investigación, el precio de servicio de la imagen incide directa y muy significativamente en la satisfacción del usuario en la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2018.

- La imagen incide directa y significativamente en la calidad técnica de satisfacción del usuario en la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2018.

Tabla 11

Correlación de la imagen en la dimensión calidad técnica de la satisfacción del usuario en la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2018.

Correlaciones de variables		Calidad técnica
Imagen	Correlación de Rho de Spearman	,410**
	Sig. (bilateral)	.000
	N	226

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

Interpretación

En la tabla 11 se observa que el valor obtenido como coeficiente de correlación de Rho de Spearman, es de $r=0,410$, a lo que indica, que existe correlación directa moderada entre imagen y calidad técnica, con un $p=0.000$; menor que el nivel de significancia estándar $\alpha=0,01$; por lo tanto, se acepta la hipótesis de investigación, la imagen incide directa y muy significativamente en la calidad técnica de satisfacción del usuario en la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2018.

- La imagen incide directa y significativamente en la calidad funcional de satisfacción del usuario en la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2018.

Tabla 12

Correlación de la imagen en la dimensión calidad funcional de la satisfacción del usuario en la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2018.

Correlaciones de variables		Calidad funcional
Imagen	Correlación de Rho de Spearman	,372**
	Sig. (bilateral)	.000
	N	226

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

Interpretación

En la tabla 12 se observa que el valor obtenido como coeficiente de correlación de Rho de Spearman, es de $r=0,372$, a lo que indica, que existe correlación directa baja entre imagen y calidad funcional, con un $p=0.000$; menor que el nivel de significancia estándar $\alpha=0,01$; por lo tanto, se acepta la hipótesis de investigación, la imagen incide directa y muy significativamente en la calidad funcional de satisfacción del usuario en la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2018.

- La imagen incide directa y significativamente en la confianza de satisfacción del usuario en la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2018.

Tabla 13

Correlación de la imagen en la dimensión confianza de la satisfacción del usuario en la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2018.

Correlaciones de variables		Confianza
Imagen	Correlación de Rho de Spearman	,405**
	Sig. (bilateral)	.000
	N	226

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

Interpretación

En la tabla 13 se observa que el valor obtenido como coeficiente de correlación de Rho de Spearman, es de $r=0,405$, a lo que indica, que existe correlación directa moderada entre imagen y confianza, con un $p=0.000$; menor que el nivel de significancia estándar $\alpha=0,01$; por lo tanto, se acepta la hipótesis de investigación, la imagen incide directa y muy significativamente en la confianza de satisfacción del usuario en la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2018.

- La imagen incide directa y significativamente en las expectativas de satisfacción del usuario en la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2018.

Tabla 14

Correlación de la imagen en la dimensión expectativas de la satisfacción del usuario en la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2018.

Correlaciones de variables		Expectativas
Imagen	Correlación de Rho de Spearman	,421**
	Sig. (bilateral)	.000
	N	226

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

Interpretación

En la tabla 14 se observa que el valor obtenido como coeficiente de correlación de Rho de Spearman, es de $r=0,421$, a lo que indica, que existe correlación directa moderada entre imagen y expectativas, con un $p=0.000$; menor que el nivel de significancia estándar $\alpha=0,01$; por lo tanto, se acepta la hipótesis de investigación, la imagen incide directa y muy significativamente en la expectativas de satisfacción del usuario en la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2018.

IV. DISCUSIÓN.

La imagen es la definición propia que se crea el individuo de lo que puede captar a través de lo que observa para luego exteriorizarlo, creando aceptación y confianza en una organización. Además Ríos (2009) refiere que, imagen son las acciones que comunica una organización para expresar su propia identidad y establecer una buena reputación pública, y comprende relaciones públicas, investigación, publicidad corporativa, relaciones con los inversionistas, funciones, cambio de nombre de la compañía, selección de nuevas agencias, así como estrategias para enfrentar cambios repentinos. Por lo expuesto analizaremos si las acciones de comunicación, servicio, imagen, calidad, organización, etc., realizadas por la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 218, están expresando su esencia y si los usuarios están recepcionando ese servicio de calidad, para poder emitir una opinión positiva de la imagen que proyecta, y saber si se sienten satisfechos con la atención recibida.

Haciendo un análisis de los resultados obtenidos tenemos:

En la tabla 1, se observa que respecto a la imagen, el 53% (120 encuestados) de usuarios perciben un nivel regular, seguido de un 46% (104 encuestados) de usuarios perciben un nivel malo y solo un 1% (2 encuestados) percibe un nivel bueno. A lo que significa que la imagen va de regular a mala de la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 218, por lo tanto, podemos decir que los resultados son el reflejo de las acciones que comunica dicha gerencia para expresar su propia identidad y establecer una buena reputación pública.

Al respecto Villafañe (1999), explica que la imagen, es una globalidad, por las sumas de experiencias que la persona tiene de una institución. Es decir como una integración en cada mente de los clientes o usuarios de todos los inputs emitidos por una empresa en una relación cotidiana; en la misma línea Sánchez y Pintado (2009) refieren que, la imagen es el concepto mental que un individuo se forma en base al conjunto de cualidades que haya logrado irradiar la empresa.

En la tabla 2, se observa que el 57.9% (131 encuestados) de usuarios perciben un nivel regular respecto a la satisfacción del usuario, seguido de un 40.3% (91 encuestados) de usuarios perciben un nivel malo y solo un 1.8% (4 encuestados) percibe un nivel bueno. Resultados que demuestran que la satisfacción del usuario va de regular a mala en la atención que reciben en la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 218; es decir, el usuario no estuvo satisfecho con el servicio recibido; quizá fue porque los usuarios perciben cada atención, como una nueva, de la que se pueden llevar una percepción igual o diferente a la anteriormente realizada, la que propagó a la sociedad, tanto para manifestar su satisfacción o descontento según haya sido atendido; sin embargo, debemos mencionar que existen otros factores para que el usuario este satisfecho con el servicio o producto, como por ejemplo las expectativas del usuario, el acceso limitado a cualquiera de los servicios, la comunicación entre ambas partes.

Al respecto Fernández (1999), asegura que para establecer relaciones interpersonales fructíferas y satisfactorias, el comunicador debe cumplir los siguientes requisitos: conocer a sus receptores, estructurar los mensajes en forma clara y sencilla, brindar información necesaria y suficiente, y no olvidar que el principal responsable de que la comunicación se lleve a cabo exitosamente es el emisor, etc. Por otro lado Richard (2009), refiere que “La satisfacción, es la respuesta de saciedad del usuario”, es decir el cliente evaluara si el producto o servicio brindado, ha saciado sus necesidades.

También Peña (2014), en su investigación “*Análisis de la satisfacción y de la calidad percibida por las personas atendidas en los servicios sociales comunitarios del Centro Municipal de Servicios Sociales Delicias del Ayuntamiento de Zaragoza*”, con el objetivo de conocer la calidad de la atención a partir de la satisfacción percibida por los usuarios/as, concluyó que, para tener conocimiento de cuan eficaz es el servicio, es necesario que los usuarios expresen cómo se siente respecto a la administración que se les brinda, para que se puedan tomar las medidas correspondientes de mejoramiento de calidad.

En la tabla 3, se observó que en las dimensiones de la variable imagen prevaleció el nivel mala, en el orden que sigue, la dimensión organización con 56.6% (128 encuestados), en nivel mala; seguido del nivel regular con 40.8% (92 encuestados), y nivel bueno con 2.6% (6 encuestados); seguido de la dimensión calidad de servicio con 55.8% (126 encuestados) en nivel mala, con 28.8% (65 encuestados) en nivel regular, y 15.4% (35 encuestados) en nivel buena; y la dimensión precio de servicio con 50.9% (115 encuestados) en nivel regular, un 44.2% (100 encuestados) en nivel regular y 4,9 (11 encuestados) en nivel buena.

Como se puede observar estos resultados evidencian una mala imagen en todas sus dimensiones, por lo tanto la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2018; debe reorganizarse, buscar estrategias y realizar acciones para que el usuario perciba una mejor imagen, teniendo en cuenta que es una institución pública y se debe al servicio del ciudadano y es así como debe de percibirlo el usuario.

Dichos resultados se debieron a que en la dimensión calidad de servicio 66.67% de encuestados respondieron totalmente en desacuerdo y en desacuerdo que la Gerencia de Desarrollo Urbano brinda un servicio de calidad, 61.33% de encuestados respondieron totalmente en desacuerdo y en desacuerdo que la Gerencia de Desarrollo Urbano brinda buena atención a los usuarios y 49.33% de encuestados respondieron totalmente en desacuerdo y en desacuerdo y 23.11% no opina que la Gerencia de Desarrollo Urbano capacita constantemente a su personal.

En la dimensión organización el 82.22% de encuestados respondieron totalmente en desacuerdo y en desacuerdo que la Gerencia de Desarrollo Urbano atiende a los usuarios dentro de una infraestructura adecuada, el 58.41% de encuestados respondieron totalmente en desacuerdo y en desacuerdo que la Gerencia de Desarrollo Urbano, informa a los usuarios los servicios que brinda y el 62.05% de encuestados respondieron totalmente en desacuerdo y en desacuerdo que El servidor público que labora en la Gerencia de Desarrollo Urbano está identificado con su institución.

En la dimensión precio de servicio el 55.8% de encuestados respondieron totalmente en desacuerdo y en desacuerdo que la Gerencia de Desarrollo Urbano entrega publicidad visual (folletos, documentos) y auditiva (radio o televisión) para dar a conocer los servicios que brinda; el 77.8% de encuestados respondieron totalmente en desacuerdo y en desacuerdo que la Gerencia de Desarrollo Urbano posee un área virtual que impacta en los usuarios y el 53.3% de encuestados respondieron totalmente en desacuerdo y en desacuerdo que la Gerencia de Desarrollo Urbano tiene costos de sus servicios accesibles a los usuarios.

En la tabla 4, se observó que en las dimensiones de satisfacción del usuario prevaleció el nivel mala, en el orden que sigue, la dimensión calidad técnica con 64.6% (146 encuestados), en nivel mala; seguido del nivel regular con 30% (68 encuestados) y nivel buena con 5.4% (12 encuestados); seguido de la dimensión confianza con 58.8% (133 encuestados) en nivel mala, un 34.1% (77 encuestados) en nivel regular y 7.1% (16 encuestados) en nivel bueno; la dimensión calidad funcional con 53.1% (120 encuestados) en nivel mala, con 45.1% (102 encuestados), en nivel regular y la dimensión expectativas con 40.7% (92 encuestados), en nivel mala, 34.5% (78 encuestados) en nivel regular y 24.8% (56 encuestados) en nivel buena.

Como se puede observar estos resultados evidencian una mala satisfacción del usuario en todas sus dimensiones, por lo tanto la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2018; debe preocuparse por satisfacer las necesidades del usuario brindando un buen servicio para que el usuario este satisfecho con la atención recibida.

Dichos resultados se debieron a que en la dimensión calidad técnica el 72.1% de usuarios respondieron totalmente en desacuerdo y en desacuerdo que la Gerencia de Desarrollo Urbano posee equipos tecnológicos modernos; el 83.6% de usuarios respondieron totalmente en desacuerdo y en desacuerdo que la infraestructura de la Gerencia de Desarrollo Urbano es adecuada y apta para atender al usuario y 52.2% de usuarios respondieron totalmente en desacuerdo y

en desacuerdo que el servidor público de la Gerencia de Desarrollo Urbano tiene vestimenta adecuada (pulcra y/ conservadora).

En la dimensión calidad funcional el 73% de usuarios respondieron totalmente en desacuerdo y en desacuerdo que el servicio brindado por la Gerencia de Desarrollo Urbano satisface las necesidades del usuario; el 64.2% de usuarios s respondieron totalmente en desacuerdo y en desacuerdo que el servidor público de la Gerencia de Desarrollo Urbano realiza un adecuado servicio público desde la primera vez que asiste a un usuario; el 78.8% de usuarios respondieron totalmente en desacuerdo y en desacuerdo que el servidor público cumple las promesas pactadas con los usuarios, el 84.5% de usuarios respondieron totalmente en desacuerdo y en desacuerdo que el servidor público cumple con los plazos establecidos por ley establecido para cada trámite y el 56.6% de usuarios respondieron totalmente en desacuerdo y en desacuerdo que el servidor público brinda el tiempo adecuado para atender a los usuarios.

En la dimensión confianza el 58.8% de usuarios respondieron totalmente en desacuerdo y en desacuerdo que el servidor público comunica al usuario cuando culmina el servicio; el 65.5% de usuarios respondieron totalmente en desacuerdo y en desacuerdo que el personal o servidor público es eficaz; el 52.2% de usuarios respondieron totalmente en desacuerdo y en desacuerdo que el personal o servidor público transmite confianza.

En la dimensión expectativas el 62.4% de usuarios respondieron totalmente en desacuerdo y en desacuerdo que el personal o servidor público aclara todas las dudas que tiene el usuario, el 50% de usuarios respondieron totalmente en desacuerdo y en desacuerdo que el personal o servidor público ofrece atención personalizada a los usuarios y el 49.1% de usuarios respondieron totalmente en desacuerdo y en desacuerdo que la Gerencia de Desarrollo Urbano tiene horarios accesibles a los usuarios.

En la tabla 7, se observa que el valor obtenido como coeficiente de correlación de Rho de Spearman, es de $r=0,525$, a lo que indica, que existe correlación directa

moderada entre imagen y satisfacción del usuario, con un $p=0.000$; menor que el nivel de significancia estándar $\alpha=0,01$, por lo tanto, se acepta la hipótesis de investigación, la imagen incide directa y muy significativamente en la satisfacción del usuario en la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2018. Es decir, la imagen tienen relación directa con la satisfacción del usuario, entonces si se mejora la imagen se puede mejorar la satisfacción del usuario, por lo tanto, la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2018; debe trabajar para que el usuario este más satisfecho con el servicio que brinda y por ende la percepción de la imagen que el usuario tienen mejor.

Resultados coinciden con los de Gutiérrez (2017), en la investigación "*Imagen corporativa y su relación en la satisfacción del usuario judicial de La Corte Superior de Justicia de la Libertad Trujillo 2017*", con el objetivo de determinar la relación existente entre la imagen corporativa y la satisfacción del usuario judicial de la Corte Superior de Justicia de la Libertad – Trujillo 2017. Concluyo: La existencia de una correlación positiva fuerte entre la variable imagen corporativa y la satisfacción del usuario judicial. Además la satisfacción del administrado tendrá una fuerte correlación con la Imagen corporativa, ya que a mayor satisfacción del usuario, es mejor la imagen corporativa creada por la sociedad.

En la tabla 8, se observa que el valor obtenido como coeficiente de correlación de Rho de Spearman, es de $r=0,481$, a lo que indica, que existe correlación directa moderada entre calidad de servicio y satisfacción del usuario, con un $p=0.000$; menor que el nivel de significancia estándar $\alpha=0,01$; por lo tanto, se acepta la hipótesis de investigación, calidad de servicio de la imagen incide directa y muy significativamente en la satisfacción del usuario en la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2018. Es decir que la calidad del servicio tiene una relación directa y significativa en la satisfacción del usuario, por lo tanto si la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2018, mejora la calidad del servicio, también se mejorará la satisfacción del usuario.

Resultados coinciden con los de Caballero (2016), en *“Calidad de servicio y la relación con la satisfacción del usuario de La Municipalidad Distrital del Porvenir, en el año 2016”*, en donde concluyó que, cuando mejor es la calidad del servicio que se brinda en las entidades públicas, más satisfecho está el usuario del servicio que se le ha brindado, esto a su vez permitirá que la sociedad juzgue sobre la entidad y el servidor público y también Del Águila (2016) en *“Calidad de servicio e imagen corporativa percibida por los usuarios de La Municipalidad Provincial de Trujillo 2016”*, concluye que existe una relación positiva moderada entre calidad de servicio y la imagen corporativa percibida por los usuarios y que, la relación entre la calidad del servicio influirá sobre la imagen pública de la entidad, por lo tanto es el mismo servidor público quien crea su fama tras la eficiencia de sus acciones y su servicio integral.

En la tabla 9, se observa que el valor obtenido como coeficiente de correlación de Rho de Spearman, es de $r=0,467$, a lo que indica, que existe correlación directa moderada entre organización y satisfacción del usuario, con un $p=0.000$; menor que el nivel de significancia estándar $\alpha=0,01$; por lo tanto, se acepta la hipótesis de investigación, la organización de la imagen incide directa y muy significativamente en la satisfacción del usuario en la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2018. Estos resultados evidencian que una buena organización se ve reflejada en una satisfacción del usuario. Al respecto Oviedo (2002), considera que la Comunicación en las organizaciones: es el intercambio de mensajes entre los miembros de una organización, por el solo hecho de tener relaciones que obedecen a un orden jerárquico y a una misión, generando la socialización de los individuos, para lograr el cumplimiento de metas y estrategias de la organización.

En la tabla 10, se observa que el valor obtenido como coeficiente de correlación de Rho de Spearman, es de $r=0,421$, a lo que indica, que existe correlación directa moderada entre precio de servicio y muy satisfacción del usuario, con un $p=0.000$; menor que el nivel de significancia estándar $\alpha=0,01$; por lo tanto, se acepta la hipótesis de investigación, el precio de servicio de la imagen incide directa y significativamente en la satisfacción del usuario en la Gerencia de Desarrollo

Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2018. Esto significa que el precio del servicio incide moderadamente directa y significativa en la satisfacción del usuario, hacemos hincapié que el costo de los servicios está estipulado en el Texto Único de Procedimientos Administrativos, aprobados para cada entidad.

Al respecto Pasquel, Báez y Otros (2017), señala que una dimensión de la imagen corporativa es el precio del servicio o producto, que es el valor conceptual del costo; en la misma línea Johnson, Anderson y Fornell (1995), menciona que la satisfacción, se equipara al valor, donde el valor es la calidad percibida en relación al precio pagado por el producto y/o servicio; así mismo Brooks (1995) en la Teoría del Desempeño o Resultado, proyecta que la satisfacción del cliente se encuentra directamente relacionada con el desempeño de las características del producto o servicio percibidas por el cliente. Se precisa el desempeño como el nivel de calidad del producto en relación con el precio que se paga por él que percibe el cliente.

En la tabla 11 se observa que el valor obtenido como coeficiente de correlación de Rho de Spearman, es de $r=0,410$, a lo que indica, que existe correlación directa moderada entre imagen y calidad técnica, con un $p=0.000$; menor que el nivel de significancia estándar $\alpha=0,01$; por lo tanto, se acepta la hipótesis de investigación, la imagen incide directa y muy significativamente en la calidad técnica de satisfacción del usuario en la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2018. Es decir la imagen incide directamente en la calidad técnica, sobre todo teniendo en cuenta, que la calidad técnica tiene que ver con cumplir los requisitos indispensables para llevar a cabo un servicio. Al respecto Mejías y Manrique (2011), refiere que la satisfacción se mide a través de la calidad Técnica, que es la cualidad propia del servicio.

En la tabla 12 se observa que el valor obtenido como coeficiente de correlación de Rho de Spearman, es de $r=0,372$, a lo que indica, que existe correlación directa baja entre imagen y calidad funcional, con un $p=0.000$; menor que el nivel de significancia estándar $\alpha=0,01$; por lo tanto, se acepta la hipótesis de investigación, la imagen incide directa y muy en la calidad funcional de satisfacción del usuario

en la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2018. A lo que indica que si bien es cierto que la imagen incide directa y significativamente en la calidad funcional, pero dicha incidencia en baja, es decir que la imagen afecta poco en la forma como se brinda el servicio. Al respecto Mejías y Manrique (2011), la satisfacción se mide a través la calidad Funcional que es la manera como se brinda el servicio.

En la tabla 13, se observa que el valor obtenido como coeficiente de correlación de Rho de Spearman, es de $r=0,405$, a lo que indica, que existe correlación directa moderada entre imagen y confianza, con un $p=0.000$; menor que el nivel de significancia estándar $\alpha=0,01$; por lo tanto, se acepta la hipótesis de investigación, la imagen incide directa y muy significativamente en la confianza de satisfacción del usuario en la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2018. Es decir, si se brinda una buena imagen el usuario se sentirá en una buena confianza, por lo tanto los servidores deben colaborar siendo más empáticos, brindando una atención cordial, despejando dudas de usuarios, practicando una comunicación horizontal para que el usuario se sienta en confianza.

Al respecto, Sánchez y Pintado (2009), refiere que la imagen es la definición propia que se crea el individuo de lo que puede captar a través de lo que observa para luego exteriorizarlo, creando aceptación y confianza en una organización. Pasquel, Báez y Otros (2017), refiere que confianza en la organización, es el acuerdo, sus finalidades, su trabajo y la integridad de sus productos y servicios. En la misma línea Schelesinger y Alvarado (2009), refiere que la imagen es segura, porque brinda confianza a sus clientes. Y Mejías y Manrique (2011), refiere que la satisfacción se mide a través de la Confianza que es la idea que tiene el consumidor que la empresa le brindara un buen servicio, por lo que recomienda a otras personas.

En la tabla 14, se observa que el valor obtenido como coeficiente de correlación de Rho de Spearman, es de $r=0,421$, a lo que indica, que existe correlación directa moderada entre imagen y expectativas, con un $p=0.000$; menor que el nivel de

significancia estándar $\alpha=0,01$; por lo tanto, se acepta la hipótesis de investigación, la imagen incide directa y muy significativamente en la expectativas de satisfacción del usuario en la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2018. Es decir que una imagen puede incidir directa y significativamente en las expectativas del usuario, sobre todo teniendo en cuenta que la expectativa es lo que el usuario espera obtener del servicio o del producto, y depende para que un usuario regrese a la institución.

Al respecto Kotler (2012), refiere que la satisfacción del usuario es el grado de ánimo del público al momento de comparar si el producto o servicio requerido cumple con sus expectativas, es decir es la sensación de placer o de decepción de los resultados esperados ya sea del producto o servicio brindado. Si el producto o servicio es inferior a las expectativas del usuario, la persona quedaría insatisfecha, de lo contrario si el rendimiento del producto o servicio está al nivel de las expectativas del cliente, este quedaría satisfecho, y si el rendimiento supera las expectativas el cliente este quedaría encantado.

Finalmente, después de hacer la discusión de resultados, podemos concluir que se acepta la hipótesis general de investigación y se rechaza la hipótesis nula, así mismo se acepta todas las hipótesis específicas; es decir la imagen incide directa y muy significativamente en la satisfacción de usuarios de la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2018. Por lo tanto, dicha gerencia tiene un arduo trabajo, sobre todo teniendo en cuenta los resultados que en ambas variables sus dimensiones prevaleció el nivel malo.

La Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2018, debe mejorar la calidad de servicio, la organización y los precios del servicio, así como la calidad técnica, calidad funcional, los servidores deben ser más empáticos para que los usuarios se sientan en confianza y superen sus expectativas. Pues hoy en día la opinión del público es muy importante y las instituciones públicas como la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, está obligada a manejar con mucho cuidado la relación con

su entorno, pues su accionar es observado con mucha atención por los usuarios, quienes juzgan todo acto, como la atención brindada, la calidad de servicio, la organización que existe en la institución, la capacidad de solucionar problemas, las decisiones administrativas; es por esto que es muy importante que la institución refleje una buena imagen, transmitiendo la identidad de la mejor manera posible, porque en base a esto el usuario determina la satisfacción o insatisfacción del servicio recibido.

V. CONCLUSIONES.

- Se determinó que el nivel de la imagen de la gerencia de desarrollo urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2018, es regular con 53%, seguido de mala con 46% y buena con 1%.
- Se determinó que el nivel de la satisfacción del usuario de la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2018, es regular con 57.9%, seguido de mala un 40.3% y buena solo un 1.8%.
- Se determinó que la imagen incide directa y muy significativamente en la satisfacción del usuario en la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2018, con un valor del coeficiente de Rho de spearman $r=0,525$ (positiva moderada), con un $p=0.000$, nivel de significancia menor al 5% de significancia estándar ($P<0,01$); determinándose que se acepta la hipótesis de la investigación y se rechaza la hipótesis Nula.
- Se determinó que la calidad de servicio incide directa y muy significativamente en la satisfacción del usuario en la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2018, con un valor del coeficiente de Rho de spearman $r=0,481$ (positiva moderada), con un $p=0.000$, nivel de significancia menor al 5% de significancia estándar ($P<0,01$).
- Se determinó que la organización incide directa y muy significativamente en la satisfacción del usuario en la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2018, con un valor del coeficiente de Rho de spearman $r=0,467$ (positiva moderada), con un $p=0.000$, nivel de significancia menor al 5% de significancia estándar ($P<0,01$).
- Se determinó que el precio del servicio incide directa y muy significativamente en la satisfacción del usuario en la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2018, con un valor del coeficiente de Rho de spearman $r=0,421$ (positiva moderada), con un $p=0.000$, nivel de significancia menor al 5% de significancia estándar ($P<0,01$).
- Se determinó que la imagen incide directa y muy significativamente en la calidad técnica de satisfacción del usuario en la Gerencia de Desarrollo

Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2018, con un valor del coeficiente de Rho de spearman $r=0,410$ (positiva moderada), con un $p=0.000$, nivel de significancia menor al 5% de significancia estándar ($P<0,01$).

- Se determinó que la imagen incide directa y muy significativamente en la calidad funcional de satisfacción del usuario en la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2018, con un valor del coeficiente de Rho de spearman $r=0,372$ (positiva baja), con un $p=0.000$, nivel de significancia menor al 5% de significancia estándar ($P<0,01$).
- Se determinó que la incidencia de la imagen es directa y muy significativamente en la confianza de satisfacción del usuario en la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2018, con un valor del coeficiente de Rho de spearman $r=0,405$ (positiva moderada), con un $p=0.000$, nivel de significancia menor al 5% de significancia estándar ($P<0,01$).
- Se determinó que la incidencia de la imagen es directa y muy significativamente en las expectativas de satisfacción del usuario en la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2018, con un valor del coeficiente de Rho de spearman $r=0,421$ (positiva moderada), con un $p=0.000$, nivel de significancia menor al 5% de significancia estándar ($P<0,01$).

VI. RECOMENDACIONES.

- A la gerencia de desarrollo urbano de la municipalidad provincial de Trujillo, debe tener en cuenta que el resultado del nivel de su imagen es regular, para mejorarla debe actualizar su pagina web, describiendo de forma clara y con palabras muy sencillas cuáles son sus funciones, sus facultades y sus logros para que el usuario lo conozca.
- A la gerencia de desarrollo urbano de la municipalidad provincial de Trujillo, debe mejorar la calidad de servicio, sugiriendo que se establezcan directivas y protocolos de procedimientos de obligatorio cumplimiento a ser aplicados por los servidores públicos al momento de brindan atención directa al usuario (Ejemplo: Registrar visitas y atención personalizada).
- A la gerencia de desarrollo urbano de la municipalidad provincial de Trujillo, se le sugiere seleccionar a los servidores públicos que tengan el perfil del área y brindar el proceso de inducción, para dar buen trato al usuario, compenetrarse con sus necesidades y buscar la solución.
- A la gerencia de desarrollo urbano de la municipalidad provincial de Trujillo, se le sugiere implementar un cronograma de capacitaciones trimestrales dirigidos a los servidores públicos en temas referidos como calidad de servicio, atención al usuario, servicio al cliente, identidad con la institución, etc.
- A la gerencia de desarrollo urbano de la municipalidad provincial de Trujillo, se le sugiere mejorar la difusión de los servicios que brinda y de sus logros obtenidos, a través de todos los medios posibles, utilizando la innovación y tecnología como por ejemplo actualizar su pagina web; entregar al usuario visitante publicidad atractiva y colorida de sus funciones pero también sus facultades que la ley le otorga
- A la gerencia de desarrollo urbano de la municipalidad provincial de Trujillo, se le sugiere mejorar la organización, para lo cual debe mejorar la infraestructura pues el ambiente donde desarrollan los servidores sus

actividades existe hacinamiento de personal, mobiliario y expedientes, y al ambiente donde los usuarios esperan ser atendidos se ubica en un pasadizo donde se ha colocado una banca de madera y a su costado están ubicados tachos de basura, recogedores y escobas.

- A la gerencia de desarrollo urbano de la municipalidad provincial de Trujillo, se le sugiere que para mejorar la calidad funcional debe programarse dentro de un plan de capacitaciones, las referidas a la identificación del servidor con su institución y repasar siempre mediante el colocado de frases frente a sus puestos laborales de lo que significa servidor público.
- A la gerencia de desarrollo urbano de la municipalidad provincial de Trujillo, se le sugiere que para mejorar la satisfacción del usuario de acuerdo al indicador apariencia, debe mejorarse la vestimenta de los servidores, pues se considera que de la forma como se presente el servidor ante el usuario permitirá una buena o mala imagen de la Gerencia, máxime si en esta investigación se ha determinado que tiene la imagen incide directamente en la satisfacción del usuario.
- A la gerencia de desarrollo urbano de la municipalidad provincial de Trujillo, para mejorar la calidad técnica, deberá servirse de la tecnología, debiendo ingresar toda la información de los expedientes tramitados ante la gerencial SISTRAM y así se facilitaría al servidor para una pronta ubicación e identificación del estado de los procesos, pues actualmente se viene usando los cuadernos de cargos que a mi parecer retrasan la oportuna ubicación de la información solicitada por el usuario.
- A la gerencia de desarrollo urbano de la municipalidad provincial de Trujillo, mejorar la calidad funcional, entendiéndose que es la manera como se brinda el servicio; es decir, la gerencia debe tomarse el tiempo adecuado para atender a cada usuario, debe brindar una atención personalizada, satisfacer las necesidades del usuario, el servidor debe colaborar para buscar soluciones a los problemas que se presentan en los tramites, además debe

cumplir con los plazos estipulados por la ley, para los trámites administrativos y evitar insatisfacciones en los usuarios.

- A la gerencia de desarrollo urbano de la municipalidad provincial de Trujillo, se le sugiere que los pedidos formulados por los usuarios sean estos procedentes o no, deban ser comunicados oportunamente y no archivarse sin emitir pronunciamiento alguno y de esta manera mejorar la confianza y levantar el nivel de satisfacción del usuario.
- A la gerencia de desarrollo urbano de la municipalidad provincial de Trujillo, se le sugiere, que para elevar el nivel de expectativa y mejorar la satisfacción del usuario, informen los servidores el motivo de su ausencia en horas de trabajo, pues si bien internamente se sabe que muchos de los servidores tienen actuaciones de trabajo fuera del ambiente laboral, el usuario se siente insatisfecho cuando no deja dicho a donde fue y la hora aproximada de su retorno.

VII. REFERENCIAS.

- Alegría, C. (1997). Comunicación Empresarial y manejo de imagen. En la Revista de la Facultad de Ciencias de la comunicación de la Universidad de Lima. Perú.
- Bonardo, D. (2009). LOS RECURSOS HUMANOS EN EL AMBITO MUNICIPAL Y EL DESARROLLO LOCAL. Revista Pilquen - Sección Ciencias Sociales, núm. 11. Universidad Nacional del Comahue Viedma. Argentina.
- Briançon, M. (2007). La importancia de la gestión profesional de la imagen corporativa Punto Cero. Vol. 12, núm. 14. Católica Boliviana San Pablo Cochabamba. Bolivia.
- Caballero. (2016). Calidad de servicio y la relación con la satisfacción del usuario de La Municipalidad Distrital del Porvenir. Universidad César Vallejo. Perú.
- Del Águila (2016). Calidad de servicio e imagen corporativa percibida por los usuarios de La Municipalidad Provincial de Trujillo 2016. Universidad Privada Cesar Vallejo. Perú.
- Dusek, M. (2005). Determinación de las percepciones de la usuaria sobre los factores que intervienen en la comunicación con el médico durante la consulta externa de Gineco Obstetricia del Hospital Santa Rosa del Ministerio de Salud. Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima.
- Fernández, C. (1999). La Comunicación en las organizaciones. Editorial Trilla. México.
- Gamboa, P. Y Torres, F. (2010). Imagen corporativa en instituciones de salud pública y privadas desde el punto de vista de las (os) enfermeras (os) y encargados (as) de selección de personal. Universidad de Chile. Chile.
- Gutiérrez (2017). Imagen corporativa y su relación en la satisfacción del usuario judicial de La Corte Superior de Justicia de la Libertad Trujillo 2017. Universidad Cesar Vallejo. Perú.
- Kotler, P. Y Keller. K (2012): Dirección de marketing. 14va edición. México
- Linazasoro, I. (2017). EL DERECHO A UNA BUENA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA Cambios de paradigmas en el Derecho Administrativo chileno: de las potestades y privilegios a los derechos de los ciudadanos. Chile.

- Matova, H., Dzian, M., Triznová, M., Palus H. & Parobek, J. (2015). Perfil de la imagen corporativa.
- Mejías, A. Y Manrique, S. (2011). Dimensiones de la satisfacción de clientes bancarios universitarios: una aproximación mediante el análisis de factores.
- Oviedo, C. (2002). Las esferas de la comunicación en las organizaciones, hacia una gerencia de la percepción. Jaime Campodónico Editor. Perú.
- Pasquel, G.; Báez, V. Y Otros (2016). Percepción, activos intangibles y stakeholders: modelo para el análisis de imagen corporativa. Mediterránea de comunicación. Ecuador.
- Peña, E. (2014). Análisis de la satisfacción y de la calidad percibida por las personas atendidas en los servicios sociales comunitarios del Centro Municipal de Servicios Sociales Delicias del Ayuntamiento de Zaragoza. Perú.
- Ponce, J. (2001). Deber de buena administración y derecho al procedimiento administrativo debido: las bases constitucionales del procedimiento administrativo y del ejercicio de la discrecionalidad. Editorial Lex Nova S.A. Madrid.
- Pont, J. (2012). Instituciones jurídicas públicas en la amazonia. "imagen " y acción comunicativa. Nómadas, Universidad Complutense de Madrid. España
- Real Academia Española y Consejo General del Poder Judicial (2016). Diccionario del español jurídico. Madrid, España.
- Richard, O. (2009). Satisfacción: A Behavioral Perspective on the Consumer (Satisfacción: Una perspectiva del comportamiento en el consumo).
- Sánchez, J. Y Pintado, T. (2009). IMAGEN CORPORATIVA. INFLUENCIA EN LA GESTIÓN EMPRESARIAL. 1ra edición. España.
- Scheinson, D. (2000). Más allá de la Imagen Corporativa, como crear valor a través de la Comunicación Estratégica. Ediciones Macchi. Buenos Aires, Argentina.
- Schlesinger, M. & Alvarado, A. (2009). Imagen y reputación corporativa, estudio empírico de operadoras de telefonía en España. Teoría y Praxis. España.
- Villafañe, J. (1999). La gestión profesional de la Imagen Corporativa. Pirámide. España.

ANEXOS

Anexo 01: CUESTIONARIO

LA IMAGEN Y LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO DE LA GERENCIA DE DESARROLLO URBANO DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE TRUJILLO, EN EL AÑO 2018

INSTRUCCIONES: Lea detenidamente cada afirmación y responda de manera individual y veraz, marcando con un X el grado de acuerdo o desacuerdo, según su criterio.

	TOTALMENTE EN DESACUERDO	DESACUERDO	NO OPINIO	ACUERDO	TOTALMENTE DE ACUERDO
IMAGEN					
La Gerencia de Desarrollo Urbano brinda un servicio de calidad					
La Gerencia de Desarrollo Urbano brinda buena atención a los usuarios					
La Gerencia de Desarrollo Urbano capacita constantemente a su personal					
La Gerencia de Desarrollo Urbano atiende a los usuarios dentro de una infraestructura adecuada					
La Gerencia de Desarrollo Urbano, informa a los usuarios los servicios que brinda					
El servidor público que labora en la Gerencia de Desarrollo Urbano está identificado con su institución					
La Gerencia de Desarrollo Urbano entrega publicidad visual (folletos, documentos) y auditiva (radio o televisión) para dar a conocer los servicios que brinda.					
La Gerencia de Desarrollo Urbano posee un área virtual que impacta en los usuarios					
La Gerencia de Desarrollo Urbano tiene costos de sus servicios accesibles a los usuarios.					
SATISFACCION DEL USUARIO					
La Gerencia de Desarrollo Urbano posee equipos tecnológicos modernos					
La infraestructura de la Gerencia de Desarrollo Urbano es adecuada y apta para atender al usuario					
El servidor público de la Gerencia de Desarrollo Urbano tiene vestimenta adecuada (pulcra y/ conservadora).					

La Gerencia de Desarrollo Urbano ofrece al usuario materiales, como folletos, trípticos y cuadernillos de publicidad, atractivos					
El servicio brindado por la Gerencia de Desarrollo Urbano satisface las necesidades del usuario					
El servidor público de la Gerencia de Desarrollo Urbano colabora en la solución de problemas					
El servidor público de la Gerencia de Desarrollo Urbano realiza un adecuado servicio público desde la primera vez que asiste a un usuario.					
El servidor público cumple las promesas pactadas con los usuarios					
El servidor público cumple con los plazos establecidos por ley establecido para cada trámite.					
El servidor público brinda el tiempo adecuado para atender a los usuarios					
El servidor público comunica al usuario cuando culmina el servicio					
El personal o servidor público es eficaz					
El personal o servidor público transmite confianza					
Los usuarios confían en el proceso que realiza la Gerencia de Desarrollo Urbano.					
El personal o servidor público aclara todas las dudas que tiene el usuario					
El personal o servidor público ofrece atención personalizada a los usuarios					
La Gerencia de Desarrollo Urbano tiene horarios accesibles a los usuarios					

Anexo 02. Validez de los instrumentos

Fiabilidad del instrumento: Imagen

Resumen de procesamiento de casos		N°	%
Casos	Válido	20	100.0
	Excluido ^a	0	0.0
	Total	20	100.0

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,808	9

Según George y Mallery (1995) menciona que el **coeficiente del Alfa de Cronbach**; en el intervalo 0,8 – 0,9 se podría calificar como un nivel bueno; por lo tanto, se considera fiabilidad BUENO.

Estadísticas de total de elemento				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Ítem 1	19.4500	34.892	0.651	0.770
Ítem 2	19.1000	37.884	0.394	0.803
Ítem 3	19.3000	35.800	0.530	0.785
Ítem 4	19.4500	34.997	0.533	0.785
Ítem 5	19.3500	39.924	0.292	0.813
Ítem 6	19.0500	34.576	0.685	0.766
Ítem 7	18.9500	35.945	0.477	0.793
Ítem 8	19.7000	36.537	0.586	0.780
Ítem 9	18.8500	37.713	0.404	0.801

Fiabilidad del instrumento: Satisfacción del usuario de la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo en el año 2018.

Resumen de procesamiento de casos		N°	%
Casos	Válido	20	100.0
	Excluido ^a	0	0.0
	Total	20	100.0

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,851	17

Según George y Mallery (1995) menciona que el **coeficiente del Alfa de Cronbach**; en el intervalo 0,8 – 0,9 se podría calificar como un nivel bueno; por lo tanto, se considera fiabilidad BUENO.

Estadísticas de total de elemento				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Ítem 1	40.2000	111.011	0.074	0.860
Ítem 2	40.3500	101.187	0.591	0.838
Ítem 3	39.9500	107.524	0.206	0.855
Ítem 4	39.6500	104.134	0.326	0.850
Ítem 5	39.8000	103.432	0.430	0.845
Ítem 6	39.4000	96.989	0.625	0.835
Ítem 7	39.7000	97.905	0.590	0.837
Ítem 8	40.0000	99.368	0.606	0.837
Ítem 9	40.1000	103.884	0.357	0.848
Ítem 10	39.8500	98.134	0.628	0.835
Ítem 11	40.0500	102.997	0.373	0.848
Ítem 12	39.7000	97.800	0.683	0.833
Ítem 13	39.5500	100.892	0.497	0.842
Ítem 14	40.2000	96.800	0.698	0.832
Ítem 15	39.9000	97.674	0.650	0.834
Ítem 16	39.8500	101.818	0.435	0.845
Ítem 17	39.3500	106.766	0.187	0.859

Anexo 03: Fichas de validación

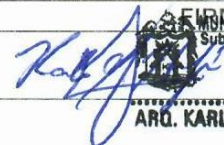
VALIDEZ DEL INSTRUMENTO

APELLIDOS Y NOMBRES DEL AUTOR	TITULO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN
Abg. Margarita Violeta Rodríguez Castro	La imagen institucional y la satisfacción del usuario de la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo en el año 2018.

En la siguiente tabla indique la respuesta: si concuerda (S) y si no concuerda (N).
Así como puede emitir para cada observación una sugerencia de los ítems considerados.

Ítems	Si concuerda (S)	No concuerda (N)
1. Para realizar cada una de las preguntas, se tuvo en cuenta la operacionalización de las variables.	(S) X	
2. Las preguntas responden a las variable (S) a estudiar o investigar	(S) X	
3. Las preguntas formuladas miden lo que se desea investigar.	(S) X	
4. Las preguntas son relevantes y concretas con respecto al tema a investigar.	(S) X	
5. Existe claridad en la formulación de la pregunta.	(S) X	
6. Las preguntas provocan ambigüedad en la respuesta.		(N) X
7. El número de preguntas es adecuado.	(S) X	
8. Las preguntas responden al marco teórico utilizado en la investigación.	(S) X	
9. Las preguntas tienen coherencia con el diseño de la investigación.	(S) X	
10. Permite emitir con facilidad la respuesta a los participantes.	(S) X	

OBSERVACIONES	SUGERENCIAS/MEJORA

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO	
KARLA PAOLA ALVAREZ HOLGUÍN	 ARQ. KARLA PAOLA ALVAREZ HOLGUÍN <small>CAP. 16127</small>

Fecha: 28-09-18

Foto del Experto		Experto N° 1:
		Apellidos y Nombres del Experto: ALVAREZ HOLGUÍN KARLA PAOLA
		Grado más alto y especialidad: MGEISTER
		Línea de investigación que es especialista: "GERENCIA DE LA CONSTRUCCIÓN"
		Área de investigación que publica:

FICHA DE VALIDACIÓN DE EXPERTOS

TÍTULO: La imagen institucional y la satisfacción del usuario de la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo en el año 2018

Objetivo general: Determinar la incidencia de la imagen institucional en la satisfacción del usuario de la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, en el año 2018.

Hipótesis: La imagen institucional incide directa y significativamente en la satisfacción del usuario en la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo.

Juez experto: *D.R. KARLA FROLO ALVARO ALVAREZ HOLGUIN* Firma: *Karla Frolo* *28-09-18*
MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE TRUJILLO
 Sub Gerencia de Rehabilitaciones Urbanas
 ARQ. KARLA FROLO ALVAREZ HOLGUIN
 CAP. 16377

Grado Académico del Experto: *MAESTRO EN GERENCIA DE LA CONSTRUCCION* Fecha de Revisión:

Variable	Dimensiones	Indicadores	ÍTEMS	Redacción clara y precisa		Tiene coherencia con los indicadores		Tiene coherencia con las dimensiones		Tiene coherencia con la variable		Observaciones	
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO		
IMAGEN INSTITUCIONAL	Calidad de servicio	Servicio de calidad	¿La Gerencia de Desarrollo Urbano brinda un servicio de calidad?	X		X		X		X			
		Atención de calidad	¿La Gerencia de Desarrollo Urbano brinda buena atención a los usuarios?	X		X		X		X			
		Capacitación al personal	¿La Gerencia de Desarrollo Urbano capacita constantemente a su personal?	X		X		X		X			
Organización	Infraestructura adecuada	Infraestructura adecuada	¿La Gerencia de Desarrollo Urbano atiende a los usuarios dentro de una infraestructura adecuada?	X		X		X		X			
		Información adecuada	¿La Gerencia de Desarrollo Urbano, informa a los usuarios los servicios que brinda?	X		X		X		X			
		Identificación con la institución	¿El servidor público que labora en la Gerencia de Desarrollo Urbano está identificado con su institución?	X		X		X		X			

		SATISFACCIÓN DEL USUARIO									
Precio del servicio	Publicidad	¿La Gerencia de Desarrollo Urbano entrega publicidad visual (folletos, documentos) y auditiva (radio o televisión) para dar a conocer los servicios que brinda?	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	Costos accesible	¿La Gerencia de Desarrollo Urbano posee un área virtual que impacta en los usuarios?	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	Equipos tecnológicos	¿La Gerencia de Desarrollo Urbano tiene costos de sus servicios accesibles a los usuarios?	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Calidad técnica	Adecuada infraestructura	¿La Gerencia de Desarrollo Urbano posee equipos tecnológicos modernos?	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	Apariencia	¿La infraestructura de la Gerencia de Desarrollo Urbano es adecuada y apta para atender al usuario? ▪ ¿El servidor público de la Gerencia de Desarrollo Urbano tiene vestimenta adecuada (pulcra y/ conservadora)?	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	Brindar información	¿La Gerencia de Desarrollo Urbano ofrece al usuario materiales, como folletos, trípticos y cuademillos de publicidad, atractivos?	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Calidad funcional	Satisfacción de necesidades	¿El servicio brindado por la Gerencia de Desarrollo Urbano satisface las necesidades del usuario?	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	Solución de problemas	¿El servidor público de la Gerencia de Desarrollo Urbano colabora en la solución de problemas?	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	Cumplimiento de promesas	¿El servidor público de la Gerencia de Desarrollo Urbano realiza un adecuado servicio público desde la primera vez que asiste a un usuario? ¿El servidor público cumple las promesas pactadas con los usuarios?	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

		¿El servidor público cumple con los plazos establecidos por ley establecido para cada trámite?	X		X		X		X		X										
		¿El servidor público brinda el tiempo adecuado para atender a los usuarios?	X		X		X		X		X										
		¿El servidor público comunica al usuario cuando culmina el servicio?	X		X		X		X		X										
		¿El personal o servidor público es eficaz?	X		X		X		X		X										
		¿El personal o servidor público transmite confianza?	X		X		X		X		X										
		¿Los usuarios confían en el proceso que realiza la Gerencia de Desarrollo Urbano?	X		X		X		X		X										
		¿El personal o servidor público aclara todas las dudas que tiene el usuario?	X		X		X		X		X										
		¿El personal o servidor público ofrece atención personalizada a los usuarios?	X		X		X		X		X										
		¿La Gerencia de Desarrollo Urbano tiene horarios accesibles a los usuarios?	X		X		X		X		X										
		Cumplimiento de plazos																			
		Comunican fin de procesos																			
		Servidor Eficaz																			
		Procesos confiables																			
		Resolución de dudas																			
		Atención personalizada																			
		Horarios accesibles																			
		Confianza																			
		Expectativas																			


VALIDEZ DEL INSTRUMENTO

APELLIDOS Y NOMBRES DEL AUTOR	TITULO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN
Abg. Margarita Violeta Rodríguez Castro	La imagen institucional y la satisfacción del usuario de la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo en el año 2018.

En la siguiente tabla indique la respuesta: si concuerda (S) y si no concuerda (N).
Así como puede emitir para cada observación una sugerencia de los ítems considerados.

Ítems	Si concuerda (S)	No concuerda (N)
1. Para realizar cada una de las preguntas, se tuvo en cuenta la operacionalización de las variables.	(S) X	
2. Las preguntas responden a las variable (S) a estudiar o investigar	(S) X	
3. Las preguntas formuladas miden lo que se desea investigar.	(S) X	
4. Las preguntas son relevantes y concretas con respecto al tema a investigar.	(S) X	
5. Existe claridad en la formulación de la pregunta.	(S) X	
6. Las preguntas provocan ambigüedad en la respuesta.		(N) X
7. El número de preguntas es adecuado.	(S) X	
8. Las preguntas responden al marco teórico utilizado en la investigación.	(S) X	
9. Las preguntas tienen coherencia con el diseño de la investigación.	(S) X	
10. Permite emitir con facilidad la respuesta a los participantes.	(S) X	

OBSERVACIONES	SUGERENCIAS/MEJORA

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO	FIRMA
Chico Estrada Teresa Cristina	 MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE TRUJILLO Subgerencia de Ejecutoria Coactiva

Abog. Teresa C. Chico Estrada
EJECUTOR COACTIVO

Fecha: 28-09-18


Foto del Experto	Experto N° 1:	
	Apellidos y Nombres del Experto:	Chico Estrada Teresa Cristina.
	Grado más alto y especialidad:	Magister en Derecho Constitucional y Administrativo
	Línea de investigación que es especialista:	Derecho Administrativo
	Área de investigación que publica:	

FICHA DE VALIDACIÓN DE EXPERTOS

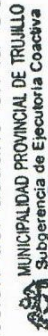
TÍTULO: La imagen institucional y la satisfacción del usuario de la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo en el año 2018

Objetivo general: Determinar la incidencia de la imagen institucional en la satisfacción del usuario de la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, en el año 2018.

Hipótesis: La imagen institucional incide directa y significativamente en la satisfacción del usuario en la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo.

Juez experto: Teresa Cristina Chico Estrada Firma:  28-09-18

Grado Académico del Experto: Magister en Derecho Constitucional y Administrativo Fecha de Revisión:



MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE TRUJILLO
Subgerencia de Ejecutoria Coactiva

Abog. Teresa C. Chico Estrada

DELEGADA EJECUTIVA COACTIVO

Variable	Dimensiones	Indicadores	ÍTEMS	Redacción clara y precisa		Tiene coherencia con los indicadores		Tiene coherencia con las dimensiones		Tiene coherencia con la variable		Observaciones
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Calidad de servicio	Servicio de calidad		¿La Gerencia de Desarrollo Urbano brinda un servicio de calidad?	X		X		X		X		
	Atención de calidad		¿La Gerencia de Desarrollo Urbano brinda buena atención a los usuarios?	X		X		X		X		
	Capacitación al personal		¿La Gerencia de Desarrollo Urbano capacita constantemente a su personal?	X		X		X		X		
Organización	Infraestructura adecuada		¿La Gerencia de Desarrollo Urbano atiende a los usuarios dentro de una infraestructura adecuada?	X		X		X		X		
	Información adecuada		¿La Gerencia de Desarrollo Urbano, informa a los usuarios los servicios que brinda?	X		X		X		X		
	Identificación con la institución		¿El servidor público que labora en la Gerencia de Desarrollo Urbano está identificado con su institución?	X		X		X		X		

SATISFACCIÓN DEL USUARIO									
Precio del servicio									
Publicidad	¿La Gerencia de Desarrollo Urbano entrega publicidad visual (folletos, documentos) y auditiva (radio o televisión) para dar a conocer los servicios que brinda?	X	X	X	X	X	X	X	X
	¿La Gerencia de Desarrollo Urbano posee un área virtual que impacta en los usuarios?	X	X	X	X	X	X	X	X
	¿La Gerencia de Desarrollo Urbano tiene costos de sus servicios accesibles a los usuarios?	X	X	X	X	X	X	X	X
Calidad técnica	Equipos tecnológicos	X	X	X	X	X	X	X	X
	Adecuada infraestructura	X	X	X	X	X	X	X	X
	Apariencia	X	X	X	X	X	X	X	X
	Brindar información	X	X	X	X	X	X	X	X
	Satisfacción de necesidades	X	X	X	X	X	X	X	X
Calidad funcional	Solución de problemas	X	X	X	X	X	X	X	X
	Cumplimiento de promesas	X	X	X	X	X	X	X	X

				<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>			
	Cumplimiento de plazos	¿El servidor público cumple con los plazos establecidos por ley establecido para cada trámite?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>				<input checked="" type="checkbox"/>			
	Comunican fin de procesos	¿El servidor público brinda el tiempo adecuado para atender a los usuarios?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>				<input checked="" type="checkbox"/>			
	Comunican fin de procesos	¿El servidor público comunica al usuario cuando culmina el servicio?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>				<input checked="" type="checkbox"/>			
	Confianza	Servidor Eficaz	¿El personal o servidor público es eficaz?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>				<input checked="" type="checkbox"/>			
		Procesos confiables	¿Los usuarios confían en el proceso que realiza la Gerencia de Desarrollo Urbano?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>				<input checked="" type="checkbox"/>			
		Resolución de dudas	¿El personal o servidor público aclara todas las dudas que tiene el usuario?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>				<input checked="" type="checkbox"/>		
	Expectativas	Atención personalizada	¿El personal o servidor público ofrece atención personalizada a los usuarios?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>				<input checked="" type="checkbox"/>			
		Horarios accesibles	¿La Gerencia de Desarrollo Urbano tiene horarios accesibles a los usuarios?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>				<input checked="" type="checkbox"/>		



VALIDEZ DEL INSTRUMENTO

APELLIDOS Y NOMBRES DEL AUTOR	TITULO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN
Abg. Margarita Violeta Rodríguez Castro	La imagen institucional y la satisfacción del usuario de la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo en el año 2018.

En la siguiente tabla indique la respuesta: si concuerda (S) y si no concuerda (N). Así como puede emitir para cada observación una sugerencia de los ítems considerados.

Ítems	Si concuerda (S)	No concuerda (N)
1. Para realizar cada una de las preguntas, se tuvo en cuenta la operacionalización de las variables.	(S) <input checked="" type="checkbox"/>	
2. Las preguntas responden a las variable (S) a estudiar o investigar	(S) <input checked="" type="checkbox"/>	
3. Las preguntas formuladas miden lo que se desea investigar.	(S) <input checked="" type="checkbox"/>	
4. Las preguntas son relevantes y concretas con respecto al tema a investigar.	(S) <input checked="" type="checkbox"/>	
5. Existe claridad en la formulación de la pregunta.	(S) <input checked="" type="checkbox"/>	
6. Las preguntas provocan ambigüedad en la respuesta.		(N) <input checked="" type="checkbox"/>
7. El número de preguntas es adecuado.	(S) <input checked="" type="checkbox"/>	
8. Las preguntas responden al marco teórico utilizado en la investigación.	(S) <input checked="" type="checkbox"/>	
9. Las preguntas tienen coherencia con el diseño de la investigación.	(S) <input checked="" type="checkbox"/>	
10. Permite emitir con facilidad la respuesta a los participantes.	(S) <input checked="" type="checkbox"/>	

OBSERVACIONES	SUGERENCIAS/MEJORA

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO	FIRMA
Cole Saldaña Adriana Isabel	 

Fecha: 28-09-18

Foto del Experto	Experto N° 1:
	Apellidos y Nombres del Experto: Cole Saldaña Adriana Isabel
	Grado más alto y especialidad: Maestro en Gestión Pública
	Línea de investigación que es especialista: Gestión Pública
	Área de investigación que publica:

FICHA DE VALIDACIÓN DE EXPERTOS

TÍTULO: La imagen institucional y la satisfacción del usuario de la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo en el año 2018

Objetivo general: Determinar la incidencia de la imagen institucional en la satisfacción del usuario de la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, en el año 2018.

Hipótesis: La imagen institucional incide directa y significativamente en la satisfacción del usuario en la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo.

Juez experto: *Abog. Adriana Isabel Cole Saldaña*Firma: 
MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE TRUJILLO

Grado Académico del Experto: *Maestro en Gestión Pública* Fecha de Revisión: *28 de Julio 18*
Abog. Adriana Cole Saldaña

Variable	Dimensiones	Indicadores	ÍTEMS	Redacción clara y precisa		Tiene coherencia con los indicadores		Tiene coherencia con las dimensiones		Tiene coherencia con la variable		Observaciones	
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO		
IMAGEN INSTITUCIONAL	Calidad de servicio	Servicio de calidad	¿La Gerencia de Desarrollo Urbano brinda un servicio de calidad?	✓		✓		✓		✓			
		Atención de calidad	¿La Gerencia de Desarrollo Urbano brinda buena atención a los usuarios?	✓		✓		✓		✓			
		Capacitación al personal	¿La Gerencia de Desarrollo Urbano capacita constantemente a su personal?	✓		✓		✓		✓			
Organización	Infraestructura adecuada	Infraestructura adecuada	¿La Gerencia de Desarrollo Urbano atiende a los usuarios dentro de una infraestructura adecuada?	✓		✓		✓		✓			
		Información adecuada	¿La Gerencia de Desarrollo Urbano, informa a los usuarios los servicios que brinda?	✓		✓		✓		✓			
		Identificación con la institución	¿El servidor público que labora en la Gerencia de Desarrollo Urbano está identificado con su institución?	✓		✓		✓		✓			

SATISFACCIÓN DEL USUARIO																		
Precio del servicio	Publicidad	¿La Gerencia de Desarrollo Urbano entrega publicidad visual (folletos, documentos) y auditiva (radio o televisión) para dar a conocer los servicios que brinda?	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	Costos accesible	¿La Gerencia de Desarrollo Urbano posee un área virtual que impacta en los usuarios?	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Calidad técnica	Equipos tecnológicos	¿La Gerencia de Desarrollo Urbano tiene costos de sus servicios accesibles a los usuarios?	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	Adecuada infraestructura	¿La Gerencia de Desarrollo Urbano posee equipos tecnológicos modernos?	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	Apariencia	¿La infraestructura de la Gerencia de Desarrollo Urbano es adecuada y apta para atender al usuario? ▪ ¿El servidor público de la Gerencia de Desarrollo Urbano tiene vestimenta adecuada (pulcra y/ conservadora)?	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	Brindar información	¿La Gerencia de Desarrollo Urbano ofrece al usuario materiales, como folletos, tripticos y cuadernillos de publicidad, atractivos?	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Calidad funcional	Satisfacción de necesidades	¿El servicio brindado por la Gerencia de Desarrollo Urbano satisface las necesidades del usuario?	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	Solución de problemas	¿El servidor público de la Gerencia de Desarrollo Urbano colabora en la solucionan de problemas?	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	Cumplimiento de promesas	¿El servidor público de la Gerencia de Desarrollo Urbano realiza un adecuado servicio público desde la primera vez que asiste a un usuario? ¿El servidor público cumple las promesas pactadas con los usuarios?	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

	Cumplimiento de plazos	¿El servidor público cumple con los plazos establecidos por ley establecido para cada trámite?	X		X		X			X					
		¿El servidor público brinda el tiempo adecuado para atender a los usuarios?	X		X		X				X				
Confianza	Comunican fin de procesos	¿El servidor público comunica al usuario cuando culmina el servicio?	X		X		X			X					
		¿El personal o servidor público es eficaz?	X		X		X			X					
		¿El personal o servidor público transmite confianza?	X		X		X			X					
Expectativas	Procesos confiables	¿Los usuarios confían en el proceso que realiza la Gerencia de Desarrollo Urbano?	X		X		X			X					
		Resolución de dudas	¿El personal o servidor público aclara todas las dudas que tiene el usuario?	X		X		X		X					
	Horarios accesibles	Atención personalizada	¿El personal o servidor público ofrece atención personalizada a los usuarios?	X		X		X		X					
		¿La Gerencia de Desarrollo Urbano tiene horarios accesibles a los usuarios?	X		X		X		X		X				

ANEXO 04.- MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLE/DIMENSIÓN	METODOLOGICO
<p>1.-Problema General</p> <p>¿De qué manera incide la imagen del usuario en la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, en el año 2018?</p>	<p>1.-Objetivo General</p> <ul style="list-style-type: none"> - Determinar la incidencia de la imagen en la satisfacción del usuario de la Gerencia de Desarrollo Urbano de la MPT, en el año 2018. <p>1.1.-Objetivos específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Determinar el nivel de imagen que ostenta la G.D.U. de la M.P.T. 	<p>1.-Hipotesis.</p> <p>Hipótesis general.</p> <p>Hi: La imagen incide directa y significativamente en la satisfacción del usuario en la G.D.U. de la M.P.T</p> <p>Hipótesis nula.</p> <p>Ho: La imagen no incide directa y significativamente en la satisfacción del usuario en la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo.</p> <p>Hipótesis específicas.</p>	<p>Primera Variable</p> <p>Variable 1: Imagen</p> <p>Variable 2: Satisfacción del usuario.</p>	<p>Población.</p> <p>Población.</p> <p>En el presente trabajo de investigación, la población estuvo compuesta por 550 usuarios que acudieron a la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, durante un mes.</p> <p>Muestra.</p> <p>La muestra estuvo conformada por 226</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - Determinar el nivel de satisfacción del usuario de la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo. - Determinar la incidencia de la calidad de servicio en satisfacción del usuario de la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad 	<ul style="list-style-type: none"> - La calidad de servicio de la imagen incide directa y significativamente en la satisfacción del usuario en la G.D.U. de la Municipalidad Provincial de Trujillo. - La organización de la imagen incide directa y significativamente en la satisfacción del usuario en la G.D.U. de la Municipalidad Provincial de Trujillo. 		<p>usuarios que acudieron a la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, durante un mes.</p> <p>Diseño de estudio. El modelo de esta investigación será no experimental, descriptivo correlacional simple.</p> <p>La presente investigación tendrá un corte transversal, en tanto se recolectará los</p>
--	---	---	--	---

	<p>Provincial de Trujillo.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Determinar la incidencia de la organización en satisfacción del usuario de la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo. - Determinar la incidencia del precio de servicio en satisfacción del usuario de la Gerencia de Desarrollo 	<ul style="list-style-type: none"> - El precio de servicio de la imagen incide directa y significativamente en la satisfacción del usuario en la G.D.U. de la M.P.T. - La imagen incide directa y significativamente en la calidad técnica de satisfacción del usuario en la G.D.U. de la M.P.T. - La imagen incide directa y significativamente 		<p>datos o la información en un solo momento.</p>
--	--	---	--	---

	<p>Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Determinar la incidencia de la imagen en la dimensión calidad técnica de satisfacción del usuario de la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo. - Determinar la incidencia de la imagen en la dimensión 	<p>en la calidad funcional de satisfacción del usuario en la G.D.U. de la M.P.T.</p> <ul style="list-style-type: none"> - La imagen incide directa y significativamente en la confianza de satisfacción del usuario en la G.D.U. de la M.P.T - La imagen incide directa y significativamente en las expectativas de satisfacción del usuario en la 		
--	--	--	--	--

	<p>calidad funcional de satisfacción del usuario de la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo.</p> <p>- Determinar la incidencia de la imagen en la dimensión confianza de satisfacción del usuario de la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad</p>	<p>G.D.U. de la M.P.T.</p>		
--	---	----------------------------	--	--

	<p>Provincial de Trujillo.</p> <ul style="list-style-type: none">- Determinar la incidencia de la imagen en la dimensión expectativas de satisfacción del usuario de la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo.			
--	---	--	--	--

Anexo 05: Matriz de puntuaciones

Colaborador	MATRIZ DE PUNTUACIÓN DEL CUESTIONARIO DE LA VARIABLE: IMAGEN.							
	Calidad de servicio		Organización		Precio de servicio		TOTAL	NIVEL
	SUB TOTAL	NIVEL	SUB TOTAL	NIVEL	SUB TOTAL	NIVEL	Alcanzado	
1	6	Mala	7	Mala	6	Mala	19	Mala
2	12	Buena	10	Regular	10	Regular	32	Regular
3	6	Mala	5	Mala	5	Mala	16	Mala
4	7	Mala	8	Regular	9	Regular	24	Regular
5	7	Mala	7	Mala	7	Mala	21	Mala
6	8	Regular	6	Mala	4	Mala	18	Mala
7	10	Regular	9	Regular	10	Regular	29	Regular
8	4	Mala	5	Mala	3	Mala	12	Mala
9	7	Mala	4	Mala	4	Mala	15	Mala
10	8	Regular	8	Regular	8	Regular	24	Regular
11	10	Regular	8	Regular	8	Regular	26	Regular
12	10	Regular	8	Regular	7	Mala	25	Regular
13	6	Mala	6	Mala	9	Regular	21	Mala
14	4	Mala	4	Mala	4	Mala	12	Mala
15	8	Regular	12	Buena	12	Buena	32	Regular
16	12	Buena	10	Regular	10	Regular	32	Regular
17	4	Mala	4	Mala	5	Mala	13	Mala
18	6	Mala	10	Regular	8	Regular	24	Regular
19	3	Mala	5	Mala	8	Regular	16	Mala
20	3	Mala	5	Mala	7	Mala	15	Mala
21	4	Mala	5	Mala	6	Mala	15	Mala
22	6	Mala	10	Regular	7	Mala	23	Regular
23	5	Mala	5	Mala	9	Regular	19	Mala
24	9	Regular	5	Mala	7	Mala	21	Mala
25	4	Mala	6	Mala	5	Mala	15	Mala
26	7	Mala	7	Mala	4	Mala	18	Mala
27	7	Mala	5	Mala	4	Mala	16	Mala
28	4	Mala	7	Mala	7	Mala	18	Mala
29	6	Mala	8	Regular	5	Mala	19	Mala
30	4	Mala	5	Mala	5	Mala	14	Mala
31	8	Regular	7	Mala	9	Regular	24	Regular
32	11	Regular	8	Regular	7	Mala	26	Regular
33	5	Mala	7	Mala	9	Regular	21	Mala
34	11	Regular	7	Mala	10	Regular	28	Regular
35	6	Mala	6	Mala	6	Mala	18	Mala
36	9	Regular	9	Regular	9	Regular	27	Regular
37	6	Mala	10	Regular	10	Regular	26	Regular
38	6	Mala	8	Regular	10	Regular	24	Regular
39	13	Buena	10	Regular	10	Regular	33	Regular
40	3	Mala	6	Mala	7	Mala	16	Mala
41	7	Mala	10	Regular	12	Buena	29	Regular
42	12	Buena	10	Regular	8	Regular	30	Regular
43	6	Mala	9	Regular	6	Mala	21	Mala
44	12	Buena	8	Regular	8	Regular	28	Regular
45	9	Regular	6	Mala	9	Regular	24	Regular
46	11	Regular	11	Regular	11	Regular	33	Regular
47	6	Mala	7	Mala	11	Regular	24	Regular
48	13	Buena	8	Regular	9	Regular	30	Regular

49	4	Mala	6	Mala	5	Mala	15	Mala
50	5	Mala	5	Mala	11	Regular	21	Mala
51	12	Buena	9	Regular	11	Regular	32	Regular
52	4	Mala	6	Mala	3	Mala	13	Mala
53	4	Mala	4	Mala	5	Mala	13	Mala
54	6	Mala	6	Mala	6	Mala	18	Mala
55	12	Buena	6	Mala	4	Mala	22	Regular
56	11	Regular	8	Regular	7	Mala	26	Regular
57	10	Regular	8	Regular	8	Regular	26	Regular
58	8	Regular	7	Mala	4	Mala	19	Mala
59	10	Regular	10	Regular	9	Regular	29	Regular
60	10	Regular	9	Regular	10	Regular	29	Regular
61	5	Mala	6	Mala	3	Mala	14	Mala
62	7	Mala	4	Mala	4	Mala	15	Mala
63	8	Regular	8	Regular	8	Regular	24	Regular
64	10	Regular	7	Mala	7	Mala	24	Regular
65	10	Regular	8	Regular	7	Mala	25	Regular
66	12	Buena	7	Mala	7	Mala	26	Regular
67	10	Regular	8	Regular	7	Mala	25	Regular
68	5	Mala	6	Mala	9	Regular	20	Mala
69	4	Mala	3	Mala	4	Mala	11	Mala
70	8	Regular	12	Buena	12	Buena	32	Regular
71	12	Buena	10	Regular	10	Regular	32	Regular
72	4	Mala	5	Mala	6	Mala	15	Mala
73	7	Mala	10	Regular	8	Regular	25	Regular
74	3	Mala	5	Mala	8	Regular	16	Mala
75	5	Mala	5	Mala	9	Regular	19	Mala
76	10	Regular	5	Mala	7	Mala	22	Regular
77	4	Mala	6	Mala	5	Mala	15	Mala
78	7	Mala	7	Mala	4	Mala	18	Mala
79	7	Mala	5	Mala	5	Mala	17	Mala
80	4	Mala	7	Mala	7	Mala	18	Mala
81	6	Mala	8	Regular	5	Mala	19	Mala
82	4	Mala	5	Mala	5	Mala	14	Mala
83	8	Regular	7	Mala	9	Regular	24	Regular
84	11	Regular	8	Regular	7	Mala	26	Regular
85	5	Mala	7	Mala	9	Regular	21	Mala
86	11	Regular	7	Mala	10	Regular	28	Regular
87	6	Mala	6	Mala	6	Mala	18	Mala
88	9	Regular	9	Regular	9	Regular	27	Regular
89	7	Mala	7	Mala	9	Regular	23	Regular
90	11	Regular	7	Mala	7	Mala	25	Regular
91	5	Mala	7	Mala	8	Regular	20	Mala
92	11	Regular	6	Mala	10	Regular	27	Regular
93	6	Mala	5	Mala	6	Mala	17	Mala
94	9	Regular	9	Regular	9	Regular	27	Regular
95	6	Mala	10	Regular	10	Regular	26	Regular
96	5	Mala	8	Regular	10	Regular	23	Regular
97	13	Buena	10	Regular	10	Regular	33	Regular
98	3	Mala	6	Mala	7	Mala	16	Mala
99	7	Mala	10	Regular	12	Buena	29	Regular
100	12	Buena	10	Regular	8	Regular	30	Regular
101	4	Mala	9	Regular	5	Mala	18	Mala
102	12	Buena	8	Regular	8	Regular	28	Regular

103	7	Mala	6	Mala	9	Regular	22	Regular
104	11	Regular	11	Regular	11	Regular	33	Regular
105	6	Mala	7	Mala	11	Regular	24	Regular
106	13	Buena	12	Buena	13	Buena	38	Buena
107	4	Mala	6	Mala	5	Mala	15	Mala
108	4	Mala	5	Mala	11	Regular	20	Mala
109	12	Buena	9	Regular	11	Regular	32	Regular
110	10	Regular	8	Regular	8	Regular	26	Regular
111	8	Regular	7	Mala	4	Mala	19	Mala
112	12	Buena	10	Regular	9	Regular	31	Regular
113	10	Regular	9	Regular	10	Regular	29	Regular
114	5	Mala	5	Mala	3	Mala	13	Mala
115	7	Mala	4	Mala	4	Mala	15	Mala
116	8	Regular	8	Regular	8	Regular	24	Regular
117	5	Mala	7	Mala	10	Regular	22	Regular
118	12	Buena	10	Regular	10	Regular	32	Regular
119	5	Mala	5	Mala	5	Mala	15	Mala
120	6	Mala	7	Mala	9	Regular	22	Regular
121	8	Regular	7	Mala	8	Regular	23	Regular
122	7	Mala	6	Mala	4	Mala	17	Mala
123	8	Regular	9	Regular	10	Regular	27	Regular
124	4	Mala	5	Mala	3	Mala	12	Mala
125	7	Mala	4	Mala	5	Mala	16	Mala
126	8	Regular	8	Regular	7	Mala	23	Regular
127	10	Regular	8	Regular	8	Regular	26	Regular
128	10	Regular	7	Mala	7	Mala	24	Regular
129	6	Mala	6	Mala	9	Regular	21	Mala
130	4	Mala	3	Mala	4	Mala	11	Mala
131	8	Regular	12	Buena	12	Buena	32	Regular
132	13	Buena	10	Regular	10	Regular	33	Regular
133	4	Mala	5	Mala	5	Mala	14	Mala
134	6	Mala	10	Regular	6	Mala	22	Regular
135	3	Mala	5	Mala	7	Mala	15	Mala
136	3	Mala	5	Mala	7	Mala	15	Mala
137	4	Mala	6	Mala	6	Mala	16	Mala
138	7	Mala	9	Regular	12	Buena	28	Regular
139	12	Buena	10	Regular	7	Mala	29	Regular
140	6	Mala	9	Regular	5	Mala	20	Mala
141	12	Buena	8	Regular	7	Mala	27	Regular
142	9	Regular	5	Mala	9	Regular	23	Regular
143	11	Regular	11	Regular	11	Regular	33	Regular
144	6	Mala	7	Mala	11	Regular	24	Regular
145	12	Buena	12	Buena	12	Buena	36	Buena
146	5	Mala	6	Mala	5	Mala	16	Mala
147	5	Mala	5	Mala	11	Regular	21	Mala
148	12	Buena	9	Regular	11	Regular	32	Regular
149	4	Mala	6	Mala	3	Mala	13	Mala
150	4	Mala	4	Mala	5	Mala	13	Mala
151	6	Mala	6	Mala	6	Mala	18	Mala
152	12	Buena	5	Mala	4	Mala	21	Mala
153	11	Regular	8	Regular	6	Mala	25	Regular
154	10	Regular	8	Regular	7	Mala	25	Regular
155	8	Regular	7	Mala	4	Mala	19	Mala
156	10	Regular	10	Regular	9	Regular	29	Regular

157	10	Regular	10	Regular	10	Regular	30	Regular
158	10	Regular	8	Regular	7	Mala	25	Regular
159	10	Regular	7	Mala	7	Mala	24	Regular
160	7	Mala	6	Mala	9	Regular	22	Regular
161	5	Mala	4	Mala	5	Mala	14	Mala
162	7	Mala	12	Buena	12	Buena	31	Regular
163	12	Buena	9	Regular	10	Regular	31	Regular
164	4	Mala	5	Mala	5	Mala	14	Mala
165	7	Mala	10	Regular	7	Mala	24	Regular
166	4	Mala	6	Mala	8	Regular	18	Mala
167	3	Mala	5	Mala	7	Mala	15	Mala
168	4	Mala	5	Mala	6	Mala	15	Mala
169	6	Mala	10	Regular	7	Mala	23	Regular
170	4	Mala	5	Mala	9	Regular	18	Mala
171	8	Regular	5	Mala	7	Mala	20	Mala
172	4	Mala	6	Mala	4	Mala	14	Mala
173	7	Mala	7	Mala	4	Mala	18	Mala
174	6	Mala	5	Mala	4	Mala	15	Mala
175	4	Mala	7	Mala	7	Mala	18	Mala
176	5	Mala	8	Regular	5	Mala	18	Mala
177	4	Mala	5	Mala	5	Mala	14	Mala
178	5	Mala	7	Mala	7	Mala	19	Mala
179	7	Mala	8	Regular	6	Mala	21	Mala
180	4	Mala	4	Mala	5	Mala	13	Mala
181	7	Mala	7	Mala	9	Regular	23	Regular
182	11	Regular	8	Regular	7	Mala	26	Regular
183	6	Mala	7	Mala	9	Regular	22	Regular
184	11	Regular	6	Mala	10	Regular	27	Regular
185	6	Mala	6	Mala	6	Mala	18	Mala
186	9	Regular	9	Regular	9	Regular	27	Regular
187	7	Mala	7	Mala	9	Regular	23	Regular
188	11	Regular	7	Mala	8	Regular	26	Regular
189	7	Mala	7	Mala	7	Mala	21	Mala
190	11	Regular	6	Mala	10	Regular	27	Regular
191	6	Mala	5	Mala	6	Mala	17	Mala
192	9	Regular	9	Regular	9	Regular	27	Regular
193	6	Mala	9	Regular	10	Regular	25	Regular
194	5	Mala	8	Regular	10	Regular	23	Regular
195	13	Buena	10	Regular	10	Regular	33	Regular
196	3	Mala	6	Mala	7	Mala	16	Mala
197	7	Mala	10	Regular	12	Buena	29	Regular
198	12	Buena	10	Regular	8	Regular	30	Regular
199	13	Buena	9	Regular	9	Regular	31	Regular
200	5	Mala	6	Mala	7	Mala	18	Mala
201	6	Mala	10	Regular	12	Buena	28	Regular
202	15	Buena	10	Regular	8	Regular	33	Regular
203	5	Mala	9	Regular	5	Mala	19	Mala
204	12	Buena	8	Regular	8	Regular	28	Regular
205	9	Regular	6	Mala	9	Regular	24	Regular
206	11	Regular	11	Regular	11	Regular	33	Regular
207	5	Mala	7	Mala	11	Regular	23	Regular
208	13	Buena	8	Regular	9	Regular	30	Regular
209	5	Mala	6	Mala	5	Mala	16	Mala
210	5	Mala	4	Mala	11	Regular	20	Mala

211	12	Buena	9	Regular	11	Regular	32	Regular
212	4	Mala	6	Mala	4	Mala	14	Mala
213	5	Mala	5	Mala	5	Mala	15	Mala
214	7	Mala	6	Mala	6	Mala	19	Mala
215	12	Buena	4	Mala	4	Mala	20	Mala
216	11	Regular	8	Regular	7	Mala	26	Regular
217	10	Regular	8	Regular	8	Regular	26	Regular
218	8	Regular	7	Mala	5	Mala	20	Mala
219	12	Buena	10	Regular	9	Regular	31	Regular
220	11	Regular	9	Regular	10	Regular	30	Regular
221	5	Mala	5	Mala	4	Mala	14	Mala
222	7	Mala	5	Mala	4	Mala	16	Mala
223	8	Regular	8	Regular	8	Regular	24	Regular
224	12	Buena	7	Mala	7	Mala	26	Regular
225	12	Buena	8	Regular	7	Mala	27	Regular
226	5	Mala	6	Mala	7	Mala	18	Mala

Colaborador	MATRIZ DE PUNTUACIÓN DEL CUESTIONARIO DE LA VARIABLE: SATISFACCIÓN DEL USUARIO									
	CALIDAD TÉCNICA		CALIDAD FUNCIONAL		CONFIANZA		EXPECTATIVAS		TOTAL	NIVEL
	SUB TOTAL	NIVEL	SUB TOTAL	NIVEL	SUB TOTAL	NIVEL	SUB TOTAL	NIVEL	Alcanzado	
1	10	Mala	6	Mala	5	Mala	7	Mala	28	Mala
2	10	Mala	16	Regular	11	Regular	8	Regular	45	Regular
3	8	Mala	9	Mala	7	Mala	4	Mala	28	Mala
4	8	Mala	18	Regular	12	Regular	12	Buena	50	Regular
5	9	Mala	12	Mala	8	Mala	6	Mala	35	Mala
6	10	Mala	11	Mala	7	Mala	10	Regular	38	Mala
7	9	Mala	13	Mala	11	Regular	13	Buena	46	Regular
8	6	Mala	9	Mala	6	Mala	5	Mala	26	Mala
9	6	Mala	18	Regular	10	Mala	8	Regular	42	Regular
10	8	Mala	21	Regular	13	Regular	5	Mala	47	Regular
11	10	Mala	19	Regular	14	Regular	12	Buena	55	Regular
12	9	Mala	20	Regular	11	Regular	7	Mala	47	Regular
13	13	Regular	11	Mala	9	Mala	6	Mala	39	Mala
14	6	Mala	7	Mala	4	Mala	4	Mala	21	Mala
15	14	Regular	16	Regular	14	Regular	10	Regular	54	Regular
16	12	Regular	22	Regular	10	Mala	6	Mala	50	Regular
17	7	Mala	14	Mala	10	Mala	7	Mala	38	Mala
18	8	Mala	13	Mala	11	Regular	6	Mala	38	Mala
19	8	Mala	15	Regular	10	Mala	8	Regular	41	Regular
20	10	Mala	18	Regular	10	Mala	6	Mala	44	Regular
21	10	Mala	15	Regular	10	Mala	12	Buena	47	Regular
22	7	Mala	13	Mala	14	Regular	12	Buena	46	Regular
23	10	Mala	14	Mala	7	Mala	4	Mala	35	Mala
24	8	Mala	8	Mala	16	Buena	5	Mala	37	Mala
25	8	Mala	14	Mala	11	Regular	7	Mala	40	Mala
26	5	Mala	11	Mala	8	Mala	6	Mala	30	Mala
27	8	Mala	18	Regular	9	Mala	4	Mala	39	Mala
28	11	Regular	8	Mala	9	Mala	4	Mala	32	Mala
29	11	Regular	16	Regular	10	Mala	8	Regular	45	Regular
30	5	Mala	12	Mala	4	Mala	8	Regular	29	Mala
31	8	Mala	11	Mala	7	Mala	8	Regular	34	Mala
32	8	Mala	12	Mala	11	Regular	9	Regular	40	Mala
33	6	Mala	9	Mala	10	Mala	11	Regular	36	Mala
34	14	Regular	18	Regular	11	Regular	12	Buena	55	Regular
35	11	Regular	14	Mala	14	Regular	8	Regular	47	Regular
36	14	Regular	18	Regular	14	Regular	12	Buena	58	Regular
37	16	Buena	14	Mala	16	Buena	10	Regular	56	Regular
38	12	Regular	12	Mala	8	Mala	6	Mala	38	Mala
39	12	Regular	22	Regular	16	Buena	10	Regular	60	Regular
40	10	Mala	10	Mala	9	Mala	6	Mala	35	Mala
41	14	Regular	12	Mala	10	Mala	7	Mala	43	Regular
42	14	Regular	20	Regular	16	Buena	12	Buena	62	Regular
43	10	Mala	15	Regular	7	Mala	5	Mala	37	Mala
44	10	Mala	18	Regular	13	Regular	10	Regular	51	Regular
45	8	Mala	19	Regular	12	Regular	14	Buena	53	Regular
46	16	Buena	18	Regular	10	Mala	7	Mala	51	Regular
47	16	Buena	18	Regular	9	Mala	10	Regular	53	Regular
48	16	Buena	23	Buena	14	Regular	13	Buena	66	Buena

49	9	Mala	11	Mala	9	Mala	10	Regular	39	Mala
50	14	Regular	12	Mala	9	Mala	5	Mala	40	Mala
51	12	Regular	15	Regular	8	Mala	11	Regular	46	Regular
52	8	Mala	14	Mala	9	Mala	14	Buena	45	Regular
53	6	Mala	14	Mala	8	Mala	6	Mala	34	Mala
54	10	Mala	12	Mala	8	Mala	6	Mala	36	Mala
55	9	Mala	13	Mala	7	Mala	13	Buena	42	Regular
56	10	Mala	12	Mala	11	Regular	9	Regular	42	Regular
57	10	Mala	18	Regular	14	Regular	13	Buena	55	Regular
58	10	Mala	13	Mala	7	Mala	10	Regular	40	Mala
59	9	Mala	12	Mala	10	Mala	13	Buena	44	Regular
60	9	Mala	13	Mala	10	Mala	13	Buena	45	Regular
61	8	Mala	10	Mala	6	Mala	6	Mala	30	Mala
62	6	Mala	17	Regular	9	Mala	7	Mala	39	Mala
63	8	Mala	21	Regular	13	Regular	4	Mala	46	Regular
64	9	Mala	20	Regular	14	Regular	12	Buena	55	Regular
65	9	Mala	20	Regular	9	Mala	7	Mala	45	Regular
66	9	Mala	19	Regular	14	Regular	13	Buena	55	Regular
67	8	Mala	19	Regular	8	Mala	6	Mala	41	Regular
68	14	Regular	18	Regular	15	Regular	8	Regular	55	Regular
69	6	Mala	7	Mala	4	Mala	4	Mala	21	Mala
70	15	Regular	16	Regular	14	Regular	10	Regular	55	Regular
71	12	Regular	22	Regular	10	Mala	5	Mala	49	Regular
72	7	Mala	15	Regular	10	Mala	8	Regular	40	Mala
73	9	Mala	13	Mala	11	Regular	6	Mala	39	Mala
74	8	Mala	15	Regular	11	Regular	8	Regular	42	Regular
75	9	Mala	14	Mala	7	Mala	4	Mala	34	Mala
76	5	Mala	8	Mala	16	Buena	5	Mala	34	Mala
77	8	Mala	14	Mala	11	Regular	7	Mala	40	Mala
78	5	Mala	11	Mala	8	Mala	6	Mala	30	Mala
79	8	Mala	17	Regular	9	Mala	4	Mala	38	Mala
80	11	Regular	7	Mala	8	Mala	4	Mala	30	Mala
81	9	Mala	15	Regular	9	Mala	7	Mala	40	Mala
82	5	Mala	12	Mala	4	Mala	8	Regular	29	Mala
83	8	Mala	11	Mala	10	Mala	8	Regular	37	Mala
84	8	Mala	14	Mala	11	Regular	9	Regular	42	Regular
85	6	Mala	9	Mala	10	Mala	11	Regular	36	Mala
86	14	Regular	16	Regular	13	Regular	12	Buena	55	Regular
87	11	Regular	14	Mala	14	Regular	8	Regular	47	Regular
88	12	Regular	18	Regular	14	Regular	12	Buena	56	Regular
89	8	Mala	10	Mala	6	Mala	9	Regular	33	Mala
90	8	Mala	12	Mala	11	Regular	9	Regular	40	Mala
91	6	Mala	9	Mala	9	Mala	11	Regular	35	Mala
92	14	Regular	15	Regular	10	Mala	12	Buena	51	Regular
93	11	Regular	13	Mala	14	Regular	8	Regular	46	Regular
94	13	Regular	18	Regular	14	Regular	12	Buena	57	Regular
95	16	Buena	14	Mala	16	Buena	10	Regular	56	Regular
96	11	Regular	12	Mala	8	Mala	6	Mala	37	Mala
97	11	Regular	22	Regular	16	Buena	10	Regular	59	Regular
98	9	Mala	9	Mala	9	Mala	6	Mala	33	Mala
99	14	Regular	11	Mala	9	Mala	7	Mala	41	Regular
100	14	Regular	20	Regular	16	Buena	12	Buena	62	Regular
101	10	Mala	16	Regular	7	Mala	5	Mala	38	Mala
102	12	Regular	18	Regular	13	Regular	12	Buena	55	Regular

103	8	Mala	19	Regular	12	Regular	14	Buena	53	Regular
104	16	Buena	17	Regular	9	Mala	7	Mala	49	Regular
105	16	Buena	18	Regular	9	Mala	10	Regular	53	Regular
106	16	Buena	23	Buena	14	Regular	13	Buena	66	Buena
107	9	Mala	15	Regular	9	Mala	10	Regular	43	Regular
108	14	Regular	12	Mala	13	Regular	5	Mala	44	Regular
109	12	Regular	15	Regular	8	Mala	11	Regular	46	Regular
110	10	Mala	18	Regular	14	Regular	13	Buena	55	Regular
111	10	Mala	13	Mala	7	Mala	10	Regular	40	Mala
112	9	Mala	12	Mala	10	Mala	13	Buena	44	Regular
113	9	Mala	13	Mala	10	Mala	13	Buena	45	Regular
114	8	Mala	9	Mala	6	Mala	5	Mala	28	Mala
115	7	Mala	17	Regular	9	Mala	8	Regular	41	Regular
116	7	Mala	21	Regular	13	Regular	5	Mala	46	Regular
117	12	Regular	8	Mala	5	Mala	8	Regular	33	Mala
118	10	Mala	15	Regular	7	Mala	8	Regular	40	Mala
119	8	Mala	10	Mala	7	Mala	4	Mala	29	Mala
120	8	Mala	17	Regular	12	Regular	10	Regular	47	Regular
121	9	Mala	11	Mala	7	Mala	5	Mala	32	Mala
122	9	Mala	13	Mala	7	Mala	10	Regular	39	Mala
123	9	Mala	12	Mala	10	Mala	13	Buena	44	Regular
124	6	Mala	8	Mala	6	Mala	5	Mala	25	Mala
125	7	Mala	18	Regular	10	Mala	8	Regular	43	Regular
126	8	Mala	21	Regular	13	Regular	5	Mala	47	Regular
127	10	Mala	20	Regular	14	Regular	12	Buena	56	Regular
128	9	Mala	19	Regular	9	Mala	7	Mala	44	Regular
129	14	Regular	18	Regular	15	Regular	8	Regular	55	Regular
130	6	Mala	7	Mala	4	Mala	4	Mala	21	Mala
131	14	Regular	16	Regular	14	Regular	11	Regular	55	Regular
132	12	Regular	22	Regular	10	Mala	9	Regular	53	Regular
133	7	Mala	15	Regular	10	Mala	7	Mala	39	Mala
134	8	Mala	13	Mala	11	Regular	6	Mala	38	Mala
135	8	Mala	15	Regular	11	Regular	8	Regular	42	Regular
136	13	Regular	18	Regular	11	Regular	6	Mala	48	Regular
137	9	Mala	9	Mala	9	Mala	6	Mala	33	Mala
138	14	Regular	10	Mala	10	Mala	7	Mala	41	Regular
139	14	Regular	19	Regular	16	Buena	12	Buena	61	Regular
140	10	Mala	15	Regular	7	Mala	5	Mala	37	Mala
141	10	Mala	17	Regular	13	Regular	10	Regular	50	Regular
142	8	Mala	19	Regular	12	Regular	14	Buena	53	Regular
143	16	Buena	18	Regular	10	Mala	7	Mala	51	Regular
144	16	Buena	18	Regular	9	Mala	10	Regular	53	Regular
145	16	Buena	23	Buena	16	Buena	13	Buena	68	Buena
146	9	Mala	16	Regular	9	Mala	10	Regular	44	Regular
147	14	Regular	13	Mala	13	Regular	5	Mala	45	Regular
148	13	Regular	15	Regular	8	Mala	11	Regular	47	Regular
149	8	Mala	14	Mala	9	Mala	13	Buena	44	Regular
150	6	Mala	13	Mala	7	Mala	6	Mala	32	Mala
151	9	Mala	12	Mala	8	Mala	6	Mala	35	Mala
152	9	Mala	13	Mala	7	Mala	13	Buena	42	Regular
153	10	Mala	11	Mala	11	Regular	9	Regular	41	Regular
154	10	Mala	18	Regular	14	Regular	13	Buena	55	Regular
155	10	Mala	12	Mala	7	Mala	9	Regular	38	Mala
156	9	Mala	11	Mala	9	Mala	13	Buena	42	Regular

157	9	Mala	13	Mala	10	Mala	13	Buena	45	Regular
158	9	Mala	20	Regular	14	Regular	12	Buena	55	Regular
159	9	Mala	19	Regular	10	Mala	7	Mala	45	Regular
160	14	Regular	17	Regular	15	Regular	8	Regular	54	Regular
161	6	Mala	8	Mala	4	Mala	4	Mala	22	Mala
162	14	Regular	15	Regular	14	Regular	10	Regular	53	Regular
163	12	Regular	21	Regular	9	Mala	6	Mala	48	Regular
164	7	Mala	14	Mala	10	Mala	7	Mala	38	Mala
165	8	Mala	12	Mala	11	Regular	5	Mala	36	Mala
166	8	Mala	14	Mala	11	Regular	8	Regular	41	Regular
167	10	Mala	18	Regular	11	Regular	6	Mala	45	Regular
168	10	Mala	13	Mala	14	Regular	12	Buena	49	Regular
169	8	Mala	13	Mala	14	Regular	12	Buena	47	Regular
170	10	Mala	11	Mala	7	Mala	4	Mala	32	Mala
171	8	Mala	8	Mala	16	Buena	5	Mala	37	Mala
172	8	Mala	15	Regular	11	Regular	7	Mala	41	Regular
173	5	Mala	11	Mala	8	Mala	6	Mala	30	Mala
174	8	Mala	18	Regular	9	Mala	4	Mala	39	Mala
175	11	Regular	8	Mala	9	Mala	4	Mala	32	Mala
176	11	Regular	14	Mala	10	Mala	8	Regular	43	Regular
177	5	Mala	10	Mala	4	Mala	8	Regular	27	Mala
178	11	Regular	8	Mala	8	Mala	5	Mala	32	Mala
179	10	Mala	15	Regular	10	Mala	8	Regular	43	Regular
180	5	Mala	11	Mala	5	Mala	8	Regular	29	Mala
181	8	Mala	11	Mala	9	Mala	8	Regular	36	Mala
182	8	Mala	11	Mala	11	Regular	9	Regular	39	Mala
183	7	Mala	8	Mala	9	Mala	11	Regular	35	Mala
184	14	Regular	15	Regular	13	Regular	12	Buena	54	Regular
185	10	Mala	14	Mala	14	Regular	8	Regular	46	Regular
186	14	Regular	18	Regular	14	Regular	12	Buena	58	Regular
187	8	Mala	11	Mala	7	Mala	9	Regular	35	Mala
188	8	Mala	13	Mala	11	Regular	8	Regular	40	Mala
189	6	Mala	9	Mala	9	Mala	11	Regular	35	Mala
190	14	Regular	15	Regular	10	Mala	12	Buena	51	Regular
191	10	Mala	14	Mala	14	Regular	8	Regular	46	Regular
192	13	Regular	18	Regular	14	Regular	12	Buena	57	Regular
193	14	Regular	14	Mala	16	Buena	10	Regular	54	Regular
194	11	Regular	11	Mala	7	Mala	6	Mala	35	Mala
195	11	Regular	22	Regular	16	Buena	10	Regular	59	Regular
196	7	Mala	9	Mala	9	Mala	6	Mala	31	Mala
197	14	Regular	11	Mala	9	Mala	9	Regular	43	Regular
198	14	Regular	20	Regular	16	Buena	12	Buena	62	Regular
199	12	Regular	22	Regular	16	Buena	10	Regular	60	Regular
200	9	Mala	9	Mala	9	Mala	6	Mala	33	Mala
201	14	Regular	11	Mala	10	Mala	7	Mala	42	Regular
202	14	Regular	20	Regular	16	Buena	12	Buena	62	Regular
203	10	Mala	14	Mala	7	Mala	7	Mala	38	Mala
204	11	Regular	18	Regular	13	Regular	12	Buena	54	Regular
205	11	Regular	19	Regular	12	Regular	14	Buena	56	Regular
206	14	Regular	18	Regular	10	Mala	7	Mala	49	Regular
207	14	Regular	18	Regular	9	Mala	10	Regular	51	Regular
208	16	Buena	23	Buena	14	Regular	13	Buena	66	Buena
209	8	Mala	15	Regular	9	Mala	10	Regular	42	Regular
210	10	Mala	14	Mala	13	Regular	4	Mala	41	Regular

211	12	Regular	15	Regular	8	Mala	11	Regular	46	Regular
212	6	Mala	13	Mala	10	Mala	14	Buena	43	Regular
213	8	Mala	14	Mala	8	Mala	6	Mala	36	Mala
214	10	Mala	11	Mala	6	Mala	6	Mala	33	Mala
215	9	Mala	14	Mala	6	Mala	13	Buena	42	Regular
216	11	Regular	12	Mala	11	Regular	9	Regular	43	Regular
217	11	Regular	18	Regular	14	Regular	13	Buena	56	Regular
218	10	Mala	12	Mala	6	Mala	10	Regular	38	Mala
219	9	Mala	12	Mala	9	Mala	13	Buena	43	Regular
220	9	Mala	13	Mala	10	Mala	13	Buena	45	Regular
221	8	Mala	11	Mala	7	Mala	6	Mala	32	Mala
222	7	Mala	16	Regular	10	Mala	7	Mala	40	Mala
223	11	Regular	21	Regular	13	Regular	4	Mala	49	Regular
224	11	Regular	20	Regular	14	Regular	12	Buena	57	Regular
225	11	Regular	20	Regular	9	Mala	7	Mala	47	Regular
226	4	Mala	13	Mala	7	Mala	7	Mala	31	Mala

Anexo 06: Constancia emitida por la institución que acredita la realización del estudio.



**MUNICIPALIDAD
PROVINCIAL
DE TRUJILLO**

**GERENCIA DE DESARROLLO URBANO DE LA MUNICIPALIDAD
PROVINCIAL DE TRUJILLO**

"AÑO DEL DIALOGO Y RECONCILIACION NACIONAL"

Trujillo, 04 de diciembre del 2018

OFICIO N.º 1515-2018-MPT-GDU.

Señor:
ABG. MARGARITA VIOLETA RODRIGUEZ CASTRO
(Área legal de la GDU.)
Presente. –

ASUNTO: AUTORIZACIÓN PARA RECOPIRAR INFORMACIÓN DE LA GERENCIA DE DESARROLLO URBANO

De mi Consideración:

Tengo el agrado de dirigirme a usted para saludarlo cordialmente, y en atención a lo solicitado, se le AUTORIZA realizar la recopilación y análisis de la información necesaria para el desarrollo de su trabajo de investigación titulado: "LA IMAGEN INSTITUCIONAL Y LA SATISFACCION DEL USUARIO DE LA GERENCIA DE DESARROLLO URBANO DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE TRUJILLO, AÑO 2018", en las instalaciones de esta Gerencia.

Esperamos que lo autorizado contribuya a su objetivo y mejoras en beneficio de esta Gerencia.

Atentamente,

MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE TRUJILLO
GERENCIA DE DESARROLLO URBANO
ARQ. ERNESTO VILLANUEVA VALERIANO
CAP. 7618
GERENTE

Archivo.-
EVV/GDU
Sec.

Av. España 742
Jr. Pizarro 412 (Centro histórico)
Municipalidad Provincial de Trujillo
@Muni_Trujillo
www.munitrujillo.gob.pe

Anexo 07:

ARTÍCULO CIENTÍFICO.

La imagen y la satisfacción del usuario de la Gerencia de Desarrollo Urbano de la
Municipalidad Provincial de Trujillo en el año 2018.

Abg. Rodríguez Castro Margarita Violeta.

E-mail: mrodriguez_legal@hotmail.com

Escuela de Posgrado de la Universidad César Vallejo

RESUMEN.

Esta tesis se realizó con el objetivo de determinar la incidencia de la imagen en la satisfacción del usuario de la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, en el año 2018. El tipo de estudio fue no experimental, diseño correlacional. La población estuvo compuesta por 550 usuarios que acudieron a la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, durante un mes, la muestra estuvo conformada por 226 usuarios, para recolectar la información se utilizó dos instrumentos tipo escala Likert, se hizo la prueba de confiabilidad, en donde la variable la imagen fue de 0.808 y satisfacción del usuario fue de 0.851. Para procesar la información se utilizó el software SPSS v.23.

Después de procesar los datos, el resultado obtenido con el coeficiente de Rho de Spearman, fue $r=0,525$ (positiva moderada), indicó correlación directa moderada entre las variables, con un $p=0.000$, menor al 5% de significancia estándar ($P<0,05$); determinándose que se acepta la hipótesis de la investigación: La imagen incide directa y significativamente en la satisfacción del usuario en la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo. En cuanto, a la variable imagen, se ubicó en nivel regular con 53%, seguido de mala con 46%; al igual que satisfacción del usuario en nivel regular con 57.9%, seguido de mala un 40.3%.

PALABRAS CLAVE: Imagen, Satisfacción del Usuario, Calidad de Servicio.

ABSTRACT.

This thesis was carried out with the objective of determining the incidence of the image in the satisfaction of the user of the Urban Development Management of the Provincial Municipality of Trujillo, in 2018. The type of study was non-experimental, correlational design. The population was composed of 550 users who attended the Urban Development Management of the Provincial Municipality of Trujillo, for a month, the sample consisted of 226 users, to collect the information two Likert scale instruments were used, the test was made of reliability, where the variable image was 0.808 and user satisfaction was 0.851. The software SPSS v.23 was used to process the information.

After processing the data, the result obtained with the Spearman's Rho coefficient was $r = 0.525$ (moderate positive), indicated moderate direct correlation between the variables, with $p = 0.000$, less than 5% of standard significance ($P < 0.05$); determining that the research hypothesis is accepted: The image directly and significantly affects user satisfaction in the Urban Development Management of the Provincial Municipality of Trujillo. Regarding the image variable, it was located at a regular level with 53%, followed by poor with 46%; as well as user satisfaction on a regular level with 57.9%, followed by bad 40.3%.

KEYWORDS: Image, User Satisfaction, Quality of Service.

INTRODUCCION.

No es inusual escuchar en los ciudadanos, administrados, usuarios o cualquier otra persona que acude a una entidad pública, un descontento respecto a la atención, al trámite o al resultado final, alegando una serie de causas imputables a la administración pública, que al final generan una insatisfacción en el usuario que acudió por algún servicio.

Siendo que esta realidad problemática de descontento se observa en casi todo el mundo, los gobiernos que lo lideran han venido tratando de mejorar el tema, innovando mejoras e implementando una serie de procesos de gestión, que conlleven a transparentar la actuación de la administración, reducir los plazos de

cada trámite y reducir el requerimiento de documentos innecesarios, todo ello en pos de brindar una atención eficiente, eficaz y satisfactoria al usuario.

En nuestra ciudad de Trujillo, los ciudadanos acuden, entre otras entidades públicas, a la entidad municipal, para tramitar una serie de autorizaciones municipales, solicitar consultas técnicas, presentar denuncias, entre otros trámites; que requieren finalmente la atención oportuna por parte de los funcionarios y servidores públicos de esta entidad edil, quienes se manifestarán mediante el pronunciamiento emitidos por los diferentes órganos que conforman la Municipalidad Provincial de Trujillo entre ellos la Gerencia de Desarrollo Urbano y el resultado final que obtenga el usuario reflejará la imagen que éste se forma de la institución municipal. Sin embargo, se observa que los usuarios que acuden a la Gerencia de Desarrollo Urbano manifiestan no tener una buena imagen de estas sub gerencias, mostrando una insatisfacción. No obstante, se observa que el usuario no conoce las funciones o facultades que ostenta esta gerencia, pues de querer saberlo y en caso pretenda informarse en la página web de esta municipalidad, dicha información a la fecha data del año 2016, redactada de una forma muy técnica y poco entendible, por tanto, esta imagen deficiente de comunicación entre entidad y usuario contribuye a la insatisfacción de este último

Un estudio realizado en España por Peña (2014), sobre satisfacción y calidad percibida por las personas atendidas en los servicios sociales comunitarios del centro municipal, concluyó que, para tener conocimiento de cuan eficaz es el servicio, es necesario que los usuarios expresen cómo se sienten respecto a la administración que se les brinda, para que se puedan tomar las medidas correspondientes de mejoramiento de calidad. En Brasil Pont (2012), investigó sobre la imagen institucional, en donde concluyó que, es la propia entidad quien debe evaluar su atención, desde el punto de vista de sus propios usuarios; esto genera que los servidores públicos estén pendientes de los cambios que los administrados demuestren de acuerdo a su realidad, y de esta manera poder estar actualizados con sus necesidades para brindar un servicio adecuado.

En Perú, Caballero (2016), investigó sobre la calidad de servicio y la relación con la satisfacción del usuario, en donde concluyó que, cuando mejor es la calidad del servicio que se brinda en toda entidad, y en específico de las entidades públicas, más satisfecho está el usuario del servicio que se le ha brindado, esto a su vez permite que la sociedad juzgue a la entidad y al servidor público. Del Águila (2016), investigó: calidad de servicio e imagen corporativa, en donde concluye que, la relación entre la calidad del servicio influirá sobre la imagen pública de la entidad, por lo tanto, es el mismo servidor público quien crea su fama tras la eficiencia de sus acciones y su servicio integral.

Imagen institucional son las acciones que comunica una organización para expresar su propia identidad y establecer una buena reputación pública, y comprende relaciones públicas, investigación, publicidad corporativa, relaciones con los inversionistas, funciones, selección de nuevas agencias, así como estrategias para enfrentar cambios repentinos (Ríos, 2009). La imagen institucional es el concepto mental que un individuo se forma en base al conjunto de cualidades que haya logrado irradiar la empresa (Sánchez y Pintado, 2009). Quien da una de las mejores definiciones que ha sido vertida, en este campo teórico, explica la imagen institucional como una integración en cada mente de los clientes o usuarios de todos los inputs emitidos por una empresa en una relación cotidiana, entendiéndose que la imagen es una globalidad, por las sumas de experiencias que la persona tiene de una institución (Villafañe, 1999).

Por otro lado, Kotler (2012), señala que la satisfacción del usuario es el grado de ánimo del público al momento de comparar si el producto o servicio requerido cumple con sus expectativas, es decir es la sensación de placer o de decepción de los resultados esperados ya sea del producto o servicio brindado. Richard (2009) refiere que la satisfacción, es la respuesta de sociedad del usuario, es decir el cliente evaluara si el producto o servicio brindado, ha saciado sus necesidades.

Esta investigación se sustenta en que a pesar que, los servidores públicos que laboran en la Gerencia de Desarrollo Urbano muestran disponibilidad de cambio para la mejora en la atención, en el trámite, en los procedimientos, etc., sin

embargo, pese a ello, los usuarios una muestra disconformidad en el servicio brindado, alegando que los servidores públicos “No hacen nada”, “Que la atención es mala”, “Que no se respetan los plazos”, etc. Entonces, esto nos hace suponer que los usuarios al imaginar a la Gerencia lo idealizan como una oficina que no trabaja en pos de la ciudadanía, o que no realiza trabajos de gestión a su favor, sin embargo, se ha determinado que esta mala imagen es resultado de una deficiente comunicación de sus logros y actividades, permitiendo que este descontento se difunda entre otros usuarios y se generalice en la población Trujillana. Con esta investigación se desea conocer la imagen de la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, proyectada a los usuarios o administrados que diariamente acuden hasta sus instalaciones a solicitar un servicio o hacer seguimiento de algún trámite. Aunado a ello, también es necesario identificar si el usuario o administrado siente satisfacción luego de ser atendido por personal de la Gerencia de Desarrollo Urbano de la MPT, para luego poder identificar si dicha gerencia está en el camino correcto o puede recomendarse cambios que contribuyan con mejorar la satisfacción del usuario. En base a esta problemática se planteó el siguiente problema ¿De qué manera incide la imagen en la satisfacción del usuario de la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, en el año 2018?

METODO.

La presente investigación es cuantitativa, no experimental, descriptivo correlacional simple. La población objeto de estudio estuvo compuesta por 550 usuarios que acudieron a la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, durante un mes (días hábiles), la muestra fue 226 usuarios que acudieron a la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, durante un mes. La técnica fue la encuesta y los instrumentos fueron los cuestionarios, los mismos que fueron validados por tres expertos y su confiabilidad se hizo con Alpha de Cronbach, siendo 0,808 para imagen y 0,851 para satisfacción del usuario, calificando como nivel bueno, para hacer la contrastación de la hipótesis, se utilizó el coeficiente de correlación Rho de spearman. Se consideró significancia estadística $p < 0,05$.

RESULTADOS.

Los resultados obtenidos, fueron determinados en función a los objetivos e hipótesis planteados en la investigación. Se evidencio que el nivel que prevalece en la imagen de la gerencia de desarrollo urbano fue de nivel regular con 53%, seguido de nivel malo con 46%; lo mismo ocurre con la variable satisfacción del usuario prevalece el nivel regular con 57.9%, seguido de nivel malo con 40.3%. Por otro lado en lo que se refiere a las dimensiones de la imagen el nivel que prevalece es malo en los porcentajes de mayor a menor se ubican: dimensión calidad de servicio 55.8% dimensión organización 56.6% y dimensión precio de servicio 50.9%. De igual forma sobre las dimensiones de satisfacción del usuario el nivel que prevalece es el malo en los porcentajes de mayor a menor se ubican: dimensión calidad técnica 64.6%, dimensión calidad funcional 58.8%, dimensión calidad funcional 53.1% y dimensión expectativas 40.7%.

Se evidencio que la relación entre las variables imagen y satisfacción del usuario en la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2018, es de $r=0,525$ (positiva moderada), esto significa, que existe relación directa altamente significativa entre las dos variables, con un $p\text{-valor}=0.000$ ($p<0,01$); por lo tanto, aceptamos la hipótesis de investigación. Por otro lado, la relación entre la dimensión calidad de servicio y satisfacción del usuario es de $r=0,481$ (positiva moderada), esto indica que existe relación directa altamente significativa con un $p\text{-valor}=0.000$ ($p<0,01$). La relación entre la dimensión organización y satisfacción del usuario es de $r=0,467$ (positiva moderada), esto indica que existe relación directa altamente significativa con un $p\text{-valor}=0.000$ ($p<0,01$). La relación entre la dimensión precio de servicio y satisfacción del usuario es de $r=0,421$ (positiva moderada), esto indica que existe relación directa altamente significativa con un $p\text{-valor}=0.000$ ($p<0,01$). La relación entre la imagen y la dimensión calidad técnica de satisfacción del usuario es de $r=0,410$ (positiva moderada), esto indica que existe relación directa altamente significativa con un $p\text{-valor}=0.000$ ($p<0,01$). La relación entre la imagen y la dimensión calidad funcional de satisfacción del usuario es de $r=0,372$ (positiva baja), esto indica que existe relación directa altamente significativa con un $p\text{-valor}=0.000$ ($p<0,01$). La relación entre la imagen y la dimensión confianza de satisfacción del usuario es de $r=0,405$ (positiva moderada), esto indica que

existe relación directa altamente significativa con un p -valor=0.000 ($p<0,01$). La relación entre la imagen y la dimensión expectativas de satisfacción del usuario es de $r=0,421$ (positiva moderada), esto indica que existe relación directa altamente significativa con un p -valor=0.001 ($p<0,01$).

DISCUSIÓN.

Haciendo un análisis de los resultados, se obtuvo que en la variable imagen prevalece el nivel regular con 53% (120 encuestados), seguido de un 46% (104 encuestados) de nivel malo. A lo que significa que la imagen va de regular a mala de la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 218, por lo tanto, podemos decir que los resultados son el reflejo de las acciones que comunica dicha gerencia para expresar su propia identidad y establecer una buena reputación pública. Al respecto Villafañe (1999), explica que la imagen, es una globalidad, por las sumas de experiencias que la persona tiene de una institución. Es decir, como una integración en cada mente de los clientes o usuarios de todos los inputs emitidos por una empresa en una relación cotidiana; en la misma línea Sánchez y Pintado (2009) refieren que, la imagen es el concepto mental que un individuo se forma en base al conjunto de cualidades que haya logrado irradiar la empresa.

Por otro lado, se evidencio que el nivel que predomino en la variable satisfacción del usuario fue regular con 57.9% (131 encuestados), seguido de 40.3% (91 encuestados). Resultados que demuestran que el usuario no estuvo satisfecho con el servicio recibido; quizá fue porque los usuarios perciben cada atención, como una nueva, de la que se pueden llevar una percepción igual o diferente a la anteriormente realizada, la que propagó a la sociedad, tanto para manifestar su satisfacción o descontento según haya sido atendido; sin embargo, debemos mencionar que existen otros factores para que el usuario este satisfecho con el servicio o producto, como por ejemplo las expectativas del usuario, el acceso limitado a cualquiera de los servicios, la comunicación entre ambas partes. Al respecto Fernández (1999), asegura que para establecer relaciones interpersonales fructíferas y satisfactorias, el comunicador debe cumplir los siguientes requisitos: conocer a sus receptores, estructurar los mensajes en forma clara y sencilla, brindar información necesaria y suficiente, y no olvidar que el principal responsable de que la comunicación se lleve a cabo exitosamente es el emisor, etc. Por otro lado Richard (2009), refiere que “La satisfacción, es la respuesta de saciedad del usuario”, es decir el cliente evaluara si el producto o servicio brindado, ha saciado sus necesidades.

Los resultados obtenidos en la presente investigación comprueban lo planteado en la hipótesis general ya que se evidencia que existe relación directa altamente significativa entre la variable imagen y satisfacción del usuario en la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2018, con coeficiente de correlación de Pearson, de $r=0,525$ (positiva moderada), con un $p=0.000$; menor que el nivel de significancia estándar $\alpha=0,01$. Es decir, la imagen tiene relación directa con la satisfacción del usuario, entonces si se mejora la imagen se puede mejorar la satisfacción del usuario, por lo tanto, la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2018; debe trabajar para que el usuario este más satisfecho con el servicio que brinda y por ende la percepción de la imagen que el usuario tienen mejor. Resultados coinciden con los de Gutiérrez (2017), en la investigación “Imagen corporativa y su relación en la satisfacción del usuario judicial de La Corte Superior de Justicia de la Libertad Trujillo 2017”, con el objetivo de determinar la relación existente entre la imagen corporativa y la satisfacción del usuario judicial de la Corte Superior de Justicia de la Libertad. Concluyo: La existencia de una correlación positiva fuerte entre la variable imagen corporativa y la satisfacción del usuario judicial. Además, la satisfacción del administrado tendrá una fuerte correlación con la Imagen corporativa, ya que, a mayor satisfacción del usuario, es mejor la imagen corporativa creada por la sociedad.

CONCLUSIONES.

- Se determinó que existe una incidencia directa altamente significativa entre la imagen y satisfacción del usuario en la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2018.
- Se determinó que existe una incidencia directa altamente significativa entre la dimensión calidad de servicio y satisfacción del usuario en la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2018.
- Se determinó que existe una incidencia directa altamente significativa entre la dimensión organización y satisfacción del usuario en la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2018.
- Se determinó que existe una incidencia directa altamente significativa entre la dimensión precio del servicio y satisfacción del usuario en la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2018.
- Se determinó que existe una incidencia directa altamente significativa entre la imagen y la dimensión calidad técnica de la satisfacción del usuario en la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2018.

- Se determinó que existe una incidencia directa altamente significativa entre la imagen y la dimensión calidad funcional de la satisfacción del usuario en la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2018.
- Se determinó que existe una incidencia directa altamente significativa entre la imagen y la dimensión confianza de la satisfacción del usuario en la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2018.
- Se determinó que existe una incidencia directa altamente significativa entre la imagen y la dimensión expectativas de la satisfacción del usuario en la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2018.

REFERENCIAS.

- Alegría, C. (1997). *Comunicación Empresarial y manejo de imagen*. En la Revista de la Facultad de Ciencias de la comunicación de la Universidad de Lima. Perú.
- Bonardo, D. (2009). *Los recursos humanos en el ámbito municipal y el desarrollo local*. Revista Pilquen - Sección Ciencias Sociales, núm. 11. Universidad Nacional del Comahue Viedma. Argentina.
- Briançon, M. (2007). *La importancia de la gestión profesional de la imagen corporativa Punto Cero*. Vol. 12, núm. 14. Católica Boliviana San Pablo Cochabamba. Bolivia.
- Caballero. (2016). *Calidad de servicio y la relación con la satisfacción del usuario de La Municipalidad Distrital del Porvenir*. Universidad César Vallejo. Perú.
- Del Águila (2016). *Calidad de servicio e imagen corporativa percibida por los usuarios de La Municipalidad Provincial de Trujillo 2016*. Universidad Privada Cesar Vallejo. Perú.
- Dusek, M. (2005). *Determinación de las percepciones de la usuaria sobre los factores que intervienen en la comunicación con el médico durante la consulta externa de Gineco Obstetricia del Hospital Santa Rosa del Ministerio de Salud*. Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima.
- Fernández, C. (1999). *La Comunicación en las organizaciones*. Editorial Trilla. México.
- Gamboa, P. Y Torres, F. (2010). *Imagen corporativa en instituciones de salud pública y privadas desde el punto de vista de las (os) enfermeras (os) y encargados (as) de selección de personal*. Universidad de Chile. Chile.
- Gutiérrez (2017). *Imagen corporativa y su relación en la satisfacción del usuario judicial de La Corte Superior de Justicia de la Libertad Trujillo 2017*. Universidad Cesar Vallejo. Perú.
- Kotler, P. Y Keller. K (2012): *Dirección de marketing*. 14va edición. México

- Linazasoro, I. (2017). *El derecho a una buena administración pública Cambios de paradigmas en el Derecho Administrativo chileno: de las potestades y privilegios a los derechos de los ciudadanos*. Chile.
- Matova, H., Dzian, M., Triznová, M., Palus H. & Parobek, J. (2015). *Perfil de la imagen corporativa*.
- Mejías, A. Y Manrique, S. (2011). *Dimensiones de la satisfacción de clientes bancarios universitarios: una aproximación mediante el análisis de factores*.
- Oviedo, C. (2002). *Las esferas de la comunicación en las organizaciones, hacia una gerencia de la percepción*. Jaime Campodónico Editor. Perú.
- Pasquel, G.; Báez, V. Y Otros (2016). *Percepción, activos intangibles y stakeholders: modelo para el análisis de imagen corporativa*. Mediterránea de comunicación. Ecuador.
- Peña, E. (2014). *Análisis de la satisfacción y de la calidad percibida por las personas atendidas en los servicios sociales comunitarios del Centro Municipal de Servicios Sociales Delicias del Ayuntamiento de Zaragoza*. Perú.
- Ponce, J. (2001). *Deber de buena administración y derecho al procedimiento administrativo debido: las bases constitucionales del procedimiento administrativo y del ejercicio de la discrecionalidad*. Editorial Lex Nova S.A. Madrid.
- Pont, J. (2012). *Instituciones jurídicas públicas en la amazonia. "imagen " y acción comunicativa*. Nómadas, Universidad Complutense de Madrid. España
- Real Academia Española y Consejo General del Poder Judicial (2016). *Diccionario del español jurídico*. Madrid, España.
- Richard, O. (2009). *Satisfacción: A Behavioral Perspective on the Consumer (Satisfacción: Una perspectiva del comportamiento en el consumo)*.
- Sánchez, J. Y Pintado, T. (2009). *Imagen corporativa. influencia en la gestión empresarial*. 1ra edición. España.
- Scheinsohn, D. (2000). *Más allá de la Imagen Corporativa, como crear valor a través de la Comunicación Estratégica*. Ediciones Macchi. Buenos Aires, Argentina.
- Schlesinger, M. & Alvarado, A. (2009). *Imagen y reputación corporativa, estudio empírico de operadoras de telefonía en España*. Teoría y Praxis. España.
- Villafañe, J. (1999). *La gestión profesional de la Imagen Corporativa*. Pirámide. España.