



**ESCUELA DE POSTGRADO**  
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

## **PROYECTO DE TESIS**

Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en la  
Municipalidad Distrital de Tamburco año 2018.

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:**

Maestra en Gestión Pública

**AUTOR:**

Lic. Adm. Yuditza Borda Giraldo

**ASESOR:**

Dr. Cirilo Huamán Albites.

**SECCIÓN:**

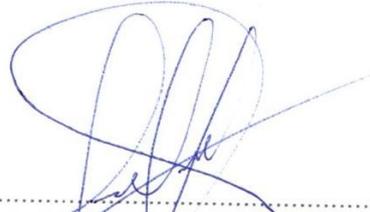
Humanidades

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión Pública

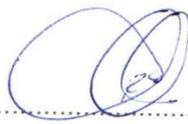
PERÚ – 2018

PÁGINA DE JURADO



---

Dr. Puga Peña Percy Fritz  
President



---

Dr. Cayllahua Ramírez Raúl  
Secretario



---

Dr. Huamán Albites Cirilo  
Vocal

## **DEDICATORIA**

A Dios, quien fue siempre el impulso espiritual para la culminación de este trabajo

A mi madre y hermanos, quienes me apoyaron siempre en forma incondicional.

## **AGRADECIMIENTO**

Mi sincero agradecimiento a la Universidad César Vallejo a la plana docente que trabajaron muy arduamente en nuestra formación y preparación académica, por brindarme la oportunidad de realizarme como profesional y aspirar al grado de Maestra en Gestión Pública.

A mis padres, mis hermanos, en forma especial a mi madre motivo de mi existencia, por comprenderme en todo momento, por muchas horas de trabajo, a todos ellos por contribuir en la realización de mis sueños.

De forma especial a mi asesor Dr. Cirilo Huamán Albites, por su ayuda incondicional y recomendaciones permanentes en esta larga tarea de la investigación para contribuir en el mejoramiento de la calidad educativa en beneficio de la niñez de esta parte de la región Apurímac.

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

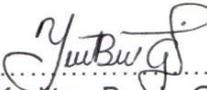
Yo, YUDITZA BORDA GIRALDO, estudiante de la Maestría en Gestión Pública de la Escuela de Posgrado de la Universidad César Vallejo, identificada con DNI. N° 43346865, con la tesis titulada CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCION DE LOS USUARIOS EN LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE TAMBURCO – 2018.

Declaro bajo juramento que:

- 1) La tesis es de mi autoría no comparto con otra persona.
- 2) He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parciaimente.
- 3) La tesis no ha sido auto plagiado; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
- 4) Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), auto plagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.

Abancay, del 2018.

  
.....  
Yuditza Borda Giraldo  
DNI: 43346865

## **PRESENTACIÓN**

Señores miembros del jurado:

Yo, YUDITZA BORDA GIRALDO, presento la tesis titulada “CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCION DE LOS USUARIOS EN LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE TAMBURCO - 2018”, cuyo acto se realiza en cumplimiento y Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo para obtener el Grado Académico de Magíster en Gestión Pública.

Esperando cumplir con los requisitos establecidos.

El autor

## Índice

1 INTRODUCCION .....	1
1.1 Realidad Problemática .....	1
1.2 Trabajos previos. ....	4
1.2.1 Antecedentes Internacionales: .....	4
1.2.2 Antecedentes Nacionales:.....	6
1.3 Teorías Relacionadas al Tema. ....	10
1.3.1 Gestión de Calidad y Mejora Continua en la Administración Pública.....	10
1.3.2 Gobiernos Locales .....	11
1.3.3 Municipalidad Distrital de Tamburco.....	12
1.3.4 Calidad de Servicio .....	16
1.3.5 Calidad en los servicios públicos .....	23
1.3.6 Satisfacción del Cliente .....	24
1.4 Formulación del problema .....	32
1.5 Justificación del estudio .....	32
1.6 Hipótesis.....	33
1.7 Objetivos .....	34
2 METODO.....	34
2.1 Diseño de Investigación .....	34
2.2 Variables, Operacionalización .....	35
2.3 Población y muestra.....	37
2.4 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos, validez y Confiabilidad .....	37
2.5 Métodos de análisis de datos.....	39
2.6 Aspectos éticos.....	39
3 RESULTADOS .....	40
4 DISCUSION.....	57
5 CONCLUSIONES .....	59
6 RECOMENDACIONES .....	61

7 REFERENCIAS .....	62
8 ANEXOS .....	64

### **Índice de Tablas**

Tabla 1 .....	40
Tabla 2 .....	41
Tabla 3 .....	42
Tabla 4 .....	43
Tabla 5 .....	44
Tabla 6 .....	45
Tabla 7 .....	46
Tabla 8 .....	47
Tabla 9 .....	49
Tabla 10 .....	49
Tabla 11 .....	51
Tabla 12 .....	53
Tabla 13 .....	55

### **Índice de Figuras**

FIGURA 1 .....	40
FIGURA 2 .....	41
FIGURA 3 .....	42
FIGURA 4 .....	43
FIGURA 5 .....	44
FIGURA 6 .....	45
FIGURA 7 .....	46
FIGURA 8 .....	47
FIGURA 9 .....	50
FIGURA 10 .....	52
FIGURA 11 .....	54
FIGURA 12 .....	56

## **RESUMEN**

El objetivo principal de esta investigación fue determinar la influencia de la calidad de servicio en la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Tamburco en la provincia de Abancay - 2018. Esta investigación es de enfoque cuantitativo, el tipo de investigación es básica sustantiva, el diseño de investigación es Correlacional causal, de corte transversal no experimental. La población en el presente estudio son los 30 usuarios que asisten a realizar sus trámites a la Municipalidad Distrital de Tamburco siendo la muestra la misma cantidad de elementos que serán objeto de estudio, se utilizó el muestreo no probabilístico por conveniencia debido a que el grupo ya está formado, donde sus edades fluctúan entre 26 y 62 años de género masculino y femenino; a quienes se les aplicó dos instrumentos, un cuestionario para medir la calidad de servicio y otro para medir la satisfacción de los usuarios.

Los resultados obtenidos confirman que la calidad del servicio influye directamente en la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Tamburco, Abancay – 2018.

**PALABRA CLAVE:** Calidad de Servicio y Satisfacción de Usuarios

## **ABSTRACT**

The main objective of this research was to determine the influence of quality of service on the satisfaction of users in the District Municipality of Tamburco in the province of Abancay - 2018. This research is quantitative, the type of research is basic substantive, The research design is causal correlation, of non-experimental cross-section. The population in the present study is the 30 workers of the District Municipality of Tamburco being the sample the same amount of elements that will be object of study, non-probabilistic sampling was used for convenience because the group is already formed, where their ages fluctuate between 26 and 62 years of male and female gender; to whom two instruments were applied, a questionnaire to measure the quality of service and another to measure the satisfaction of users.

The results obtained confirm that the quality of the service directly influences the satisfaction of the users in the District Municipality of Tamburco, Abancay - 2018.

**KEYWORDS;** Quality of Service and User Satisfaction

# 1 INTRODUCCION

## 1.1 Realidad Problemática

La década de los ochenta ha estado marcada en América Latina por fuertes y conflictivos procesos de redemocratización política. En todos ellos la descentralización del Estado ha sido planteada como uno de los objetivos básicos, entendiendo en ello la traslación de competencias y el reconocimiento de la autonomía política a los municipios, la promoción de la participación ciudadana y el desarrollo económico local. Si bien entre los años 1980 y 1990 ha aumentado en América Latina el número de municipios, la relación entre población total y número de municipios todavía es insuficiente y muestra grandes desequilibrios en el interior de los países.

Nuestro país, es un estado soberano y democrático en donde la democracia es ejercida por cada uno de sus ciudadanos libres con derecho y obligaciones para elegir al más adecuado, resulta importante decir que el municipio es el espacio físico, es la jurisdicción en la que vivimos y es el acercamiento más próximo que tenemos los ciudadanos al estado, nuestro municipio es un pequeño gobierno en donde pagamos tributos y los mismos deben ser revertidos en beneficios de diversos servicios públicos que deben brindarnos.

El municipio en el Perú se origina en las comunidades agrarias ayllus, son formas de organización estatal basadas en agrupaciones de familias los cuales se encontraban a cargo de jebes o cabezas de familias dedicados a actividades como la labranza, pastoreo y artesanía. El estado se basó en la relación que existía entre los jefes locales y el monarca, los incas concibieron al Estado como un órgano divisor del trabajo, frente al cual tiene el individuo deberes ineludibles y exactos pero del cual a su vez recibe beneficios y privilegios.

Durante el periodo colonias el municipio establece y desarrolla teniendo como base el modelo Español. Las autoridades eran designadas por el Virrey y en algunos casos por el propio Rey de España, hasta que en el periodo republicano el municipio estaría precedido por el presidente de departamento quien debería ser elegido por voto popular.

Hasta que con la Constitución de 1993 se va introduciendo la autonomía política a las ya existentes administrativas y económicas. Entre otros puntos, establece un periodo de cinco años para el cargo de alcaldes y regidores. Se regulan además, la competencia de las municipalidades, sobre sus bienes y rentas, la posibilidad de concertar convenios cooperativos con otros municipios y una disposición sobre el régimen especial de determinadas Municipalidades. La Ley Orgánica de Municipalidades vigente Ley 27972 fue dada bajo el amparo de la Constitución de 1993, y se constituyó en una ley necesaria habida cuenta que había que adecuarla a lo dispuesto en la actual carta magna.

En los últimos años y como parte del proceso de globalización, los clientes son más críticos con la calidad de los servicios recibidos, lo cual demuestra el carácter dinámico de los mercados y la necesidad de las organizaciones de afrontar estos retos para hacerse paso en un mundo cada vez más competitivo.

Las empresas de servicios en la actualidad experimentaron un importante crecimiento, basado en las exigencias y demandas del mercado donde se desenvuelven; las necesidades y expectativas que se tienen sobre ellas son cambiantes y evolucionan día a día, es por ello que se hace necesaria la evaluación de la satisfacción de los clientes y su relación con la calidad de servicio, a fin de conocer las necesidades de los mismos.

Así mismo las organizaciones necesitan de las personas para poder existir, las personas también necesitan de ellas recíprocamente. Los individuos, y más aún los de la actualidad, pasan la mayor parte de su día en las organizaciones para las cuales trabajan, las personas que brindan un servicio público, necesita una visión en la que pueda creer y

confiar, una política de logros permanentes donde experimente el desafío de dar diariamente lo mejor de sí a los usuarios.

Todos en algún momento hemos acudido a una entidad pública a realizar un trámite, sin embargo la atención a los ciudadanos supone de ciertos parámetros básicos como un trato amable, un local debidamente acondicionado para la atención, una información clara sobre los procesos, entre otros, pero que es lo que recibimos lentitud en los tramites, falta de conocimiento por parte del personal que nos atiende, falta de interés y amabilidad colas lentas y largas, falta de quipos y materiales, mal estado de las instalaciones.

Los gobiernos locales se enfrentan diariamente a una dinámica compleja y cambiante en su entorno sociopolítico y económico, donde se alternan demandas y situaciones de la ciudadanía en diferentes ámbitos de actuación. Desde los asuntos de las ayudas directas a la población de menos recursos, pasando por los problemas de la recaudación e incluyendo el manejo de fenómenos urbanos como el crecimiento de las actividades económicas de los centros poblados, se requiere manejar información para tomar decisiones sobre políticas públicas, programas y regulaciones. Es así como el gobierno local y, específicamente sus líderes representados en alcaldes y equipos de gestión, requieren la solvencia en el tratamiento de esos procesos para lo cual una adecuada base de información es indispensable.

La Municipalidad Distrital de Tamburco cuenta con una serie de problemas en cuanto a la calidad de atención de los usuarios, lo lamentable es el desinterés de sus autoridades y trabajadores por querer cambiar este panorama, poco o nada hacen por mejorar y brindar una adecuada atención a los usuarios de su jurisdicción, mostrando una imagen poco atractiva y creando una experiencia desagradable en los ciudadanos que solo quieren resolver temas cotidianos y que no tiene otro lugar al cual recurrir.

La situación es preocupante, porque tenemos usuarios insatisfechos con el servicio prestado, porque no se brinda la calidad de servicio al usuario y mucho menos los trabajadores tienen conocimiento de la atención al público (el trato y la amabilidad) que tienen que brindar a cada usuario que viene a resolver o solicitar su demanda a la Municipalidad, lo cual es muy importante y primordial para hablar de calidad de servicio. Se observó a los ciudadanos salir de la municipalidad, quejándose de la demora, el trato, que no fueron atendidos sus demandas y consideran que el servicio que se brinda es pésimo en la municipalidad, manifiestan que hay muchos trámites burocráticos de sus documentos la cual no contribuye a la rápida atención de las demandas de los usuarios y también a lograr satisfacer las expectativas o demandas de los usuarios.

## **1.2 Trabajos previos.**

### **1.2.1 Antecedentes Internacionales:**

**Reyes (2014)** en su tesis titulada “Calidad del servicio para aumentar la satisfacción del cliente de la asociación share, sede Huehuetenango”, Verificar si la calidad del servicio aumenta la satisfacción del cliente en asociación SHARE, se Huehuetenango. Se concluyó que si evidente que la satisfacción de la calidad del servicio es aceptable en los aspectos de: Instalaciones 79%, limpieza general 75%, capacitación del personal 68%, e información adecuada 60%., mientras que hay insatisfacción en parqueo con el 77%. Como resultado de la capacitación de calidad del servicio aplicada, la satisfacción del cliente fue calificada como muy satisfactoria específicamente en información con el 63%, parqueo con 68%, instalaciones con 78%, la limpieza general fue calificada como satisfactoria con 71%, y capacitación del personal con 59%, ciertos aspectos disminuyeron ya que no fueron los mismos sujetos

encuestados después del experimento, para verificar con mayor certeza la aplicación del mismo.

De acuerdo con los resultados se comprueba la hipótesis operativa, la cual afirma que: La calidad del servicio sí aumenta la satisfacción del cliente en asociación SHARE, sede Huehuetenango, lo cual ayuda al crecimiento integral de la misma, ya que genera que el colaborador esté atento y brinde un servicio excepcional para que el cliente quede satisfecho.

**Orozco (2017)**, en su tesis titulada “Satisfacción de los usuarios sobre la calidad de atención recibida en consulta externa, hospital militar escuela Dr. Alejandro Dávila Bolaños. Managua, Nicaragua. Febrero 2017”.

El objetivo de este trabajo de investigación fue Evaluar el grado de satisfacción de los usuarios sobre la calidad que brinda el servicio de consulta externa en el área de Medicina General Hospital Militar Dr. Alejandro Dávila Bolaños Managua Nicaragua, febrero 2017.

Se realizaron 364 encuestas, de las cuales, se observó que hubo un equilibrio en las cuatro categorías de edades una población activa laboralmente y llegando a la adultez, el 57% fueron mujeres, el 69.4% son bachilleres y universitarias, y el 93% procedentes del área urbana. Las brechas por dimensión fueron las siguientes: Bienes Tangibles: 0.08, Confiabilidad:-0.32, Responsabilidad:-0.35. Seguridad:-0.23, Empatía:-0.32

Llegando a la conclusión que Al clasificar la calidad del servicio, la dimensión con la brecha más alejada de cero fue la confiabilidad y las más cercana de cero fueron los bienes tangibles; el resultado del índice de calidad del servicio (ICS) se interpreta como que el servicio brindado por consulta externa de Medicina general, según las percepciones y expectativas, cumplen moderadamente con el estándar de calidad

### 1.2.2 Antecedentes Nacionales:

**Caballero** (2016) en su tesis titulada “Calidad del Servicio y la Satisfacción del Usuario de la Municipalidad Distrital de El Porvenir, Trujillo año 2016.”.

El objetivo de este trabajo de investigación fue describir la calidad del servicio de la Municipalidad Distrital de El Porvenir, Trujillo año 2016 y Medir la satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital de El Porvenir, Trujillo año 2016.

El concluye: lo referente a la calidad del servicio tomando en cuenta a sus cinco dimensiones se llegó a describir lo siguiente, que son cuatro las dimensiones las cuales según la Escala de Likert demuestran estar en desacuerdo por parte de los usuarios, siendo Fiabilidad, Capacidad de Respuesta, Seguridad y Empatía, con el 55.06%, 59.22%, 56.88% y 57.14. Elemento tangible es la única dimensión con la cual los usuarios se encuentran de acuerdo, con el 55.88%, respectivamente. En cuanto al nivel de la calidad del servicio esta se encuentra en un nivel bajo de aceptación por parte de los usuarios, con una media de 2.42 y una desviación estándar de 0.55. En tanto a las dimensiones, Elementos Tangibles presenta un nivel medio, con una media de 2.58 y una desviación estándar de 0.54. Fiabilidad, Capacidad de Respuesta, Seguridad y Empatía, con (2.44 y 0.55), (2.30 y 0.59), (2.40 y 0.55) y (2.37 y 0.54), de media y desviación estándar respectivamente.

Con respecto a la satisfacción del usuario de la Municipalidad del Distrito de El Porvenir, los resultados indican que, el 50.03% demuestra estar insatisfecho en ello; así mismo, el 41.87% indica estar satisfecho con la calidad del servicio brindada por la municipalidad. En tanto el nivel de la satisfacción del usuario se encuentra en un nivel bajo, con una media de 2.38 y una desviación estándar de 0.62. De acuerdo a las dimensiones, Elementos Tangibles se ubica en un nivel medio, con una media 2.55 y una desviación estándar de 0.56. Fiabilidad, Capacidad de Respuesta,

Seguridad y Empatía, están en un nivel bajo con, (2.37 y 0.63), (2.27 y 0.65), (2.35 y 0.61) y (2.34 y 0.66) de media y desviación estándar respectivamente.

**Allcahuamán** (2015), en su tesis titulada “Calidad de Servicio y Satisfacción de los Usuarios de la Municipalidad Distrital De Pacucha, Andahuaylas 2015”.

Cuyo objetivo fue: Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Distrital de Pacucha, 2015.

Llegando la conclusión, que el valor “sig.” es de 0.000, que es menor a 0.05 el nivel de significancia, entonces se acepta la hipótesis alterna (H1), por lo tanto, se puede afirmar, que existe relación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios, y lo mismo, luego de someterse al coeficiente de Spearman nos permite observar una correlación 0.591, lo que significa que **existe una correlación positiva moderada entre las variables de calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Pacucha, 2015**, lo que indica, cuanto mayor sea la calidad de servicio ofrecida a los usuarios, será mejor la satisfacción de los mismos, por otro lado a una mala calidad de servicio ofrecida será menor la satisfacción de los usuarios.

Se **Allcahuamán** (2015), en su tesis titulada “Calidad de Servicio y Satisfacción de los Usuarios de la Municipalidad Distrital De Pacucha, Andahuaylas 2015”.

Cuyo objetivo fue: Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Distrital de Pacucha, 2015.

Llegando la conclusión, que el valor “sig.” es de 0.000, que es menor a 0.05 el nivel de significancia, entonces se acepta la hipótesis alterna (H1), por lo tanto, se puede afirmar, que existe relación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción de los

usuarios, y lo mismo, luego de someterse al coeficiente de Spearman nos permite observar una correlación 0.591, lo que significa que **existe una correlación positiva moderada entre las variables de calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Pacucha, 2015**, lo que indica, cuanto mayor sea la calidad de servicio ofrecida a los usuarios, será mejor la satisfacción de los mismos, por otro lado a una mala calidad de servicio ofrecida será menor la satisfacción de los usuarios.

Concluyó que Como se aprecia en la tabla N° 6, el valor “sig.” es de 0.000, que es menor a 0.05 el nivel de significancia, entonces se acepta la hipótesis alterna (H1), por lo tanto, se puede afirmar, que existe relación significativa entre la capacidad de respuesta de los trabajadores y la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Pacucha, 2015. Depende mucho de la respuesta a los requerimientos de los usuarios para que la satisfacción sea lo deseado o mejor. En cuanto a la correlación de acuerdo al coeficiente de Spearman arrojó un valor de 0.497, lo que indica que existe una correlación positiva moderada, entre capacidad de respuesta trabajadores y la satisfacción de los usuarios.

La capacidad de respuesta de parte del trabajador tiene que ser de forma idónea, rápida, ágil, eficaz y oportuna, para ello la municipalidad debe contar con materiales suficientes para el buen desempeño del trabajador, por lo cual, Riveros plantea lo siguiente: “Para lograr una mayor calidad las empresas deben mejorar su software, hardware y el talento humano.

Como se aprecia en la tabla N° 7, el valor “sig.” es de 0.000, que es menor a 0.05 el nivel de significancia, entonces se acepta la hipótesis alterna (H1), por lo tanto, se puede afirmar, que existe relación significativa relación entre la cortesía y la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Pacucha, 2015. En cuanto a la correlación de acuerdo al coeficiente de Spearman arrojó un valor

de 0.462, lo que indica que existe una correlación positiva moderada, entre cortesía y la satisfacción de los usuarios.

Según (Sandoval, 2006) plantea 10 dimensiones entre la cual está considerado la cortesía que significa el trato amable, amistoso, respetuoso y solidario hacia a los clientes o usuarios. La cortesía genera confianza en el servicio brindado y a su vez contribuye a la mejor satisfacción de los usuarios.

Como se aprecia en la tabla N° 8, el valor “sig.” es de 0.000, que es menor a 0.05 el nivel de significancia, entonces se acepta la hipótesis alterna (H1), por lo tanto, se puede afirmar, que existe relación significativa entre las competencias personales y la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Pacucha, 2015. En cuanto a la correlación de acuerdo al coeficiente de Spearman arrojó un valor de 0.566, lo que indica que existe una correlación positiva moderada, entre las competencias personales y la satisfacción de los usuarios.

La competencia personal de los trabajadores, tiene que ver con la idoneidad, las destrezas y habilidades, actitud frente al usuario, liderazgo, adaptación de cambios y entre otras que son muy importantes para la satisfacción de los usuarios, como plantea (Sandoval, 2006), las competencias personales, es decir, habilidades y conocimientos de los trabajadores ayudan a ofrecer mayor calidad de servicio, además entre ellas también la accesibilidad, que refiere a la facilidad de contacto y acercamiento a los usuarios.

### **1.3 Teorías Relacionadas al Tema.**

#### **1.3.1 Gestión de Calidad y Mejora Continua en la Administración Pública**

El mejoramiento continuo es un principio básico de la Gestión de calidad en las Organizaciones, empresas y entidades públicas, donde la mejora continua debería ser un objetivo estratégico permanente a fin de incrementar la ventaja competitiva a través de la mejora de la calidad de los servicios públicos, programas estratégicos, proyectos y obras públicas, en el mismo sentido, considerando que los mejores niveles de calidad, se encontraban en los más bajos costos y los menores tiempos de entrega de los servicios y productos, éstos conceptos están dejando de ser ventajas competitivas en el presente, para pasar a ser necesidades básicas y agregar a ellos otros paradigmas con más alto nivel, diversas técnicas o métodos de mejora de calidad, tales como: Ingeniería de procesos, Gestión de Calidad Total, Gestión de Procesos, Administración Total de la Mejora Continua, el método Tompkins de Mejora Continua, Seis Sigma, Teoría de las Restricciones y Desarrollo Organizacional entre otros, se están imponiendo en la actualidad.

En general se puede definir la Gestión de la Calidad como un proceso de la gestión oportuno y adecuado de valor agregado, que promueve y ejecuta las políticas de calidad en forma permanente con el objeto de orientar sus actividades y procesos hacia niveles expectantes y elevados, para obtener y mantener el nivel de calidad del producto o el servicio público, de acuerdo con las necesidades y exigencias del público usuario o "Cliente" significa Mejorar los estándares; llámense niveles de calidad, costos, productividad, tiempos de espera, significa establecer estándares más altos. Una vez hecho esto, el trabajo de supervisión por la Gerencia consiste en procurar que se observen los nuevos estándares. El mejoramiento continuo, sólo se logra cuando la gente trabaja para estándares más altos. Con la introducción de los nuevos paradigmas, el concepto "cliente" va más allá del consumidor corriente, que tradicionalmente

identificamos como el que compra o paga por un producto o servicio. Dentro de esa perspectiva el cliente es la razón de ser de la existencia de la entidad y es fundamental su fidelización hacia los servicios públicos.

Esta misma filosofía puede aplicarse al concepto “proveedor”. Ahora identificado como la Entidad pública, por lo tanto, podemos hablar de una relación “cliente-proveedor”, donde cada receptor tiene necesidades y expectativas, debiendo satisfacer derechos y obligaciones. En cambio la mejora de calidad significa parte de la gestión de la calidad orientada a aumentar la capacidad de cumplir con los requisitos de la calidad, eficiencia y efectividad a través de políticas de calidad que son los lineamientos o intencionalidades de la organización para elevar continuamente la calidad de los servicios públicos y son expresadas formalmente por la alta dirección o gerencia. Ríos, A. (Setiembre 2009). Gestión de Calidad y Mejora Continua en la Administración Pública. Actualidad Gubernamental. V I. (11).p.2.

### **1.3.2 Gobiernos Locales**

Los gobiernos locales son entidades, básicas de la organización territorial del Estado y canales inmediatos de participación vecinal en los asuntos públicos, que institucionalizan y gestionan con autonomía los intereses propios de las correspondientes colectividades; siendo elementos esenciales del gobierno local, el territorio, la población y la organización. Las municipalidades provinciales y distritales son los órganos de gobierno promotores del desarrollo local, con personería jurídica de derecho público y plena capacidad para el cumplimiento de sus fines. Ley N° 27972. Diario Oficial el Peruano, Perú, 18 de Enero del 2018.

#### **1.3.2.1 Autonomía**

Los gobiernos locales gozan de autonomía política, económica y administrativa en los asuntos de su competencia. La autonomía que

la Constitución Política del Perú establece para las municipalidades radica en la facultad de ejercer actos de gobierno, administrativos y de administración, con sujeción al ordenamiento jurídico. Ley N° 27972. Diario Oficial el Peruano, Perú, 18 de Enero del 2018.

#### **1.3.2.2 Origen**

Las municipalidades provinciales y distritales se originan en la respectiva demarcación territorial que aprueba el Congreso de la República, a propuesta del Poder Ejecutivo. Sus principales autoridades emanan de la voluntad popular conforme a la Ley Electoral correspondiente. Las municipalidades de centros poblados son creadas por ordenanza municipal provincial. Ley N° 27972. Diario Oficial el Peruano, Perú, 18 de Enero del 2018.

#### **1.3.2.3 Finalidad**

Los gobiernos locales representan al vecindario, promueven la adecuada prestación de los servicios públicos locales y el desarrollo integral, sostenible y armónico de su circunscripción. Ley N° 27972. Diario Oficial el Peruano, Perú, 18 de Enero del 2018.

#### **1.3.2.4 Administración Municipal**

La administración municipal está integrada por los funcionarios y servidores públicos, empleados y obreros, que prestan servicios para la municipalidad. Corresponde a cada municipalidad organizar la administración de acuerdo con sus necesidades y presupuesto. Ley N° 27972. Diario Oficial el Peruano, Perú, 18 de Enero del 2018.

#### **1.3.3 Municipalidad Distrital de Tamburco**

El Consejo Municipal es el máximo órgano del gobierno de la Municipalidad de Tamburco, compuesto por el Alcalde, y 5 Regidores, quienes ejercen funciones normativas, administrativas y fiscalizadoras. Es la encargada de formular el Plan de Desarrollo Distrital, aprobar y modificar ordenanzas, edictos y acuerdos

municipales de su competencia. Municipalidad Distrital de Tamburco, MDT. Municipalidad de Tamburco. Recuperado de <http://www.munitamburco.gob.pe/>

### **Alcalde Municipal**

Néstor Raúl Peña Sánchez

### **Regidores:**

1. Prof. Wilber Casiano Vidal Rodas.
2. Prof. Luis Alberto Hermoza Meléndez.
3. Prof. Wilber Silva Campos.
4. Srta. Lizbeth Rosario Huamanñahui Ticona.
5. CPC. Oscar Villafuerte Pedraza.

#### **1.3.3.1 Historia**

El Distrito de Tamburco es uno de los nueve distritos de la Provincia de Abancay ubicada en el departamento de Apurímac, bajo la administración del Gobierno regional de Apurímac, en el sur del Perú.

Desde el punto de vista jerárquico de la Iglesia Católica forma parte de la Diócesis de Abancay la cual, a su vez, pertenece a la Arquidiócesis de Cusco.

El distrito fue creado mediante Ley del 31 de diciembre de 1941, en el Primer gobierno de Manuel Prado Ugarteche.

Su nombre deriva de las voces quechuas Tambo (descanso) y Orcco (cerro); siendo así semánticamente Cerro de Descanso, en efecto en la etapa colonial del Perú, Tamburco era un centro de descanso y abastecimiento.

Está ubicado en los 13°37'05" latitud sur y 72°52'18" latitud oeste, a 2,581 msnm con una superficie de 54.6 km<sup>2</sup> y una población de 6603 habitantes, estimada al 2005.

Su capital es la localidad de Tamburco.

Es célebre porque en este pueblo nació la heroína Micaela Bastidas, esposa de Túpac Amaru II, quienes alzaron la rebelión contra la colonia española. Municipalidad Distrital de Tamburco, MDT. Municipalidad de Tamburco. Recuperado de <http://www.munitamburco.gob.pe/>

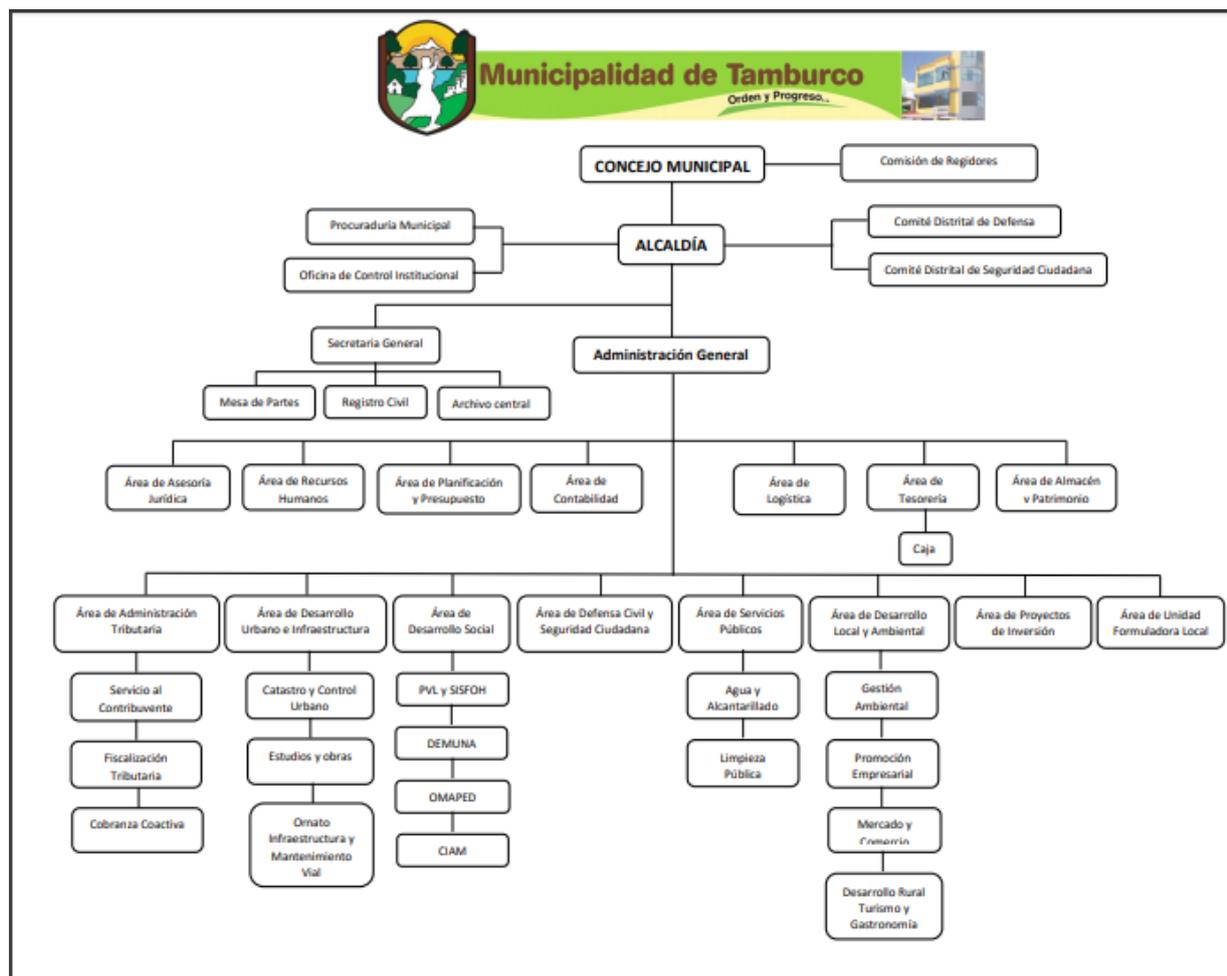
### **Nuestra Misión**

Promover el desarrollo integral del Distrito, de manera sostenida y sostenible, en el marco de la modernización del estado.

### **Nuestra Visión**

Tamburco al 2030, distrito modelo, integrado con bienestar social, biodiverso y sostenible.

### 1.3.3.2 Organigrama de la Municipalidad Distrital de Tamburco



Municipalidad Distrital de Tamburco, MDT. Municipalidad de Tamburco. Recuperado de <http://www.munitamburco.gob.pe/>

### 1.3.3.3 Geografía

La Municipalidad Distrital de Tamburco está ubicada en la provincia de Abancay, el departamento de Apurímac, contando con una altitud de 2 619 m.s.n.m. y una extensión territorial de 54,60 km<sup>2</sup> (INEI, 2013). Al año 2016, se proyecta una población de 9 628 habitantes según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI).  
Municipalidad Distrital de Tamburco, MDT. Municipalidad de Tamburco. Recuperado de <http://www.munitamburco.gob.pe>

#### **1.3.3.4 Sectores que Conforman el Distrito De Tamburco:**

- Maucacalle
- Mosocpampa
- Kerapata
- Ccanabamba
- Bancapata
- Colcaque
- San Antonio
- Soccoshuaycco
- Antabamba Baja
- Antabamba Alta
- Sahuanay
- San Jorge de Chillihua
- Ccocha y Pumararra

#### **1.3.4 Calidad de Servicio**

El concepto de calidad del servicio la calidad de un bien o servicio está constituida por todos los atributos o propiedades que lo conforman y que le otorgan valor. La calidad de los productos puede ser fácilmente medible pero no así la calidad de los servicios debido a sus características de intangibilidad, inseparabilidad, heterogeneidad y caducidad (Kotler, 1997; Parasuraman et al., 1985; Lovelock, 1983; Grönroos, 1978, 1984).

Kotler (1997, p. 656) lo enuncia como “cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra; son esencialmente intangibles y no dan lugar a la propiedad de ninguna cosa. Su producción puede estar vinculada o no con un producto físico”.

En términos generales, un servicio puede ser entendido como todo aquello que es necesario realizar para generar satisfacción de un consumidor.

De otra parte, la literatura académica menciona que existe una calidad objetiva y una calidad subjetiva. Para Vásquez et al. (1996), la calidad

objetiva es una visión interna de la calidad con un enfoque neto en la producción y que busca eficiencia; y la calidad subjetiva es una visión externa conseguida con la determinación y cumplimiento de las necesidades, deseos y expectativas de los clientes.

La calidad dentro de los servicios está supeditada a la calidad percibida, que es subjetiva, y que se entiende como “el juicio del consumidor sobre la excelencia y superioridad de un producto” (Zeithaml, 1988, p. 3); aplicada al servicio sería “un juicio global, o actitud, relacionada con la superioridad del servicio” (Parasuraman et al., 1988, p. 16). Grönroos (1994, p. 37) agrega que la propia intangibilidad de los servicios hace que éstos sean percibidos de manera subjetiva. Parasuraman et al. (1985) anota que las percepciones son la medida que más se ajusta al análisis, toda vez que no existen medidas objetivas. en síntesis, la calidad percibida de los servicios se considera la mejor manera de conceptualizar y evaluar la calidad del servicio.

La calidad del servicio, como bien describen Lehtinen & Lehtinen (1982) se produce en la interacción entre un cliente y los elementos de la organización prestadora del servicio.

Argumentan varios autores (Rathmell, 1966; Crosby, 1979; Garvin, 1983; Parasuraman et al., 1985, 1988; Brown and Swart, 1989; Carman, 1990) que la calidad en los servicios es un término fugaz (elusivo) y abstracto, difícil de definir y medir. Al respecto Zeithaml (1981) agrega: “A consecuencia de la intangibilidad, la empresa podría encontrar difícil comprender cómo los consumidores perciben y evalúan sus servicios y la calidad en la prestación de esos servicios”. Dentro de los círculos académicos la calidad del servicio se ha definido como:

- El ajuste del servicio entregado a los consumidores con sus expectativas. es una medida de qué tan bien el nivel del servicio entregado encaja con las expectativas del consumidor (Lewis y Booms, 1983).

- Depende de la comparación del servicio esperado con el servicio percibido (Grönroos, 1994). Agrega que la calidad percibida es el resultado de la sumatoria de la calidad técnica, dimensión del “qué” o del resultado, lo que el consumidor recibe; y de la calidad funcional, dimensión del “cómo” relacionada con el proceso como el consumidor recibe el servicio. a su vez, la imagen de la empresa afecta las expectativas que el cliente genera sobre lo que espera del servicio (Grönroos, 1988, 1994).
- Los juicios de satisfacción son el resultado de la diferencia percibida por el consumidor entre sus expectativas y la percepción del resultado (Rust y Oliver, 1994).
- Resultado de la comparación que el consumidor establece entre el servicio esperado con el servicio percibido (Parasuraman et al., 1985, p. 47). Apoyados en esta forma de emitir un juicio global sobre la calidad del servicio –diferencia entra la calidad esperada con la calidad percibida– Parasuraman et al. (1985) y Grönroos (1984) postulan el paradigma de la des confirmación.
- Buscando medir la calidad del servicio se han establecido dimensiones que según (bou, 1997, p. 251) son elementos de comparación que utilizan los sujetos para evaluar los diferentes objetos. Con base en dichas dimensiones, que son abstracciones, el usuario emite un juicio global sobre la calidad, en últimas lo que se busca con ellas es hacer el constructo más entendible, menos elusivo y más fácil de identificar, gestionar y conseguir. De por sí, se postula desde la literatura del marketing que la calidad del servicio es un constructo multidimensional.

#### **1.3.4.1 Escalas de Medición de la calidad del servicio**

Las escalas servQual y servperf son herramientas diseñadas para la medición de la calidad del servicio (cronin y taylor, 1994, p. 126) .dentro de los ámbitos académicos son las más usadas para tal fin.

#### **1.3.4.1.1 Servqual**

Es una escala de ítems múltiples que sirve para medir las percepciones del cliente con respecto a la calidad del servicio (Parasuraman et al., 1985; 1988; 1991). El instrumento se compone de 22 frases que miden las expectativas del cliente y 22 frases similares que miden las percepciones del cliente y la calidad del servicio se establece mediante la diferencia de las puntuaciones que el cliente asignó a las expectativas y a las percepciones.

Las expectativas se definen como los deseos de los consumidores (Parasuraman et al., 1988) o lo que ellos esperan de lo que sería un servicio ideal. Las percepciones de la calidad del servicio reflejan las apreciaciones del consumidor en un momento específico del tiempo (Cronin y Taylor, 1994); son las creencias que tienen los consumidores sobre el servicio recibido; son las maneras como los clientes captan los servicios a través de los momentos de verdad. A su vez, los momentos de verdad son generados por todo empleado o sistema que entra en contacto con el cliente (Albrecht, 1992).

Su trabajo surge como una preocupación por la incipiente definición e investigación en la calidad de los servicios. A través de una investigación exploratoria en cuatro negocios de servicios (actividad bancaria detallista; tarjetas de crédito; agenciamiento de títulos valores y reparación y mantenimiento) buscan subsanar dicha situación; en especial, desarrollar un modelo conceptual de calidad del servicio (Parasuraman et al., 1985, p. 43) conocido como modelo de las discrepancias o gaps. En su desarrollo se aplicaron entrevistas a grupos de enfoque integrados por consumidores y entrevistas a profundidad a ejecutivos de las empresas seleccionadas.

#### **1.3.4.1.2 Servperf**

El trabajo de cronin y taylor (1992) tiene como antecedente al servqual, del que ellos plantean que es inadecuado: "... el rendimiento menos las expectativas es una base inadecuada para su uso en la medición del servicio" (cronin y taylor, 1994, p. 125); entre otros aspectos, se menciona que la literatura sobre marketing apoya la superioridad de basar las

medidas de la calidad del servicio sólo sobre el desempeño (p. 56). así, el instrumento se plantea como una alternativa al servqual. Los datos de la investigación fueron reunidos mediante entrevistas personales, 660 cuestionarios aplicados a consumidores de cuatro empresas pertenecientes a la banca; control de plagas; limpieza en seco y comida rápida (dos empresas por cada sector). El servperf utiliza los 22 ítems de la escala original servqual valorando sólo la puntuación de las percepciones para medir la percepción sobre la calidad del servicio. es decir, que la percepción es el único factor determinante para la evaluación de la calidad de cualquier servicio.

#### **1.3.4.2 Características de los servicios**

Estos elementos descansan en las características fundamentales de los servicios: la intangibilidad, la no diferenciación entre producción y entrega, y la inseparabilidad de la producción y el consumo (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1985). De las características diferenciadoras entre los productos tangibles y los servicios cabe destacar el hecho de ser causantes de las diferencias en la determinación de la calidad del servicio. Así, no se pueden evaluar del mismo modo servicios y productos tangibles. A continuación se presentan estas características de una manera más detallada.

##### **La intangibilidad**

La mayoría de los servicios son intangibles (Lovelock, 1983). No son objetos, más bien son resultados. Esto significa que muchos servicios no pueden ser verificados por el consumidor antes de su compra para asegurarse de su calidad, ni tampoco se pueden dar las especificaciones uniformes de calidad propias de los bienes. Por tanto, debido a su carácter intangible, una empresa de servicios suele tener dificultades para comprender cómo perciben sus clientes la calidad de los servicios que presta (Zeithaml, 1981).

### **La heterogeneidad**

Los servicios –especialmente los de alto contenido de trabajo– son heterogéneos en el sentido de que los resultados de su prestación pueden ser muy variables de productor a productor, de cliente a cliente, de día a día. Por tanto, es difícil asegurar una calidad uniforme, porque lo que la empresa cree prestar puede ser muy diferente de lo que el cliente percibe que recibe de ella.

### **La inseparabilidad**

En muchos servicios, la producción y el consumo son indisociables (Grönroos, 1978). En servicios intensivos en capital humano, a menudo tiene lugar una interacción entre el cliente y la persona de contacto de la empresa de servicios. Esto afecta considerablemente la calidad y su evaluación. Según Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985), estas características de los servicios implican cuatro consecuencias importantes en el estudio de la calidad del servicio:

- La calidad de los servicios es más difícil de evaluar que la de los bienes.
- La propia naturaleza de los servicios conduce a una mayor variabilidad de su calidad y, consecuentemente, a un riesgo percibido del cliente más alto que en el caso de la mayoría de bienes.
- La valoración (por parte del cliente) de la calidad del servicio tiene lugar mediante una comparación entre expectativas y resultados.
- Las evaluaciones de la calidad hacen referencia tanto a los resultados como a los procesos de prestación de los servicios.

#### **1.3.4.3 Proceso del servicio**

Una tendencia en el estudio del proceso de servicio es lo que Albretch (1992) llama los ciclos de servicio, fundamentados en los momentos de verdad. Este planteamiento se enfoca más como una ayuda para el productor, en este caso, el prestador de servicios. El concepto de ciclo de

servicio ayuda a los miembros de las organizaciones a ofrecer asistencia a los clientes, permitiéndoles organizar las imágenes mentales de lo que ocurre. Como se observa en el gráfico 1, la construcción básica del servicio ya no solo es tarea del empleado, sino que ahora se convierte en lo que Albretch llama “un momento de verdad” (representado por los puntos en el gráfico), controlado por cada empleado y/o sistema que tenga contacto con el cliente. Un momento de verdad es cualquier situación en la que el cliente se pone en contacto con algún aspecto de la organización y obtiene una impresión sobre la calidad de su servicio (definida por Grönroos como elementos del process of service delivery, PSD)

El empleado ya no presta un servicio, sino que es parte del mismo. La calidad ya no es una ejecución satisfactoria de la tarea asignada, sino que ahora se define como el resultado de los momentos de verdad que el consumidor y/o cliente ha experimentado. El conocimiento del ciclo del servicio y sus momentos de verdad ayudan al personal de servicio a conocer el punto de vista del cliente y a considerar a los clientes como los clientes los consideran a ellos. Este proceso podría hacer parte del modelo establecido por Grönroos.

#### **1.3.4.4 Dimensiones de Calidad De Servicio**

Parasuraman, Zeithaml y Berry, (1988) realizaron estudios estadísticos, encontrando correlaciones entre las dimensiones iniciales, que a su vez permitieron reducirlas a cinco, (p.26)

*“Estos son dimensiones básicas, intuitivas, de la excelencia en el servicio. Por eso sugiero que estas categorías son universales. Entre una región y otra pueden variar los detalles específicos y la importancia dada a un determinado elemento. Pero los núcleos se mantienen estables”*

1. **Confianza o empatía:** Muestra de interés y nivel de atención individualizada que ofrecen las empresas a sus clientes (agrupa los anteriores criterios de accesibilidad, comunicación y comprensión del usuario).

2. **Fiabilidad: Habilidad** para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa.
3. **Responsabilidad:** Seguridad, conocimiento y atención de los empleados y su habilidad para inspirar credibilidad y confianza (agrupa las anteriores dimensiones de profesionalidad, cortesía, credibilidad y seguridad).
4. **Capacidad de respuesta:** Disposición para ayudar a los clientes y para prestarles un servicio rápido.
5. **Tangibilidad:** Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación.

#### **1.3.5 Calidad en los servicios públicos**

La calidad de un servicio no solamente responde a requisitos normativos sino que se traduce en la satisfacción de los usuarios.

Cuando hablamos de calidad en los servicios públicos, hablamos de la evolución que ha tenido toda la administración pública hacia la mejora continua, con el objetivo de optimizar las condiciones en que se entregan los servicios a los ciudadanos.

Los servicios públicos de calidad son el mejor medio para construir sociedades sostenibles, equitativas y democráticas. La ciudadanía exige una administración más cercana a sus demandas y necesidades, con servicios eficientes, eficaces y transparentes que simplifiquen los trámites.

La implementación de sistemas de calidad requiere de una participación integral de toda la institución, tomando en cuenta el alcance, implicaciones, procesos y estrategias para el posicionamiento de sus servicios, ofreciendo el mismo nivel de atención de forma constante y continua a lo largo del tiempo.

El reto actual de los procesos de mejora de la calidad en la administración pública, no se centra en los objetivos estratégicos, la gestión y control de

los procesos internos, sino en mejorar la calidad desde la demanda de los ciudadanos. Lo importante es saber cómo los usuarios de los servicios públicos ven y califican los mismos, y cómo quisieran que sea la atención y la eficacia.

Lo que esperan los ciudadanos de un servicio público es la fiabilidad del trabajo que se entrega, la competencia de los servidores públicos, la capacidad de respuesta y la puntualidad, la accesibilidad fácil y rápida a los trámites, información veraz en un lenguaje comprensible, la credibilidad y seguridad que garantice compromiso y confidencialidad, factores determinantes de la calidad de un servicio.

Las buenas prácticas en la administración pública ejercida con calidad reducen los tiempos de espera y mejora la relación coste/rendimiento de los servicios públicos, incrementando la productividad con responsabilidad. De esta manera el sector público cumple un papel fundamental en la renovación económica y social de la sociedad. Gobierno de la republica de Ecuador. Calidad en los servicios Públicos. (26 de abril del 2018). Servicio de acreditación Ecuatoriano. Recuperado de <http://www.acreditacion.gob.ec/calidad-en-los-servicios-publicos/>

### **1.3.6 Satisfacción del Cliente**

Por satisfacción se entiende la evaluación que realiza el cliente respecto a un servicio y que depende de cómo el servicio respondió a sus necesidades y expectativas. Si esto no se cumple se produce la insatisfacción. Para Kotler y Armstrong (2003) la satisfacción viene derivada tras una evaluación posterior a la compra de un producto y en función de las expectativas creadas con carácter previo a dicha compra; es así como definen la satisfacción del cliente como “el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas”.

Otros autores presentan diversas definiciones sustentadas en amplias discusiones, sin embargo, la visión más aceptada y generalizada es que un cliente estará satisfecho si se le cumplen sus expectativas.

Debido a los numerosos enfoques desde los que se ha tratado la satisfacción y a las numerosas definiciones distintas que ha recibido este concepto, consideramos importante realizar una breve reseña de las definiciones que ha recibido está a lo largo del tiempo ordenándolas cronológicamente, lo que realizamos a continuación:

- Howard y Sheth (1969): estado cognitivo derivado de la adecuación o inadecuación de la recompensa recibida respecto a la inversión realizada, se produce después del consumo del producto o servicio.
- Hunt (1977): Evaluación que analiza si una experiencia de consumo es al menos tan buena como se esperaba, es decir, si se alcanzan o superan las expectativas.
- Oliver (1980-1981): estado psicológico final resultante cuando la sensación que rodea a la discrepancia de las expectativas se une con los sentimientos previos acerca de la experiencia de consumo.
- Swan, Frederick, y Carroll (1981): juicio evaluativo o cognitivo que analiza si el producto o servicio produce un resultado bueno o pobre o si el producto es sustituible o insustituible.
- Churchill y Surprenant (1982): respuesta a la compra de productos y/o uso de servicios que se deriva de la comparación por el consumidor, de las recompensas y costes de compra con relación a sus consecuencias esperadas.
- Westbrook y Reilly (1983): respuesta emocional causada por un proceso evaluativo-cognitivo donde las percepciones sobre un objeto, acción o condición, se comparan con las necesidades y deseos del individuo.
- Cadotte, Woodruff y Jenkins (1987): sensación desarrollada a partir de la evaluación de una experiencia de uso.

- Tse, Nicosia y Wilton (1990): respuesta del consumidor a la evaluación de la discrepancia percibida entre expectativas y el resultado final percibido en el producto tras su consumo, se trata, pues, de un proceso multidimensional y dinámico.
- Westbrook y Oliver (1991): juicio evaluativo posterior a la selección de una compra específica.
- Bachelet (1992) consideró que la satisfacción era una reacción emocional del consumidor en respuesta a la experiencia con un producto o servicio. Creía que esta definición incluía la última relación con un producto o servicio, la experiencia relativa a la satisfacción desde el momento de la compra y la satisfacción en general experimentada por usuarios habituales.
- Mano y Oliver (1993): Respuesta del consumidor promovida por factores cognitivos y afectivos asociada posterior a la compra del producto o servicio consumido.
- Zeithaml, Berry y Parasuraman (1993) sugirieron que la satisfacción del cliente es una función de la valoración de los clientes de la calidad del servicio, la calidad del producto y el precio.
- Halstead, Hartman y Schmidt (1994): respuesta afectiva asociada a una transacción específica resultante de la comparación del resultado del producto con algún estándar fijado con anterioridad a la compra.
- Oliva, Oliver y Bearden (1995) sugirieron que la satisfacción es una función del desempeño con relación a las expectativas del consumidor.
- Jones y Sasser (1995) definieron la satisfacción del cliente identificando cuatro factores que afectaban a ésta. Dichos factores que sacian las preferencias, necesidades o valores personales son: (1) aspectos esenciales del producto o servicio que los clientes esperan de todos los

competidores de dicho producto o servicio, (2) servicios básicos de apoyo como la asistencia al consumidor, (3) un proceso de reparación en el caso de que se produzca una mala experiencia y (4) la personalización del producto o servicio.

- Ostrom y Iacobucci (1995) realizaron un análisis de un número elevado de definiciones de otros investigadores y distinguieron entre el concepto de valor para el cliente y la satisfacción del cliente. Afirmaron que la satisfacción del cliente se juzgaba mejor tras una compra, estaba basada en la experiencia y tenía en cuenta las cualidades y beneficios así como los costos y esfuerzos requeridos para realizar la compra.
- Hill (1996) define la satisfacción del cliente como las percepciones del cliente de que un proveedor ha alcanzado o superado sus expectativas.
- Gerson (1996) sugirió que un cliente se encuentra satisfecho cuando sus necesidades, reales o percibidas se saciaban o superaban. Y resumía este principio en una frase contundente “La satisfacción del cliente es simplemente lo que el cliente dice que es”.
- Oliver (1997): juicio del resultado que un producto o servicio ofrece para un nivel suficiente de realización en el consumo.

#### **1.3.6.1 La importancia de la satisfacción del cliente**

La importancia de la satisfacción del cliente en el mundo empresarial reside en que un cliente satisfecho será un activo para la compañía debido a que probablemente volverá a usar sus servicios o productos, volverá a comprar el producto o servicio o dará una buena opinión al respecto de la compañía, lo que conllevará un incremento de los ingresos para la empresa.

Por el contrario, un cliente insatisfecho comentará a un número mayor de personas su insatisfacción, en mayor o menor medida se quejará a la compañía y si su insatisfacción alcanza un determinado grado optará por cambiar de compañía para comprar dicho producto o servicio o en último caso, incluso abandonar el mercado.

Aunque la satisfacción del cliente es un objetivo importante, no es el objetivo final de las sociedades en sí mismo, es un camino para llegar a este fin que es la obtención de unos buenos resultados económicos. Estos resultados serán mayores si los clientes son fieles, ya que existe una gran correlación entre la retención de los clientes y los beneficios como veremos a continuación.

En multitud de artículos y estudios relativos a la satisfacción del cliente, la intención de recompra aparece relacionada con esta de manera positiva (Anderson y Sullivan 1993; Biong 1993; Bloemer y Kasper 1994; Jones y Sasser 1995; La Barbera y Mazursky 1983; Macintosh y Lockshin 1997; Söderlund 1998; Taylor y Baker 1994). Para explicar esta relación hay que conocer que la intención de comportamiento es una función de las expectativas del cliente de que la realización de un determinado comportamiento producirá un determinado nivel de resultado y de la evaluación, positiva o negativa, de dicho resultado (Ryan 1982). Desde este punto de vista existen dos formas en las que la satisfacción puede afectar a la intención de recompra, siendo la primera de ellas el hecho de que si un cliente se encuentra satisfecho, esta satisfacción sirve para reducir la incertidumbre de los resultados que se obtendrán en la compra (Anderson y Sullivan 1993). La segunda manera en que la satisfacción influye en la intención de recompra es que si un cliente está satisfecho, hará valoraciones positivas de los resultados de la compra. Por tanto, existe una correlación positiva entre la satisfacción del cliente y la intención de recompra.

Una vez que hemos enlazado la satisfacción con la intención de recompra, parece lógico asumir que si un cliente tiene intención de volver a comprar un producto, lo hará en cierta medida (Innis y LaLonde 1994), dicha medida

es llamada comúnmente fidelidad del cliente. Por lo que podemos decir que la intención de recompra influye positivamente en la fidelidad del cliente.

Por último, relacionamos la fidelidad del cliente y los resultados económicos obtenidos por las organizaciones, para hacer esto veamos cómo influye el comportamiento del cliente, sus compras, en los resultados económicos de las organizaciones.

El comportamiento del cliente a la hora de comprar un producto afecta a la economía de las sociedades en dos aspectos, los ingresos y los costes.

Veamos cómo afecta el comportamiento del cliente a estos aspectos:

- Ingresos: cuando un cliente continúa comprando a un mismo proveedor, los ingresos de este aumentan.

A medida que continúan produciéndose compras al mismo proveedor, el cliente puede descubrir y comprar otros productos del mismo fabricante, es decir, aumenta potencialmente la venta cruzada de productos lo que puede incrementar los ingresos del proveedor (Kalwani y Narayandas 1995).

También se ha puesto de manifiesto que la sensibilidad del cliente a cambios en el precio del producto puede reducirse a medida que la relación cliente-proveedor se desarrolla (Reichheld y Sasser 1990). Por tanto, estos incrementos en el precio pueden aumentar los ingresos.

- Gastos: en este aspecto pueden producirse descensos e incluso, en algún caso, aumento cuando un cliente repite compras a un mismo vendedor.

La repetición de las compras a un mismo proveedor es probable que vaya unida a tener múltiples contactos con este proveedor y se asume que estos contactos múltiples reducen los costes de gestión de los clientes (Heskett, Sasser y Schlesinger 1997; Reichheld y Sasser 1990; Shapiro et al.

1987). A modo de ejemplo, a medida que el cliente conoce al proveedor con las sucesivas compras, el cliente es menos dependiente de la información y consejo del personal del proveedor, y esto es probable que se convierta en menos gasto para el proveedor (Reichheld y Teal 1996). Dicho de otro modo, los costes por cada transacción se espera que disminuyan a medida que aumenta la familiaridad entre cliente y vendedor.

Existen ejemplos como el caso encontrado por Cooper y Kaplan (1990) que muestra que los clientes que realizan un gran volumen de compras a un mismo proveedor tienden a demandar envíos frecuentes de volúmenes pequeños, descuentos, adaptaciones costosas de productos y un elevado nivel de soporte técnico debido al gran volumen de sus pedidos. De hecho, incluso muchos clientes de gran volumen no producen beneficios, sino pérdidas. Otro ejemplo es el dado por Porter (1980) que sugiere que los clientes que tienen un gran volumen de compras tienden a producir una reducción en los beneficios del proveedor si el volumen de compra representa una proporción importante de los costes o compras del cliente y si el negocio del proveedor tienen unos costes fijos elevados. Por tanto, debe tenerse muy en cuenta no sólo los ingresos generados por un cliente, sino también los costes asociados a dicho cliente.

#### **1.3.6.2 Percepción de la satisfacción del cliente**

Los estudios al respecto de la satisfacción del cliente suelen enfocarse desde dos ópticas bien diferenciadas, o bien desde la perspectiva del cliente o bien desde la perspectiva de la organización que realiza el estudio. Por supuesto, existen entre estos dos extremos infinitas posibilidades para abarcar el modelado de la satisfacción del cliente.

Pueden desprenderse las características de una organización del modelo de la satisfacción del cliente que haya seleccionado está a la hora de realizar su estudio. Por ejemplo, las sociedades que operan en régimen de monopolio tienden a modelar la satisfacción del cliente enfocándola desde

su perspectiva, generando su modelo sin tener en cuenta la visión del cliente.

Podemos concluir, que el modelo elegido tiene consecuencias a la hora de definir qué es la satisfacción del cliente. Por ejemplo, si la organización posee una visión donde el cliente se entiende como una entidad que tiene sus propias necesidades, motivaciones y creencias, entonces la satisfacción del cliente se interpretará basándose en los pensamientos del cliente al respecto de estos aspectos.

En este sentido, Wittingslow y Markham (1999) sugieren que percibimos el mundo que se encuentra a nuestro alrededor de manera egocéntrica y selectiva, es decir, pensando en nosotros en primer lugar y seleccionando lo que percibimos. Esto es debido a la imposibilidad de retener todas las imágenes, sensaciones y sentimientos que continuamente experimentamos, por ello seleccionamos aquellos que son más importantes para nosotros. Como consecuencia de este hecho, por el proceso de filtración que se produce, ya sea de manera consciente o inconsciente, nos es imposible evaluar con precisión alguna un aspecto que hayamos desechado en este proceso con anterioridad.

El problema que se produce a la hora de la realizar la medición de la satisfacción del cliente, según Wittingslow y Markham (1999), es que si se pregunta por aspectos que el cliente ha desechado o ni siquiera ha experimentado provoca problemas en los datos obtenidos. En estos casos, el cliente puede seleccionar una respuesta al azar, produciendo ruido en los datos obtenidos o responder usando la opción “No sabe / No contesta” con lo que tendríamos datos perdidos. Para minimizar este problema, las preguntas deben realizarse de forma que representen la experiencia que ha tenido el cliente con el producto y/o servicio y en un lenguaje que el cliente pueda comprender a la perfección.

### **1.3.6.3 Dimensiones de la Satisfacción de los Clientes**

Según los autores Mejías y Manrique (2011), identificaron:

A continuación se describe brevemente el significado de cada dimensión:

- 1. Calidad funcional percibida:** hace referencia a la forma en que se presta el servicio.
- 2. Calidad técnica percibida:** se basa en las características inherentes del servicio.
- 3. Valor del servicio:** relación calidad-precio o calidad-tasas y tarifas que el cliente extrae tras el servicio recibido.
- 4. Confianza:** es la variable de rendimiento del índice de satisfacción y mide en función del nivel alcanzado en este índice, la percepción del cliente de la capacidad de la empresa de prestar un buen servicio en el futuro, retener a sus clientes y determina el grado en que sus clientes hablarán bien del servicio prestado; es decir, la intención de los clientes de recomendar el servicio a otras personas.
- 5. Expectativas:** nivel de referencia que espera el consumidor del producto o servicio que adquiere, antes de efectuar la compra.

## **1.4 Formulación del problema**

¿Cómo influye la calidad de servicio en la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Tamburco en el año 2018?

## **1.5 Justificación del estudio**

Las entidades públicas, prestan servicios únicos por lo que los ciudadanos o los usuarios se ven obligados a acudir a dichas entidades para poder realizar sus trámites. En tal sentido las

entidades requieren estar preparados para garantizar las mejoras en la calidad de los servicios públicos que ofrecen a los usuarios.

La atención al usuario se ha convertido en uno de los aspectos más importantes en el sector público. Abarca no sólo la resolución de consultas, dudas o preguntas, sino también la información y orientación al usuario, la señalización de secciones y servicios, la adaptación de recursos, la personalización de servicios y prestaciones, etc. satisfacerlas es una tarea a diario.

La importancia de la elaboración de este proyecto de investigación me permitirá conocer la problemática de los hechos o fenómenos que acontecen en la Municipalidad Distrital de Tamburco, las cuales son objetos de estudio, debido a que la información obtenida parte de una realidad en un tiempo específico definido (año, 2018).

La investigación en sí, contribuye en cierta medida a comprender la conformidad o satisfacción de los usuarios del Distrito de Tamburco, con respecto a la calidad de los servicios por parte de la Municipalidad.

Con los resultados obtenidos se contrastaran las variables en estudio, para que en investigaciones posteriores, estas, con fundamento científico puedan relacionarse con otras y proseguir en el campo de la investigación.

## **1.6 Hipótesis**

HG: La calidad de servicio influye directamente en la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Tamburco, provincia Abancay departamento Apurímac en el año 2018?

HE1: Los elementos tangibles influyen directamente en la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Tamburco.

HE2: La fiabilidad influye directamente en la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Tamburco.

HE3: La seguridad influye directamente en la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Tamburco.

## **1.7 Objetivos**

OG: Determinar la influencia de la calidad de servicio en la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Tamburco provincia Abancay departamento Apurímac en el año 2018.

OG1: Determinar la influencia de los elementos tangibles en la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Tamburco.

OE2 Determinar la influencia de la fiabilidad en la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Tamburco.

OE3: Determinar la influencia de la seguridad en la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Tamburco.

## **2 METODO**

### **2.1 Diseño de Investigación**

El término diseño se refiere al plan o estrategia concebida para obtener la Información que se desea. (Hernández, Collado y Baptista, 2004. p. 146)

El diseño de esta investigación no experimental transversal Correlacional causal porque describe la relación entre dos o más variables en un momento determinado.

## Correlacional Causal

Esquema:



### 2.2 Variables, Operacionalización

DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENCIONES	INDICADORES
<p><b>VARIABLE X : INDEPENDIENTE</b> <b>Calidad de Servicio</b></p> <p>La calidad de un bien o servicio está constituida por todos los atributos o propiedades que lo conforman y que le otorgan valor. la calidad de los productos puede ser fácilmente medible pero no así la calidad de los servicios debido a sus características de intangibilidad, inseparabilidad, heterogeneidad y caducidad (Kotler, 1997;</p> <p>Parasuraman et al., 1985; Lovelock, 1983;</p> <p>Grönroos, 1978, 1984).</p>	<p>La investigación hace referencia a la calidad de servicio y a sus dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Elementos tangibles</li> <li>• Fiabilidad</li> <li>• Seguridad</li> </ul> <p>Estas dimensiones serán medidos a través del recojo de apreciaciones de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Tamburco y los usuarios que asisten a la municipalidad.</p>	<p><b>1.1. Dimensión Elementos tangibles</b></p> <p>Es la apariencia física de los equipos, del personal y materiales de comunicación. Parasuman (1998).</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Instalaciones físicas</li> <li>• Aspecto de los trabajadores</li> <li>• Aspecto de equipos</li> </ul>
		<p><b>1.2. Dimensión Fiabilidad</b></p> <p>Capacidad que debe tener la empresa que presta servicio para ofrecerlo de manera confiable, segura y cuidadosa. Capacidad y conocimientos profesionales de la organización, es decir fiabilidad significa brindar el servicio en forma correcta desde el primer momento.</p> <p>(Druker 1990, p.41)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cumplir las promesas</li> <li>• Cumplir en el plazo prometido</li> <li>• Realizar el servicio a la primera.</li> </ul>
		<p><b>1.3. Dimensión Seguridad</b></p> <p>Es el sentimiento que tiene el cliente cuando pone sus problemas en manos de una organización y confía en que será resuelto de la mejor manera posible.</p> <p>(Druker 1990, p.41)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Profesionalidad</li> <li>• Cortesía</li> <li>• Credibilidad</li> </ul>

DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENCIONES	INDICADORES
<p><b>VARIABLE Y: DEPENDIENTE</b></p> <p><b>Satisfacción de los usuarios</b></p> <p>La satisfacción se define como la evaluación que realiza el cliente respecto de un producto o servicio, en términos de si ese producto o servicio respondió a sus necesidades y expectativas. Mientras que lo opuesto a esto, que no se cumplan las expectativas esperadas para un determinado producto o servicio provoca la insatisfacción del cliente.</p> <p>Zeithaml y Bitner (1996)</p>	<p>La investigación hace referencia a la Satisfacción de los usuarios y a sus dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Calidad funcional percibida</li> <li>• Valor percibido</li> <li>• Confianza</li> </ul> <p>Estas dimensiones serán medidos a través del recojo de apreciaciones de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Tamburco y los usuarios que asisten a la municipalidad.</p>	<p><b>2.1. Dimensión Calidad Funcional percibida</b></p> <p>Hace referencia a la forma en que se presenta el servicio. Mejías y Manrique (2011)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Solución de problemas</li> <li>• Servicio esperado</li> <li>• Personal dispuesto a mejorar</li> </ul>
		<p><b>2.2. Dimensión Valor percibido</b></p> <p>Relación calidad-precio o calidad-tasas y tarifas que el cliente extrae tras el servicio recibido. Mejías y Manrique (2011)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Transmisión de confianza</li> <li>• Precios y tasas adecuadas</li> <li>• Valoración del servicio</li> </ul>
		<p><b>2.3. Dimensión Confianza</b></p> <p>Es la variable de rendimiento del índice de satisfacción y mide en función del nivel alcanzado en este índice, la percepción del cliente de la capacidad de la empresa de prestar un buen servicio en el futuro, retener a sus clientes y determina el grado en que sus clientes hablarán bien del servicio prestado; es decir, la intención de los clientes de recomendar el servicio a otras personas. Mejías y Manrique (2011).</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se preocupa por las necesidades de los usuarios.</li> <li>• Tiene visión a futuro.</li> <li>• Recomendación a otros usuarios.</li> </ul>

### 2.3 Población y muestra

**Población** o universo Conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especiaciones.

Para el enfoque cuantitativo la **muestra** es un subgrupo de la población de interés (sobre el cual se abrevan de recolectar datos que se define o delimita de antemano con precisión) y tiene que ser representativo de ésta". (Hernández, Collado y Baptista, 2004. p. 273,276).

La población en el presente estudio son los usuarios que asisten a la Municipalidad Distrital de Tamburco siendo la muestra los 30 usuarios que fueron elegidos por conveniencia.

Se utilizó el muestreo no probabilístico por conveniencia.

### 2.4 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos, validez y Confiabilidad

El Instrumento de medición es el recurso que utiliza el investigador para registrar información o datos sobre las variables que tiene en mente. (Hernández, Collado y Baptista, 2004. p. 312)

La técnica e instrumentos que se emplearon en la investigación fueron **Técnica empleada.** Encuesta

Para las dos variables calidad de servicio y satisfacción de los usuarios se elaboró dos cuestionarios tomando en cuenta para la elaboración de los ítems las dimensiones de cada variable.

**Validez.** El instrumento empleado para la recolección de datos fue validado por el Dr. Cirilo Huamán Alvites.

#### **Prueba de fiabilidad de instrumentos**

Para determinar la fiabilidad de los instrumentos, para preguntas con varias alternativas utilizamos el coeficiente alfa de Cronbach, cuyos valores obtenidos permiten determinar la consistencia del instrumento aplicado. De acuerdo a Hernandez, Fernandez & Sampieri (2010): "...si obtengo 0.25 en la correlación o coeficiente, esto indica baja confiabilidad; si el resultado es 0.50, la fiabilidad es media o regular. En

cambio, si supera el 0.75 es aceptable, y si es mayor a 0.90 es elevada, para tomar muy en cuenta.”

### Primer instrumento

#### Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	10	100.0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	10	100.0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

#### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,912	21

El coeficiente Alfa de Cronbach obtenido en este instrumento es 0,912 este valor supera a 0.90 por lo que se puede afirmar que el instrumento es de fiabilidad elevada.

### Segundo instrumento

#### Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	10	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	10	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

### **Estadísticas de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,874	16

El coeficiente Alfa de Cronbach obtenido en este instrumento es 0,874 este valor supera a 0.75 por lo que se puede afirmar que el instrumento es de fiabilidad aceptable.

### **2.5 Métodos de análisis de datos**

El programa estadístico informático utilizado en el presente trabajo de investigación es el SPSS el cual nos permitirá procesar la información obtenida con el instrumento aplicado.

### **2.6 Aspectos éticos**

Para la presente investigación se realizó encuestas con transparencia, dentro del marco de normas principios y valores morales.

La información adquirida no se manipulara solo se mostrara resultados verídicos. Los datos de esta investigación son exclusivamente para fines estadísticos y son fieles a la realidad que ha sido otorgado según los criterios de la Universidad Cesar Vallejo.

### 3 RESULTADOS

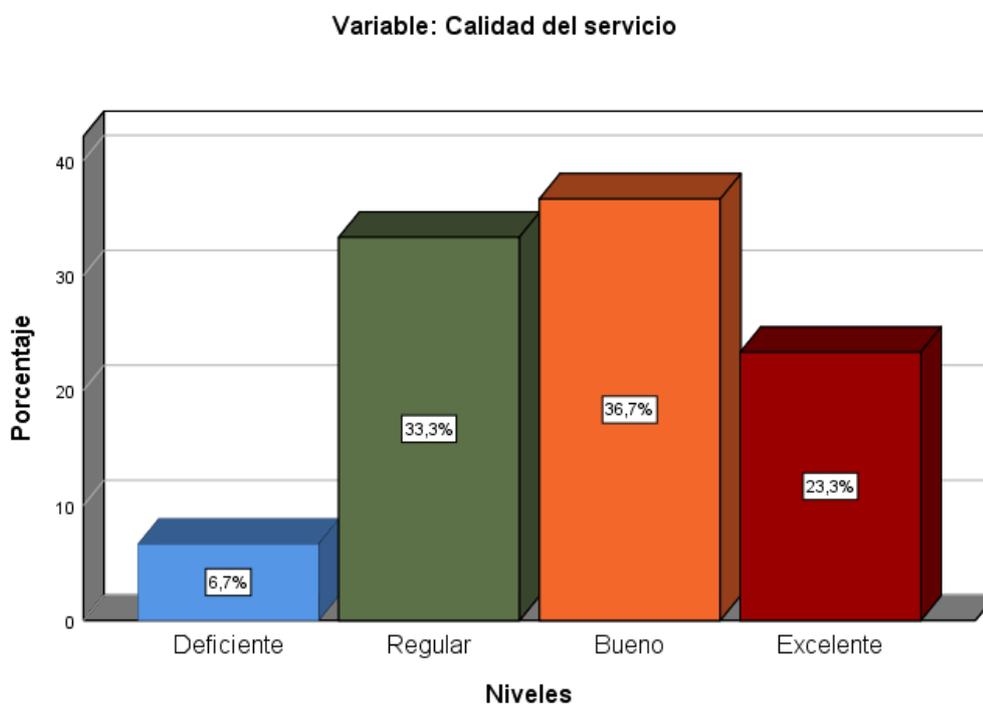
**Tabla 1**

Calidad del servicio en la municipalidad distrital de Tamburco-2018

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Deficiente	2	6.7
	Regular	10	33.3
	Bueno	11	36.7
	Excelente	7	23.3
	Total	30	100.0

**FIGURA 1**

Calidad del servicio en la municipalidad distrital de Tamburco-2018



En la tabla 1, se observa los resultados obtenido en la variable calidad del servicio, las cifras indican que de la totalidad de elementos que conforman la muestra, el 36,7% considera que la calidad del servicio en

la Municipalidad distrital de Tamburco es buena, el 23,3% indica que es excelente y sólo un 6,7% manifiesta que es deficiente.

**Tabla 2**

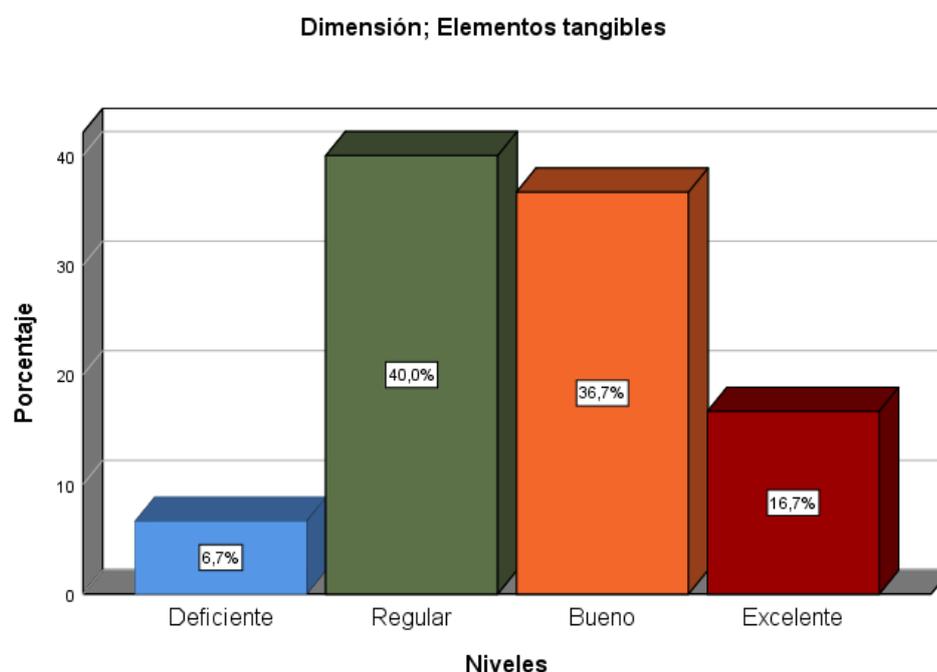
Elementos tangibles en la municipalidad distrital de Tamburco-2018

**Dimensión; Elementos tangibles**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Deficiente	2	6.7	6.7	6.7
Regular	12	40.0	40.0	46.7
Bueno	11	36.7	36.7	83.3
Excelente	5	16.7	16.7	100.0
Total	30	100.0	100.0	

**FIGURA 2**

Elementos tangibles en la municipalidad distrital de Tamburco-2018



En los resultados de la dimensión elementos tangibles de la variable calidad del servicio, se observa en la tabla 2 que el 40% indica que esta dimensión es regular

en la Municipalidad distrital de Tamburco, el 16,7% manifiesta que es excelente y sólo un 6,7% indica que esta dimensión es deficiente.

**Tabla 3**

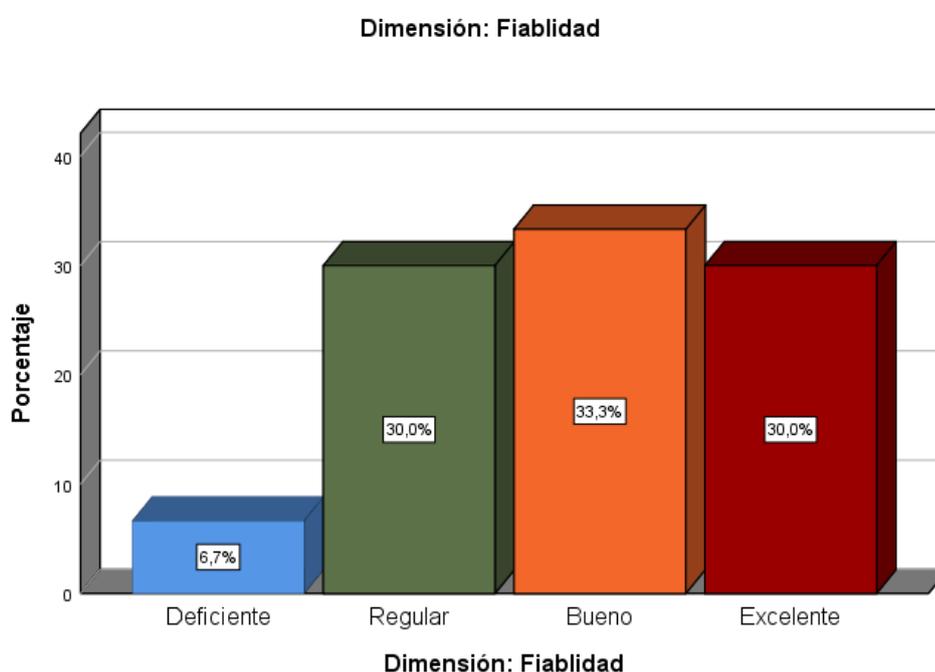
Dimensión Fiabilidad en la municipalidad distrital de Tamburco-2018

**Dimensión: Fiabilidad**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Deficiente	2	6.7	6.7	6.7
Regular	9	30.0	30.0	36.7
Bueno	10	33.3	33.3	70.0
Excelente	9	30.0	30.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

**FIGURA 3**

Fiabilidad en la municipalidad distrital de Tamburco-2018



En la dimensión Fiabilidad de la variable calidad de servicio, los resultados mostrados en la tabla 3 expresan que el 33,3% de los encuestados consideran que la fiabilidad en la Municipalidad distrital de

Tamburco es bueno, hay un 30% que indica que es excelente y sólo el 6,7% manifiesta que es deficiente.

**Tabla 4**

Dimensión Seguridad en la municipalidad distrital de Tamburco-2018

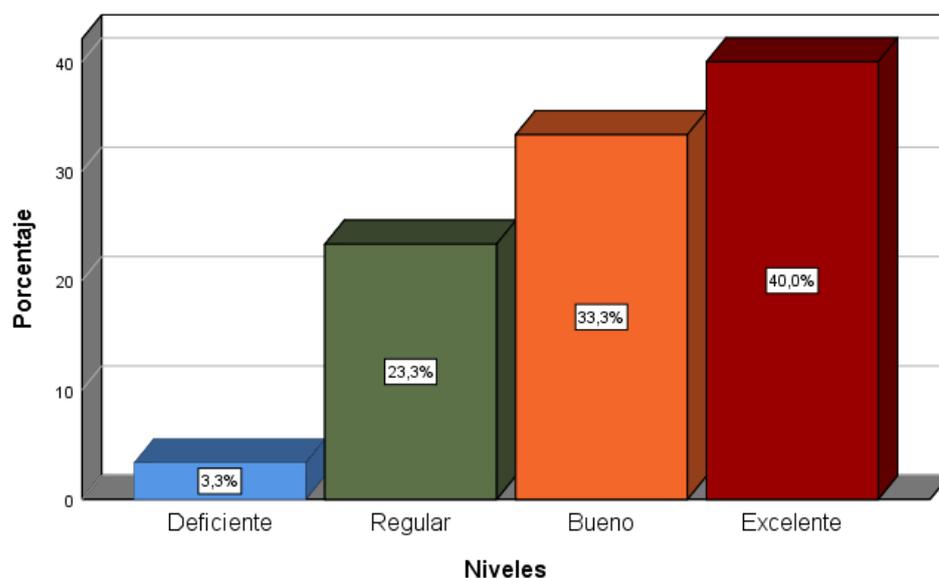
**Dimensión: Seguridad**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Deficiente	1	3.3	3.3	3.3
Regular	7	23.3	23.3	26.7
Bueno	10	33.3	33.3	60.0
Excelente	12	40.0	40.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

**FIGURA 4**

Seguridad en la municipalidad distrital de Tamburco-2018

**Dimensión: Seguridad**



La tabla 4 muestra los resultados de la dimensión seguridad en la municipalidad distrital de Tamburco, se observa que el 40% de los

encuestados manifiesta que esta dimensión es excelente, un 33,3% indica que la seguridad es buena y sólo el 3,3% indica que es deficiente.

**Tabla 5**

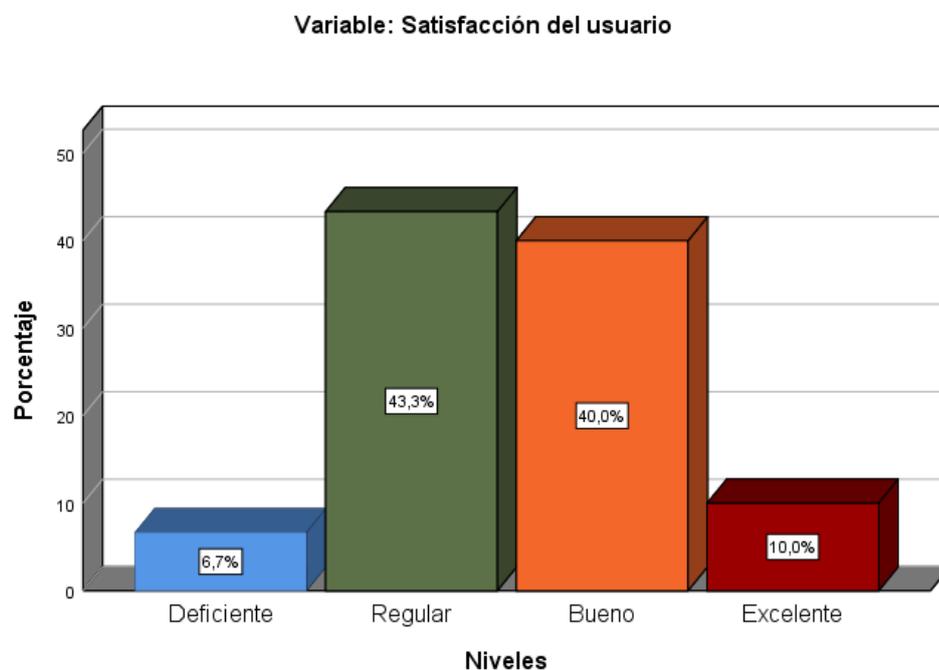
Variable Satisfacción del usuario en la municipalidad distrital de Tamburco-2018

**Variable: Satisfacción del usuario**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Deficiente	2	6.7	6.7	6.7
Regular	13	43.3	43.3	50.0
Bueno	12	40.0	40.0	90.0
Excelente	3	10.0	10.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

**FIGURA 5**

Satisfacción del usuario en la municipalidad distrital de Tamburco-2018



En cuanto a los resultados de la variable Satisfacción de los usuarios, la tabla 5 muestra la percepción que tienen los participantes de la encuesta

realizada, las cifras muestran que el 43,3% indica que la satisfacción de los usuarios en la municipalidad distrital de Tamburco es regular, el 40% indica que es buena y sólo el 6,7% manifiesta que esta es deficiente.

**Tabla 6**

Dimensión Calidad funcional percibida en la municipalidad distrital de Tamburco-2018

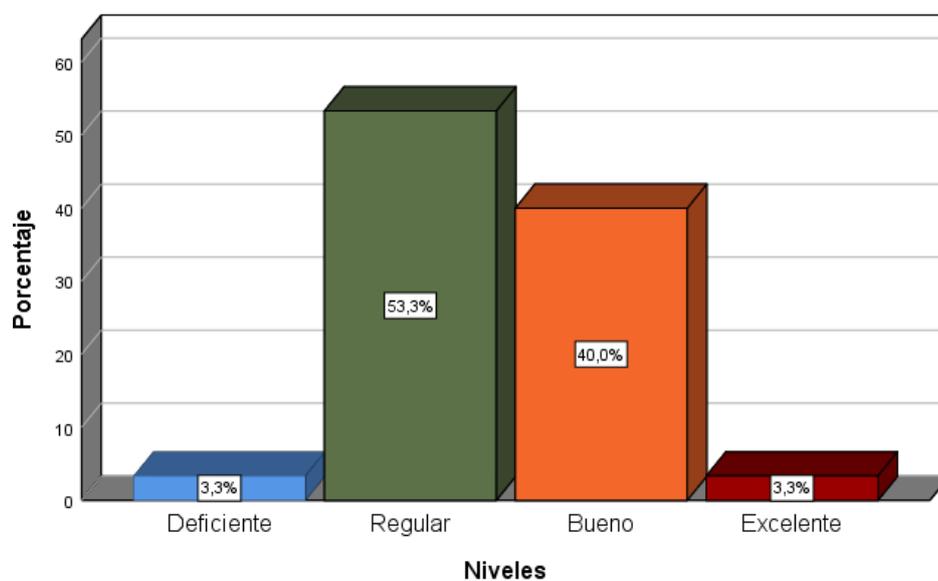
**Dimensión: Calidad funcional percibida**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Deficiente	1	3.3	3.3	3.3
Regular	16	53.3	53.3	56.7
Bueno	12	40.0	40.0	96.7
Excelente	1	3.3	3.3	100.0
Total	30	100.0	100.0	

**FIGURA 6**

Dimensión Calidad funcional percibida en la municipalidad distrital de Tamburco-2018

**Dimensión: Calidad funcional percibida**



En los resultados de la dimensión calidad funcional percibida de la variable satisfacción de los usuarios, se observa en la tabla 6 que de la totalidad de elementos de la muestra, el 53,3% indica que esta dimensión es regular en la municipalidad de Tamburco, el 40% indica que es buena y sólo un 3,3% expresa que es deficiente.

**Tabla 7**

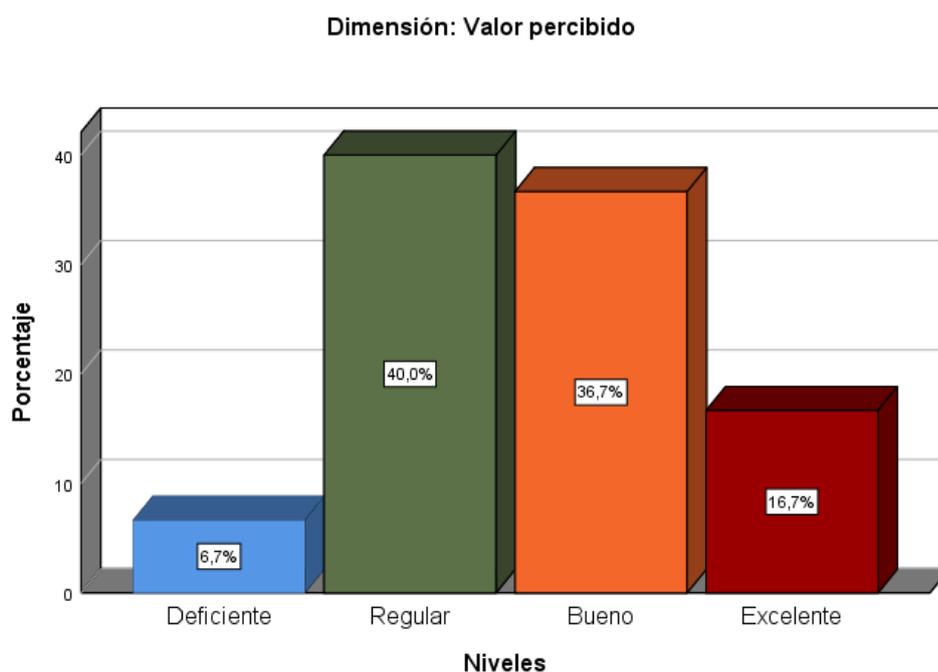
Dimensión Valor percibido en la municipalidad distrital de Tamburco-2018

**Dimensión: Valor percibido**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Deficiente	2	6.7	6.7	6,7
Regular	12	40.0	40.0	46,7
Bueno	11	36.7	36.7	83,3
Excelente	5	16.7	16.7	100,0
Total	30	100.0	100.0	

**FIGURA 7**

Dimensión Valor percibido en la municipalidad distrital de Tamburco-2018



En cuanto a la dimensión valor percibido, la tabla 7 muestra que el 40% de los encuestados manifiesta que el valor percibido es regular, el 36,7% indica que es bueno y sólo el 6,7% manifiesta que en la municipalidad de Tamburco el valor percibido es deficiente.

**Tabla 8**

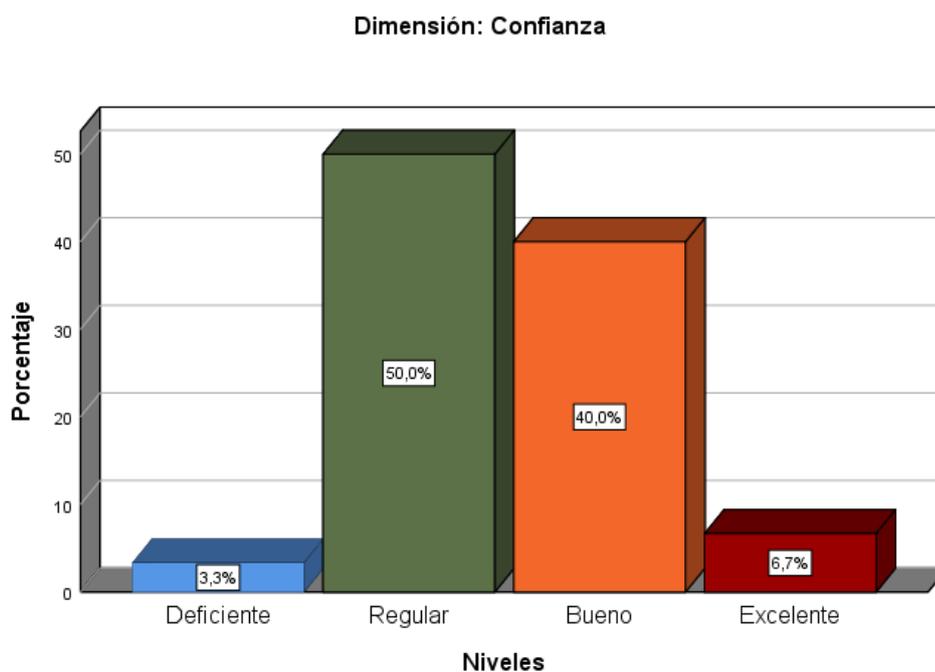
Dimensión Confianza en la municipalidad distrital de Tamburco-2018

**Dimensión: Confianza**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Deficiente	1	3,3	3,3	3,3
Regular	15	50,0	50,0	53,3
Bueno	12	40,0	40,0	93,3
Excelente	2	6,7	6,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

**FIGURA 8**

Dimensión Confianza en la municipalidad distrital de Tamburco-2018



En cuanto a la dimensión confianza, la tabla 8 muestra que de la totalidad de participantes de la encuesta, el 50% manifiesta que la

confianza en la Municipalidad distrital de Tamburco es regular, el 40% indica que es bueno y solo el 3,3% manifiesta que es deficiente.

### **Prueba de hipótesis**

La prueba de hipótesis es “un procedimiento para aceptar o rechazar una hipótesis sobre la población objeto de estudio, utilizando la información obtenida de una muestra aleatoria elegida en aquella” (Gonzales, Pérez, 2009, p.423) Para realizar las pruebas de hipótesis, de acuerdo a las características de este estudio, se empleará la correlación de Pearson y la regresión lineal, dado que para determinar la dependencia de una variable de otra empleamos la regresión lineal, ya que este. “Es un modelo estadístico para estimar el efecto de una variable sobre otra. Está asociado con el coeficiente  $r$  de Pearson. Brinda la oportunidad de predecir las puntuaciones de una variable a partir de las puntuaciones de la otra variable.”(Hernandez, Fernandez & Baptista, 2016. p. 307)

Para el análisis de correlación empleamos la valoración asignada por Juan, De la Fuente y Vila que indican “Una regla razonable es decir que la relación es débil si  $0 \leq |r| \leq 0,5$ ; fuerte si  $0,8 \leq |r| \leq 1$ , y moderada si tiene otro valor” (Juan, De la Fuente y Vila, 2011, p.165)

### **Hipótesis general**

**Hi:** La calidad de servicio influye directamente en la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Tamburco, provincia de Abancay, 2018.

**Ho:** La calidad de servicio no influye directamente en la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Tamburco, provincia de Abancay, 2018

**Tabla 9**

Correlaciones entre Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios

		Variable: Satisfacción del usuario
Variable: Calidad del servicio	Correlación de Pearson	,729**
	Sig. (bilateral)	,000
	N	30

**Interpretación:**

El coeficiente de correlación de Pearson obtenido entre las variables Calidad del servicio y satisfacción de los usuarios es de 0,729, este valor está comprendido entre 0,50 y 80 ( $0,50 < 0,729 < 0,80$ ) significando esto que la correlación es moderada, además el nivel de significancia obtenido es 0,000 que es menor que la significancia asignada de 0,01 ( $0,000 < 0,01$ ), estos valores obtenidos fortalecen la hipótesis de investigación afirmando con una confianza del 99%, que si existe una relación significativa entre las variables calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Tamburco, provincia de Abancay, 2018

**Tabla 10**

Regresión lineal entre calidad del servicio y satisfacción de los usuarios.

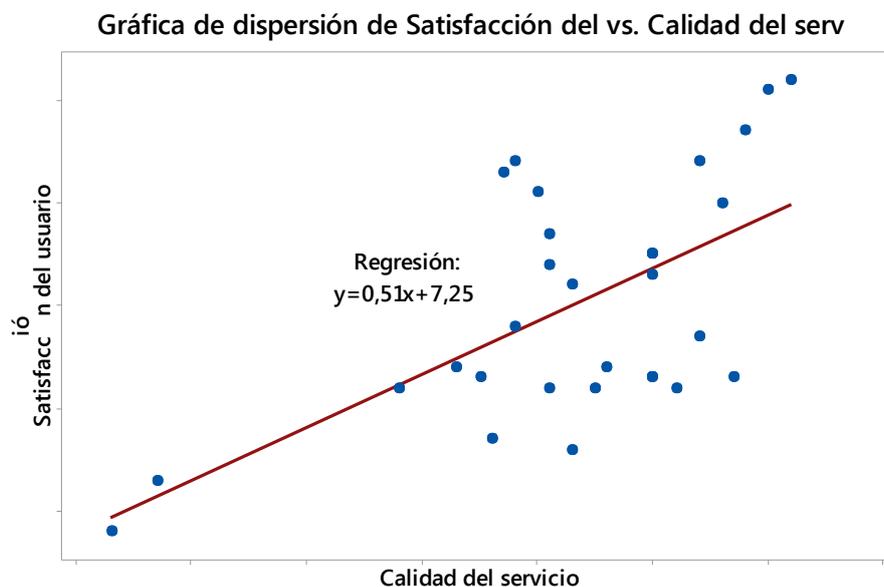
**Coefficientes<sup>a</sup>**

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
		B	Desv. Error	Beta		
1	(Constante)	7,255	10,766		,674	,506
	Satisfacción del usuario	,515	,128	,606	4,036	,000

a. Variable dependiente: Satisfacción del usuario

## FIGURA 9

Dispersión y regresión lineal Calidad del servicio y satisfacción del usuario



En la tabla 10 y figura 9 observamos el modelo de regresión lineal entre las variables Calidad del servicio y satisfacción del usuario, la pendiente positiva 0,51 nos indica que si hay una dependencia de la satisfacción de los usuarios con la calidad del servicio, significando esto que si la calidad del servicio mejora, entonces la satisfacción de los usuarios es mayor, además la significancia obtenida para la pendiente es de 0,000 el cual es menor que el asignado de 0,01, lo que permite rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis inicial y afirmar con una confianza del 99% que la calidad de servicio si influye directamente en la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Tamburco, provincia de Abancay, 2018

### Hipótesis secundarias

#### Primera hipótesis

**Hi:** Los elementos tangibles influyen directamente en la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Tamburco, provincia de Abancay, 2018

**Ho:** Los elementos tangibles no influyen directamente en la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Tamburco, provincia de Abancay, 2018

**Tabla 11**

Correlaciones entre elementos tangibles y satisfacción del usuario

		Dimensión; Elementos tangibles	Variable: Satisfacción del usuario
Dimensión; Elementos tangibles	Correlación de Pearson	1	,620**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	30	30
Variable: Satisfacción del usuario	Correlación de Pearson	,620**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	30	30

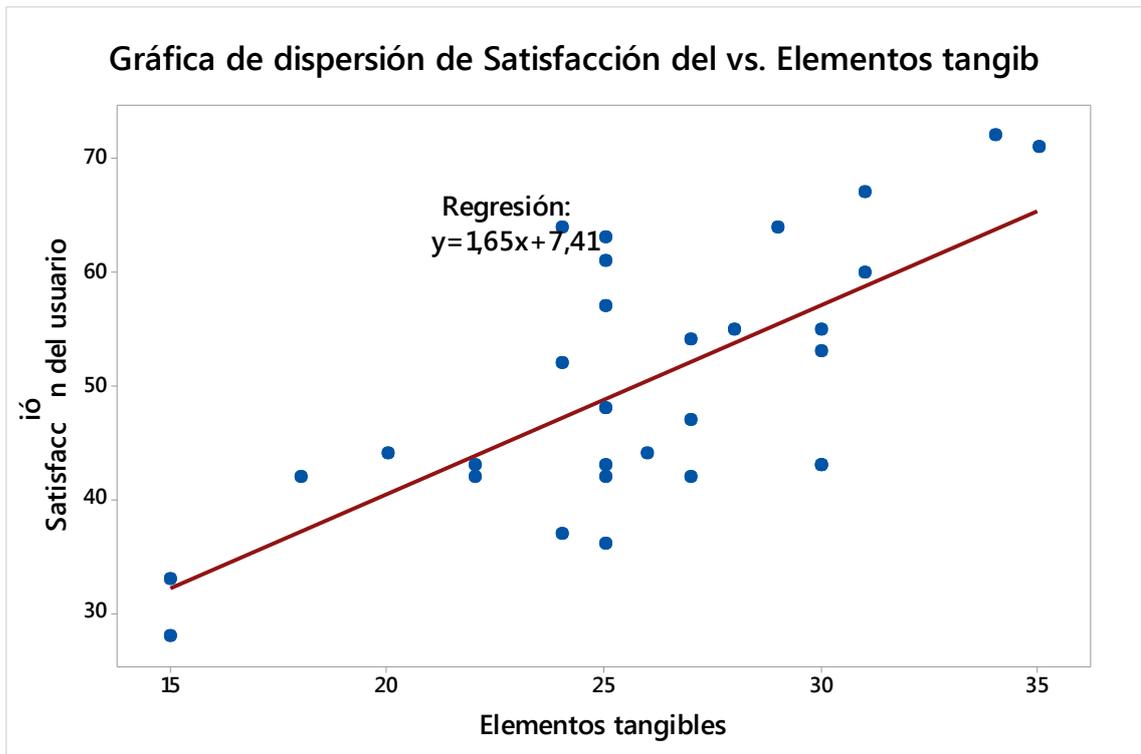
\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

**Interpretación:**

El coeficiente de correlación de Pearson obtenido entre la dimensión elementos tangibles y satisfacción de los usuarios es de 0,620, este valor está comprendido entre 0,50 y 80 ( $0,50 < 0,620 < 0,80$ ) significando esto que la correlación es moderada, además el nivel de significancia obtenido es 0,000 que es menor que la significancia asignada de 0,01 ( $0,000 < 0,01$ ), estos valores obtenidos permiten afirmar con una confianza del 99%, que si existe una relación significativa entre las la dimensión elementos tangibles y satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Tamburco, provincia de Abancay, 2018

**FIGURA 10**

Dispersión y regresión lineal elementos tangibles y satisfacción del usuario



En la figura 10 observamos el modelo de regresión lineal entre la variable satisfacción de los usuarios y la dimensión elementos tangibles, la pendiente positiva 1,65 nos indica que si hay una dependencia de la satisfacción de los usuarios con la dimensión elementos tangibles, significando esto que si los elementos tangibles mejoran, entonces la satisfacción de los usuarios es mayor, además la significancia obtenida para la pendiente es de 0,000 el cual es menor que el asignado de 0,01, lo que permite rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis inicial y afirmar con una confianza del 99% que los elementos tangibles si influyen directamente en la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Tamburco, provincia de Abancay, 2018

## Segunda hipótesis

**Hi:** La fiabilidad influye directamente en la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Tamburco. Provincia de Abancay, 2018

**Ho:** La fiabilidad no influye directamente en la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Tamburco. Provincia de Abancay, 2018

**Tabla 12**

Correlaciones entre Fiabilidad y satisfacción del usuario

		Dimensión: Fiabilidad	Variable: Satisfacción del usuario
Dimensión: Fiabilidad	Correlación de Pearson	1	,575**
	Sig. (bilateral)		,001
	N	30	30
Variable: Satisfacción del usuario	Correlación de Pearson	,575**	1
	Sig. (bilateral)	,001	
	N	30	30

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

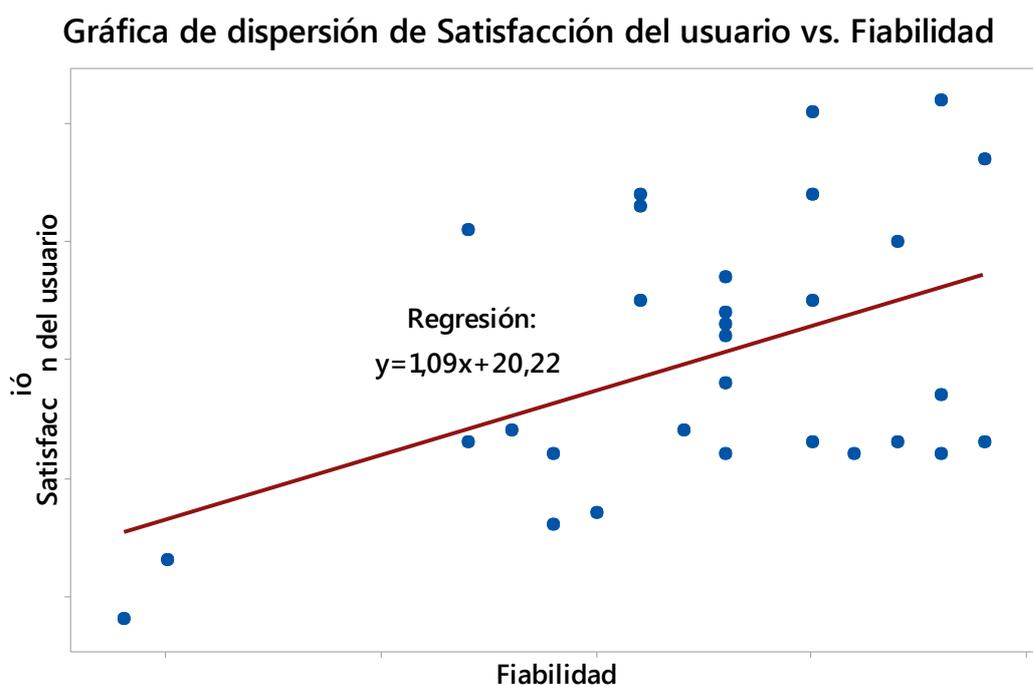
### Interpretación:

El coeficiente de correlación de Pearson obtenido entre la dimensión fiabilidad y la variable satisfacción de los usuarios es de 0,575, este valor está comprendido entre 0,50 y 80 ( $0,50 < 0,575 < 0,80$ ) significando esto que la correlación es moderada, además el nivel de significancia obtenido es 0,001 que es menor que la significancia asignada de 0,01 ( $0,001 < 0,01$ ), estos valores obtenidos permiten afirmar con una confianza del 99%, que si existe una relación significativa entre la

dimensión fiabilidad y satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Tamburco, provincia de Abancay, 2018

### FIGURA 11

Dispersión y regresión lineal fiabilidad y satisfacción del usuario



En la figura 11 observamos el modelo de regresión lineal entre las variables satisfacción del usuario y la dimensión fiabilidad, la pendiente positiva 1,09 nos indica que si hay una dependencia de la satisfacción de los usuarios con la dimensión fiabilidad, significando esto que si la fiabilidad mejora, entonces la satisfacción de los usuarios es mayor, además la significancia obtenida para la pendiente es de 0,000 el cual es menor que el asignado de 0,01, lo que permite rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis inicial y afirmar con una confianza del 99% que la fiabilidad sí influye directamente en la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Tamburco. Provincia de Abancay, 2018

### Tercera hipótesis

**Hi:** La seguridad influye directamente en la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Tamburco provincia de Abancay, 2018.

**Ho:** La seguridad no influye directamente en la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Tamburco provincia de Abancay, 2018

**Tabla 13**

Correlaciones entre Seguridad y satisfacción del usuario

		Dimensión: Seguridad	Variable: Satisfacción del usuario
Dimensión: Seguridad	Correlación de Pearson	1	,573**
	Sig. (bilateral)		,001
	N	30	30
Variable: Satisfacción del usuario	Correlación de Pearson	,573**	1
	Sig. (bilateral)	,001	
	N	30	30

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

### Interpretación:

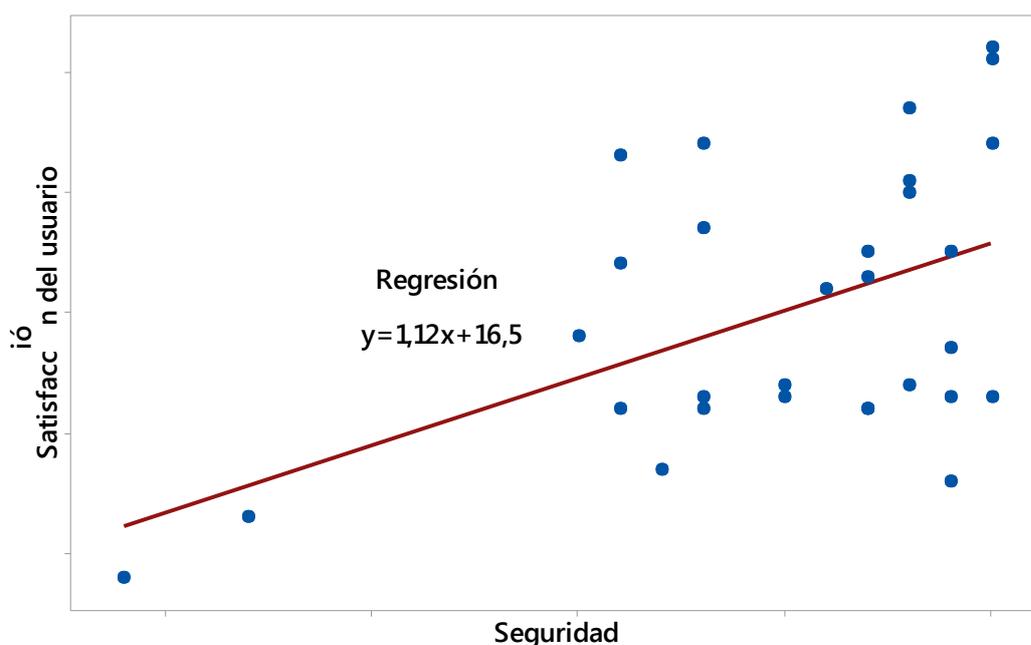
El coeficiente de correlación de Pearson obtenido entre la dimensión seguridad y la variable satisfacción de los usuarios es de 0,573, este valor está comprendido entre 0,50 y 80 ( $0,50 < 0,573 < 0,80$ ) significando esto que la correlación es moderada, además el nivel de significancia obtenido es 0,001 que es menor que la significancia asignada de 0,01 ( $0,001 < 0,01$ ), estos valores obtenidos permiten afirmar con una confianza del 99%, que si existe una relación significativa entre la

dimensión seguridad y satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Tamburco, provincia de Abancay, 2018

### FIGURA 12

Dispersión y regresión lineal seguridad y satisfacción del usuario

Gráfica de dispersión de Satisfacción del usuario vs. Seguridad



En la figura 12 observamos el modelo de regresión lineal entre la dimensión seguridad y la variable satisfacción del usuario, la pendiente positiva 1,12 nos indica que si hay una dependencia de la satisfacción de los usuarios con la dimensión seguridad, significando esto que si la seguridad mejora, entonces la satisfacción de los usuarios es mayor, además la significancia obtenida para la pendiente es de 0,000 el cual es menor que el asignado de 0,01, lo que permite rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis inicial y afirmar con una confianza del 99% que la seguridad si influye directamente en la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Tamburco provincia de Abancay, 2018.

## 4 DISCUSION

De acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación se acepta la hipótesis general: la calidad de servicio influye directamente en la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Tamburco provincia Abancay – 2018, según la percepción de los trabajadores. El valor del coeficiente de correlación de Pearson es 0,729, que corresponde al nivel de correlación moderada.

Este resultado guarda relación con lo que sostiene **Reyes (2014)** en su investigación titulada “Calidad del servicio para aumentar la satisfacción del cliente de la asociación share, sede Huehuetenango”. Los resultados de la investigación demuestran que la calidad del servicio sí aumenta la satisfacción del cliente en asociación SHARE, sede Huehuetenango, lo cual ayuda al crecimiento integral de la misma, ya que genera que el colaborador esté atento y brinde un servicio excepcional para que el cliente quede satisfecho.

Por otro lado **Allcahuamán (2015)** en su tesis titulada “Calidad de Servicio y Satisfacción de los Usuarios de la Municipalidad Distrital De Pacucha, Andahuaylas 2015”.

Llegando la conclusión, que el valor “sig.” es de 0.000, que es menor a 0.05 el nivel de significancia, entonces se acepta la hipótesis alterna (H1), por lo tanto, se puede afirmar, que existe relación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios, y lo mismo, luego de someterse al coeficiente de Spearman nos permite observar una correlación 0.591, lo que significa que existe una correlación positiva moderada entre las variables de calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Pacucha, 2015, lo que indica, cuanto mayor sea la calidad de servicio ofrecida a los usuarios, será mejor la satisfacción de los mismos, por otro lado a una mala calidad de servicio ofrecida será menor la satisfacción de los usuarios.

Los resultados del presente estudio nos permiten afirmar que en ambos casos existe una relación de dependencia entre las dos variables y

podemos afirmar que sí, la variable calidad de servicio influye sobre la variable satisfacción de los usuarios.

Así mismo Albretch (1992) llama los ciclos de servicio, fundamentados en los momentos de verdad. Este planteamiento se enfoca más como una ayuda para el productor, en este caso, el prestador de servicios. El concepto de ciclo de servicio ayuda a los miembros de las organizaciones a ofrecer asistencia a los clientes, permitiéndoles organizar las imágenes mentales de lo que ocurre, la construcción básica del servicio ya no solo es tarea del empleado, sino que ahora se convierte en lo que Albretch llama “un momento de verdad” controlado por cada empleado y/o sistema que tenga contacto con el cliente. Un momento de verdad es cualquier situación en la que el cliente se pone en contacto con algún aspecto de la organización y obtiene una impresión sobre la calidad de su servicio (definida por Grönroos como elementos del process of service delivery, PSD)

El empleado ya no presta un servicio, sino que es parte del mismo. La calidad ya no es una ejecución satisfactoria de la tarea asignada, sino que ahora se define como el resultado de los momentos de verdad que el consumidor y/o cliente ha experimentado. El conocimiento del ciclo del servicio y sus momentos de verdad ayudan al personal de servicio a conocer el punto de vista del cliente y a considerar a los clientes como los clientes los consideran a ellos. Este proceso podría hacer parte del modelo establecido por Grönroos. Entonces podemos concluir que los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Tamburco son participes directos en la atención a los clientes o usuarios ya que ellos tienen contacto directo con ellos, de los cuales el usuario obtiene una impresión sobre la calidad de sus servicio, en tal sentido como manifiesta el autor la calidad de servicio de los trabajadores influye en el comportamiento de los usuarios de manera positiva o negativa.

## 5 CONCLUSIONES

**Primero:** La calidad de servicio si influye directamente en la satisfacción de los usuarios en la municipalidad distrital de tamburco, así se demuestra con el coeficiente de correlación de Pearson obtenido entre las variables Calidad del servicio y satisfacción de los usuarios que es 0,729, este valor está comprendido entre 0,50 y 80 ( $0,50 < 0,729 < 0,80$ ) significando esto que la correlación es moderada, y la regresión lineal positiva de 0,51 el cual nos indica que si hay una dependencia de la satisfacción de los usuarios con la calidad del servicio, significando esto que si la calidad del servicio mejora, entonces la satisfacción de los usuarios es mayor, además la significancia obtenida para la pendiente es de 0,000 el cual es menor que el asignado de 0,01, lo que permite rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis inicial y afirmar con una confianza del 99% que la calidad de servicio si influye directamente en la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Tamburco, provincia de Abancay, 2018.

**Segundo:** Los elementos tangibles si influyen en la satisfacción de los usuarios, así lo demuestra el coeficiente de correlación de Pearson obtenido entre la dimensión elementos tangibles y satisfacción de los usuarios es de 0,620, significando que la correlación es moderada, del mismo modo el modelo de regresión lineal muestra una pendiente positiva 1,65 nos indica que si hay una dependencia de la satisfacción de los usuarios con la dimensión elementos tangibles, significando esto que si los elementos tangibles mejoran, entonces la satisfacción de los usuarios es mayor, además la significancia obtenida para la pendiente es de 0,000 el cual es menor que el asignado de 0,01, lo que permite rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis inicial y afirmar con una confianza del 99% que los elementos tangibles si influye directamente en la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Tamburco, provincia de Abancay, 2018.

**Tercero:** La fiabilidad si influye en la satisfacción de los usuarios, así lo demuestra el coeficiente de correlación de Pearson obtenido entre la dimensión fiabilidad y la variable satisfacción de los usuarios es de 0,575, este valor nos indica que la correlación es moderada, de la misma forma el modelo de regresión lineal, la pendiente positiva 1,09 nos indica que si hay una dependencia de la satisfacción de los usuarios con la dimensión fiabilidad, significando esto que si los fiabilidad mejora, entonces la satisfacción de los usuarios es mayor, además la significancia obtenida para la pendiente es de 0,000 el cual es menor que el asignado de 0,01, lo que permite rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis inicial y afirmar con una confianza del 99% que la fiabilidad si influye directamente en la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Tamburco. Provincia de Abancay, 2018

**Cuarto:** La dimensión seguridad influye en la satisfacción de los usuarios, de acuerdo a los resultados que muestra el coeficiente de correlación de Pearson obtenido entre la dimensión seguridad y la variable satisfacción de los usuarios dando como resultado 0,573, este valor significa que existe una correlación moderada, del mismo modo el modelo de regresión lineal la pendiente positiva 1,12 nos indica que si hay una dependencia de la satisfacción de los usuarios con la dimensión seguridad, significando esto que si la seguridad mejora, entonces la satisfacción de los usuarios es mayor, además la significancia obtenida para la pendiente es de 0,000 el cual es menor que el asignado de 0,01, lo que permite rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis inicial y afirmar con una confianza del 99% que la seguridad si influye directamente en la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Tamburco provincia de Abancay, 2018.

## 6 RECOMENDACIONES

Realizar por parte de Gerencia de la municipalidad, una evaluación constante en cuanto al desempeño de cada trabajador para tomar medidas correctivas, las cuales contribuyan al mejor desenvolvimiento de los colaboradores internos del municipio. Así mismo, se debe suministrar adecuadamente los recursos empleados para las actividades requeridas en el servicio, como materiales de comunicación, equipos entre otros.

Identificar y eliminar los cuellos de botella las cuales imposibilitan en cierta medida la fluidez en la comunicación y dirección del servicio a favor del usuario. Por consiguiente alcaldía y las autoridades competentes de la municipalidad, deben solicitar a los gerentes y jefes de cada área reportes en cuanto a cómo se están llevando los procesos en cada servicio que ofrece la entidad, en tanto se deben aprovechar las capacitaciones que brinda el estado en temas como simplificación administrativa, entre otros las cuales contribuyen a eliminar actividades dentro de los procesos que son innecesarias.

Como podemos observar en los resultados existe correlación directa entre las dos variables calidad de servicio y satisfacción de los usuarios por ello se debe propiciar espacios de reflexión sobre la importancia y el beneficio que aporta la calidad de servicio en la satisfacción de los usuarios, proponer el trabajo conjunto de todas las áreas involucradas en cada proceso que conlleva a la prestación del servicio, para que en tal sentido se mejore la eficiencia en la entrega, comunicación y la atención hacia el usuario.

## 7 REFERENCIAS

Bitner, M., Zeithaml, V., y Gremler, D. (2009). *Marketing de Servicios* (Quinta ed.). México D.F. Mc Graw-Hill.

Boulding, W., Staelin, R., Kalra, A., y Zeithaml, V. (1993). *Modelo de proceso dinámico de la calidad del servicio: de las expectativas a las intenciones de comportamiento*. Revista de investigación de marketing, 7-23.

Carman, J. M. (1990). *Percepciones del consumidor de la calidad del servicio; Una evaluación de las dimensiones de SERVQUAL*. Diario de Venta al detalle, 66 (1).

Carrasco Fernández, S. (2013). *Gestión de la atención al cliente/consumidor*. España: Ediciones Paraninfo S.A.

Cerezo, P. (15 de 05 de 2006). *La calidad de servicio como elemento estratégico para fidelizar al cliente*. Obtenido de URL: <http://www.teleworkspain.com/Art012.htm>.

Consultores, A. (2016). <https://www.aiteco.com>. Obtenido de *El Modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio*: <https://goo.gl/i58Kyq>

Drucker, P. (1990). <http://pensamientoadministrativoudec.blogspot.pe>. Obtenido de Pensamiento Administrativo: *la Calidad según Drucker*. <https://goo.gl/A1hJ3P>

Kozak, A., Kozak, R., Watts, S., & Staudhammer, C. (2008). *Introductory Probability and Statistics*. Vancouver: Cabi International.

Ley N° 27972. Diario Oficial el Peruano, Perú, 18 de Enero del 2018.

Mendenhall, W., Beaver, R. J., & Beaver, B. M. (2009). *Introduction to Probability and Statistics*. Belmont: Brooks/Cole.

Ríos, A. (Setiembre 2009). *Gestión de Calidad y Mejora Continua en la Administración Pública. Actualidad Gubernamental*. V I. (11).p.2.

Estadísticas, A. B. (4 de julio de 2013). Oficina Australiana de Estadística. Obtención de datos cuantitativos y cualitativos: [abs.gov.au.com](http://abs.gov.au.com). (2017). *Diccionario de Estadística y Probabilidad*. Obtenido de Variable Cuantitativa: StatTrek.com.

Reyes (2014) en su tesis titulada “Calidad del servicio para aumentar la satisfacción del cliente de la asociación share, sede Huehuetenango”

Orozco (2017), en su tesis titulada “Satisfacción de los usuarios sobre la calidad de atención recibida en consulta externa, hospital militar escuela Dr. Alejandro Dávila Bolaños. Managua, Nicaragua. Febrero 2017”

Caballero (2016) en su tesis titulada “Calidad del Servicio y la Satisfacción del Usuario de la Municipalidad Distrital de El Porvenir, Trujillo año 2016.”

Allcahuamán (2015), en su tesis titulada “Calidad de Servicio y Satisfacción de los Usuarios de la Municipalidad Distrital De Pacucha, Andahuaylas 2015”.

## 8 ANEXOS

### ENCUESTA INSTRUMENTO PARA USUARIOS QUE ASISTEN A LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE TAMBURCO Nro. 1

#### PRESENTACION

Estimado usuario, la presente encuesta pretende recopilar información referente a la calidad de servicio que brindan los trabajadores de esta Municipalidad al cual usted acude a realizar sus trámites. Por ello rogaría a usted poder responder con sinceridad, seriedad y en forma personal a las preguntas del cuestionario. Muchas gracias.

#### DATOS GENERALES

1. Edad: .....
2. Sexo: Masculino ( ) Femenino ( )
3. Nivel profesional: secundaria completa ( ) técnico ( ) superior

#### CUESTIONARIO DE EVALUACION DE LA CALIDAD DE SERVICIO

En el presente cuestionario se hace diferentes preguntas referentes a la calidad de servicio. Marcar una (X) en el casillero que consideres la respuesta correcta según la leyenda de abajo. Siendo el puntaje más favorable el 5 y el puntaje menos favorable el 1. Marcar solo una respuesta a cada pregunta.

<b>1</b>	<b>Nunca</b>
<b>2</b>	<b>Casi Nunca</b>
<b>3</b>	<b>Algunas Veces</b>
<b>4</b>	<b>Casi Siempre</b>
<b>5</b>	<b>Siempre</b>

	<b>ITEMS</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Elementos Tangibles</b>						
<b>1</b>	¿El espacio donde le atienden es adecuado?					
<b>2</b>	¿Se siente cómodo en el lugar donde le atienden?					

3	¿Cree usted que la vestimenta de los trabajadores es lo más adecuado para el trabajo?					
4	¿Usted cree que los trabajadores se valoran como persona?					
5	¿El personal que lo atiende cuenta con equipos y tecnología moderna para su labor?					
6	¿El personal que lo atiende cuenta con conocimientos sobre el manejo y utilización de los equipos?					
7	¿El personal que lo atiende cuenta con recursos materiales suficientes para el desarrollo de sus funciones?					
	<b>Fiabilidad</b>					
8	¿El personal que lo atendió cumplió con lo ofrecido?					
9	¿El personal que lo atiende absuelve sus consultas y dudas?					
10	¿El personal que lo atiende se preocupa y muestra interés en solucionar sus problemas?					
11	¿El personal que lo atiende concluye con el servicio en el tiempo acordado?					
12	¿El personal que lo atiende cumple con los plazos establecidos?					
13	¿Usted recibe un servicio sin errores y “a la primera”?					
14	¿Usted recibe un servicio rápido y de calidad por parte de los trabajadores?					
	<b>Seguridad</b>					
15	¿El personal que lo atiende tiene conocimientos suficientes para su puesto de trabajo?					
16	¿El personal que lo atiende encuentra capacitado para el cargo que desempeña?					

<b>17</b>	¿El personal que lo atiende es amable y cortes?					
<b>18</b>	¿El personal que lo atiende Usted es honesto y sincero?					
<b>19</b>	¿El personal que lo atiende le inspira confianza y seguridad?					
<b>20</b>	¿El personal que lo atiende demuestra igualdad en la atención para todos?					
<b>21</b>	¿El personal que lo atiende es reservado con la información que usted solicita?					

**ENCUESTA  
 INSTRUMENTO PARA USUARIOS QUE ASISTENA A LA MUNICIPALIDAD  
 DISTRITAL DE TAMBURCO Nro. 2**

**PRESENTACION**

Estimado usuario, la presente encuesta pretende recopilar información referente a la calidad de servicio que brindan los trabajadores de esta Municipalidad al cual usted acude a realizar sus trámites. Por ello rogaría a usted poder responder con sinceridad, seriedad y en forma personal a las preguntas del cuestionario. Muchas gracias.

**DATOS GENERALES**

1. Edad: .....
2. Sexo: Masculino ( ) Femenino ( )
3. Nivel profesional: secundaria completa ( ) técnico ( ) superior

**CUESTIONARIO DE EVALUACION DE LA SATISFACCION DE LOS USUARIOS**

En el presente cuestionario se hace diferentes preguntas referentes a la satisfacción de los usuarios. Marcar una (X) en el casillero que consideres la respuesta correcta según la leyenda de abajo. Siendo el puntaje más favorable el 5 y el puntaje menos favorable el 1. Marcar solo una respuesta a cada pregunta.

<b>1</b>	Nunca
<b>2</b>	Casi Nunca
<b>3</b>	Algunas Veces
<b>4</b>	Casi Siempre
<b>5</b>	Siempre

<b>ITEMS</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Calidad Funcional Percibida</b>						
<b>1</b>	¿El personal que lo atiende ha solucionado satisfactoriamente sus quejas?					
<b>2</b>	¿El personal que lo atiende conoce sus intereses y necesidades?					

3	¿Usted quedo satisfecho con el servicio brindado por parte de los trabajadores?					
4	¿Usted recibió el servicio esperado?					
5	¿Usted observa mejoras en el servicio brindado?					
6	¿Cree que el personal busca su satisfacción como usuario?					
	<b>Valor Percibido</b>					
7	¿Usted inspira confianza en los usuarios?					
8	¿Usted cree que la atención que ofrece a los usuarios debe mejorar?					
9	¿Está de acuerdo con las tasas y costos que le cobran a los usuarios por los trámites que realizan?					
10	¿Usted cree que las tasas y costos deberían ser más accesibles?					
11	¿La calidad de los servicios prestados es bueno?					
12	¿Usted valora el servicio brindado?					
	<b>Confianza</b>					
13	¿Usted se preocupa por solucionar las necesidades de los usuarios?					
14	¿El servicio que usted ofrece se adapta a las necesidades de los usuarios?					
15	¿Usted es innovador y con visión a futuro?					
16	¿Usted recomendaría a otros usuarios realizar sus trámites en esta municipalidad?					

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO**

N°	Dimensiones/items	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
<b>Elementos Tangibles</b>								
1	¿El espacio donde le atienden es adecuado?							
2	¿Se siente cómodo en el lugar donde le atienden?	X		X		X		
3	¿Cree usted que la vestimenta de los trabajadores es lo más adecuado para el trabajo?	X		X		X		
4	¿Usted cree que los trabajadores se valoran como persona?	X		X		X		
5	¿El personal que lo atiende cuenta con equipos y tecnología moderna para su labor?	X		X		X		
6	¿El personal que lo atiende cuenta con conocimientos sobre el manejo y utilización de los equipos?	X		X		X		
7	¿El personal que lo atiende cuenta con recursos materiales suficientes para el desarrollo de sus funciones?	X		X		X		
<b>Fiabilidad</b>								
8	¿El personal que lo atendió cumplió con lo ofrecido?	X		X		X		
9	¿El personal que lo atiende absuelve sus consultas y dudas?	X		X		X		
10	¿El personal que lo atiende se preocupa y muestra interés en solucionar sus problemas?	X		X		X		
11	¿El personal que lo atiende concluye con el servicio en el tiempo acordado?	X		X		X		
12	¿El personal que lo atiende cumple con los plazos establecidos?	X		X		X		
13	¿Usted recibe un servicio sin errores y "a la primera"?	X		X		X		
14	¿Usted recibe un servicio rápido y de calidad por parte de los trabajadores?	X		X		X		
<b>Seguridad</b>								
15	¿El personal que lo atiende tiene conocimientos suficientes para su puesto de trabajo?	X		X		X		
16	¿El personal que lo atiende encuentra capacitado para el cargo que desempeña?	X		X		X		
17	¿El personal que lo atiende es amable y cortés?	X		X		X		
18	¿El personal que lo atiende Usted es honesto y sincero?	X		X		X		
19	¿El personal que lo atiende le inspira confianza y seguridad?	X		X		X		
20	¿El personal que lo atiende demuestra igualdad en la atención para todos?	X		X		X		
21	¿El personal que lo atiende es reservado con la información que usted solicita?	X		X		X		
<b>Calidad Funcional Percibida</b>								
22	¿El personal que lo atiende ha solucionado satisfactoriamente sus quejas?	X		X		X		
23	¿El personal que lo atiende conoce sus intereses y necesidades?	X		X		X		
24	¿Usted quedo satisfecho con el servicio brindado por parte de los trabajadores?	X		X		X		

25	¿Usted recibió el servicio esperado?						
26	¿Usted observa mejoras en el servicio brindado?	X		X		X	
27	¿Cree que el personal busca su satisfacción como usuario?	X		X		X	
<b>Valor Percibido</b>							
28	¿Usted inspira confianza en los usuarios?						
29	¿Usted cree que la atención que ofrece a los usuarios debe mejorar?	X		X		X	
30	¿Está de acuerdo con las tasas y costos que le cobran a los usuarios por los trámites que realizan?	X		X		X	
31	¿Usted cree que las tasas y costos deberían ser más accesibles?	X		X		X	
32	¿La calidad de los servicios prestados es bueno?	X		X		X	
33	¿Usted valora el servicio brindado?	X		X		X	
<b>Confianza</b>							
34	¿Usted se preocupa por solucionar las necesidades de los usuarios?						
35	¿El servicio que usted ofrece se adapta a las necesidades de los usuarios?	X		X		X	
36	¿Usted es innovador y con visión a futuro?	X		X		X	
37	¿Usted recomendaría a otros usuarios realizar sus trámites en esta municipalidad?	X		X		X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Ninguno

Opinión de aplicabilidad: Aplicable (X) Aplicable después de corregir ( ) No aplicable ( )

Apellidos y nombres del juez validador: Dr. Cirilo Huamán Albites DNI: 25810286

Especialidad del validador: Dr. en Adm. de la Educación

Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado

Relevancia: El ítem es apropiado para presentar al componente o dimensión específica del constructo

Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem es conciso, exacto y directo

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

Abancay Agosto 2018



Firma del Experto Informante



## MUNICIPALIDAD DISTRICTAL DE TAMBURCO

*Cuna de la Heroína Micaela Bastidas*

"AÑO DEL DIALOGO Y LA RECONCILIACIÓN NACIONAL"



### CONSTANCIA

El que suscribe **EDWARD GUTIERREZ MENDOZA**, identificado con DNI N° 31020536, Jefe de la Oficina de Recursos Humanos de la Municipalidad Distrital de Tamburco, de la Provincia de Abancay, Región Apurímac.

### HACE CONSTAR:

QUE, la Lic. Administración de Empresas Srta. **YUDITZA BORDA GIRALDO**, identificada con DNI N° 43346865, ha realizado el trabajos de INVESTIGACION, denominado; "CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS EN LA MUNICIPALIDAD DISTRICTAL DE TAMBURCO - ABANCAY 2018". Trabajo de Investigación que le permitirá concluir sus estudios de maestría en la Escuela de Pos Grado de la Universidad Cesar Vallejo.

Se le expide la presente Constancia a solicitud de la interesada para los fines que estime por conveniente.

Tamburco, 25 de Septiembre del 2018.

Atentamente;

MUNICIPALIDAD DISTRICTAL  
TAMBURCO  
*E. Gutiérrez*  
Abg. Edward Gutiérrez Mendoza  
(\*) RECURSOS HUMANOS

Teléfonos: 083-323773  
Dirección: Plaza de Armas S/N  
E-mail: [munitamburco@munitamburco.gob.pe](mailto:munitamburco@munitamburco.gob.pe)

**MATRIZ DE CONSISTENCIA**

**Título: “Calidad de servicio y Satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Tamburco 2018”**



PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLE/DIMENSIONES	METODOLOGIA
<p>PG: ¿Como influye la calidad de servicio en la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Tamburco, provincia Abancay en el año 2018?</p> <p>PE1: ¿Cómo influyen los elementos tangibles en la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Tamburco?</p> <p>PE2: ¿Cómo influye la fiabilidad en la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Tamburco?</p> <p>PE3: ¿Cómo influye la seguridad en la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Tamburco?</p>	<p>OG: Determinar la influencia de la calidad de servicio en la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Tamburco provincia Abancay en el año 2018.</p> <p>OG1: Determinar la influencia de los elementos tangibles en la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Tamburco.</p> <p>OE2 Determinar la influencia de la fiabilidad en la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Tamburco.</p> <p>OE3: Determinar la influencia de la seguridad en la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Tamburco.</p>	<p>HG: La calidad de servicio influye directamente en la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Tamburco, provincia Abancay en el año 2018.</p> <p>HE1: Los elementos tangibles influyen directamente en la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Tamburco.</p> <p>HE2: La fiabilidad influye directamente en la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Tamburco.</p> <p>HE3: La seguridad influye directamente en la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Tamburco.</p>	<p><b>VARIABLE INDEPENDIENTE</b></p> <p>X: Calidad de Servicio</p> <p><b>Dimensiones</b></p> <p>X.1: Elementos Tangibles</p> <p>X.2: Fiabilidad</p> <p>X.3: Seguridad</p> <p><b>VARIABLE DEPENDIENTE</b></p> <p>Y: Satisfacción de los Usuarios</p> <p><b>Dimensiones</b></p> <p>Y.1: Calidad funcional percibida</p> <p>Y.2: Valor percibido</p> <p>Y.3: Confianza</p>	<p><b>TIPO DE INVESTIGACION</b> Sustantivo basico</p> <p><b>METODO</b> Hipotetico deductivo</p> <p><b>NIVEL DE INVESTIGACION</b> Explicativo</p> <p><b>DISEÑO DE INVESTIGACION</b> Correlacional - causal Esquema:</p> <p align="center">X <math>\longrightarrow</math> Y</p> <p>Donde:</p> <p>X: Variable 1 Y: Variable 2</p> <p><b>Población</b> <b>Muestra</b> 30 trabajadores de la Municipalidad</p> <p><b>Tecnica:</b> Encuesta. <b>Instrumento:</b> Cuestionario. <b>Análisis de datos:</b> Se utiliza la estadística descriptiva e inferencial. Los datos se presentaran en tablas de frecuencias y porcentajes, con figuras estadísticas</p>

**ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD**  
**DE LOS TRABAJOS ACADÉMICOS DE LA UCV**

Yo, Dr. **CIRILO HUAMAN ALBITES**, docente del Área de Investigación de la Escuela de Posgrado – Trujillo; y revisor del trabajo académico titulado: **“CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCION DE LOS USUARIOS EN LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE TAMBURCO DE LA PROVINCIA DE ABANCAY - REGION APURIMAC-2018. ”**, de la estudiante, **BORDA GIRALDO, YUDITZA**, he constatado por medio del uso de la herramienta **turnitin** lo siguiente:

Que el citado trabajo académico tiene un índice de similitud de 24% verificable en el **Reporte de Originalidad** del programa turinitin, grado de coincidencia mínimo que convierte el trabajo en aceptable y no constituye plagio, en tanto cumple con todas las normas del uso de citas y referencias establecidas por la **Universidad César Vallejo**.

Trujillo, 14 de Agosto 2018.



Dr. CIRILO HUAMAN ALBITES.  
DNI: 25810286

## Fotografías



