

UNIVERSIDAD SAN PEDRO

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y
ADMINISTRATIVAS**

**PROGRAMA DE ESTUDIO DE MAESTRIA EN
GESTION PUBLICA**



**CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCION DEL USUARIO EN
LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE PARIACOTO - 2019**

Tesis para obtener el Grado de Maestro en Gestión Pública

Autor:

López Sáenz Erick Jeffer

Asesor – Código ORCID:

Dr. Ulloa Siccha Javier
0000-0003-2468-4286

Chimbote – Perú
2021

PALABRAS CLAVE

Tema	Calidad de servicio, satisfacción del usuario
Especialidad	Gestión Pública

KEYWORDS

Topic	Quality of service, User satisfaction
Specialty	Public Management

Línea de investigación del VRI. (RCU. N° 4201-2019-USPCU)

Línea de Investigación:	Gerencia estratégica
Área:	Ciencias Sociales
Sub-área:	Economía y Negocios
Disciplina:	Economía

Research line of VRI. (RCU. N° 4201-2019-USPCU)

Línea de Investigación:	Strategic management
Área:	Social sciences
Sub-área:	Economy and business
Disciplina:	Economy

**“CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL
USUARIO EN LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE
PARIACOTO - 2019”**

**"QUALITY OF SERVICE AND USER SATISFACTION
IN THE DISTRICT MUNICIPALITY OF PARIACOTO -
2019"**

RESUMEN

El informe de nuestro trabajo de tesis se tuvo como objetivo general: describir cómo influye la calidad de servicio en la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Pariacoto – 2019.

Se tuvo la metodología de tipo descriptivo de enfoque cuantitativo, de diseño no experimental de corte transaccional correlacional. Se tuvo un universo poblacional de 4606 habitantes y para la muestra se utilizó una fórmula estadística finita dándonos como resultado 355 usuarios, a la que se le aplicó la técnica de la encuesta y como instrumento un cuestionario.

Como resultados se estableció que existe una relación directa y significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario, así mismo entre la dimensiones de cada una de ellas, donde se determinó el nivel de las dimensiones donde 54,63% de los usuarios manifiestan que solo a veces se les ofrece una preocupación por la calidad lo cual en la determinación del nivel de las dimensiones de satisfacción donde el 59.15% de los usuarios siente que solo a veces está satisfecho con la atención del servicio recibido.

ABSTRACT

The report of our thesis work had the general objective: to describe how the quality of service influences the satisfaction of users in the District Municipality of Pariacoto - 2019.

The descriptive methodology of quantitative approach was used, with a non-experimental design with a transactional correlational cut. There was a population universe of 4606 inhabitants and a finite statistical formula was used for the sample, giving us 355 users as a result, to which the survey technique was applied and a questionnaire was applied as an instrument.

As results, it was established that there is a direct and significant relationship between the quality of service and user satisfaction, as well as between the dimensions of each of them, where the level of the dimensions was determined where 54.63% of the users manifest that only sometimes are they offered a concern for quality, which in determining the level of satisfaction dimensions where 59.15% of users feel that they are only sometimes satisfied with the service received.

INDICE

	Pág.
PALABRAS CLAVE – KEY WORDS	i
TITULO	ii
RESUMEN	iii
ABSTRACT	iv
INDICE	v
I. INTRODUCCION.	1
1.1 Antecedentes y fundamentación científica.	2
1.2 Justificación de la investigación.	10
1.3 Problema.	11
1.4 Conceptualización y operacionalización de las variables.	11
1.5 Hipótesis	15
1.6 Objetivos	15
II. MATERIALES Y METODOS.	16
2.1 Tipo y diseño de investigación.	17
2.2 Población y Muestra.	18
2.3 Técnicas e instrumentos de investigación.	19
III. RESULTADOS	20
IV. ANALISIS Y DISCUSION	50
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	57
VI. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	62
ANEXOS	69

CAPITULO I

Introducción

I. INTRODUCCION.

1.1 Antecedentes y fundamentación científica.

Antecedentes:

En lo internacional.

Parra, M. (2016), nos dice que, el concepto de calidad, que hoy en día existen diversidades definiciones de la palabra calidad. En el cual todas estos conceptos están sujetas según a su evolución en el cual fueron formuladas, según a sus características agrupándose en cuatro direcciones en la que más se aproxime a definición de calidad –calidad como; valor, ajuste a descripciones, excelencia, y como satisfacción o distinción en las perspectivas en los clientes o consumidores. Con esto la autora afirma que cada vez el término calidad va teniendo mayor valor y es usado cada vez más por múltiples profesionales de diferentes sectores, dando así diferentes conceptualizaciones a esta palabra dependiendo del rubro en el que es empleado, pero todos con una misma finalidad común, es decir se pueden tomar múltiples aspectos para la calidad, pero siempre tiene como finalidad común satisfacer o mejorar las necesidades o expectativas de los usuarios.

En lo Nacional.

Chanduví, E. (2016), En su tesis de maestría, nos afirma que, la gestión de la Calidad Total se argumenta en explorar la complacencia de diversos consumidores, clientes o interesados la discrepancia impulsiva en los especialistas, tanto así toda mecanismo que estén orientadas en la búsqueda de la mejora continua en toda movimiento que se hagan, siendo así dada también en la atención del Sector Público Educativo, confirmando que se interrelacionan entre ellas, dándose a notar que en donde las numerosas interrelaciones entre unas y otras la hacen aparentemente no manejables.

Palomino, H. (2016), en su investigación, manifiesta que la comprensión de los métodos en la complacencia de los usuarios o futuros clientes, es necesario de realizar un estudio muy minucioso de ellos, ya que cuando interviene el recurso humano, tiene o posee diversas por cuanto la intervención de la persona humana con sus particularidades individuales son muy constantes, agregándose a ello otro procedimiento activo que se brinde nuevos métodos en los instantes del compromiso educativo, administración en los servicios, en la introducción de las bases como del mobiliario o de los enseres.

Suárez, R. (2015), en sus tesis manifiesta que si se aplica el piloto de mejora, se obtendría un gran progreso en el conocimiento o la perspectiva en cuanto al nivel de calidad en el servicio en cuanto a la predisposición en la atención de toda interrogante de los estudiantes, confirmando que es un plan que ayudará a mejorar para la unidad de trabajo, lo cual permitirá implementar quienes pueden ir implementando otros planes, ante las insuficiencias en los estudiantes y consecutivamente con una gran petición de los servicios.

Yrigoyen, L. (2019), en su tesis, concluye que, hay una gran relación de gran significado con la gestión de la calidad en el servicio y la complacencia de, de los clientes, de los pequeños emprendedores de ferretería que se encuentran localizados en la zona llamada “Las Malvinas” en Lima Metropolitana, en el año 2018.

En lo Local.

Rubio, R. (2016), en su tesis concluye que, se debe atender de manera especial en temas que se relacionan en los diversos temas de fiabilidad, seguridad y empatía, ya que se considera de mayor importancia la dimensión de la insatisfacción de los usuarios que toman los servicios de consulta externa de la clínica. Nos dice también que Además, dice que la formación del personal en tendencias de atender a los usuarios en cuanto

a consultas externas, estas deberán ser de manera permanente que se adapten a todo cambio evolutivo, buscando incesantemente satisfacer a los usuarios, teniendo como fortaleza la distinción en el desarrollo del recurso humano que laboren en la institución.

Huamán, R. (2017) en su investigación concluye estableciendo que, hay gran relación de gran significado que va direccionado de manera directa entre el servicio de calidad con los usuario y su satisfacción, que para este caso, su estudio se aplicó en una entidad pública municipal, Así mismo recomienda estrategias, reglas o actividades que tengan relación a perfeccionar la calidad de los servicios que se brindan el día a día, cuya finalidad es perfeccionar o pulir la complacencia de los clientes, pudiendo así mejorar en gran nivel de la calidad de vida del usuario.

Fundamentación científica.

A. Calidad de Servicio

Ateico (2017), refieren que, ante todo para dar definiciones de calidad es necesario antes de abordar la definición de la Calidad de Servicio, es pertinente tener en cuenta tomar algunas puntualidades. Todo bien o servicio debe tener la capacidad de dar satisfacción a las necesidades de los consumidores o clientes van de acuerdo con su necesidad, siendo dividido en dos tipos: tangibles e intangibles. Todo bien tangible se le conoce con una denominación del producto. Es decir existe consistencia material. El cual se puede tocar palpar (objetos físicamente), que cuando se utiliza, el usuario o cliente soluciona una necesidad insatisfecha. En cuanto a los bienes intangibles, usualmente son los servicios. Podemos decir que es inmaterial. Es decir el usuario percibe en el cual logra dar solución a su necesidad o insatisfacción. El autor confirma que el producto tanto un tangible como un intangible, debe estar permanentemente siempre que esté posicionado al objetivo fundamental de la empresa y más específicamente,

del área especializada. En toda empresa o área que producen toda organización o departamento, que ofrezca bienes o servicios, escolta su entrega de algunos otros que van ligados a las prestaciones necesarias a la principal. Podemos decir que la calidad de servicio presume al arreglo de estas prestaciones requeridas a las insuficiencias, expectativas y pretensiones de los usuarios.

Ecured (2015), refiere que, La calidad de servicio reside en dar cumplimiento con las perspectivas que busca cada cliente, en cuanto si es bueno o malo o en que numero el servicio que se cumple con su satisfacción.

OCEUPE (2020), refiere que, es muy notorio su evolución y se advierte una gran sensibilización en las empresas en enfatizar bien la definición de los servicios dándose mayor importancia a la calidad de servicio, ya que constantemente va creciendo, siempre y cuando se le entienda a la calidad desde la perspectiva de los usuarios o clientes es en cuanto a la prestación de los servicios, antes de consumirlo, es decir cumple sus expectativa el servicio que se le brinda. Se tiene como resultado que la realidad económica ya es desde ya gran tiempo una economía de servicios.

Algunos modelos De Calidad De Servicio:

- Modelo de calidad proceso y función de Grönroos:
- Modelo SERVQUAL, de Parasuraman y otros escritores.
- Modelo SERVPERF, de Cronin y Taylor
- Modelo FAIRSERV, de Carr
- Modelo el atributo P-C-P, de Felipe y Hazlett,
- Modelo de calidad de atributo de servicio De Haywood-Farmer.
- Modelo el enfoque jerárquico, de Brandy y Cronin
- Modelo Estructura jerárquica de servicio Calidad de Kang

Los principios de la calidad de los servicios, que pueden resumirse y describirse como:

- ✓ La calidad del servicio es juzgada por el cliente.
- ✓ El nivel de excelencia, el cual un servicio debe alcanzar, es impuesto por el cliente.
- ✓ La empresa conseguir sus metas planteadas, obteniendo mayor beneficio, logrando enfatizar mediante el trazo de metas.
- ✓ La organización siempre deberá tener muy presente todas las expectativas de los usuarios o clientes futuros.
- ✓ Las organizaciones u empresa deben concretar nuevas políticas con el fin de lograr la calidad en los servicios.
- ✓ La perfección demanda de un orden y un esfuerzo permanente con la finalidad de lograr a la definición de cero defectos.

Servicio

Sánchez, J. (2019), define que, servicio, es la operación o mecanismos diversos de acciones que están orientadas a la satisfacción de alguna expectativa o necesidad de los usuarios, el cual se brinda un bien inmaterial y personalizado. El servicio al cliente, es aquel que la empresa oferta para vincularse con sus clientes. Es decir viene hacer el conjunto de acciones que están interrelacionadas con el fin de que su cliente pueda obtener un bien o producto en el instante y lugar idóneo, el cual se asegura el uso y se asegure un uso debido para cubrir su necesidad. Se trata de un instrumento de marketing, el cual sabiendo darle dar buen uso, sería muy efectiva en una empresa, para que tenga éxito debe regirse a algunas reglas o políticas de nivel institucional.

Dimensiones de la Calidad de Servicio

Fiabilidad

Garvin, A. (2016), en su publicación afirma que, está referida a la posibilidad de trabajo de cero fallas o perjuicios, en un lapso o periodo de tiempo que se determine. O mejor dicho se busca mejorar el desempeño y las especificaciones esperadas de un producto o servicio, en un tiempo o periodo determinado de su vida útil. Un ejemplo, un juguete o algún alimento producido no generen daño a los consumidores que lo usen sean niños o adultos.

En general, la fiabilidad se puede medir, haciendo uso del Tiempo Medio de la Primera Falla y el Tiempo Medio entre Fallas (MTBF). Este concepto alcanza hacer aplicado en los productos como a servicios, es muy abitual usarlo cuando se realcionan con productos, principalmente con productos que perduran.

Empatía

Labos, E. (2019), define que, es la habilidad de distinguir o deducir en las impresiones, pensamientos y emociones de las personas, fundamentada en la afirmación del otro como semejante, cabe indicar, como una persona semejante o igual con sentido propia. Teniendo esta habilidad es vital para la vida social. Es decir, reside en poder entender a un individuo desde su perspectiva en vez del mismo, o en percatarse de manera indirecta los emociones, impresiones y percepciones de la otra persona.

Seguridad

Wikipedia (2020), define que, reside en hacer que el peligro disminuya a niveles admisibles, ya que el peligro o riesgo es inseparable a cualquier acción y jamás podrá eliminarse. Si queremos explicar esta expresión, será muy fundamental acudir al concepto de valor. Donde son principios que nos admiten dar orientación a nuestra conducta en función de lograr la

realización como personas. Según el autor Drucker, los valores, actitudes y conductas están estrechamente vinculadas.

Elementos tangibles

Businessemt (2020), en la publicación define que, Los elementos tangibles pueden ser evaluados fácilmente con valores específicos que pueden traducirse fácilmente en términos de efectivo.

B. Satisfacción del usuario

Peiró, R. (2020), en su publicación afirma que, es básico para una organización o empresa, ya que de ella dependerá su permanencia de sus productos o servicios de su marca, en el cual esta sólo se recomienda para seguir su consumo a otros clientes diferentes. Si los resultados son positivos de la satisfacción de los usuarios, esto podría ser una de las claves para la ampliación de las ventas de una empresa.

Usuario

Pérez, M. (2020), en su publicación define que, es aquel individuo que usa algo, sea producto o servicio para satisfacer una necesidad específica, el cual es obligatorio que el tenga la conciencia de que lo que está haciendo tiene un fin lógico y conciso, sin embargo, la expresión es genérico y se restringe en primera instancia a describir la acción de un individuo que usa algo.

Pérez, J y Gardey, A (2019), publican un significado, describe al individuo que hace uso de un producto o servicio de manera usual. Usuario se deriva del latín usuarius, el cual está relacionado cuando hace uso de algo.

Dimensiones de la Satisfacción del usuario

Expectativa

ConceptoDefinicion (2019), define que es considerada como un cambio de la naturaleza cognitiva que plantea la idea de anticipación, cuya inclusión

en las investigaciones psicológicas puede ser fundamental e importante, por lo que se tendría una definición referente a la conducta de la dinámica social y logra discernir el porqué de las diversas variaciones de emociones que manifiestan los diferentes individuos.

Percepción

Definición.XYZ (2015), publica que se trata de establecer de dar interpretación a todo estímulo que en algún momento son recibidos por los sentidos, el cual facilitan la identificación en los hechos y objetos. En tanto, la percepción está dividida en dos fases: la sensorial e intelectual, esto se debe a que las impresiones muchas veces no proporcionan la visión real y total, por lo tanto estas deberán ser perfeccionadas por la inteligencia.

Confianza

Pérez, M. (2020), en su publicación define que, viene del latín que tiene su significado acción de confiar; compuesta por el prefijo «con» que quiere decir junto o globalmente, más «fides» el cual significa fe o confianza, y el sufijo «anza» que es acción. La psicología social y la sociología abordan este tema de la confianza de una forma muy amplia, el cual explica que se trata de una clase de emociones, sensaciones o creencia en sí mismo, el cual le permite al individuo conseguir diversas metas, objetivo o situaciones.

Conformidad

Garvin, A. (2016), conceptualiza que, es el nivel que da cumplimiento con las descripciones que están diseñadas y planificadas para el bien, se puede afirmar que es el punto en que un bien, su proceso de producción y/o su diseño concuerdan a estándares determinados anticipadamente (Límites de Especificación). Se puede decir que los productos o servicios tienen características que son establecidas, siempre, en la fase de su diseño.

❖ Otras definiciones relaciones de calidad y servicio:

Banales, A. (2012), De hecho, el rendimiento de toda organización ya no se puede medir solo en términos de productividad y rentabilidad, es fundamental considerar otros factores como la satisfacción del cliente y la calidad de servicio. Puntos importantes para todas las empresas en búsqueda de la permanencia y de una ventaja competitiva en el mercado competitivo, debiendo alcanzar que las insuficiencias o necesidad del cliente queden saciadas, el cual este debe percibir la calidad del servicio que se le brinda, teniendo en cuenta que lograr significativos niveles de calidad de servicio y/o de satisfacción es una táctica que crea valor para el usuario y, por ende, útil para el triunfo de las organizaciones y/o empresas. Sin embargo, la diversidad de las dos definiciones y de su vinculación obstaculiza a las organizaciones y/o empresas en su desarrollo constante de tal estrategia y por lo tanto, en este libro se intenta dar definición, analizar, diferenciar y vincular ambos términos y ayudar así, al triunfo y éxito empresarial.

E&S (2015), define en su publicación que, La calidad de servicio y la satisfacción del cliente son definiciones diferentes, que están vinculadas muy intensamente, porque ya que tienen indicadores comunes. Lo cual esto prueba la similitud de los consumidores, muchas veces existen grandes dificultad para hacer diferencias entre ambos, y existe autores muy notables que llegan a usar ambos términos de manera intercambiable.

Melara, M. (2017), define que, La calidad del servicio es un mecanismo más que implica en la satisfacción del cliente. La calidad en el servicio prestado se direcciona usualmente en las dimensiones del servicio. La satisfacción, tiene un concepto más extenso que no solo se ve afectado por las distinciones, sino también por aspectos personales y situacionales que escapan del control del empresario o la organización.

1.2 Justificación de la investigación.

Ésta investigación contribuyó a determinar el nivel de influencia de la calidad en los servicios y el efecto que causa en la satisfacción de los

usuarios de la Municipalidad Distrital del Pariacoto, en un día de trabajo normal. Los resultados obtenidos fueron analizados, gestionados e interpretados, propuestos como estrategias o recomendaciones sustanciales, para una mejora continua que puedan generar altos niveles de satisfacción en la atención de esta institución.

Este trabajo es relevante porque permitió conocer el diagnóstico situacional veras y original presente en los aspectos referidos a la empatía, elementos tangibles, fiabilidad y seguridad, todo esto en el acervo cognitivo de la Ciencia de Administración Pública y Gerencia de Servicios de las ciencias sociales. También en el contraste empírico que muestra la realidad y los paradigmas teóricos sobre los servicios de calidad y satisfacción usuarios, así como su relación, lo cual en la actualidad es requisito indispensable en toda entidad, ya sea pública o privada y en el reto de alcanzar estándares establecidos.

Se tuvo que involucrar y trabajar con los usuarios al momento de la atención y post atención del servicio, para obtener un diagnóstico exacto sobre los servicios de calidad y su satisfacción, siendo imparciales al momento de brindar el informe y diagnóstico final, esto servirá para que las actuales o futuras autoridades de la comuna edil, tomen como base los resultados obtenidos y puedan implementar nuevos indicadores con estrategias basadas en herramientas en beneficio de su comunidad, así también servirá, como material de consulta académica para futuras investigaciones y estudios que se interesen por la calidad y la satisfacción y su funcionamiento o aplicación en la gestión de las entidades pública.

1.3 Problema.

¿Cómo influye la calidad de servicio en la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Pariacoto - 2019?

1.4 Conceptualización y operacionalización de las variables.

Definición Conceptual

A. Calidad de servicio

Melara, M. (2017), define que, calidad de servicio Es el resultado de la evaluación de cumplimiento que realiza el consumidor. Es decir, si dicho servicio cumple con los fines que tiene previsto, a sabiendas que puede verse modificado en nuevas transacciones por las futuras experiencias del consumidor.

Calidad

Ecured (2015), define como el conjunto de actividades, características o comportamientos de un bien o servicio. No existe calidad en el que se logre medir por su valoración o el análisis de sus componentes que constituyen un servicio que se recibe. Lo cual, su clasificación se hace con carácter integral, en tanto se evalúan todas las diferentes características, funciones o desenvolvimiento.

B. Satisfacción del usuario

Peiró, R. (2020), define que, la Satisfacción del cliente es una medición de la satisfacción que tiene éste acerca de los productos y servicios de una empresa.

Ionos, S. (2019), define que, está profundamente vinculada a la relación entre la organización y/o empresas y personas, en tanto es necesario inscribirse en el marco del marketing psicológico. El fin de toda organización es de dar mejor la experiencia al usuario o cliente y darle varios indicios positivos, sea antes, durante y tras la compra.

Satisfacción

Ionos, S. (2019), define que, La satisfacción se da siempre que se cumple una expectativa y si las expectativas se sobrepasan, la satisfacción será aún mayor. En una relación comercial, no obstante, la satisfacción del cliente ha de ser siempre una prioridad.

Operacionalización de las variables.

Variable	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Ítem
Calidad de servicio	Es la determinación de la incidencia de la calidad ofrecido en el servicio brindado mediante su escala valorativa de 16 ítems a través de sus dimensiones de fiabilidad, seguridad, empatía y elementos tangibles, el cual es percibido para la medición de sus niveles.	Fiabilidad	Cumplen lo ofrecido	1
			Interés detallado por resolución de problemas	2
			Concluyen a tiempo	3
			No comenten errores	4
		Seguridad	Transparencia en el servicio	5
			Cortesía en el servicio.	6
			Empleados con conocimientos suficientes.	7
			Ofrecen alternativas de solución	8
		Empatía	Atención individualizada	9
			Horarios flexibles	10
			Preocupación por el servicio	11
			Comprensión de necesidades de los cliente	12
		Elementos Tangibles	Equipos modernos	13
			Atracción visual de las instalaciones	14
			Apariencia pulcra de los empleados	15
			Materiales en buen estado	16

Variable	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Ítem
Satisfacción del usuario	Es el nivel de afectación de la incidencia de la calidad ofrecida, medida mediante su escala valorativa de 13 ítems a través de sus dimensiones de expectativa, percepción, confianza y conformidad, el cual es percibido por los usuarios para la medición de sus niveles.	Expectativa	Personal preparado	17
			Horarios convenientes	18
			costos y tasas justas	19
		Percepción	Disposición de servicio	20
			Atención personalizada	21
			Calidad de respuesta	22
			Tiempo aceptable	23
		Confianza	Preocupación por el servicio	24
			Trato con privacidad	25
			Frecuencia del servicio	26
		Conformidad	Servicio sin errores	27
			Atención rápida y oportuna	28
			Éxito del servicio	29

1.5 Hipótesis.

“La calidad de servicio influye significativamente en la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Pariacoto - 2019.”

1.6 Objetivos.

Objetivo General

1. Describir cómo la calidad de servicio influye significativamente en la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Pariacoto - 2019.

Objetivos Específicos

1. Determinar los niveles de las dimensiones de calidad en el servicio ofrecidos en la Municipalidad Distrital de Pariacoto – 2019.
2. Determinar los niveles de las dimensiones de satisfacción del usuario en la Municipalidad Distrital de Pariacoto – 2019.
3. Explicar los niveles de las dimensiones de calidad y satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Pariacoto – 2019

CAPITULO II

Materiales y Métodos

II. MATERIALES Y METODOS.

2.1 Tipo y diseño de investigación.

Tipo de investigación

La investigación es de tipo descriptiva, ya que se recoge información sin manipular variables, no existiendo intervención alguna de parte del investigador, con la evolución natural de los eventos reflejados en los datos, irrelevante a la voluntad del investigador. El enfoque es cuantitativo ya que la naturaleza de los procedimientos de observación y la realidad en análisis, adoptan técnicas estadísticas e instrumentos estructurados para recolección de información y medición de variables.

Diseño de investigación

El diseño es no experimental de corte transversal ya que las variables fueron concebidas por las unidades de análisis tiempo atrás y se medirán en un solo momento. De estudio correlacional, ya que asocia variables mediante un patrón predecible para un grupo o población, con finalidad de conocer la relación entre las variables y su comportamiento una sobre otra, sometiendo a prueba las hipótesis planteadas.

Esquema:



Donde

X: calidad de servicio

Y: Satisfacción del usuario

—> : Relación de variables e influencia

2.2 Población y Muestra.

Población.

Nuestra investigación está determinada por los pobladores del Distrito de Pariacoto, por lo que, basados en las estadísticas censales poblacionales publicadas, determinamos nuestra población en 4606 habitantes.

Muestra.

Conociendo que la población de nuestra investigación es limitada y conocida, aplicaremos el muestreo probabilístico simple mediante la siguiente fórmula estadística para obtener nuestra muestra:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Dónde:

n = muestra a obtener

N = Total de la población

Z α = 1.96 al cuadrado (si la seguridad es del 95%)

d = precisión de error (para la investigación un 5% = 0.05).

p = proporción esperada (para la investigación 50% = 0.50)

q = proporción de fracaso, 1 – p (para la investigación 1-0.50 = 0.50)

Variables:

N = 4606

Z α = 1.96

p = 0.50

q = 0.50

d = 0.05

Reemplazando en fórmula:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

$$n = \frac{4606 * 1,96^2 * 0,50 * 0,50}{0,05^2 * (4606 - 1) + 1,96^2 * 0,50 * 0,50}$$

$$n = 354,6570886$$

$$n = 355$$

Entonces:

Población = 4606

Muestra = 355

2.3 Técnicas e instrumentos de investigación.

Los datos fueron recolectados se utilizando las siguientes técnicas e instrumentos:

Técnica	Instrumento
Encuesta	Cuestionario

- Nuestros informantes fueron los usuarios de la comuna de Pariacoto, a quienes le otorgó un cuestionario para su desarrollo.
- Los datos recolectados tuvieron un alcance práctico para su procesamiento.

CAPITULO III

Resultados

III. RESULTADOS

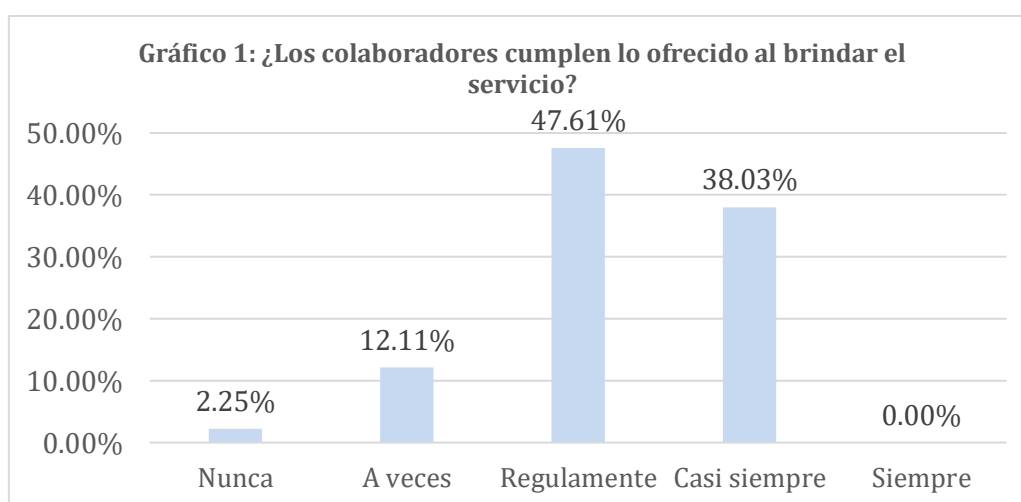
DEL CUESTIONARIO SOBRE LA CALIDAD DEL SERVICIO

Tabla 1: ¿Los colaboradores cumplen lo ofrecido al brindar el servicio?

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Nunca	8	2.25%
A veces	43	12.11%
Regularmente	169	47.61%
Casi siempre	135	38.03%
Siempre	0	0.00%
TOTAL	355	100.00%

Fuente: Cuestionario

Elaboración: Propia



Interpretación:

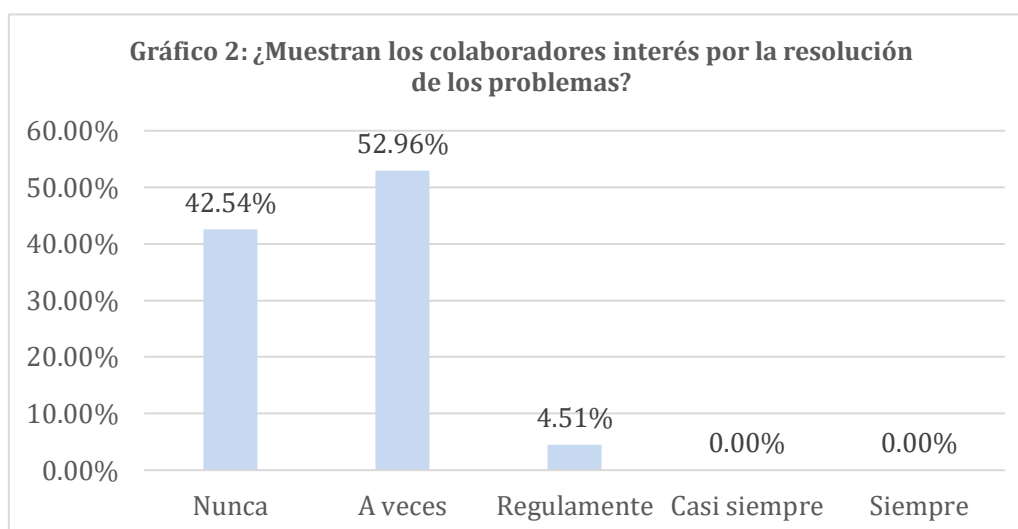
En la tabla N.º 1, se muestra como resultado que: el 47.61% de los usuarios encuestados manifiestan que regularmente los colaboradores de la municipalidad cumplen lo ofrecido al brindar el servicio, el 38.03% indican que casi siempre, otro 12.11% consignan que a veces y el 2.25% de los usuarios indican que nunca los colaboradores de la municipalidad cumplen lo ofrecido al brindar el servicio.

Tabla 2: ¿Muestran los colaboradores interés por la resolución de los problemas?

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Nunca	151	42.54%
A veces	188	52.96%
Regularmente	16	4.51%
Casi siempre	0	0.00%
Siempre	0	0.00%
TOTAL	355	100.00%

Fuente: Cuestionario

Elaboración: Propia



Interpretación:

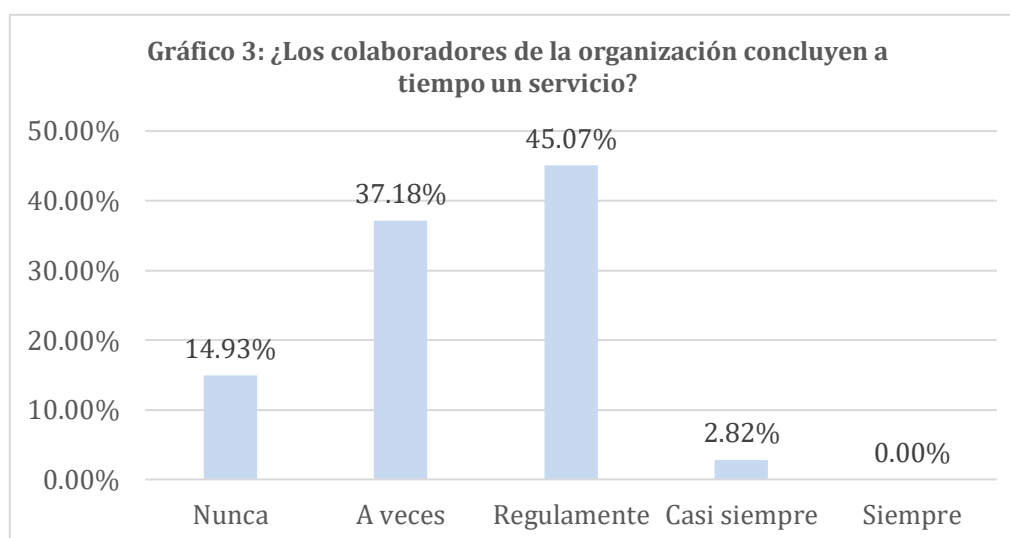
En la tabla N.º 2, se muestra como resultado que: el 52.96% de los usuarios encuestados manifiestan que a veces los colaboradores de la municipalidad muestran interés detallado por la resolución del problema, un 42.54% indican que nunca y el 4.51% de los usuarios consignan que regularmente los colaboradores de la municipalidad muestran interés detallado por la resolución del problema.

Tabla 3: ¿Los colaboradores de la organización concluyen a tiempo un servicio?

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Nunca	53	14.93%
A veces	132	37.18%
Regularmente	160	45.07%
Casi siempre	10	2.82%
Siempre	0	0.00%
TOTAL	355	100.00%

Fuente: Cuestionario

Elaboración: Propia



Interpretación:

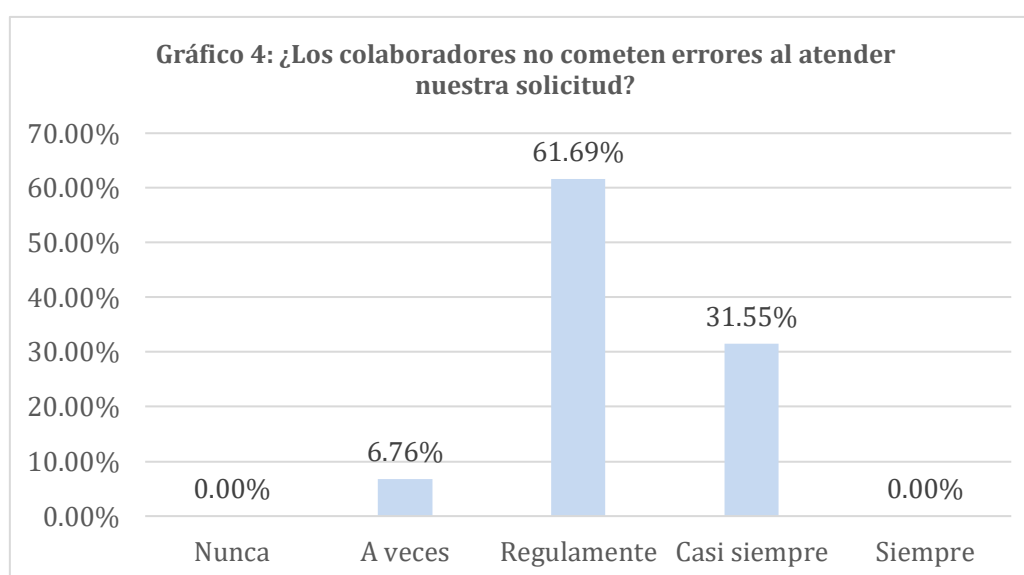
En la tabla N.º 3, se muestra como resultado que: el 45.07% de los usuarios encuestados manifiestan que regularmente los colaboradores de la municipalidad concluyen a tiempo el servicio, el 37.18% indican que a veces, otro 14.93% consignan que nunca y el 2.82% de los usuarios indican que casi siempre los colaboradores de la municipalidad concluyen a tiempo el servicio.

Tabla 4: ¿Los colaboradores no cometen errores al atender nuestra solicitud?

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Nunca	0	0.00%
A veces	24	6.76%
Regularmente	219	61.69%
Casi siempre	112	31.55%
Siempre	0	0.00%
TOTAL	355	100.00%

Fuente: Cuestionario

Elaboración: Propia



Interpretación:

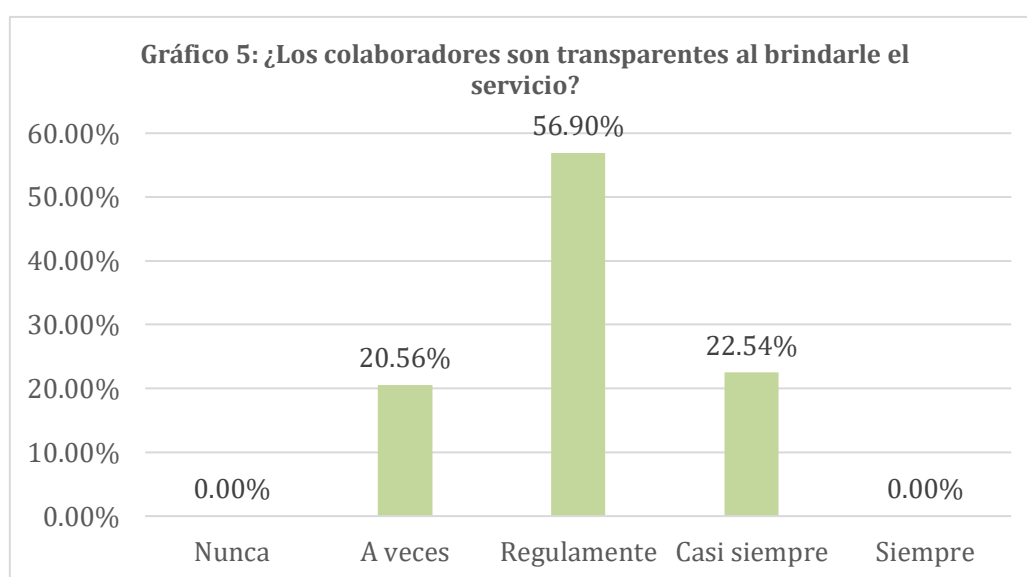
En la tabla N.º 4, se muestra como resultado que: el 61.69% de los usuarios encuestados manifiestan que regularmente los colaboradores de la municipalidad no cometen errores al atender una solicitud, el 31.55% indican que casi siempre y el 6.76% de los usuarios consignan que a veces los colaboradores de la municipalidad no cometen errores al atender una solicitud.

Tabla 5: ¿Los colaboradores son transparentes al brindarle el servicio?

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Nunca	0	0.00%
A veces	73	20.56%
Regularmente	202	56.90%
Casi siempre	80	22.54%
Siempre	0	0.00%
TOTAL	355	100.00%

Fuente: Cuestionario

Elaboración: Propia



Interpretación:

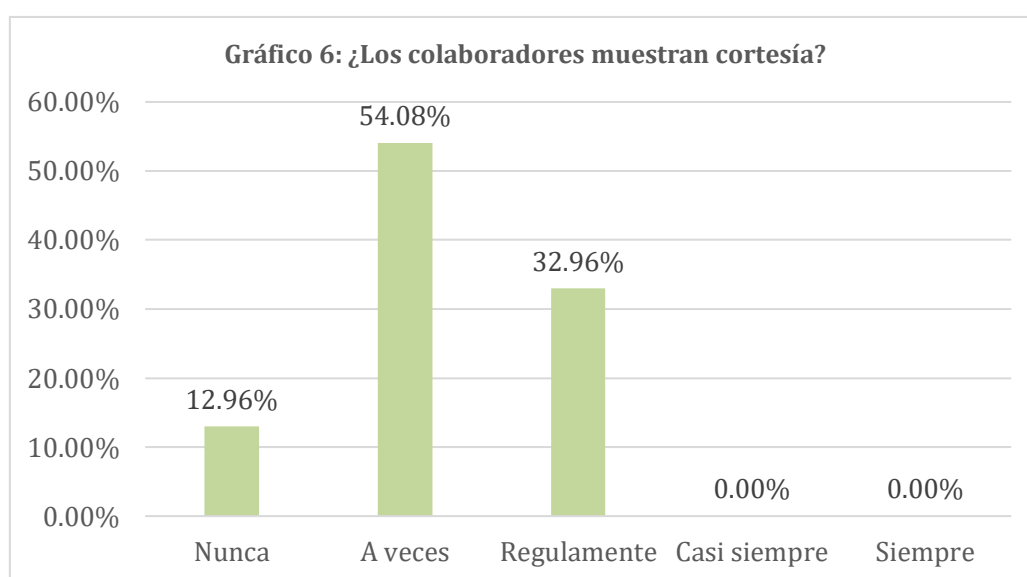
En la tabla N.º 5, se muestra como resultado que: el 56.90% de los usuarios encuestados manifiestan que regularmente los colaboradores de la municipalidad muestran transparencia en el servicio, el 22.54% indican que casi siempre y el 20.56% de los usuarios consignan que a veces los colaboradores de la municipalidad muestran transparencia en el servicio.

Tabla 6: ¿Los colaboradores muestran cortesía?

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Nunca	46	12.96%
A veces	192	54.08%
Regularmente	117	32.96%
Casi siempre	0	0.00%
Siempre	0	0.00%
TOTAL	355	100.00%

Fuente: Cuestionario

Elaboración: Propia



Interpretación:

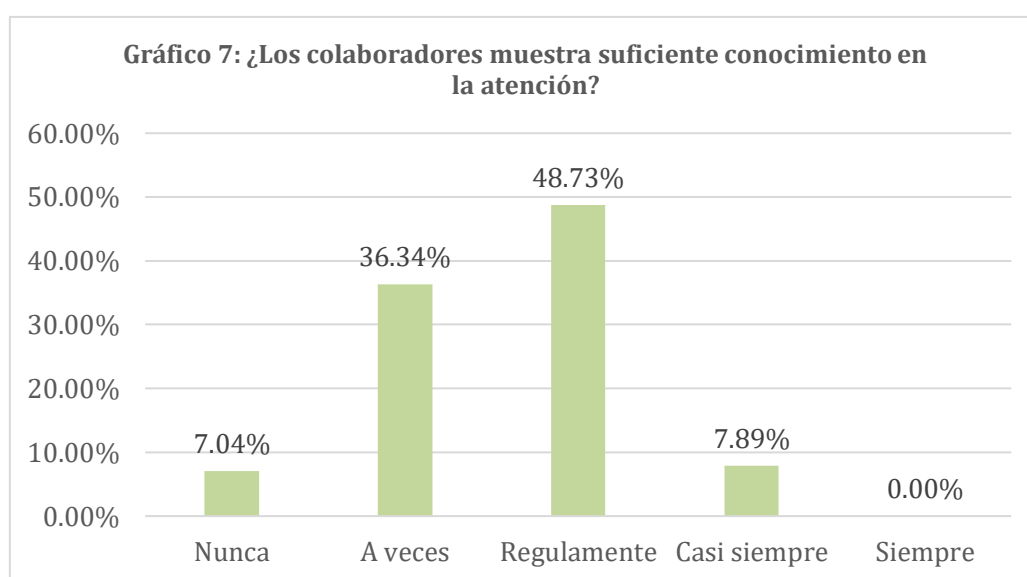
En la tabla N.º 6, se muestra como resultado que: el 54.08% de los usuarios encuestados manifiestan que a veces los colaboradores de la municipalidad muestran cortesía en el servicio, el 32.96% indican que regularmente y el 12.96% indican que nunca los colaboradores de la municipalidad muestran cortesía en el servicio.

Tabla 7: ¿Los colaboradores muestra suficiente conocimiento en la atención?

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Nunca	25	7.04%
A veces	129	36.34%
Regularmente	173	48.73%
Casi siempre	28	7.89%
Siempre	0	0.00%
TOTAL	355	100.00%

Fuente: Cuestionario

Elaboración: Propia



Interpretación:

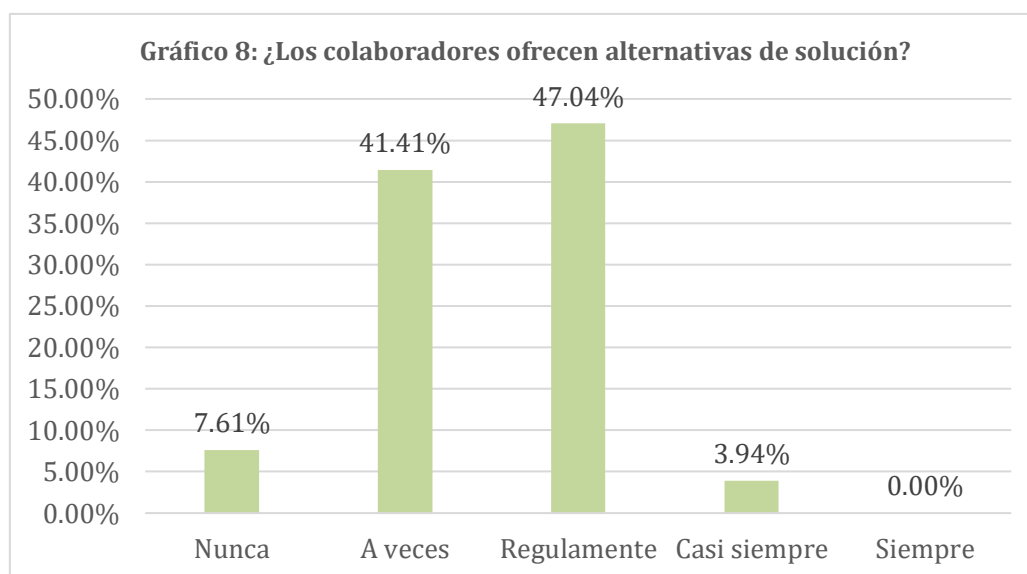
En la tabla N.º 7, se muestra como resultado que: el 48,73% de los usuarios encuestados manifiestan que regularmente los empleados de la municipalidad tienen conocimientos suficientes para la atención, el 36.34% indican que a veces, otro 7.89% consignan que casi siempre y el 7.04% de los usuarios indican que nunca los empleados de la municipalidad tienen conocimientos suficientes para la atención.

Tabla 8: ¿Los colaboradores ofrecen alternativas de solución?

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Nunca	27	7.61%
A veces	147	41.41%
Regularmente	167	47.04%
Casi siempre	14	3.94%
Siempre	0	0.00%
TOTAL	355	100.00%

Fuente: Cuestionario

Elaboración: Propia



Interpretación:

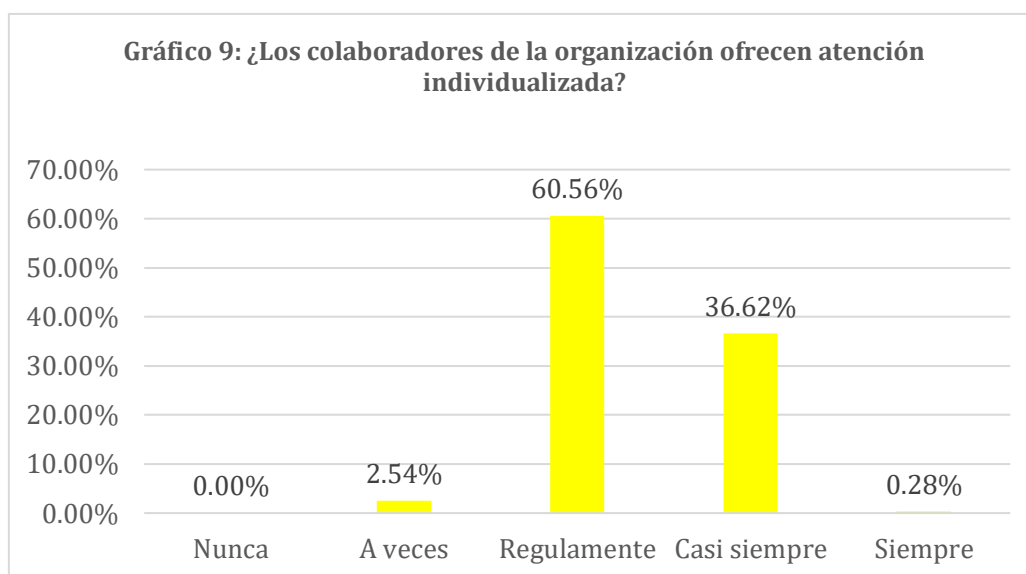
En la tabla N.º 8, se muestra como resultado: el 47.04% de los usuarios encuestados manifiestan que regularmente los colaboradores de la municipalidad ofrecen alternativas de solución en la atención, el 41.41% indican que a veces, otro 7.61% consignan que nunca y el 3.94% de los usuarios indican que casi siempre los colaboradores de la municipalidad ofrecen alternativas de solución en la atención.

Tabla 9: ¿Los colaboradores de la organización ofrecen atención individualizada?

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Nunca	0	0.00%
A veces	9	2.54%
Regularmente	215	60.56%
Casi siempre	130	36.62%
Siempre	1	0.28%
TOTAL	355	100.00%

Fuente: Cuestionario

Elaboración: Propia



Interpretación:

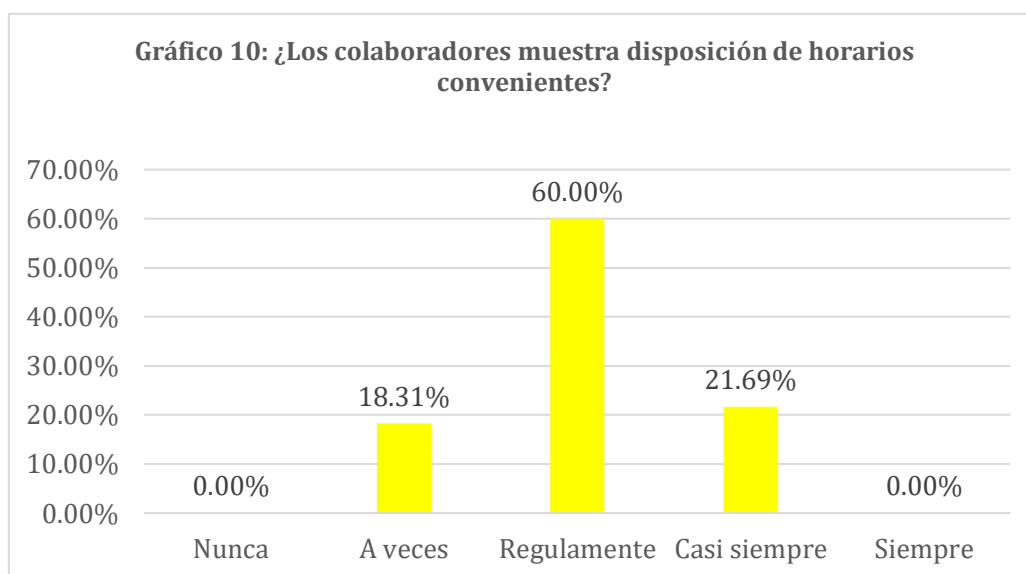
En la tabla N.º 9, se muestra como resultado que: el 60.56% de los usuarios encuestados manifiestan que regularmente los colaboradores de la municipalidad ofrecen atención individualizada, el 36.62% indican que casi siempre, otro 2.54% consignan que a veces y el 0.28% de los usuarios indican que siempre los colaboradores de la municipalidad ofrecen atención individualizada

Tabla 10: ¿Los colaboradores muestra disposición de horarios convenientes?

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Nunca	0	0.00%
A veces	65	18.31%
Regularmente	213	60.00%
Casi siempre	77	21.69%
Siempre	0	0.00%
TOTAL	355	100.00%

Fuente: Cuestionario

Elaboración: Propia



Interpretación:

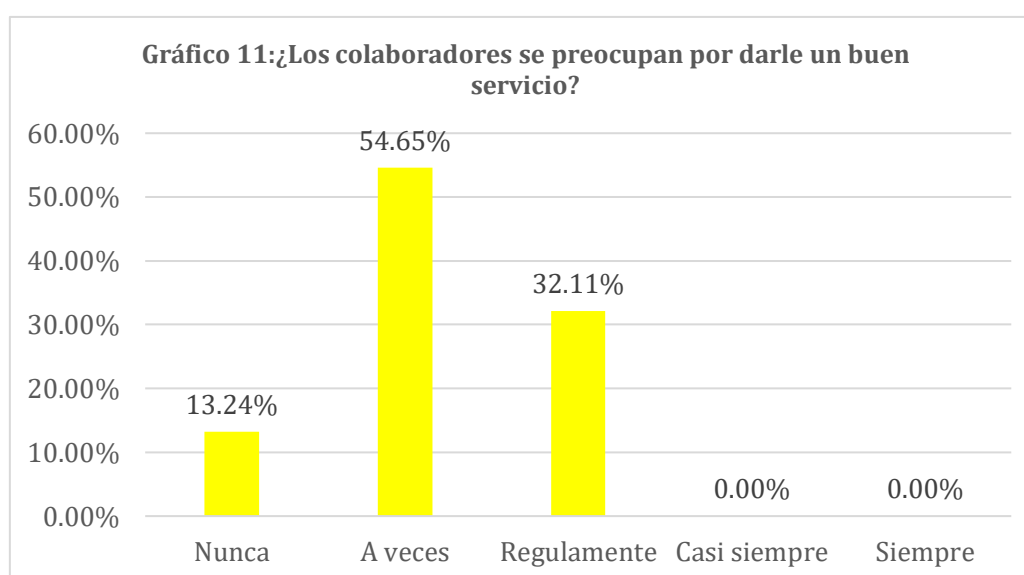
En la tabla N.º 10, se muestra como resultado que: el 60.00% de los usuarios encuestados manifiestan que regularmente la municipalidad tiene horarios flexibles y conveniente para la atención, el 21.69% indican que casi siempre y el 18.31% de los usuarios consignan que a veces la municipalidad tiene horarios flexibles y convenientes para la atención.

Tabla 11: ¿Los colaboradores se preocupan por darle un buen servicio?

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Nunca	47	13.24%
A veces	194	54.65%
Regularmente	114	32.11%
Casi siempre	0	0.00%
Siempre	0	0.00%
TOTAL	355	100.00%

Fuente: Cuestionario

Elaboración: Propio



Interpretación:

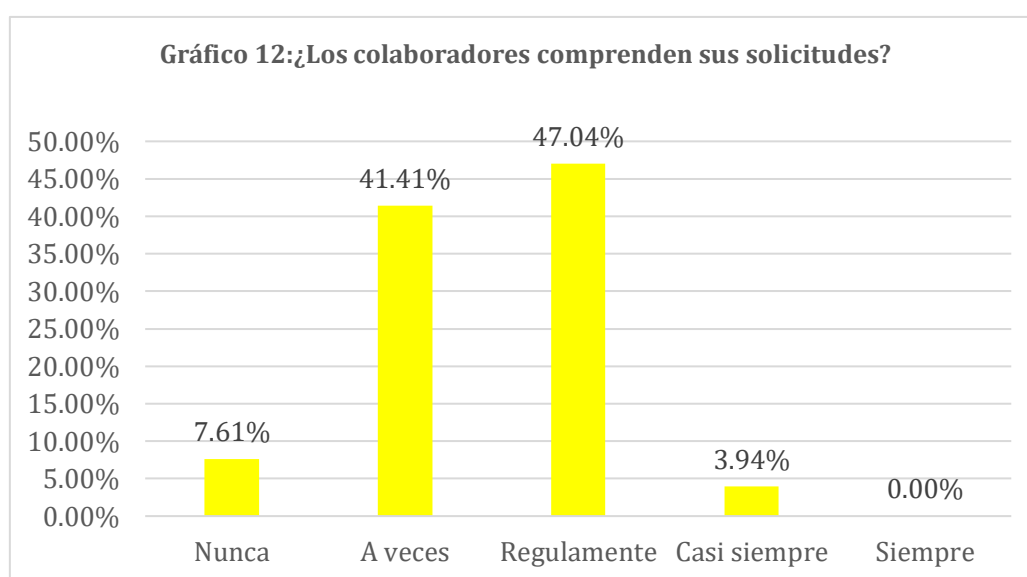
En la tabla N.º 11, se muestra como resultado que: el 54.65% de los usuarios encuestados manifiestan que a veces los colaboradores de la municipalidad se preocupan por dar un buen servicio, el 32.11% indican que regularmente y el 13.24% de los usuarios consignan que nunca los colaboradores de la municipalidad se preocupan por dar un servicio.

Tabla 12: ¿Los colaboradores comprenden sus solicitudes?

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Nunca	27	7.61%
A veces	147	41.41%
Regularmente	167	47.04%
Casi siempre	14	3.94%
Siempre	0	0.00%
TOTAL	355	100.00%

Fuente: Cuestionario

Elaboración: Propia



Interpretación:

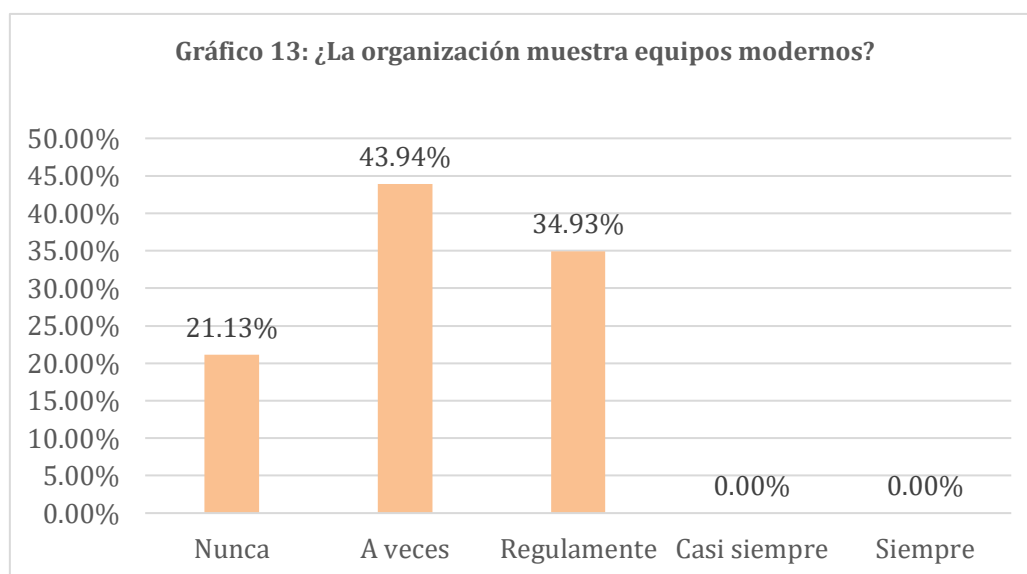
En la tabla N.º 12, se muestra como resultado que: el 47.04% de los usuarios encuestados manifiestan que regularmente los colaboradores de la municipalidad comprenden sus solicitudes, el 41.41% indican que a veces, otro 7.61% consignan que nunca y el 3.94% de los usuarios indican que casi siempre los colaboradores de la municipalidad comprenden sus solicitudes.

Tabla 13: ¿La organización muestra equipos modernos?

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Nunca	75	21.13%
A veces	156	43.94%
Regularmente	124	34.93%
Casi siempre	0	0.00%
Siempre	0	0.00%
TOTAL	355	100.00%

Fuente: Cuestionario

Elaboración: Propia



Interpretación:

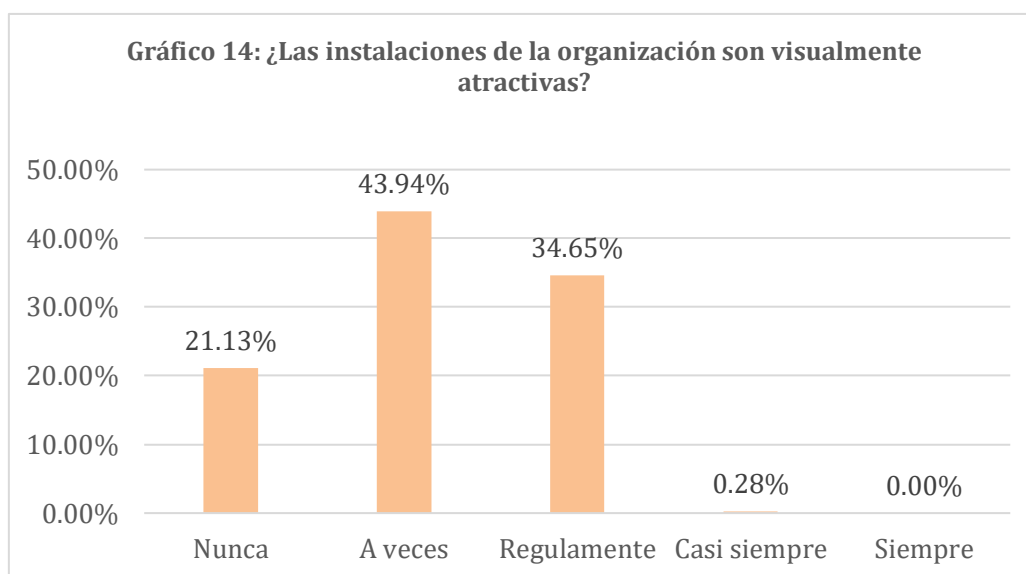
En la tabla N.º 13, se muestra como resultado que: el 43.94% de los usuarios encuestados manifiestan que a veces la municipalidad muestra equipos de apariencia moderna, el 34.93% indican que regularmente y el 21.13% de los usuarios consignan que nunca la municipalidad muestra equipos de apariencia moderna.

Tabla 14: ¿Las instalaciones de la organización son visualmente atractivas?

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Nunca	75	21.13%
A veces	156	43.94%
Regularmente	123	34.65%
Casi siempre	1	0.28%
Siempre	0	0.00%
TOTAL	355	100.00%

Fuente: Cuestionario

Elaboración: Propia



Interpretación:

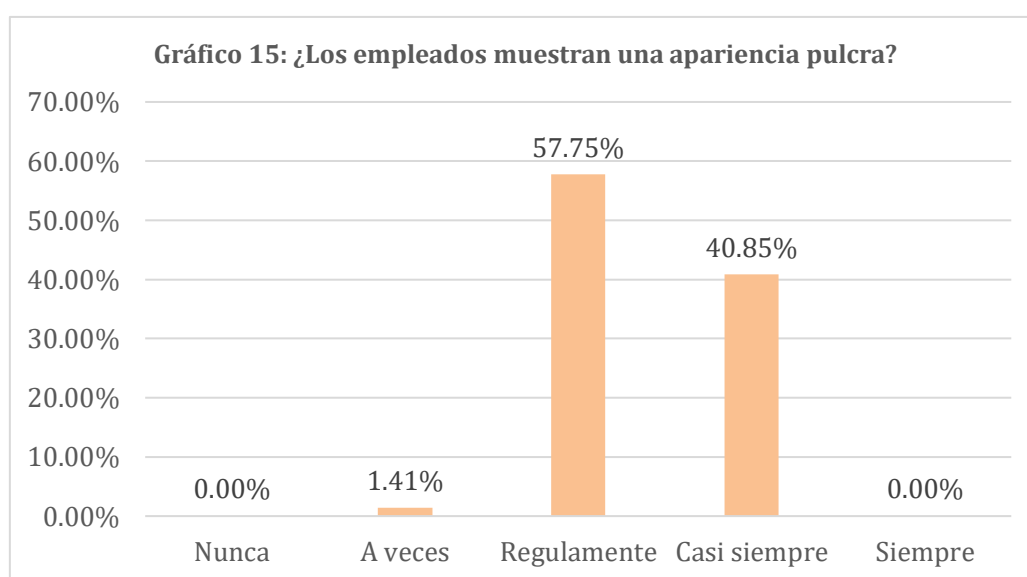
En la tabla N.º 14, se muestra como resultado que: el 43.94% de los usuarios encuestados manifiestan que a veces la municipalidad muestra instalaciones visualmente atractivas, el 34.65% indican que regularmente, otro 21.13% consignan que nunca y el 0.28% de los usuarios indican que casi siempre la municipalidad muestra instalaciones visualmente atractivas.

Tabla 15: ¿Los empleados muestran una apariencia pulcra?

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Nunca	0	0.00%
A veces	5	1.41%
Regularmente	205	57.75%
Casi siempre	145	40.85%
Siempre	0	0.00%
TOTAL	355	100.00%

Fuente: Cuestionario

Elaboración: Propia



Interpretación:

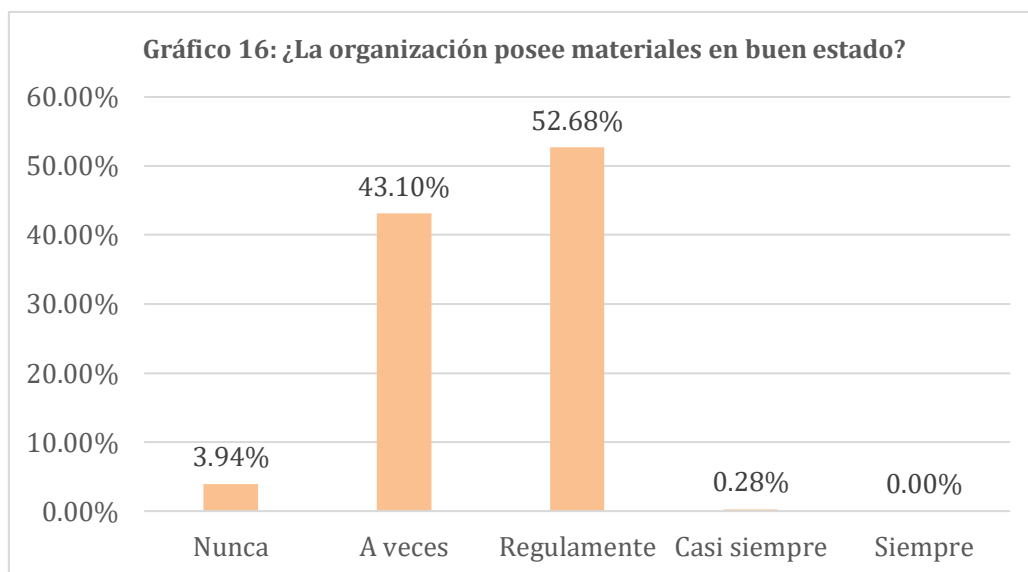
En la tabla N.º 15, se muestra como resultado que: el 57.75% de los usuarios encuestados manifiestan que regularmente los colaboradores de la municipalidad muestran apariencia pulcra, el 40.85% indican que casi siempre y el 1.41% de los usuarios consignan que a veces los colaboradores de la municipalidad muestran apariencia pulcra.

Tabla 16: ¿La organización posee materiales en buen estado?

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Nunca	14	3.94%
A veces	153	43.10%
Regularmente	187	52.68%
Casi siempre	1	0.28%
Siempre	0	0.00%
TOTAL	355	100.00%

Fuente: Cuestionario

Elaboración: Propia



Interpretación:

En la tabla N.º 16, se muestra como resultado: el 52.68% de los usuarios encuestados manifiestan que regularmente la municipalidad muestra materiales en buen estado, el 43.10% indican que a veces, otro 3.94% consignan que nunca y el 0.28% de los usuarios indican que casi siempre la municipalidad muestra materiales en buen estado.

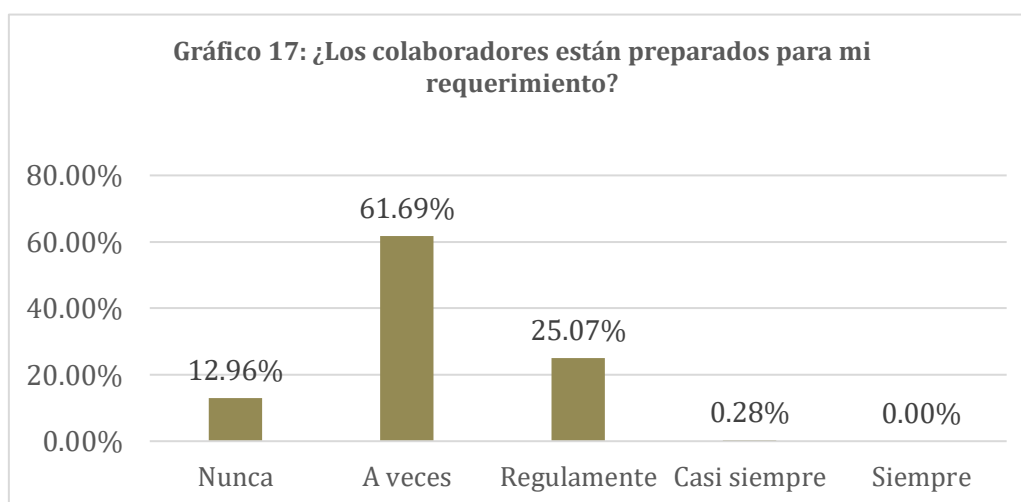
DEL CUESTIONARIO SOBRE LA SATISFACCION DEL USUARIO

Tabla 17: ¿Los colaboradores están preparados para mi requerimiento?

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Nunca	46	12.96%
A veces	219	61.69%
Regularmente	89	25.07%
Casi siempre	1	0.28%
Siempre	0	0.00%
TOTAL	355	100.00%

Fuente: Cuestionario

Elaboración: Propia



Interpretación:

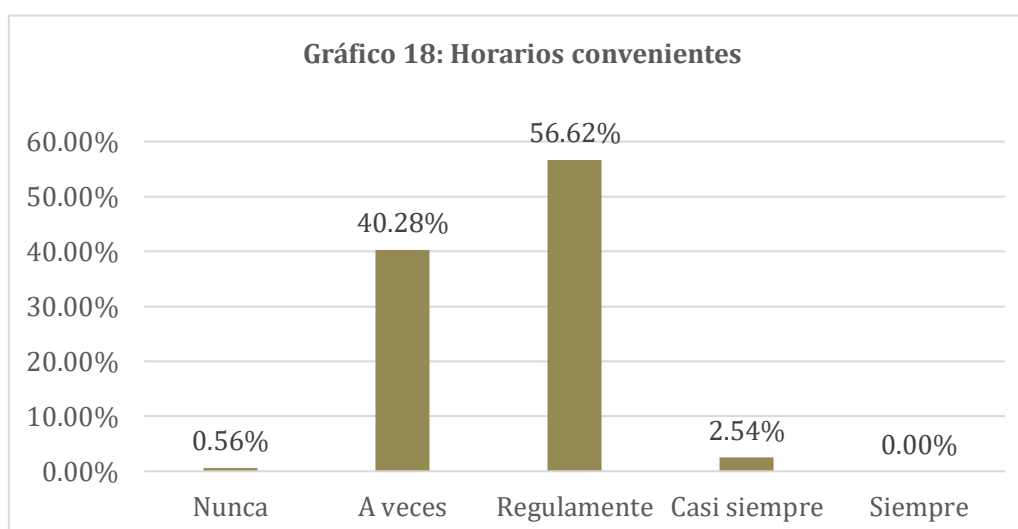
En la tabla N.º 17, se muestra como resultado que: el 61.69% de los usuarios encuestados sienten que a veces los reciben el personal preparado de la municipalidad, el 25.07% indican que regularmente, otro 12.96% consignan que nunca y el 0.28% de los usuarios indican que casi siempre los reciben el personal preparado de la municipalidad.

Tabla 18: ¿Los horarios son convenientes para utilizar los servicios?

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Nunca	2	0.56%
A veces	143	40.28%
Regularmente	201	56.62%
Casi siempre	9	2.54%
Siempre	0	0.00%
TOTAL	355	100.00%

Fuente: Cuestionario

Elaboración: Propia



Interpretación:

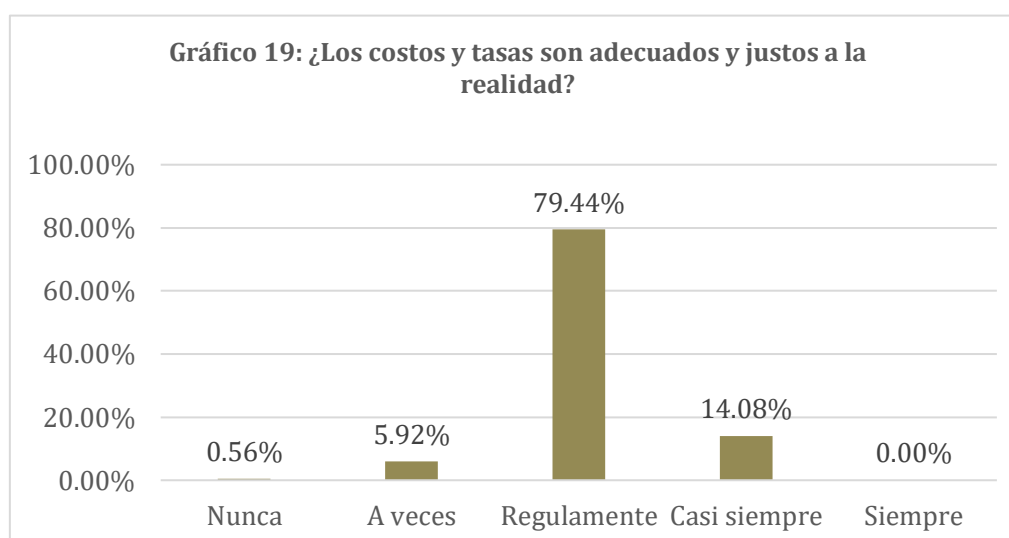
En la tabla N.º 18, se muestra como resultado que: el 56.62% de los usuarios encuestados sienten que regularmente reciben horarios convenientes de parte de la municipalidad para la atención, el 40.28% indican que a veces, otro 2.54% consignan que casi siempre y el 0.56% de los usuarios indican que nunca reciben horarios convenientes de parte de la municipalidad para la atención.

Tabla 19: ¿Los costos y tasas son adecuados y justos a la realidad?

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Nunca	2	0.56%
A veces	21	5.92%
Regularmente	282	79.44%
Casi siempre	50	14.08%
Siempre	0	0.00%
TOTAL	355	100.00%

Fuente: Cuestionario

Elaboración: Propia



Interpretación:

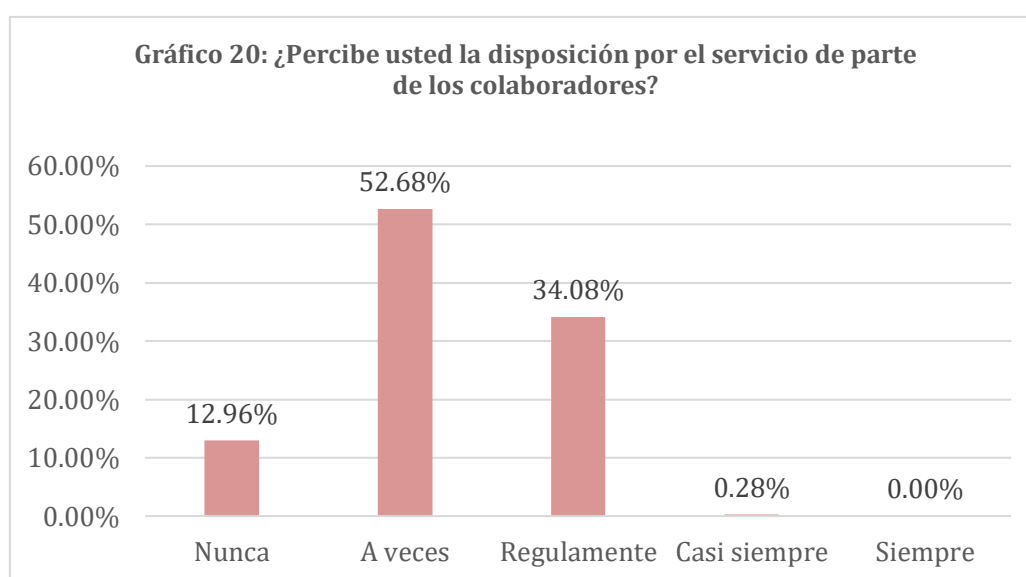
En la tabla N.º 19, se muestra como resultado que: el 79.44% de los usuarios encuestados sienten que regularmente pagan costos y tasas justas de parte de la municipalidad, el 14.08% indican que casi siempre, otro 5.92% consignan que a veces y el 0.56% de los usuarios indican que nunca pagan costos y tasas justas de parte de la municipalidad

Tabla 20: ¿Percibe usted la disposición por el servicio de parte de los colaboradores?

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Nunca	46	12.96%
A veces	187	52.68%
Regularmente	121	34.08%
Casi siempre	1	0.28%
Siempre	0	0.00%
TOTAL	355	100.00%

Fuente: Cuestionario

Elaboración: Propia



Interpretación:

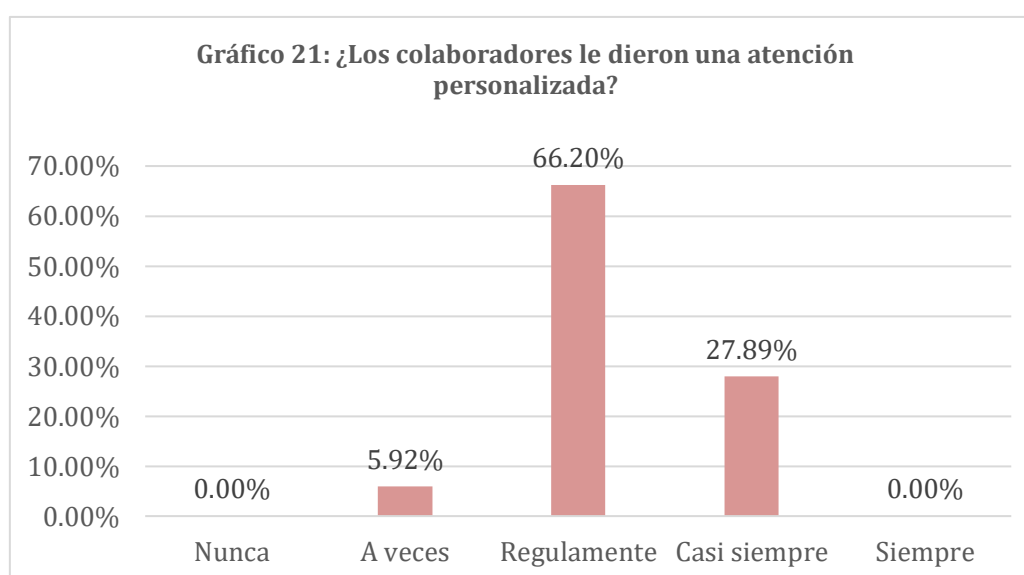
En la tabla N.º 20, se muestra como resultado que: el 52.68% de los usuarios encuestados indican que a veces sienten una disposición de servicio de parte de los colaboradores de la municipalidad, el 34.08% indican que regularmente, otro 12.96% consignan que nunca y el 0.28% de los usuarios indican que casi siempre sienten una disposición de servicio de parte de los colaboradores de la municipalidad,

Tabla 21: ¿Los colaboradores le dieron una atención personalizada?

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Nunca	0	0.00%
A veces	21	5.92%
Regularmente	235	66.20%
Casi siempre	99	27.89%
Siempre	0	0.00%
TOTAL	355	100.00%

Fuente: Cuestionario

Elaboración: Propia



Interpretación:

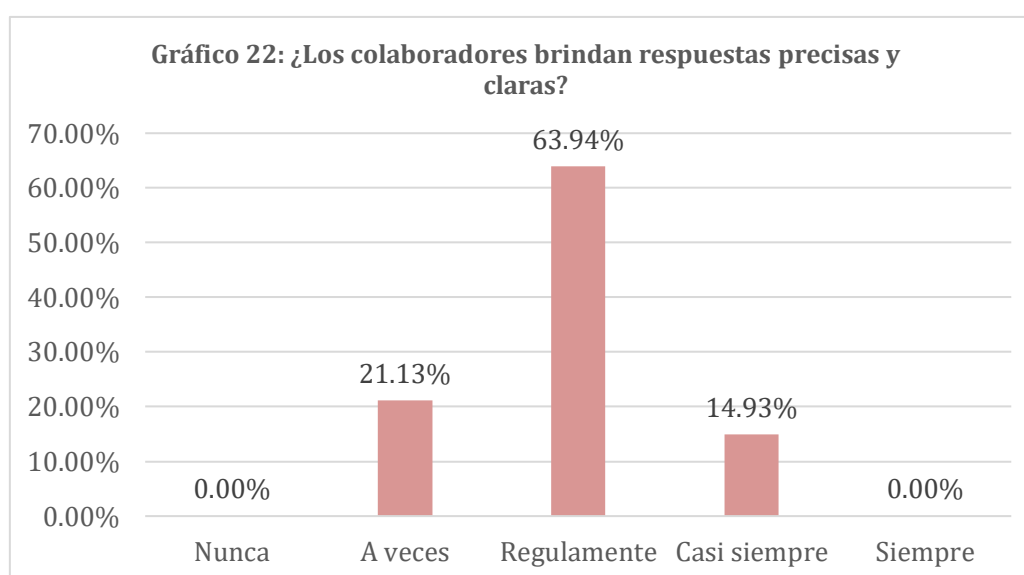
En la tabla N.º 21, se muestra como resultado que: el 66.20% de los usuarios encuestados sienten que regularmente reciben una atención personalizada de parte de los colaboradores de la municipalidad, el 27.89% indican que casi siempre y el 5.92% de los usuarios consignan que a veces sienten que reciben una atención personalizada de parte de los colaboradores de la municipalidad.

Tabla 22: ¿Los colaboradores brindan respuestas precisas y claras?

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Nunca	0	0.00%
A veces	75	21.13%
Regularmente	227	63.94%
Casi siempre	53	14.93%
Siempre	0	0.00%
TOTAL	355	100.00%

Fuente: Cuestionario

Elaboración: Propia



Interpretación:

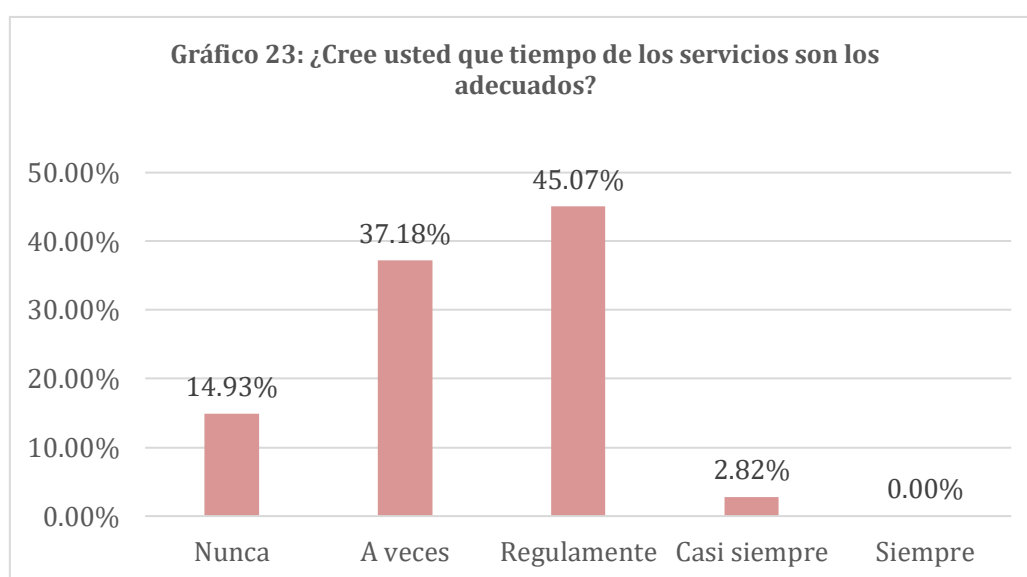
En la tabla N.º 22, se muestra como resultado que: el 63.94% de los usuarios encuestados sienten que regularmente reciben una respuesta precisa y clara de parte de los colaboradores de la municipalidad, el 21.13% indican que a veces y el 14.93% de los usuarios consignan que casi siempre sienten que reciben una respuesta precisa y clara de parte de los colaboradores de la municipalidad.

Tabla 23: ¿Cree usted que tiempo de los servicios son los adecuados?

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Nunca	53	14.93%
A veces	132	37.18%
Regularmente	160	45.07%
Casi siempre	10	2.82%
Siempre	0	0.00%
TOTAL	355	100.00%

Fuente: Cuestionario

Elaboración: Propia



Interpretación:

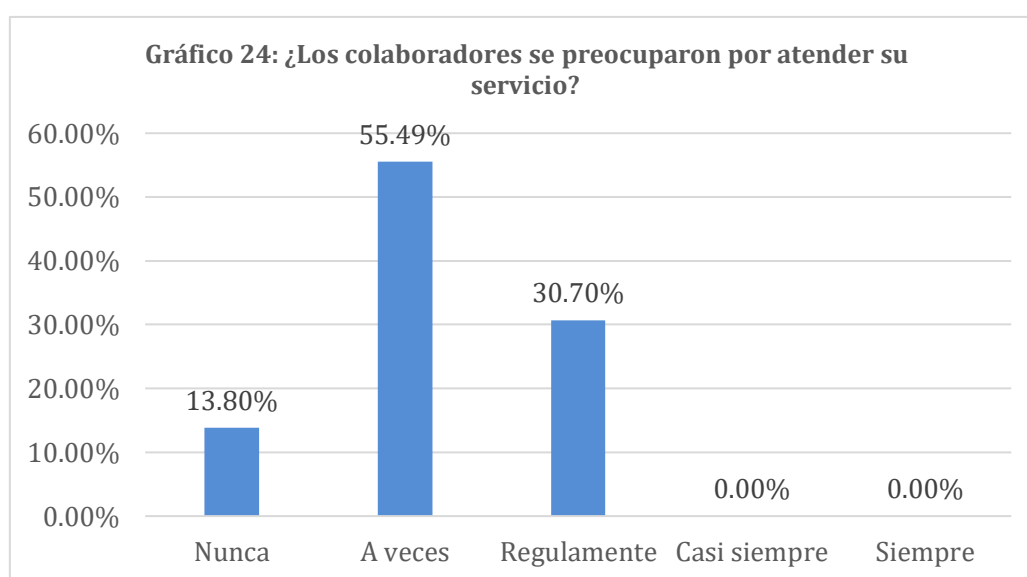
En la tabla N.º 23, se muestra como resultado que: el 45.07% de los usuarios encuestados sienten que regularmente los tiempos de demora son adecuados, el 37.18% indican que a veces, otro 14.93% consignan que nunca y el 2.82% de los usuarios sienten que casi siempre los tiempos de demora son los adecuados.

Tabla 24: ¿Los colaboradores se preocuparon por atender su servicio?

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Nunca	49	13.80%
A veces	197	55.49%
Regularmente	109	30.70%
Casi siempre	0	0.00%
Siempre	0	0.00%
TOTAL	355	100.00%

Fuente: Cuestionario

Elaboración: Propia



Interpretación:

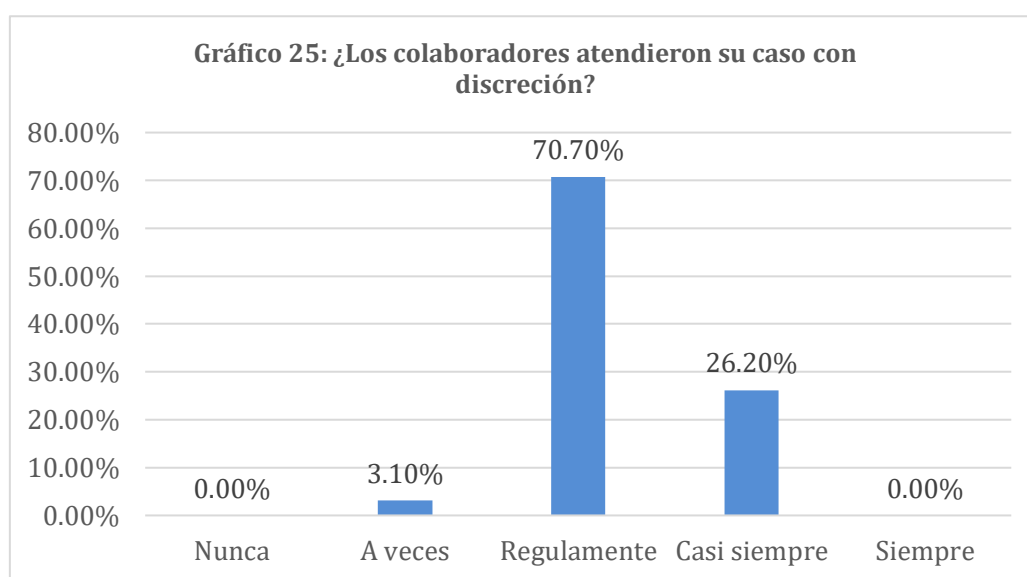
En la tabla N.º 24, se muestra como resultado que: el 55.49% de los usuarios encuestados sienten que a veces reciben una preocupación por el servicio de parte los colaboradores de la municipalidad, el 30.70% indican que a veces y el 13.80% de los usuarios sienten que nunca reciben una preocupación por el servicio de parte los colaboradores de la municipalidad.

Tabla 25: ¿Los colaboradores atendieron su caso con discreción?

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Nunca	0	0.00%
A veces	11	3.10%
Regularmente	251	70.70%
Casi siempre	93	26.20%
Siempre	0	0.00%
TOTAL	355	100.00%

Fuente: Cuestionario

Elaboración: Propia



Interpretación:

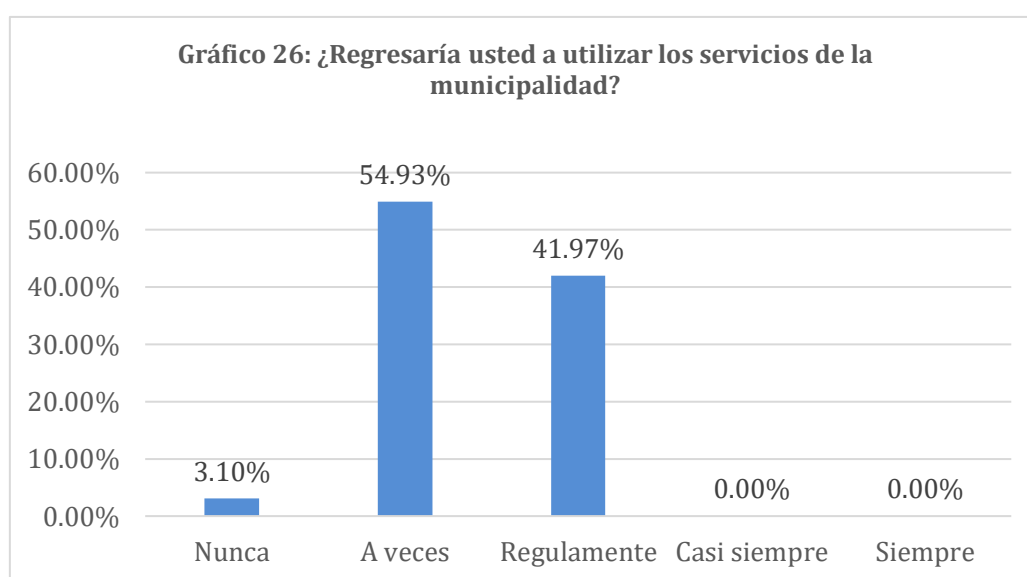
En la tabla N.º 25, se muestra como resultado que: el 70.70% de los usuarios encuestados sienten que regularmente reciben un trato con discreción de parte los colaboradores de la municipalidad, el 26.20% indican que a veces y el 3.10% de los usuarios sienten que a veces reciben un trato con discreción de parte los colaboradores de la municipalidad

Tabla 26: ¿Regresaría usted a utilizar los servicios de la municipalidad?

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Nunca	11	3.10%
A veces	195	54.93%
Regularmente	149	41.97%
Casi siempre	0	0.00%
Siempre	0	0.00%
TOTAL	355	100.00%

Fuente: Cuestionario

Elaboración: Propia



Interpretación:

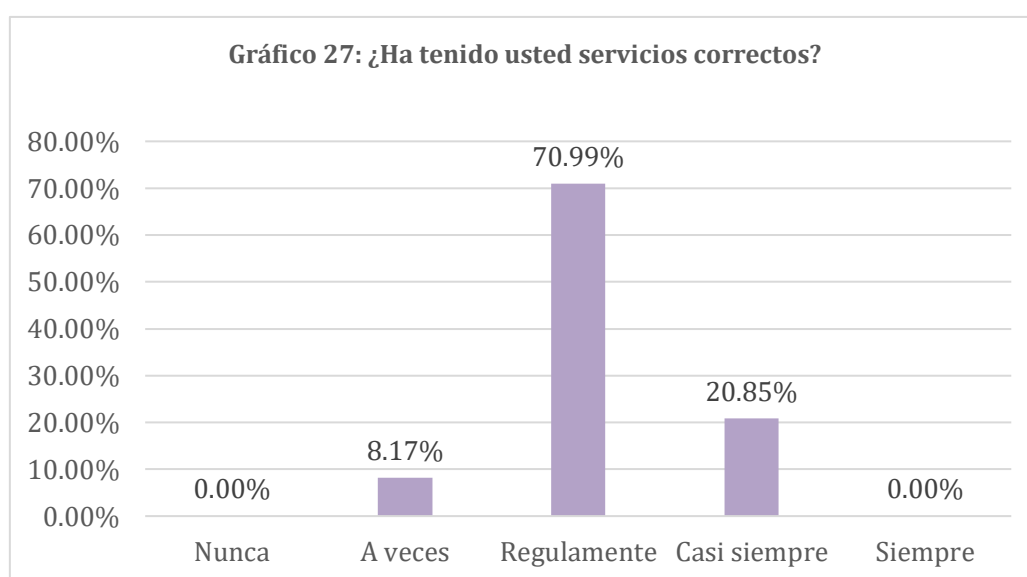
En la tabla N.º 26, se muestra como resultado que: el 54.93% de los usuarios encuestados sienten que a veces volverían a utilizar un servicio de la municipalidad, el 41.97% indican que a veces y el 3.10% de los usuarios sienten que a veces volverían a utilizar un servicio de la municipalidad

Tabla 27: ¿Ha tenido usted servicios correctos?

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Nunca	0	0.00%
A veces	29	8.17%
Regularmente	252	70.99%
Casi siempre	74	20.85%
Siempre	0	0.00%
TOTAL	355	100.00%

Fuente: Cuestionario

Elaboración: Propia



Interpretación:

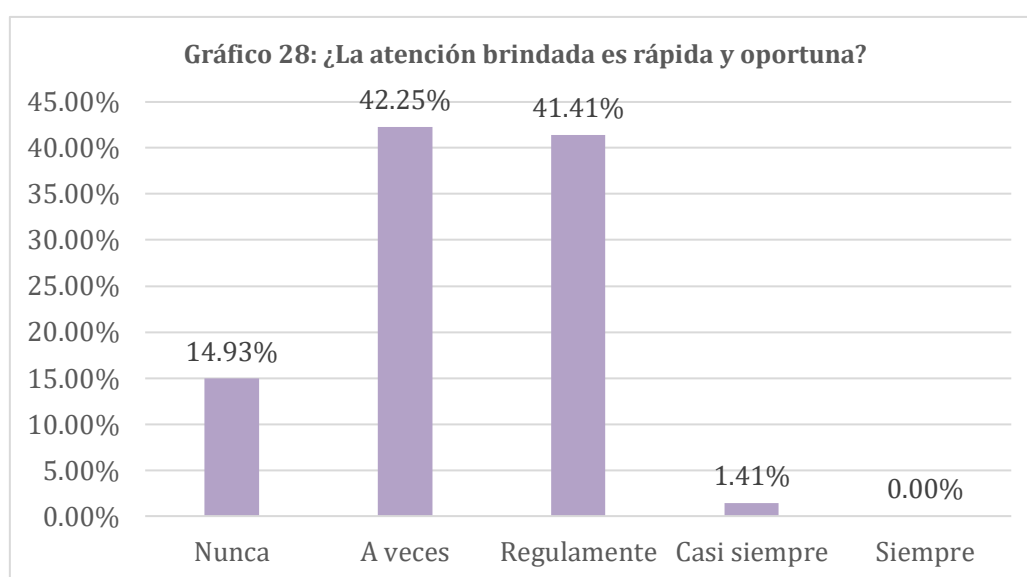
En la tabla N.º 27, se muestra como resultado: el 70.99% de los usuarios encuestados sienten que regularmente reciben servicios correctos de parte de los colaboradores de la municipalidad, el 20.85% indican que casi siempre y el 8.17% de los usuarios reciben servicios correctos de parte de los colaboradores de la municipalidad.

Tabla 28: ¿La atención brindada es rápida y oportuna?

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Nunca	53	14.93%
A veces	150	42.25%
Regularmente	147	41.41%
Casi siempre	5	1.41%
Siempre	0	0.00%
TOTAL	355	100.00%

Fuente: Cuestionario

Elaboración: Propia



Interpretación:

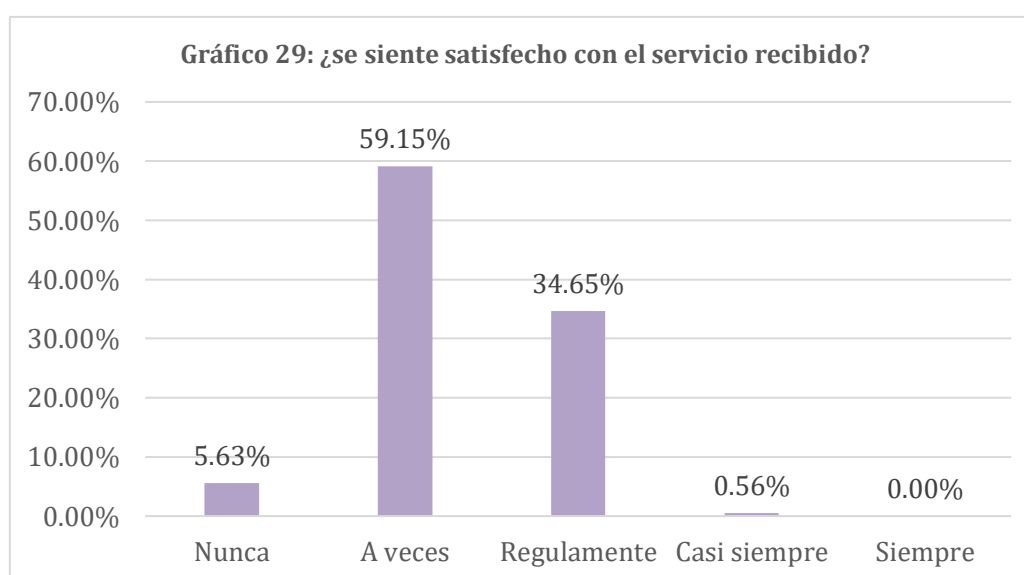
En la tabla N.º 28, se muestra como resultado: el 42.25% de los usuarios encuestados sienten que a veces reciben una atención rápida y oportuna de parte de los colaboradores de la municipalidad, el 41.41% indican que regularmente, otro 14.93% consignan que nunca y el 1.41% de los usuarios sienten que casi siempre reciben una atención rápida y oportuna de parte de los colaboradores de la municipalidad.

Tabla 29: ¿se siente satisfecho con el servicio recibido?

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Nunca	20	5.63%
A veces	210	59.15%
Regularmente	123	34.65%
Casi siempre	2	0.56%
Siempre	0	0.00%
TOTAL	355	100.00%

Fuente: Cuestionario

Elaboración: Propia



Interpretación:

En la tabla N.º 29, se muestra como resultado: el 59,15% de los usuarios encuestados sienten que a veces están satisfechos con el servicio de los colaboradores de la municipalidad, el 34.65% indican que regularmente, otro 5.63% consignan que nunca, el 0.56% de los usuarios sienten que casi siempre están satisfechos con el servicio de los colaboradores de la municipalidad.

CAPITULO IV

Análisis y Discusión

IV. ANALISIS Y DISCUSION.

1. Sobre describir cómo la calidad de servicio influye en la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Pariacoto.

Contrastando los resultados con lo analizado en el presente estudio, se comprueba que la hipótesis tiene una veracidad positiva y significativa, pues predomina la calidad y todas sus dimensiones para influencia directa en la satisfacción, independiente de su estudio individual de las variables, ya que al tener la variable calidad una orientación entre a veces a regular o simplemente media baja, esta hace afecta su influencia sobre la variable satisfacción haciéndola de orientación a veces o también simplemente media baja.

Analizando los resultados tanto de calidad como de satisfacción podemos ver que estas pueden ser estudiadas por separado y mostrar valores directamente independientes, por ello se tuvieron que analizar las tablas y gráficos para poder describir la relación como tal de la calidad de servicio y su influencia en la satisfacción de los usuarios. Esto se ve reflejado en los resultados, en la tabla N° 11 el 54,65% de los usuarios manifestaron que solo a veces se ofrece una preocupación por la calidad en los servicios ofrecidos en la municipalidad, en la tabla N° 1 el 47,61% manifestaron que regularmente cumplen lo ofrecido, en la tabla N° 8 el 47,04% dijo que regularmente ofrecen alternativas de solución y en la tabla N° 14 el 43,94% de los usuarios manifestaron que solo a veces hay instalaciones visualmente atractivas en la municipalidad, todos estos cuadros referentes a la calidad. En la publicación de **OCEUPE (2020)**, refiere que es muy notorio su evolución y se advierte una gran sensibilización en las empresas en enfatizar bien la definición de los servicios dándose mayor importancia a la calidad de servicio, ya que constantemente va creciendo, siempre y cuando se le entienda a la calidad desde la perspectiva de los usuarios o clientes es en cuanto a la prestación de los servicios, antes de consumirlo, es decir cumple sus expectativa el servicio que se le brinda. Se tiene como resultado que la realidad económica ya es desde ya gran tiempo una economía de servicios.

Esta afirmación nos da cuenta que calidad de servicio debe darse desde el punto de vista de los mismos usuarios, por ser lo esencial, es decir obtener la información con el trato o comunicación directa de ellos mismos para lograr su satisfacción, lo cual establece la relación directa de calidad y satisfacción de usuarios. Por el lado de la satisfacción del usuario, otra apreciación que vincula la relación de las variables en mención, es la de la de **E&S (2015)**, define en su publicación que, La calidad de servicio y la satisfacción del cliente son definiciones diferentes, que están vinculadas muy intensamente, porque ya que tienen indicadores comunes. Lo cual esto prueba la similitud de los consumidores, muchas veces existen grandes dificultad para hacer diferencias entre ambos, y existe autores muy notables que llegan a usar ambos términos de manera intercambiable. Con la mención anterior confirmamos que las variables de calidad y satisfacción, están directamente relacionadas, además de que cada dimensión de estas, tiene efecto sobre la variable que le corresponde desde la perspectiva misma de los usuarios. En los resultados se observa justamente esta perspectiva usuaria. En la tabla N° 29 el 59.15% de los usuarios sienten que a veces están satisfechos con los servicios recibidos en la municipalidad, en la tabla N° 17 el 61.69% siente que a veces les reciben personal preparado, en la tabla N° 20 el 52.62% siente que reciben disposición por el servicio y en la tabla N°26 el 54.93% de los usuarios sienten que solo a veces regresarían por un servicio a la municipalidad. Todo esto desde la perspectiva de la satisfacción.

2. Sobre la determinación de los niveles de las dimensiones de calidad en los servicios ofrecidos en la Municipalidad Distrital de Pariacoto.

Los resultados obtenidos y analizados en el presente estudio nos llevan a discutir la determinación de los niveles de las dimensiones de calidad: eficiencia, seguridad, empatía y elementos tangibles, donde podemos decir que todas estas dimensiones tienen un nivel de manifestación medio bajo ya que se ofrecen regularmente en los servicios ofrecidos por la municipalidad, según lo establecido por los usuarios que participaron del estudio. Debemos tener en cuenta que en la Municipalidad distrital de Pariacoto, no se registra precedente alguno de algún

tipo de medición, planificación o estándar de calidad. Llevándonos a pensar que las estrategias de calidad empírica brindadas no son las más efectivas, hacen posible su replanteo, dependiendo de los niveles que muestran los resultados. Para la dimensión Fiabilidad apreciamos que en la tabla N° 3 el 45.07% de los usuarios manifestaron que regularmente se concluye a tiempo los servicios los servicios ofrecidos en la municipalidad, para la dimensión seguridad observamos que en la tabla N° 7 el 48.73% de los usuarios manifiestan que regularmente los empleados tienen conocimientos suficientes para los servicios brindados, para la dimensión empatía vemos la tabla N° 12 donde el 47.04% de los usuarios manifiestan que regularmente los colaboradores de la municipalidad, comprenden las necesidades de los usuarios en los servicios ofrecidos y para la dimensión elementos tangibles observamos en la tabla N° 6 que el 52.68% de los usuarios dice que regularmente aprecian materiales en buen estado en la municipalidad de Pariacoto. Sobre esto, **Rubio, R. (2016)**, en su tesis concluye que, se debe atender de manera especial en temas que se relacionan en los diversos temas de fiabilidad, seguridad y empatía, ya que se considera de mayor importancia la dimensión de la insatisfacción de los usuarios que toman los servicios de consulta externa de la clínica. Nos dice también que Además, dice que la formación del personal en tendencias de atender a los usuarios en cuanto a consultas externas, estas deberán ser de manera permanente que se adapten a todo cambio evolutivo, buscando incesantemente satisfacer a los usuarios, teniendo como fortaleza la distinción en el desarrollo del recurso humano que laboren en la institución, a través de distintos factores en la clínica Robles de Chimbote, pero se debe prestar mucha atención a ciertos aspectos, que justamente son las dimensiones de la calidad y que por ende deben ser conocidos y estar presentes siempre para a partir de ello poder tomar decisiones para un crecimiento y una mejora continua en la satisfacción de los usuarios. Lo dicho anteriormente, sirvió para proceder a analizar los niveles de las dimensiones de calidad, las cuales fueron estudiados y determinados directamente por sus indicadores como se observan en los resultados. Por otro lado, **Ecured (2015)** define como el conjunto de actividades, características o comportamientos de un bien o servicio. No existe calidad en el que se logre medir por su valoración

o el análisis de sus componentes que constituyen un servicio que se recibe. Lo cual, su clasificación se hace con carácter integral, en tanto se evalúan todas las diferentes características, funciones o desenvolvimiento. Esto nos dice que la calidad debe estudiarse como un todo o por partes consecutivas, es decir mediante sus dimensiones, que al final muestra un resultado integro.

3. Sobre la determinación de los niveles de las dimensiones de satisfacción del usuario en la Municipalidad Distrital de Pariacoto.

Los resultados obtenidos, nos llevan a discutir la determinación de los niveles de las dimensiones de satisfacción: expectativa, percepción, confianza y conformidad, donde podemos decir que todas estas dimensiones tienen un nivel de manifestación medio bajo ya que se ofrecen en su mayoría de dimensiones solo a veces y solo en una regularmente en los servicios ofrecidos por la municipalidad, según lo establecido por los usuarios que participaron del estudio, cabe decir que todas las dimensiones son admitidas de manera similar y otras de diferente forma por ello la diferencia en una de sus dimensiones, además que éstas están afectas a la atención de calidad recibida. Con lo anterior, se procedió a analizar los niveles de las dimensiones de calidad, las cuales fueron estudiados y determinados directamente por sus indicadores como se observan en los resultados. Para la dimensión expectativa apreciamos que en la tabla N° 17 el 61.69% de los usuarios sienten que solo a veces los colaboradores de la municipalidad están preparados para los servicios ofrecidos en la comuna, para la dimensión percepción observamos que en la tabla N° 22 el 63.94% de los usuarios sienten que regularmente reciben calidad de respuestas de parte de los colaboradores de la municipalidad, para la dimensión confianza vemos la tabla N° 24 donde el 55.49% de los usuarios sienten que solo a veces los colaboradores de la municipalidad se preocupan por los servicios ofrecidos y para la dimensión conformidad observamos en la tabla N° 28 que el 42.25% de los usuarios dicen que solo a veces reciben una atención rápida y oportuna de parte de los colaboradores de la municipalidad de Pariacoto. Podemos decir también que la satisfacción de cada usuario es individual y variante, es por eso que debe emplear una atención

personalizada pero siempre siguiendo lineamientos básicos y así lo demuestra esta institución tiene implementado, las dimensiones o indicadores de medición de satisfacción del usuario, visualizándose en lo académico (el servicio), lo administrativo, la infraestructura y el mobiliario, como así lo menciona **Palomino, H. (2016)**, en su investigación, manifiesta que la comprensión de los métodos en la complacencia de los usuarios o futuros clientes, es necesario de realizar un estudio muy minucioso de ellos, ya que cuando interviene el recurso humano, tiene o posee diversas por cuanto la intervención de la persona humana con sus particularidades individuales son muy constantes, agregándose a ello otro procedimiento activo que se brinde nuevos métodos en los instantes del compromiso educativo, administración en los servicios, en la introducción de las bases como del mobiliario o de los enseres..” La satisfacción de los usuarios es compleja y dinámica, ya que pueden tener aceptar positivamente los estímulos desde una perspectiva y rechazar otros, siempre desde el punto de vista de la atención, por lo que la medición de los niveles de las dimensiones de satisfacción es válida y procedente para mostrar los puntos de vista de aceptación o rechazo. Esto lo afirma **Ionos. S (2019)**, define que, está profundamente vinculada a la relación entre la organización y/o empresas y personas, en tanto es necesario inscribirse en el marco del marketing psicológico. El fin de toda organización es de dar mejor la experiencia al usuario o cliente y darle varios indicios positivos, sea antes, durante y tras la compra.

Sobre la explicación de los niveles de las dimensiones de calidad y las dimensiones de satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Pariacoto.

Los niveles de las dimensiones de calidad y satisfacción, mostrados en los resultados, nos dan a entender que se encuentran en un punto de influencia directa y significativa, en ambos casos, demarcando su relación. Sin embargo, también se observa que se relaciona directamente, alguna dimensión de calidad con alguna dimensión de satisfacción, con cual también podemos decir que existe esta

relación y por ende alguna relación que explique entre el nivel mostrado de las dimensiones de calidad y el nivel mostrado de dimensiones de satisfacción.

Estos niveles se establecen en función a la medición de las dimensiones y a la afectación que tienen las dimensiones de calidad sobre las dimensiones de satisfacción por cualquiera de ellas en la influya directamente. A pesar de que ambas variables y por ende sus dimensiones, pueden estudiarse de manera individual, debemos decir que la calidad determina directamente su nivel por su implementación a diferencia de la satisfacción que se puede determinar directamente su nivel, pero recordemos que ésta está afecta a la calidad brindada, como así lo vemos en los resultados, referente a la calidad, en la tabla N ° 11 cuyo nivel más alto dice que el 54,63% de los usuarios manifiestan que solo a veces se les ofrece una preocupación por la calidad en los servicios ofrecidos en la municipalidad. Este nivel de calidad mostrado, puede explicar el nivel en la satisfacción manifestado en la tabla N ° 29 donde el 59.15% de los usuarios siente que solo a veces está satisfecho con la atención del recibido. Lo mismo apreciamos en la tabla N ° 7 cuyo nivel más alto dice que el 48,73% de los usuarios manifiestan que regularmente los empleados tienen conocimientos suficientes para los servicios brindados. Este nivel de calidad mostrado nuevamente puede explicar el nivel en la satisfacción manifestado en la tabla N ° 22 donde el 63.94% de los usuarios sienten que regularmente reciben calidad de respuestas de parte de los colaboradores de la municipalidad. Según a lo que se menciona, podemos decir que siempre existe relación entre cualquiera de las dimensiones de calidad y las dimensiones de satisfacción de los usuarios; lo que nos da una explicación de su similitud de niveles conforme a los resultados. apoyándonos en **Melara, M. (2017)**, define que, La calidad del servicio es un mecanismo más que implica en la satisfacción del cliente. La calidad en el servicio prestado se direcciona usualmente en las dimensiones del servicio. La satisfacción, tiene un concepto más extenso que no solo se ve afectado por las distinciones, sino también por aspectos personales y situacionales que escapan del control del empresario o la organización.

CAPITULO V

Conclusiones y Recomendaciones

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

1. La calidad brindada influye de manera significativa y directa en los usuarios y su satisfacción en la Municipalidad Distrital de Pariacoto, pues ésta siendo de manera regular o baja y de impacto negativo, como lo muestra la tabla N° 11 en el 54,63% de los usuarios manifiestan que solo a veces se les ofrece una preocupación por la calidad en los servicios, lo mismo se refleja en la satisfacción y en la tabla N° 29 donde el 59.15% de los usuarios siente que solo a veces está satisfecho con la atención del servicio recibido.
2. Los niveles de las dimensiones de calidad (eficiencia, seguridad, empatía y elementos tangibles) de la municipalidad de Pariacoto, son dimensiones cuyo nivel de calidad se ofrece regularmente de parte de los colaboradores al momento de brindar alguno de los servicios como el concluir a tiempo un servicio, tener suficiente conocimiento, comprender las solicitudes de los usuarios y utilizar materiales en buen estado, pues carecen de lineamientos o sistemas estandarizados con una adecuada capacitación que permitan mejorar la calidad brindada como lo muestran las tablas N° 3, 7, 12 y 16 con el 45.07%, 48.73%, 47.04% y el 52.68% respectivamente.
3. Los niveles de las dimensiones de satisfacción (expectativa, percepción, confianza y conformidad) de la municipalidad de Pariacoto, son dimensiones cuyo nivel de satisfacción se da solo a veces al momento de recibir en los servicios como la preparación, preocupación y el trabajo correcto de los colaboradores para la atención, según lo muestran las tablas N° 17, 24 y 18 con 61.69%, 55.49% y el 42.25% para la expectativa, confianza y conformidad respectivamente y solo en caso de la dimensión percepción se muestra un nivel de satisfacción de manera regular al momento de brindar respuestas precisas y claras de parte de los colaboradores según lo muestra el resultado de la tabla N° 22 con 63.94% de lo percibido por los usuarios, debido a que no cuentan

con indicadores de medición de satisfacción que permitan tener una guía de evaluación o mejora.

4. Se concluyó que los niveles de las dimensiones de calidad tienen influencia en la demarcación de los niveles de las dimensiones de satisfacción debido a que tienen relación directa y significativa, además de su la relación entre alguna de las dimensiones de calidad y alguna de las dimensiones de satisfacción, independientemente de que cada una se pueda medir de forma individual, como así lo muestra la tabla de la dimensión de calidad N ° 11 donde el 54,63% de los usuarios manifiestan que solo a veces se da un servicio de calidad, frente a la tabla de la dimensión de satisfacción N° 29 donde el 59.15% de los usuarios dice que solo a veces está satisfecho con estas dimensiones. Los mismos resultados se reflejan en la tabla N ° 7 donde el 48,73% de los usuarios manifiestan que regularmente ofrecen conocimientos suficientes en la atención que se da esta dimensión de calidad frente a la tabla N ° 22 donde el 63.94% de los usuarios sienten que regularmente se dan respuestas precisas y claras en esta dimensión de satisfacción.

5.2 RECOMENDACIONES

1. Se recomienda al consejo edil invertir en programas de capacitación para sus funcionarios gerenciales en temas de calidad y satisfacción de usuarios a fin de que establezcan y mantengan altos niveles en procedimientos de gestión calidad medibles y evaluables con mejora continua y así poder mejorar la influencia positiva en los usuarios y su satisfacción.
2. Se recomienda a la gerencia de administración, la instauración e implementación de un sistema estandarizado o certificación de calidad (ISO o similares) que permita elevar los niveles de calidad ofrecidos en la institución, también se recomienda, realizar capacitaciones y retroalimentaciones constantes en materia de calidad para todos los administrativos y colaboradores de la institución, principalmente a aquellos que tengan contacto o atención directa con el usuario, a fin de lograr una autocrítica veraz y consciente, comprometiéndolos a reflejar correctamente el nivel de calidad establecido en los servicios.
3. Se recomienda al área de imagen institucional realizar cronogramas semestrales para evaluar y medir la satisfacción de los usuarios de manera constante mediante el uso de cuestionarios, haciendo sentir siempre a los usuarios partícipes en cualquier punto de estudio o toma de decisiones dentro de la comuna. Así mismo, establecer como indicadores de medición los resultados ya obtenidos para crear una secuencia de medición comparativa que permita tener un sustento para la toma de decisiones al momento de realizar una ratificación o cambio en las estrategias y en el personal de la municipalidad.
4. Se recomienda al alcalde municipal la contratación de un consultor o institución externa que realice evaluaciones periódicas a todo el personal de la comuna sobre la asimilación de la calidad del servicio y la importancia de la satisfacción del usuario a fin de evitar resistencia o desatino a los nuevos cambios y paradigmas en la implantación de

indicadores, además se recomienda llegar a optimizar al personal idóneo en el puesto adecuado, ya que de su desenvolvimiento en funciones de calidad se verán reflejados en los niveles de satisfacción de los usuarios.

CAPITULO VI

Referencias Bibliográficas

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS:

Libros

Banales Mallo, A (2012): Satisfacción y Calidad de Servicio: Conceptos y Relación. España. EAE Editorial Academia Espanola.

Labos, E. (2019): Tratado de Neuropsicología Clínica. 2ª Ed., Argentina. Akadia

Serna Gómez, H. (2006). Conceptos básicos En Servicio al cliente, Bogotá, Colombia: Panamericana editorial Ltda.

Tesis de grados

Chanduví Izquierdo, E. S. (2016): Gestión de procesos para la mejora de la eficacia y eficiencia en una UGEL (Tesis de maestría). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú.

Huamán Bedón, R. J. (2017): Calidad de servicio y satisfacción del usuario en la Municipalidad Provincial de Corongo, 2015 (Tesis de maestría). Universidad Cesar Vallejo, Perú.

Palomino Pinto, H. J. K. (2016): Medición de la satisfacción de los alumnos en los servicios de la E.A.P. Ingeniería Industrial Facultad de Ingeniería Industrial UNMSM, 2014 – II. (Tesis pregrado). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú.

Parra Meroño, M. C. (2016): Calidad Percibida Y Satisfacción Del Usuario En Los Servicios Prestados A Personas Con Discapacidad Intelectual (Tesis de doctorado). Universidad Católica San Antonio, Murcia, España.

Rubio Castillo, R. S. (2016): La gestión de calidad, relacionado con el servicio de atención al cliente en la consulta externa de la clínica Robles S.A.C. Chimbote, 2016. (Tesis de Mestría). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Chimbote, Perú.

Suárez Bazalar, R. (2015): El Nivel De Calidad De Servicio De Un Centro De Idiomas Aplicando El Modelo Servqual Caso: Centro De Idiomas De La Universidad Nacional Del Callao Periodo 2011 – 2012 (Tesis Maestría). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú.

Yrigoyen Yrigoyen, L. M. A. (2019): La Calidad Del Servicio Y La Satisfacción Del Cliente En El Sector Ferretero Caso: Zona Denominada “Las Malvinas” En Lima Metropolitana 2018 (Tesis Maestría). Universidad San Martín de Porres, Lima, Perú.

Publicaciones electrónicas páginas webs

Ateico Consultores, SL (2017): Que es la calidad de servicio. Recuperado de:
<https://www.aiteco.com/que-es-la-calidad-de-servicio/>

Businessemt (2020): ¿Qué son los elementos tangibles? - Contabilidad – 2020,

Recuperado de: <https://es.businessemt.com/45-info-8449287-tangible-itemsl-29557#menu-1>

ConceptoDefinicion (2019): Expectativa. Recuperado de:

<https://conceptodefinicion.de/expectativa/>

Definicion.XYZ (2017): Percepción - Punto de vista Psicológico. Recuperado

de: <https://www.definicion.xyz/2017/11/percepcion.html>

Ecured (2015): Calidad de los Servicios. Recuperado de:

https://www.ecured.cu/Calidad_de_los_Servicios

E&S Business School. (2015): Diferencias entre la calidad de servicio y la

satisfacción del cliente. Recuperado:

<https://blogesbsdotorg.wordpress.com/2015/04/22/diferencias-entre-calidad-de-servicio-y-satisfaccion-del-cliente/>

Garvin, A. D. (2016): Gestión de operaciones: Las 8 dimensiones de la Calidad.

Recuperado de: <https://www.gestiondeoperaciones.net/gestion-de-calidad/las-8-dimensiones-de-la-calidad-de-garvin/>

Ionos, S (2019): La satisfacción del cliente: qué es y cómo se mide. Recuperado

de: <https://www.ionos.es/startupguide/gestion/que-es-la-satisfaccion-del-cliente/>

- Melara, M. (2017). La relación entre calidad de servicio y satisfacción del cliente. Recuperado de: <https://marlonmelara.com/la-relacion-entre-calidad-de-servicio-y-satisfaccion-del-cliente/>
- OCEUPE (2020): ¿Qué es la calidad de servicio? Recuperado de: <https://www.ceupe.com/blog/que-es-la-calidad-de-servicio.html>
- Peiró, R. (2020): Economipedia: Satisfacción del cliente, Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/satisfaccion-del-cliente.html>
- Pérez, J. y Gardey, A. (2019): Significados: Significados del usuario. Recuperado de: <https://www.significados.com/usuario/>
- Pérez, M. (2020): Definición de Usuario. Recuperado de: <https://conceptodefinicion.de/usuario/>
- Pérez, M. (2020): Confianza. Recuperado de: <https://conceptodefinicion.de/confianza/>
- Sánchez, J. (2019): Economipedia: Servicio, Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/servicio.html>
- Wikipedia (2020): Seguridad. Recuperado de: <https://es.wikipedia.org/wiki/Seguridad>

AGRADECIMIENTO

Desarrollar y culminar esta tesis, me lleva a dar gracias por la ayuda valiosa de algunas personas comprometidas en este trabajo, para quienes va mi sincero y especial agradecimiento:

A Dios por darme vida día a día y haberme permitido culminar este proyecto con éxito.

A la colaboración de los cuidados del distrito de Pariacoto, cuya participación logró llevar a cabo este trabajo y a mi asesor, por las recomendaciones y lineamientos dados,

A mis amigos y familiares que de alguna manera me incentivaron para seguir adelante y llevar a cabo este trabajo.

Atentamente.

DEDICATORIA

*Dedicado a mis Padres
y Familia, por su amor, comprensión y
apoyo constante e incondicional para
seguir siempre adelante con mis propósitos
de lograr mi superación personal y profesional.*

Erick Jeffer López Sáenz

ANEXOS

ANEXO N 01
MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	OBJETO DE ESTUDIO	METODOLOGIA				
Calidad de servicio y satisfacción del usuario en la Municipalidad distrital de Pariacoto - 2019	¿Cómo influye la calidad de servicio en la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Pariacoto - 2019?	<p><u>OBJETIVO GENERAL</u> O.G. Describir cómo la calidad de servicio influye significativamente en la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Pariacoto - 2019.</p> <p><u>OBJETIVOS ESPECIFICOS</u> O.E.1. Determinar los niveles de las dimensiones de calidad en el servicio ofrecidos en la Municipalidad Distrital de Pariacoto – 2019. O.E.2. Determinar los niveles de las dimensiones de satisfacción del usuario en la Municipalidad Distrital de Pariacoto – 2019. O.E.3. Explicar los niveles de las dimensiones de calidad y satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Pariacoto – 2019</p>	“La calidad de servicio influye significativamente en la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Pariacoto - 2019.”	Calidad de servicio Satisfacción del usuario	<p>Tipo y diseño de investigación</p> <p>Es de tipo descriptiva con un enfoque cuantitativo.</p> <p>El diseño es no experimental de corte transversal correlacional representada en la figura siguiente:</p> <div style="text-align: center;"> <pre> graph LR X[X] --> Y[Y] </pre> </div> <p>Dónde: X: Calidad de servicio Y: Satisfacción del usuario</p> <p>2.- Población - Muestra Población = 4606 (pobladores Distrito de Paricoto) Muestra= 355 (aplicación de formula)</p> <p>3.- Técnicas e instrumentos de investigación</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="text-align: center;"><u>Técnica</u></td> <td style="text-align: center;"><u>Instrumento</u></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Encuesta</td> <td style="text-align: center;">Cuestionario</td> </tr> </table>	<u>Técnica</u>	<u>Instrumento</u>	Encuesta	Cuestionario
<u>Técnica</u>	<u>Instrumento</u>								
Encuesta	Cuestionario								

ANEXO 2
MATRIZ DE OPERACIONABILIDAD DE LAS VARIABLES

VARIABLES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEM
Calidad de servicio	Es la determinación de la incidencia de la calidad ofrecido en el servicio brindado mediante su escala valorativa de 16 ítems a través de sus dimensiones de fiabilidad, seguridad, empatía y elementos tangibles, el cual es percibido para la medición de sus niveles.	Fiabilidad	Cumplen lo ofrecido	1. ¿Los colaboradores cumplen lo ofrecido al brindar el servicio?
			Interés detallado por resolución de problemas	2. ¿Muestran los colaboradores interés por la resolución de los problemas?
			Concluyen a tiempo	3. ¿Los colaboradores de la organización concluyen a tiempo un servicio?
			No comenten errores	4. ¿Los colaboradores no cometen errores al atender nuestra solicitud?
		Seguridad	Transparencia en el servicio	5. ¿Los colaboradores son transparentes al brindarle el servicio?
			Cortesía en el servicio.	6. ¿Los colaboradores muestra cortesía?
			Empleados con conocimientos suficientes.	7. ¿Los colaboradores muestra suficiente conocimiento en la atención?
			Ofrecen alternativas de solución	8. ¿Los colaboradores ofrecen alternativas de solución?
		Empatía	Atención individualizada	9. ¿Los colaboradores de la organización ofrecen atención individualizada?
			Horarios flexibles	10. ¿Los colaboradores muestra disposición de horarios convenientes?
			Preocupación por el servicio	11. ¿Los colaboradores se preocupan por darle un buen servicio?
			Comprensión de necesidades de los cliente	12. ¿Los colaboradores comprenden sus solicitudes?
		Elementos Tangibles	Equipos modernos	13. ¿La organización muestra equipos modernos?
			Atracción visual de las instalaciones	14. ¿Las instalaciones de la organización son visualmente atractivas?
			Apariencia pulcra de los empleados	15. ¿Los empleados muestran una apariencia pulcra?
			Materiales en buen estado	16. ¿La organización posee materiales en buen estado?
Satisfacción del usuario	Es el nivel de afectación de la incidencia de la calidad ofrecida, medida mediante su escala valorativa de 13 ítems a través de sus dimensiones de expectativa, percepción, confianza y conformidad, el cual es percibido por los usuarios para la medición de sus niveles.	Expectativa	Personal preparado	17. ¿Los colaboradores están preparados para mi requerimiento?
			Horarios convenientes	18. ¿Los horarios son convenientes para utilizar los servicios?
			costos y tasas justas	19. ¿Los costos y tasas son adecuados y justos a la realidad?
		Percepción	Disposición de servicio	20. ¿Percibe usted la disposición por el servicio de parte de los colaboradores?
			Atención personalizada	21. ¿Los colaboradores le dieron una atención personalizada?
			Calidad de respuesta	22. ¿Los colaboradores brindan respuestas precisas y claras?
			Tiempo aceptable	23. ¿Cree usted que tiempo de los servicios son los adecuados?
		Confianza	Preocupación por el servicio	24. ¿Los colaboradores se preocuparon por atender su servicio?
			Trato con privacidad	25. ¿Los colaboradores atendieron su caso con discreción?
			Frecuencia del servicio	26. ¿Regresaría usted a utilizar los servicios de la municipalidad?
		Conformidad	Servicio sin errores	27. ¿Ha tenido usted servicios correctos?
			Atención rápida y oportuna	28. ¿La atención brindada es rápida y oportuna?
			Éxito del servicio	29. ¿se siente satisfecho con el servicio recibido?

ANEXO 03

CUESTIONARIO – CALIDAD DE SERVICIO

Instrucciones: A continuación, encontrará una serie de preguntas a las que deberá marcar con una (X) la respuesta que considere correcta, según escala valorativa dada. Indicándole a usted que el cuestionario tiene carácter reservado, por lo tanto, agradecemos sinceridad de sus respuestas.

1	2	3	4	5
Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

CUESTIONARIO						
N°	ITEMS	1	2	3	4	5
1	¿Los colaboradores cumplen lo ofrecido al brindar el servicio?					
2	¿Muestran los colaboradores interés por la resolución de los problemas?					
3	¿Los colaboradores de la organización concluyen a tiempo un servicio?					
4	¿Los colaboradores no cometen errores al atender nuestra solicitud?					
5	¿Los colaboradores son transparentes al brindarle el servicio?					
6	¿Los colaboradores muestra cortesía?					
7	¿Los colaboradores muestra suficiente conocimiento en la atención?					
8	¿Los colaboradores ofrecen alternativas de solución?					
9	¿Los colaboradores de la organización ofrecen atención individualizada?					
10	¿Los colaboradores muestra disposición de horarios convenientes?					
11	¿Los colaboradores se preocupan por darle un buen servicio?					
12	¿Los colaboradores comprenden sus solicitudes?					
13	¿La organización muestra equipos modernos?					
14	¿Las instalaciones de la organización son visualmente atractivas?					
15	¿Los empleados muestran una apariencia pulcra?					
16	¿La organización posee materiales en buen estado?					

CUESTIONARIO – SATISFACCION DEL USUARIO

Instrucciones: A continuación, encontrará una serie de preguntas a las que deberá marcar con una (X) la respuesta que considere correcta, según escala valorativa dada. Indicándole a usted que el cuestionario tiene carácter reservado, por lo tanto, agradecemos sinceridad de sus respuestas.

1	2	3	4	5
Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

CUESTIONARIO						
N°	ITEMS	1	2	3	4	5
1	¿Los colaboradores están preparados para mi requerimiento?					
2	¿Los horarios son convenientes para utilizar los servicios?					
3	¿Los costos y tasas son adecuados y justos a la realidad?					
4	¿Percibe usted la disposición por el servicio de parte de los colaboradores?					
5	¿Los colaboradores le dieron una atención personalizada?					
6	¿Los colaboradores brindan respuestas precisas y claras?					
7	¿Cree usted que tiempo de los servicios son los adecuados?					
8	¿Los colaboradores se preocuparon por atender su servicio?					
9	¿Los colaboradores atendieron su caso con discreción?					
10	¿Regresaría usted a utilizar los servicios de la municipalidad?					
11	¿Ha tenido usted servicios correctos?					
12	¿La atención brindada es rápida y oportuna?					
13	¿se siente satisfecho con el servicio recibido?					