

**UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN**



ESCUELA DE POSGRADO

TESIS

**Calidad de servicio percibido y satisfacción del
usuario en la subgerencia de Bienestar social y
participación vecinal de la Municipalidad
Distrital de Supe, 2018**

PRESENTADO POR:

Fernando Francisco Guillermo Agama

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN GESTIÓN
PÚBLICA**

ASESOR:

Milagro Rosario Henríquez Suarez

HUACHO - 2018

**Calidad de servicio percibido y satisfacción del usuario en la subgerencia
de Bienestar social y participación vecinal de la Municipalidad Distrital
de Supe, 2018**

Fernando Francisco Guillermo Agama

TESIS DE MAESTRÍA

ASESOR: Milagro Rosario Henríquez Suarez

**UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN
ESCUELA DE POSGRADO
MAESTRO EN GESTIÓN PÚBLICA
HUACHO
2018**



DEDICATORIA

A mis padres por su invaluable apoyo.

Fernando Francisco Guillermo Agama

AGRADECIMIENTOS

A la Municipalidad Distrital de Supe por su apoyo.

Al Dr. Daniel Valenzuela

Al Lic. Cesar Vásquez Trejo

A la escuela de Posgrado

A mi asesor y a los Miembros del Jurado

A mis amigos.



ÍNDICE

DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTOS	iv
ÍNDICE	v
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
CAPÍTULO I	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1 Descripción de la realidad problemática	1
1.2 Formulación del problema	5
1.2.1 Problema general	5
1.2.2 Problemas específicos	5
1.3 Objetivos de la investigación	6
1.3.1 Objetivo general	6
1.3.2 Objetivos específicos	6
1.4 Justificación de la investigación	6
1.5 Delimitaciones del estudio	7
1.6 Viabilidad del estudio	7
CAPÍTULO II	9
MARCO TEÓRICO	9
2.1 Antecedentes de la investigación	9
2.1.1 Investigaciones internacionales	9
2.1.2 Investigaciones nacionales	12
2.2 Bases teóricas	14
2.2.1. Calidad de servicio.	14
2.2.2. Satisfacción del usuario.	26
2.3 Definición de términos básicos	34
2.4 Hipótesis de investigación	35
2.4.1 Hipótesis general	35
2.4.2 Hipótesis específicas	35
2.5 Operacionalización de las variables	36
CAPÍTULO III	39
METODOLOGÍA	39
3.1 Diseño metodológico	39

3.1.1. Tipo de investigación	39
3.1.2. Enfoque de la investigación	39
3.1.3. Alcance de la investigación	39
3.1.4. Diseño de investigación.	40
3.2 Población y muestra	40
3.2.1 Población	40
3.2.2 Muestra	41
3.3 Técnicas de recolección de datos	42
3.4 Técnicas para el procesamiento de la información	44
CAPÍTULO IV	46
RESULTADOS	46
4.1 Análisis de resultados	46
4.2.1. Contrastación de la Hipótesis General	48
4.2.2. Contrastación de las Hipótesis Específicas	49
CAPÍTULO V	56
DISCUSIÓN	56
5.1 Discusión de resultados	56
CAPÍTULO VI	58
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	58
6.1 Conclusiones	58
6.2 Recomendaciones	59
REFERENCIAS	60
7.1 Fuentes documentales	60
7.2 Fuentes bibliográficas	61
7.3 Fuentes Hemerográficas	62
7.4 Fuentes electrónicas	64
ANEXOS	66

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre calidad de servicio percibido y la satisfacción del usuario en la subgerencia de Bienestar social y participación vecinal de la municipalidad distrital de Supe, 2018. El diseño que se utilizó en la investigación fue No experimental, de alcance correlacional. La muestra estuvo conformada por 120 usuarios externos. A quienes se aplicó un cuestionario de expectativas y de percepciones de Servqual de 32 ítems cuya consistencia interna global alcanza 0,963 mediante alfa de Crombach. El contraste de hipótesis mediante el coeficiente Rho Spearman indica la existencia de una buena correlación positiva entre ambas variables a nivel general con una magnitud $r = 0,771$, la satisfacción del usuario evidencia también una buena correlación con la dimensión fiabilidad $r_s = 0,603$, con la dimensión respuesta $r_s = 0,724$, aseguramiento $r_s = 0,733$, empatía $r_s = 0,679$ y una correlación moderada con la dimensión tangibles $r_s = 0,509$, de lo cual se infiere que el servicio entregado en dichas oficinas resultan en altos niveles de satisfacción del usuario y que este último varía directamente con la calidad del servicio en dichas oficinas.

Palabras clave: Calidad de servicio, satisfacción del usuario, calidad, satisfacción

ABSTRACT

The objective of the present investigation was to determine the relationship between perceived service quality and user satisfaction in subgerencia de Bienestar social y participación vecinal in Supe City Hall, 2018. The design used in the research was Non-experimental, correlational. The sample consisted of 120 external users. To whom was applied a Servqual service quality questionnaire and a user satisfaction questionnaire of 32 items whose global internal consistency reaches 0.963 using Crombach's alpha. The hypothesis contrast was made with Rho Spearman coefficient indicates the existence of a good positive correlation between both variables at a general level with a magnitude $r = 0.771$, user satisfaction also shows a good correlation with the reliability dimension $r_s = 0.603$, with response dimension = 0.724, assurance $r_s = 0.733$, empathy $r_s = 0.679$ and a moderate correlation with the tangible dimension $r_s = 0.509$, it is inferred that the service delivered in the offices result in high levels of user satisfaction, the latter varies directly with the service quality in said offices.

Keywords: Service quality, user satisfaction, quality, satisfaction

INTRODUCCIÓN

Los primeros estudios sobre la calidad aparecen durante los años 30, en los Estados Unidos, aplicándose durante el año 1933 por el Doctor Shward de Bell laboratories para propósitos industriales ,específicamente para mejorar en términos de costo-beneficio las líneas de producción, el resultado fue el uso eficiente de la estadística para elevar la productividad y disminuir una serie de errores (Buffa & Sarin, 1987) desde entonces existe una literatura muy amplia de estudios relacionados a la calidad que se hicieron desde un enfoque de productividad en el sector privado, no obstante a medida que evolucionaba este concepto, debido al cambio cultural en una sociedad cada vez más democrática, el poder de decisión de los clientes o usuarios (Kotler & Keller, 2012)

Inicialmente en la búsqueda de la calidad para propósitos industrial, durante de la segunda guerra mundial, el Sector militar de Estados Unidos crea el primer sistema de aseguramiento de la calidad, se crearían las normas de aseguramiento internacional un sistema de certificación de calidad bajo el mismo concepto que el que EEUU utilizaba antes de la guerra, las normas Z1 que tuvieron gran éxito en la industria norteamericana. Posteriormente gran Bretaña aplicaría su industria militar una serie de normas, adoptando la Z1, las normas 600 y las normas 1008 así Estados unidos y gran Bretaña elevaron su productividad en armamento colocándolos en la vanguardia del desarrollo armamentístico y como potencias. Así se despierta el interés por la calidad fue creciendo dentro del sector privado, mientras los gobiernos los gobiernos se limitaban a brindar servicios de limitada calidad y se entró a una etapa en que fue necesario una modernización para afrontar los problemas institucionales del estado, así aparece la moderna gestión pública basaba en la racionalización y eficiencia, centrada en la reducción de costos, una mejor calidad de servicio y mejores controles (ONU). Después de los 90, los países latinoamericanos suscribieron la carta Iberoamericana de la calidad de la gestión pública con lineamientos cuyo eje se basaba en el derecho del ciudadano a un servicio de calidad (Historía de la Calidad)

La presente Investigación está organizada en cinco capítulos. El primer capítulo comprende el planteamiento del problema dentro de del contexto de la Municipalidad distrital de Supe, también se da conocer la interrogante que motiva la investigación posteriormente plantear la problemática a estudiar y una propuesta de objetivos, su justificación y delimitación.

El segundo Capítulo es el marco teórico, donde se señala antecedentes están relacionados con el estudio; estudios de universidades extranjeras, así como revistas, también autores de universidades nacionales, informes. Se hizo una revisión teórica enmarcada dentro de las características de cada variable de estudio.

En el tercer capítulo, se refiere a la metodología de la investigación, en donde se establece el diseño, tipo, enfoque y nivel al que corresponde la investigación, así como la población y muestra de estudio, la Operacionalización de variables, así como los instrumentos aplicados para la recolección de datos y el tratamiento estadístico.

En el cuarto capítulo, se muestran los resultados de a la contratación de las hipótesis ordenadas, se presentan los resultados de la prueba de hipótesis en tablas debidamente comentadas y se explica el tratamiento de datos y estadístico.

En el quinto capítulo se consigna las discusiones y conclusiones a las que se ha arribado como resultado de todo el proceso de investigación, así como las recomendaciones pertinentes para el tratamiento de la problemática explicada y detallada en la presente investigación

En el capítulo VI se enlistan las fuentes de información ordenadas por tipos que sirvieron para el desarrollo de esta investigación.

Bajo esos lineamientos se espera que los resultados del presente estudio logren responder a las interrogantes planteadas y sirvan de conocimiento para estudios posteriores y puedan contribuir en conjunto como herramientas para conocer y plantear la solución a futuros problemas administrativos.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la realidad problemática

En las municipalidades al igual que otras instituciones públicas a nivel nacional e internacional existe una serie de problemas relacionados con la satisfacción de los ciudadanos, la opinión del colectivo refleja una insatisfacción con los servicios en general que brindan dichas instituciones, pero, ¿qué tan justas son estas percepciones? para responder a estas cuestiones hace falta recurrir a los sondeos de la Ipsos indican que solo en el distrito de Lima metropolitana las encuestas revelan una insatisfacción con los servicios municipales en general por la calidad de los servicios. (Mejia, 2015)

La presente investigación se desarrolló en la Municipalidad distrital de Supe, teniendo como unidades de análisis específicamente las tres oficinas que comprenden la subgerencia de Bienestar social y participación vecinal. La oficina de atención del Centro integral del adulto mayor (CIAM), Pension 65, y la Unidad local de empadronamiento (ULE), dichas oficinas brindan servicios transaccionales como trámites de expedientes, gestión de solicitudes y brindan la información necesaria que debe conocer el usuario de dicha oficina para poder realizar sus trámites de manera regular.

El problema de la insatisfacción con los servicios públicos es un gran problema en el país, o al menos eso es lo que opinan los sondeos y columnas de opinión que nos dan a entender que el problema de la calidad de la inversión pública es muy generalizado en el país, En una encuesta hecha por Ipsos Perú para el diario El Comercio reveló que solo en Lima metropolitana la desconfianza hacia las municipalidades distritales es de 54.0, mientras que la desconfianza con las municipalidades provinciales es de 53.0 (Mejia, 2015) estas cifras revelan la importancia de la gestión de calidad, Por otro lado otras investigaciones a nivel de Latinoamérica indican que existe una insatisfacción con la calidad de los servicios de

trámites, cuyo promedio regional de satisfacción es de 4,8 en escala del 1 al 10. (Pareja, Fernández, Blanco, Thobald, & Martínez, 2016)

Si bien, la municipalidad distrital de Supe, al igual en otras instituciones públicas existe una serie de problemas relacionados con la satisfacción de los ciudadanos con la calidad de los servicios, la opinión de un porcentaje de la ciudadanía refleja una insatisfacción con los servicios municipales en general que asumimos podrían tratarse de la desconfianza en la ejecución de los gastos de las instituciones públicas de gobierno. Lastimosamente en el caso del distrito de Supe no hay datos estadísticos que sirvan de evidencia para un estudio más profundo, así mismo la insatisfacción también se da como respuesta del servicio público en general debido a la percepción de este como una organización burocrática con poca disposición para atenderlo, excesos tanto de requisitos para solicitudes de trámites y excesiva documentación. No obstante, en cuanto a atención en las oficinas en algunas áreas ligadas a nuestro estudio dentro de las tres oficinas que forman parte de la subgerencia de Bienestar social y participación vecinal en la Municipalidad distrital de Supe, en particular se observan algunos casos de insatisfacción respecto de la rapidez con que se ejecutan y la resolución de los trámites en los servicios transaccionales de atención al usuario como CIAM, Pensión 65 y ULE, las tres oficinas que son objetivo de la presente investigación. Aun, nos queda la duda de que tan satisfechos se encuentran los ciudadanos con los servicios de soporte o transaccionales en estas áreas en particular, e intentaremos ver como la calidad del servicio de soporte es un factor que tiene un impacto en la satisfacción del usuario [o ciudadano para el sector público], para eso usaremos conceptos de calidad más acordes y que definan la percepción del ciudadano.

En el Perú, la aplicación de la gestión pública orientada a resultados al servicio del ciudadano se da con la aprobación del DS 004-2013-PCM, que incorpora entre sus principios la orientación al ciudadano con la premisa “la razón de ser de la gestión pública es servir al ciudadano” es decir que las instituciones de los tres niveles de gobierno deben establecer políticas públicas, tanto en la articulación de los procesos (cadenas de valor) y de soporte (sistemas administrativos) en función de las necesidades del ciudadano, así incorpora la noción de resultados, la calidad y el valor de estos servicios, haciendo que las instituciones y niveles de gobierno fortalezcan sus capacidades para su uso en todo el proceso de inversión puntualizando un sistema de conocimiento que permita establecer procesos de mejora continua de la calidad. (Política Nacional de Modernización del Estado, 2013)

La calidad de los servicios pese a estar normada en el DS-004-2013 ha sido poco estudiada en las instituciones publicas del Perú, pero aunque el origen mismo de la calidad se encuentra en el sector privado es posible encontrar ciertas semejanzas y vínculos en sus componentes por lo que según los estudios de Pareja, Fernández, Blanco, Thobald y Martínez (2016) para el análisis es de importancia los anteriores estudios en el sector empresarial. las semejanzas entre sus aplicaciones en el sector público se pueden identificar en ciertos factores que en esencia son características y componen los servicios privados y públicos, por ejemplo su características intangibilidad, heterogeneidad e inseparabilidad de su prestador, lo cual según diversos autores hace difícil su medición por ello que su evaluación se hace durante el proceso de prestación. (Bateson, 1977; Gronroos 1982, Gronroos, 1993; Lehtinen y Lehtinen, 1982, Berry, 1980; Lovelock ,1981; Shostak, 1977; Cit en Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985); vease tambien ; Kotler y Keller, (2012); Stanton Etzel y Walker (2007); Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988); Cronin y Taylor, (1992) y (1994). En una transacción de servicio siempre existe interacción y contacto usuarios-proveedor (cliente-empresa), esto equivale en el servicio publico a una interacción ciudadano-servidor público por lo que es importante también el talento humano y las competencias, incorporaría también elementos de la administración privada como el de orientación al cliente que puede traducirse en el principio de “orientación al ciudadano” en la gestión pública. (Política Nacional de Modernización del Estado, 2013) así, la administración pública se ha unido también a lo que según Kotler y Armstrong (2012) indican que fue movimiento por la “calidad impulsado por el cliente” (p. 241) producido por la mayoría de las industrias de servicios, como resaltan Jaráiz Gulías y Pereira López, 2006, y Fernández, C., Blanco, B., Thobald, K., y Martínez, A (2016) en la cita siguiente

...igual que muchos otros conceptos hoy comunes en la gestión pública, han tenido su origen en el ámbito privado. Sus definiciones están muy vinculadas entre sí, a tal punto que algunos autores las consideran el mismo concepto (Pareja, Fernandez, Blanco, Thobald, & Martínez, 2016, pág. 29)

Es de importancia el conocer la relacion entre estas variables ya que solo mediante esta se tiene un base para lograr la mejora de los servicios publicos tanto en la Municipalidad Distrital de Supe como a nivel de todas las instituciones publicas. no basta solo con observar

la situación de la satisfacción del usuario en Supe o a nivel Nacional para darse cuenta de la situación en la que se encuentra la percepción de los servicios, ya que a nivel de Latinoamérica, un reporte de LAPOP (2009) intenta medir la satisfacción del usuario [o ciudadana] con los servicios en distintos países, El mismo informe presenta evidencia estadística de una relación entre la presentación de solicitudes y la satisfacción del ciudadano con los servicios municipales es decir a nivel general los bajos porcentajes de satisfacción se relacionan con la calidad de la atención en casi todos los casos mostrados.

En esta línea es cabe mencionar la importancia del tema de la calidad y la satisfacción con los servicios públicos en el Perú debido a la calidad orientada al ciudadano esta suscrita tanto en compromisos internacionales como en el fin mismo de la gestión pública moderna.

Recientemente, la CEPAL (2016) en su Agenda 2030 y objetivos del desarrollo sostenible, una guía de referencia para los 193 estados suscritos bajo una visión transformadora. Específicamente menciona en su objetivo 16, la necesidad de crear instituciones sólidas que respondan a las necesidades del ciudadano, así como eficaces y transparentes, garantizando la adopción de decisiones participativas. Donde se observa particularmente que los ODS tienen responden a las necesidades del ciudadano es decir su satisfacción para lograr un desarrollo sostenible.

No obstante, lo que revelan las cifras sugiere pensar que aparentemente existe poca capacidad de las instituciones de gobierno para manejar el aspecto de cómo se brinda el servicio, en casos puntuales existen no solo municipalidades si no gobiernos regionales que todavía no ha podido solucionar el problema que imposibilita un sistema de simplificación administrativa, más allá de estos casos mencionados, está en esencia el problema de la mejora tiene sus consecuencias en la imagen de las instituciones de gobierno encargadas de administrar los servicios de cada nivel del esta, así producto de ello no se estaría cumpliendo a cabalidad [al menos en ciertos servicios] con la aplicación de las normativas, los principios los alcances y objetivos de las políticas de modernización del estado iniciado hace menos de 20 años, podría deberse a la falta de compromiso de los titulares de gobierno y sus funcionarios en la mejora continua de la calidad en todos los aspectos y áreas del servicio al ciudadano, ante todo este escenario saltan a la vista algunos casos puntuales de aparente corrupción de funcionarios que imposibilitan referido proceso. Así que está claro que el problema de la calidad del servicio brindado por los gobiernos se reflejan en la satisfacción

que coadyuva a mejorar gobernabilidad del estado y el cumplimiento de los objetivos del desarrollo sostenible.

Es pues de suma importancia que la municipalidad distrital de Supe conozca la situación en cuanto a calidad de servicio y satisfacción del ciudadano para poder diseñar estrategias para mejorar la forma como se atiende a los ciudadanos y como ellos perciben los servicios de las oficinas en la subgerencia de Bienestar social y participación vecinal y a nivel en general. Para ello debe considerar los estudios previos a nivel internacional. dichos estudios son investigaciones que permiten diseñar estrategias en base a los datos recopilados con instrumentos para medir las expectativas de los usuarios a fin de estandarizarlas y recopilar periódicamente datos sobre la cantidad de usuarios de los servicios de transacciones y descubrir cuales son los factores que impiden que los usuarios queden satisfechos con el actual servicio.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿Cómo se relaciona la calidad de servicio percibido con la satisfacción del usuario en la subgerencia de Bienestar social y participación vecinal de la Municipalidad Distrital de Supe, 2018?

1.2.2 Problemas específicos

¿En qué medida se relaciona el factor fiabilidad con la satisfacción de usuario en la subgerencia de Bienestar social y participación vecinal de la Municipalidad Distrital de Supe, 2018?

¿Qué relación existe entre la capacidad de respuesta del personal con la satisfacción del usuario en la subgerencia de Bienestar social y participación vecinal de la Municipalidad Distrital de Supe, 2018?

¿Cuál es la relación que existe entre el aseguramiento brindado por el personal con la satisfacción del usuario en la subgerencia de Bienestar social y participación vecinal de la Municipalidad Distrital de Supe, 2018?

¿Qué relación existe entre la empatía con la satisfacción del usuario en la subgerencia de Bienestar social y participación vecinal de la Municipalidad Distrital de Supe, 2018?

¿En qué medida se relacionan los factores tangibles del servicio con la satisfacción del usuario en la subgerencia de Bienestar social y participación vecinal de la Municipalidad Distrital de Supe, 2018?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Determinar cómo se relaciona la calidad de servicio percibido con la satisfacción del usuario en la subgerencia de Bienestar social y participación vecinal de la Municipalidad Distrital de Supe, 2018.

1.3.2 Objetivos específicos

Precisar en qué medida se relaciona el factor fiabilidad con la satisfacción del usuario en la subgerencia de Bienestar social y participación vecinal de la Municipalidad Distrital de Supe, 2018.

Conocer el grado de relación entre la capacidad de respuesta del personal con la satisfacción del usuario en la subgerencia de Bienestar social y participación vecinal de la Municipalidad Distrital de Supe, 2018.

Determinar la medida en que se relaciona el aseguramiento brindado por el personal con la satisfacción del usuario en la subgerencia de Bienestar social y participación vecinal de la Municipalidad Distrital de Supe, 2018

Precisar el grado de relación entre la empatía del personal con la satisfacción del usuario en la subgerencia de Bienestar social y participación vecinal de la Municipalidad Distrital de Supe, 2018.

Conocer la medida en que se relaciona los factores tangibles del servicio con la satisfacción del usuario en la subgerencia de Bienestar social y participación vecinal de la Municipalidad Distrital de Supe, 2018.

1.4 Justificación de la investigación

1.4.1. Justificación Teórica.

La presente investigación se justifica por la importancia de conocer como la calidad en la atención al usuario alcanza diferentes contextos organizacionales e institucionales, y se traduce bajos niveles de satisfacción y confianza en el gobierno.

1.4.2. Justificación práctica.

La presente investigación se justifica también por que los resultados servirán para conocer qué tan razonada se encuentra la satisfacción del usuario y la calidad del servicio percibido por los usuarios, también servirá como línea de base para conocer qué tipo de estrategias se usarán para lograr fomentar la mejora continua planteando un sistema de implementación de mejora de servicios orientado a los objetivos Institucionales.

1.5 Delimitaciones del estudio

1.5.1. Delimitación espacial.

La presente investigación tiene como unidad de estudio El departamento de Lima, provincia de Barranca, Distrito de Supe pueblo, enfocado en la municipalidad distrital de Supe, ubicada en Av. San Martín N° 446.

1.5.2. Delimitación temporal

El proceso completo que comprende la revisión de la literatura, formulación, y demás actividades de coordinación se realizó en el periodo que comprende julio de 2017 a junio de 2018.

1.5.3. Delimitación conceptual.

La presente investigación desarrolla dentro del marco de la calidad del servicio percibido a efectos de determinar su relación con la satisfacción del usuario.

La calidad de servicio percibido

La satisfacción del usuario.

1.6 Viabilidad del estudio

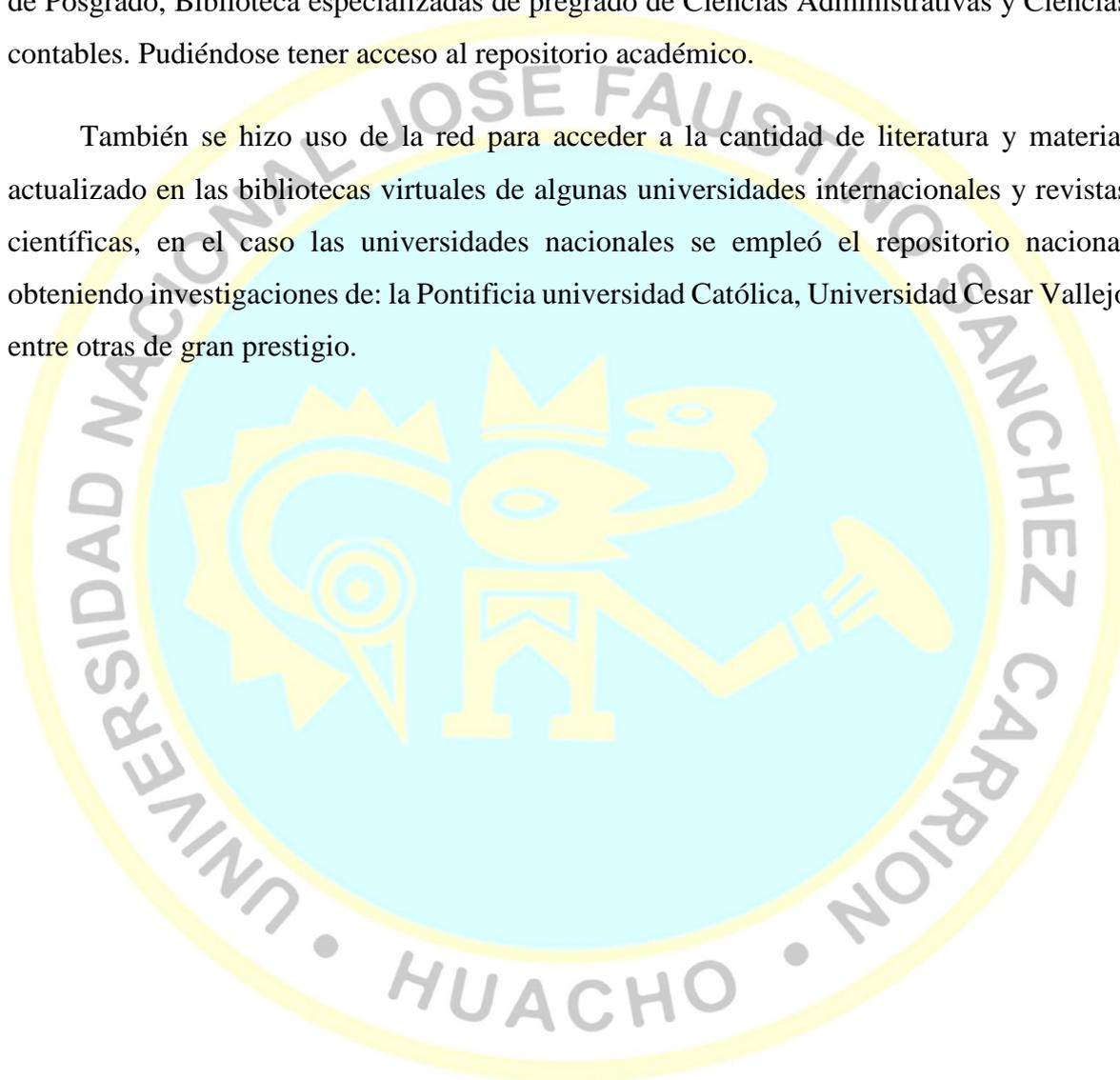
1.6.1. Viabilidad económica

La presente investigación es viable debido a que para su desarrollo se dispone del consentimiento de la autoridad municipal, el apoyo brindado por los funcionarios para facilitar el proceso de investigación y la accesibilidad para el recojo de la información.

1.6.2. Viabilidad Técnica

La presente es viable debido a que se cuenta con acceso a material tanto en la Biblioteca de Posgrado, Biblioteca especializadas de pregrado de Ciencias Administrativas y Ciencias contables. Pudiéndose tener acceso al repositorio académico.

También se hizo uso de la red para acceder a la cantidad de literatura y material actualizado en las bibliotecas virtuales de algunas universidades internacionales y revistas científicas, en el caso las universidades nacionales se empleó el repositorio nacional obteniendo investigaciones de: la Pontificia universidad Católica, Universidad Cesar Vallejo entre otras de gran prestigio.



CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

2.1.1 Investigaciones internacionales

Pareja, Fernández, Blanco, Thoebald, y Martínez, (2016) en su proyecto de investigación *Simplificando vidas: Calidad y satisfacción con los servicios públicos*, respaldado por Banco Interamericano de Desarrollo, buscó medir la relación de ambas variables desde una óptica institucional y del ciudadano, bajo un enfoque cuantitativo, diseño no experimental transversal, cuya unidad de análisis fue un conjunto de trámites asociados al sector público en seis países de la región de Sudamérica, aplicándose una encuesta en línea a una muestra de 11 504. sus principales hallazgos fueron que (1) existe una insatisfacción con los servicios públicos transaccionales, cuyo promedio regional de satisfacción es de 4,8 en escala de 1 a 10, siendo inferior al punto de indiferencia 5,5 y muy inferior a los resultados de satisfacción en el contexto de los Estados Unidos resultando en 64 en escala del 0 a 100. (2) la correlación entre la satisfacción y cada una de las dimensiones de la calidad indica que el vínculo es más fuerte con la gestión de las tecnologías de información y con la relación entre la institución con los ciudadanos, (3) a nivel general se identificó una correlación importante de valor $r=0,70$, entre la entre el nivel de calidad de los servicios y los bajos niveles de percepción de la corrupción.

Ramseook-munhurrin, Lukea-bhiwajee, y Naidoo, (2010). En su artículo *Service quality in the public service*. Para la revista *International Journal of Marketing and Marketing Research*, buscó investigar cuán estrechamente coinciden las expectativas de servicio del cliente y las percepciones dentro del servicio público, aplicando dos cuestionarios SERVQUAL paralelos en una muestra de 250-202 personas seleccionada por muestreo de conveniencia. Sus hallazgos revelaron que si bien existe un déficit significativo en el cumplimiento de las expectativas del cliente, el FLE parece tener una buena

comprensión de cuáles son realmente estas expectativas. El FLE debe enfocarse en aquellas dimensiones que reciben clasificaciones y atributos más bajos con puntajes altos de brecha.

Torres , Manzur , Hidalgo y Barra (2008) . En su artículo titulado *Relación entre las dimensiones de la calidad del servicio y la satisfacción: un análisis de los componentes higiénicos*. para la revista Estudios de Administración en Chile, en el contexto de los supermercados, Analizó cuáles de las dimensiones de la calidad del servicio podrían cumplir un rol de satisfactor y cuáles de ellas se comportarían como factores higiénicos ,estudio de enfoque cuantitativo, correlacional causal usando la escala Servqual modificada a 6 dimensiones se realizó un análisis factorial exploratorio y calculó el alfa de crombach que arrojó en todos los casos valores por encima del 0,6 con datos del pre-test a una muestra de 45 informantes Los resultados muestran, que la confiabilidad, los tangibles, la accesibilidad y la seguridad son dimensiones satisfactoras o duales, mientras que la higiene y la atención personal, son factores higiénicos.

Armada (2015) en su tesis Doctoral titulada La satisfacción del usuario como indicador de calidad en el servicio municipal de deportes. Respaldada por la Universidad de Murcia. Busca determinar del grado de satisfacción actual del usuario con los servicios deportivos municipales del Ayuntamiento de Cartagena, analizar la evolución de la satisfacción a lo largo del tiempo para actualizar los niveles de calidad que ofrecen estos servicios y aportar un caso práctico de gestión orientado a la calidad, que pueda servir al benchmarking de los futuros gestores deportivos públicos. Estudio cuantitativo de nivel descriptivo, longitudinal, aplicando un cuestionario elaborado por un sociólogo experto y validado, a una muestra de 552 usuarios (1991) y 667 usuarios (2015), sus resultados confirman que el valor medio de satisfacción percibida es alta, y comprueba que la valoración es ligeramente superior en la actualidad.

De la Peña (2014) en su artículo Análisis de la satisfacción y de la calidad percibida por las personas atendidas en los servicios sociales comunitarios del Centro Municipal de Servicios Sociales Delicias del Ayuntamiento de Zaragoza, para la revista Cuadernos de Trabajo Social. Busca conocer la calidad de la atención a partir de la satisfacción percibida, bajo un enfoque cuantitativo, de nivel descriptivo, transversal, aplicando un cuestionario Servqual en una muestra de 22 casos, los resultados resultan en un índice general de satisfacción que alcanza el 4.64 en una escala de 5, siendo mayoritariamente, el 76,4 por

ciento, quienes valoran como «excelente» su sentimiento por los servicios que presta el centro municipal de Servicios Sociales de Delicias.

Morillo (2009) en su artículo titulado *Calidad en el servicio y la satisfacción del usuario en instituciones financieras del municipio libertador del estado Mérida* en Venezuela. Busca demostrar la relación entre ambas variables, bajo un enfoque cuantitativo, con datos recolectados a partir de una muestra estratificada de un total de 383 personas, se usó un primer cuestionario para expectativas y el segundo cuestionario percepciones, se concluye a partir del análisis estadístico inferencial con coeficiente de Sommers, Tau-b de Kendall, Tau-c de Kendall, Rho Spearman y R de Pearson evidencia que todas las puntuaciones de las dimensiones incluida la escala global están relacionadas positivamente, Es decir, la existencia de una asociación positiva entre los niveles de satisfacción del usuario de dichos servicios y la calidad del servicio medida a través de la escala Servqual, donde la mayoría (29,2%) de encuestados respondieron estar ligeramente satisfechos, el 16,4% se manifestó estar totalmente satisfecho, infiriéndose que la satisfacción depende del tipo de agencia que presenta el servicio, para este caso los usuarios de la banca comercial experimentan niveles superiores de satisfacción. Por último, a través de un análisis de asociación o de independencia entre niveles de puntuación Servqual y de satisfacción de usuario se corrobora la relación positiva existente entre las variables indicadas en la teoría.

Arenas (2015) en su artículo *Calidad percibida en los servicios sociales de inclusión: Una aproximación desde el caso de Avilés (Asturias)*. En la revista Cuadernos de Trabajo Social, su trabajo intenta exponer el planteamiento, el análisis y los resultados de una entrevista representativa sobre la calidad percibida por las personas atendidas en los centros de Servicios Sociales de las cuatro zonas de Avilés, bajo un enfoque cuantitativo, de nivel descriptivo, transversal aplicando un cuestionario Servqual estandarizado, De los resultados se califica con cerca de 9 puntos sobre 10 la percepción de calidad que indica que las personas entrevistadas tienen un grado de satisfacción muy elevado.

Alén y Fraiz (2006) en su artículo *relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del consumidor*. Para la revista de investigaciones Europeas de Dirección de la Empresa. se propuso correlacionar ambas variables y determinar el nivel de satisfacción de los usuarios, por medio de la contrastación empírica del modelo estructural de las relaciones causales bidireccionales, de enfoque cuantitativo, descriptivo, transversal, aplicó un instrumento adaptado de calidad percibida SERVQUAL y medida de satisfacción con un ítem único

,teniendo un tamaño muestral de 270, de los resultados se concluye en base a las medidas de ajuste absoluto chi cuadrado ofrece una significancia de 0,004, además por modelos estructurales se infiere que la calidad de servicio es un antecedente importante de la satisfacción sobre la que ejerce una influencia clara y significativa (0,740) , también se comprueba que la calidad de servicio no es el único elemento determinante de la satisfacción puesto que solo explica el 55% de su variabilidad por lo cual se contrasta positivamente esta hipótesis.

2.1.2 Investigaciones nacionales

Sotomayor (2016). En su artículo *La calidad del servicio y la satisfacción del cliente de la sede central del Gobierno Regional de Moquegua, 2014*. Para la revista Ciencia y Tecnología para el Desarrollo-UJCM, se planteó determinar la relación entre ambas variables ,bajo un diseño no experimental Transeccional , de enfoque cuantitativo, a nivel correlacional , utilizó un cuestionario a escala likert de calidad de servicio y y otro de satisfacción ambos del Modelo SERVQUAL, aplicado a una muestra de 102 usuarios externos, mediante el coeficiente de correlación de Pearson (r), $\text{sig}=0,01$ y con un valor de $r= 0,65$, encontrándose la existencia de una relación directa y significativa que implica que mientras más altas son las expectativas mejor es la percepción del servicio.

Melgarejo (2016). En su tesis titulada *La calidad del servicio de la Dirección de Economía y Finanzas PNP y la satisfacción del usuario de la Dirección de Inteligencia PNP, 2016*. respaldada por la escuela de posgrado de Universidad Cesar Vallejo, se planteó determinar la relación entre ambas variables bajo un enfoque cuantitativo , nivel correlacional, el tipo de investigación según su finalidad fue sustantiva, de alcance transversal y diseño no experimental aplicando un cuestionario dirigido a 275 efectivos policiales , sus resultados evidencian una correlación significativa y positiva considerable.

Luján (2011) en su tesis titulada *Nivel de satisfacción según expectativas y percepciones de la calidad de servicios de salud en los usuarios externos de la unidad de cuidados intensivos del Instituto Nacional del Niño*. Respaldada por la unidad de Posgrado de la Universidad Garcilaso de la Vega, tuvo buscó determinar los niveles de satisfacción de los usuarios externos respecto de la calidad de servicio. Para ello se diseñó una investigación descriptiva-correlacional, seleccionándose una muestra probabilística de 105 usuarios externos- acompañantes de pacientes críticos. Aplicando la escala Servqual de calidad de

servicio, los resultados evidencian un grado de insatisfacción global de 90.2 % de los usuarios corroborando la hipótesis planteada.

Inca (2015) en su tesis titulada *Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la municipalidad distrital de Pacucha, Andahuaylas 2015*. respaldada por la escuela de administración de la Universidad Nacional José María Arguedas. Buscó determinar la relación entre ambas variables, bajo un enfoque cuantitativo, nivel correlacional y diseño no experimental transversal, aplicándose una encuesta a muestra 339 usuarios, cuyos datos se analizaron a través del coeficiente Rho de Spearman con un valor de sig=0.00 con un r=0,591 infiriendo que existe tal relación a un grado positivo y moderado

Caballero (2016) en su tesis *Calidad del Servicio y la Satisfacción del Usuario de la Municipalidad Distrital de El Porvenir, Trujillo año 2016*. Respaldada por la Universidad Cesar Vallejo. Buscó determinar la relación entre ambas variables , bajo un enfoque cuantitativo , nivel , y diseño , aplicó una encuesta tipo Likert obtenida de las 5 dimensiones SERVQUAL, dirigida a una muestra de 385 pobladores, Mediante el Rho de Spearman se determinó una Sig=0.00 y un r=0,906 con un nivel de confianza de 5% comprobando que existe relación directa y positiva entre las variables.

Bejarano (2016) en su tesis titulada *Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios del servicio de administración tributaria y fiscalización de la Municipalidad Distrital Santiago de Cao, año 2016*. Respaldada por la Universidad Cesar Vallejo, se planteó determinar la relación entre ambas variables, bajo un enfoque cuantitativo y nivel correlacional, de diseño no experimental de corte transversal, Para la variable calidad de servicio se usó un cuestionario a escala con las 5 dimensiones ServQUAL y para la segunda variable un cuestionario basado 5 dimensiones del modelo de Mejia Acosta, aplicado a 339 usuarios, Rho de Spearman ofrece los valores sig=0,31 y un r= 0,117 a nivel Global infiriendose que existe una relación directa muy baja.

Gaspar y Guillen (2015) en su tesis titulada *Calidad de servicio y satisfacción del usuario en la subgerencia de Contabilidad y Finanzas de la Municipalidad Provincial de Huancavelica- Periodo 2012*, respaldada por la escuela de Administración de la Universidad Nacional de Huancavelica, Facultad de ciencias empresariales, se planteó determinar en qué medida se relacionan ambas variables dentro de sus contexto. Bajo un tipo de investigación básico, diseño no experimental, transversal y de alcance correlacional, aplicando el modelo

de análisis Servperf, el instrumento para medición de calidad se basó en las 5 dimensiones de SERVQUAL, mientras que para medir la segunda variable se utilizó las 5 dimensiones con un único ítem para medir la satisfacción global y por dimensiones, los instrumentos fueron aplicados a una muestra de 120 usuarios cuyos resultados en Rho de Spearman demuestran la asociación planteada con un $\text{sig}=0,00$ y un $r=0,882$ siendo una relación directa muy fuerte.

2.2 Bases teóricas

2.2.1. Calidad de servicio.

2.2.1.1. Generalidades

Si bien, diversos estudios comprueban la importancia de la calidad del servicio, existen numerosas definiciones hasta el punto de generar polémicas. No obstante, hasta la actualidad se ven intentos de definirla debido a su relevancia a la hora de desarrollar un modelo de medición, quizá una de las definiciones que más describe esta variable sería como mencionan Jhonson y Winchell (1989) citados en Stanton, Etzel, & Walker (2007) quienes definen la calidad como “un conjunto de características de un bien o servicio que determinan su capacidad de satisfacer necesidades”. (pág. 293)

Los primeros estudios sobre la calidad aparecen durante los años treinta, en los Estados Unidos, aplicándose durante el año 1933 por el Doctor Shward de *Bell laboratories* para propósitos industriales, específicamente para mejorar en términos de *costo-beneficio* las líneas de producción, el resultado fue el uso eficiente de la estadística para elevar la productividad y disminuir una serie de errores (Buffa & Sarin, 1987) desde entonces existe una lista muy amplia de estudios relacionados a la calidad que se hicieron desde un enfoque de productividad en el sector privado, no obstante a medida que evolucionaba este concepto, debido al cambio cultural en una sociedad cada vez más democrática, el poder de decisión de los clientes o usuarios (Kotler & Keller, 2012) se torna cada vez más importante para el análisis de la calidad, en la actualidad la competitividad de mercado de servicios sugiere un rol sobre una amplia gama de proveedores de servicio. Como resultado, la prestación del servicio en palabras de Lascurain debe: minimizar al máximo los defectos (grado de superioridad) que se originan a lo largo del proceso de producción. Cumplir las expectativas (grado de adecuación) del cliente para adecuarse al fin que el cliente espera obtener,

responder a las solicitudes del cliente, por último debe lograr satisfacer al cliente interno y externo. (Lascurain, 2012)

2.2.1.2. Hacia una conceptualización de calidad de servicio

Una revisión de la literatura indica que los antecedentes del estudio de calidad del servicio tal y como lo conocemos actualmente se pueden rastrear desde los planteamientos de la Escuela Nórdica con el modelo de calidad de servicio de Gronoos (1982) quien afirma que “los consumidores comparan el servicio que esperan con las percepciones del servicio que reciben al evaluar la calidad del servicio.” (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985, pág. 42)

No es hasta mediados de esa década que la investigación en torno a la calidad de servicio percibido empieza formalmente, con los estudios de Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985) quienes proponen un modelo de análisis en su estudio *A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research* con marco un conceptual basado en la interpretación de datos cualitativos y señalan que la calidad de servicio implica comparación entre expectativas con el rendimiento.

Los autores continúan la idea de Lewis y Booms (1983) de que la calidad de servicio percibido “es una medida de qué tan bien el nivel de servicio entregado coincide con las *expectativas del cliente*. Prestar un servicio de calidad significa cumplir con las expectativas del cliente de forma coherente”. (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985, pág. 42)

Algunos años después, Crosby (1988) postuló que la calidad es la conformidad con los requerimientos del cliente, el cumplimiento de estos se logra lo que se denomina *cero defectos* en la prestación del servicio. (Duque & Diosa, 2014, pág. 182)

2.2.1.3. Dimensiones de la calidad de servicio percibido

Al Respecto, Lehtinen y Lehtinen (1982) expusieron que la calidad del servicio percibido se produce por el proceso de interacción entre el cliente y los elementos de la organización, en este sentido:

usan tres dimensiones (por ejemplo, equipo o edificio); calidad corporativa, que involucra la imagen o el perfil de la empresa; y

calidad interactiva, que se deriva de la interacción entre el personal de contacto y los clientes, (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985, pág. 43)

Crosby (1988) postuló que la calidad de servicio percibido “es la conformidad con los requisitos, implica conocer y aplicar cuatro criterios: cumplimiento de los requerimientos, la prevención, un estándar de cero defectos y la medición de la misma sería el precio del incumplimiento.” (Duque & Diosa, 2014, pág. 182)

Más adelante Gronroos (1993) postuló que la calidad de servicio percibido por el cliente tiene dos dimensiones: una técnica o dimensión de salida y una relacionada a procesos. (Davila, Coronado, & Cerecer, 2012, pág. 178)

2.2.1.4. Características

Los servicios tienen ciertas particularidades que afectan la forma en que se percibe la calidad. Así, la literatura nos ofrece tres características fundamentales (Kotler & Armstrong, 2012; Stanton, Etzel, & Walker, 2007; Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985)

La intangibilidad, Zeithaml (1988) coincide con varios autores (Bateson, 1977; Berry, 1980; Lovelock, 1981; Shostak, 1977) citados por Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985), Stanton y Walker (2007) en que los servicios son intangibles, esto sucede porque los servicios “son actuaciones en lugar de objetos (...) no se pueden contar, medir e inventariar, probar y verificar antes de su venta para garantizar su calidad.” (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985, pág. 42)

Heterogeneidad o variabilidad. Resulta especialmente difícil normalizar el producto debido a que “cada unidad de servicio es un tanto diferente a otra del mismo servicio, debido al factor humano en la producción y la entrega.” (Stanton, Etzel, & Walker, 2007, pág. 305)

La existencia de esta variabilidad en el desempeño según Booms y Bitner (1981) se debe a que está sujeto a las circunstancias de tiempo y espacio y la persona brinda el servicio, así este aspecto:

varía de productor a productor, de cliente a cliente y de día a día.

La consistencia de comportamiento del personal de servicio

(calidad uniforme) es difícil de asegurar” (Booms y Bitner, 1981)

porque lo que la empresa intenta entregar puede ser completamente diferente de lo que el consumidor recibe.

(Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985, pág. 42)

Kotler y Armstrong (2012) explicaría además, que esta variabilidad implica que la variable “depende de quién los proporciona, así como de cuando lo hace, donde y como lo hace.” (pág. 238) así por ejemplo el servicio depende de “calidad de la interacción comprador-vendedor, durante la prestación del servicio” (pág. 238) , así puede existir variabilidad en un mismo personal y eso se debe al estado mental del personal en el momento de la atención.

La inseparabilidad de su prestador (creador o vendedor), muchos servicios se crean, se ofrecen y se consumen simultáneamente, así “la inseparabilidad de un servicio significa que los proveedores de servicios se ven envueltos, de manera concurrente, en la producción y los esfuerzos de marketing.” (Stanton, Etzel, & Walker, 2007, pág. 42) esto se explicaría por que, la calidad en los servicios no está diseñada en la planta de fabricación, si no que se entrega intacta al consumidor. (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985, pág. 42)

Según lo anterior y basandose en diversas fuentes (Gronroos 1982, Lehtinen y Lehtinen, 1982, Lewis y Booms, 1983, Sasser, Olsen y Wyckoff ,1978) Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985) sugieren que:

- Al cliente le es más difícil de evaluar la calidad del servicio que la calidad de los productos.
- La percepción de la calidad del servicio es el resultado de una comparación del cliente con el desempeño actual del servicio.
- Las evaluaciones del servicio no se hacen solamente a la entrega de este, sino también en el proceso de realización de este.

2.2.1.5. Determinantes de la calidad de servicio.

Los estudios de Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985) explican que los usuarios usan criterios similares para evaluar la calidad del servicio , estos criterios se usan como

“determinantes de la calidad del servicio” (pág. 46) en su amplio estudio de calidad de

Modelo 1 (Servqual, 1985)	Modelo 2 (Servqual, 1988)
Fiabilidad capacidad de respuesta profesionalidad o competencia Accesibilidad cortesía comunicación credibilidad seguridad comprensión del usuario tangibles (elementos)	Fiabilidad Capacidad de respuesta Aseguramiento o seguridad Empatía Tangibles (elementos)

Nota.

Modelo 1 (1985) en función a las características determinantes de la calidad de servicios.

Modelo 2 (1988) en sus posteriores estudios ofrecen una categorización de las determinantes de su estudio anterior aplicable a todas las industrias.

servicio en mercados y empresas de EE.UU. sus hallazgos resaltan que la mayoría de los usuarios de servicios se basan en ciertas particularidades para evaluar la calidad de un servicio. Así, como resultado de las sesiones de grupos focales (1985) identificaron diez determinantes (véase tabla 1), las cuales según Deboto (2012) son aplicables “con las debidas adaptaciones específicas” (pág. 9) a todos los servicios en EEUU, Norteamérica así como en países en vías de desarrollo y a todos los servicios.

Tabla 1. Determinantes de la calidad del servicio

}

Posteriormente (1988) Parasuraman, Zeithaml y Berry reformularon y adecuaron las determinantes que originalmente propusieron en cinco categorías específicas: tangibles, confiabilidad, receptividad, seguridad y empatía. estas pasarían a ser hasta la actualidad la referencia más común adoptada por otros investigadores para el análisis y la escala de medición de la calidad de servicio.

Cronin y Taylor (1992) desarrollaron el Modelo Servperf, trabajo empírico que trató una revisión con respecto de la conceptualización y medición de la calidad del servicio basándose en estos cinco factores, Teas (1994) también desarrolló y propuso un modelo modificado basado en Servqual que sería llamado Escala de Desempeño Evaluado.” (García & Díaz, 2008, pág. 62)

a. La Fiabilidad.

La fiabilidad depende de las habilidades para ejecutar el servicio de forma fiable y esmerada. Es la razón de ser del servicio y se encuentra en el núcleo del mismo, (Devoto, 2012) se basa en “la consistencia de la ejecución y confiabilidad” (pág. 9) por lo que la empresa debe procurar entregar el servicio a la hora y tiempos estipulados, así pues, la puntualidad y el profesionalismo son rasgos esenciales de un servicio de calidad. Por lo que las particularidades del factor fiabilidad son:

- Buen manejo de los problemas del servicio de los clientes.
- Cumplimiento de los términos estipulados.
- Ejecutar bien el servicio desde la primera vez. exento de errores.

Es decir, si el servicio que se brinda se trata del trámite para obtención de un documento en un determinado organismo público, la fiabilidad se relacionará con la correcta obtención del mismo en tiempo y forma.

b. La capacidad de respuesta.

La capacidad de respuesta puede definirse como la prontitud, agilidad o buena disposición de los empleados al proveer el servicio. Así como la capacidad para actuar en situaciones imprevistas. (Devoto, 2012)

De manera muy frecuente los usuarios de servicios públicos tienden a calificarlos como servicios plagados de trámites engorrosos y lentos, también resaltan una falta de

creatividad para enfrentar situaciones imprevistas. De tal modo que la comunicación y disposición de actuar del servidor público son factores importantes a la hora de evaluar este factor.

La Comunicación se define como la existencia de información para los usuarios en un lenguaje comprensible para ellos y también la disposición a escucharlos.

Así las particularidades de este factor son

- Mantener a los clientes informados sobre cuándo se realizarán los servicios.
- Servicio rápido a los clientes.
- Disposición para ayudar y disponibilidad para responder a las solicitudes de los clientes.

c. Aseguramiento.

El aseguramiento, está determinado por la inexistencia de riesgos o dudas. Estos riesgos pueden ser legales, monetarios, físicos, etc. Evidentemente, “existe bastante variabilidad en cuanto a la exigencia del aseguramiento en distintos servicios.” (Devoto, 2012, pág. 10) así el aseguramiento es producto de una serie de su factores como la cortesía, la profesionalidad y la credibilidad.

La Cortesía se traduce en respeto, consideración y amabilidad del servidor. A ninguna persona le gustaría ser tratado en forma irrespetuosa o ser maltratados por un personal. Lastimosamente, estas son actitudes que se observan de los servicios públicos.

La Profesionalidad requiere de poseer las habilidades y el conocimiento requeridos para ejecutar el servicio. Ya que para el usuario es importante saber o creer que quienes lo atienden son conocedores de su oficio.

Es de notar que algunas instituciones públicas sumidas por la politización absoluta obvian los procesos de reclutamiento de personal necesarios para captar los mejores talentos, lo cual ha merecido el descrédito del sector público tanto en el servicio que brinda, como en la toma decisiones. A nivel técnico la falta de capacidades puede generar problemas, desde ralentizar el proceso de entrega del servicio hasta una omisión y así incurrir indirectamente en un delito en contra del usuario.

Como ejemplo podemos resaltar las consecuencias de un error en la redacción de un acto resolutorio de entrega de un documento que tenga como consecuencias la anulación del oficio o revocación de documentos generándole el estancamiento de sus trámites. Evidentemente en este caso el riesgo se corre como resultado de las capacidades requeridas para operar un procesador de textos.

La Credibilidad es concretamente la confianza que tiene el usuario en un servidor o institución, es una percepción, esta actitud del cliente es producto de la confianza generada por la misma institución, y por el servidor que le presta el servicio mediante la atención y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza.

No obstante, es claro percibir el nivel creciente de desconfianza que tiene el ciudadano en los servicios brindados por algunas instituciones públicas como las municipalidades, gobiernos regionales, gobierno central y últimamente el sector salud y educativo.

Por lo que las particularidades del factor fiabilidad estas representadas por:

- Personal que infunde confianza en los clientes.
- Hacer que los clientes se sientan seguros en sus transacciones.
- Empleados que son consistentemente corteses.
- Personal con el conocimiento suficiente para responder las preguntas de los clientes.

d. Empatía.

La empatía quiere decir, Segun Hans-Georg Haus, el ponerse en el lugar del cliente para sentir lo mismo que él (Michelena, 2010), se enfoca en implicarse con el cliente, comprender sus necesidades e intentar ver la situación desde su punto de vista con el fin de entenderle mejor para ofrecerle una atención adecuada a su persona.

La Comprensión se define como el esfuerzo de conocer y entender las necesidades del usuario. En el ámbito público quienes atienden directamente a los usuarios, deben contar con las capacidades de comprensión, y cierta autonomía para atender a los usuarios según sus necesidades particulares para decidir cómo enfrentar situaciones en que se requiere “personalizar” o adaptar el servicio.

La atención personalizada, La atención personalizada, se trata servicio hecho a la medida del cliente, implica un trato directo o personal entre un determinado servidor y un determinado usuario a fin de conocer los requerimientos las necesidades, gustos y preferencias de éste último, a veces se necesita de cierta flexibilidad que puede significar reorganización para buscar alternativas que no afecten al cliente, la creatividad para ofrecer cosas nuevas esto se logra a través investigación de mercado y la opinión de los clientes, la oficina debe ser capaz de ajustarse a las necesidades del usuario mediante un proceso de retroalimentación.

La Accesibilidad, tiene que ver la facilidad de para que el usuario logre un contacto con la institución. En el ámbito de varios servicios públicos pareciera percibirse que –por ejemplo- los horarios de atención no son lo suficientemente amplios. Lo cual conlleva problemas de accesibilidad.

La empatía trae como resultado buenas relaciones con el usuario que generan su confianza. Asimismo este factor se enfoca en el servicio personalizado e individualizado, trato solidario, tener el mejor interés del cliente en el corazón, atención de las necesidades del consumidor, horarios de atención convenientes.

- Brindar atención individual a los clientes.
- Empleados que tratan a los clientes de manera solidaria.
- Tener el mejor interés del cliente en el corazón.
- Personal que entiende las necesidades de sus clientes.
- Conveniente horario comercial.

e. Tangibles.

Los elementos tangibles se enfocan en las características físicas del equipamiento asociado con el servicio, tales como: la apariencia del personal, equipos de cómputo modernos, instalaciones visualmente atractivas, materiales visualmente atractivos asociados con el servicio.

En el sector público, por ejemplo, las consecuencias de la falla de red del sistema de cómputo en las oficinas de servicio de caja al momento de hacer el pago del impuesto predial le traería como consecuencias al administrado, el tener que regresar en otro momento ocasionándole pérdida de tiempo.

Según Devoto (2012) este es un factor poco relevante en el sector público aunque ciertas veces es necesario para el proceso.

aunque algunos elementos tangibles no sean tan importantes para el resultado de la prestación, no cabe duda que pueden ser relevantes para una buena calidad de proceso, por ejemplo en lo que respecta a la comodidad de los usuarios, aspecto no siempre presente en las oficinas públicas. (pág. 11)

2.2.1.6. Recomendaciones para mejorar la calidad del servicio

Berry, Parasuraman y Zeithaml, ofrecen 10 lecciones esenciales (desde su punto de vista) para mejorar la calidad en todas las industrias de servicio. (Kotler & Keller, 2012, pág. 372)

- **Escuchar.** Los proveedores de servicios deben entender qué desean en realidad los clientes, a través del aprendizaje continuo sobre las expectativas y percepciones de sus clientes y quienes no lo son (por ejemplo, mediante un sistema de información de servicio-calidad).
- **Fiabilidad.** La fiabilidad es la dimensión más importante de la calidad de servicio, y debe ser una prioridad.
- **Servicio básico.** Las empresas de servicio deben entregar lo fundamental y hacer lo que deben: mantener sus promesas, usar el sentido común, escuchar a los clientes, mantenerlos informados y estar determinados a ofrecerles valor.
- **Diseño de servicio.** Los proveedores de servicio deben asumir un punto de vista holístico del servicio mientras gestionan sus múltiples detalles.
- **Recuperación.** Para poder satisfacer a los clientes que encuentran un problema en el servicio, las empresas deben alentarlos a quejarse (y facilitarles los medios para hacerlo), responderles con rapidez y personalmente, y desarrollar un sistema de resolución de problemas.
- **Sorprender a los clientes.** Aunque la fiabilidad es la dimensión más importante para satisfacer las expectativas de servicio de los clientes, otras

—como la seguridad, la capacidad de respuesta y la empatía— resultan fundamentales para excederlas. Para ello hay que sorprenderlos con rapidez, gracia, cortesía, competencia, compromiso y comprensión inesperados.

- **Juego justo.** Las empresas de servicio deben hacer un esfuerzo especial por ser justas, y demostrarlo a sus clientes y empleados.
- **Trabajo en equipo.** El trabajo en equipo es lo que permite que las grandes organizaciones entreguen el servicio con cuidado y atenta-mente, al mejorar la motivación de los empleados y sus capacidades.
- **Investigación de los empleados.** Los especialistas en marketing deben llevar a cabo investigaciones entre los empleados, para averiguar por qué suceden los problemas con el servicio y qué deben hacer las em-presas para resolverlos.
- **Liderazgo de servicio.** La calidad del servicio se deriva: del liderazgo inspirado en toda la organización; de la excelencia en el diseño del sistema de servicio; del uso eficaz de la información y la tecnología, y de esa fuerza interna —de lenta transformación, invisible y todo poderosa— a la que denominamos cultura corporativa.

2.2.1.6. La Calidad del servicio percibido en la gestión pública

Los gobiernos han adoptado medidas para el cambio estructural de su administración. “los pioneros en incorporar los principios de la calidad empresarial a la administración pública fueron los Estados Unidos y la Unión Europea” (ENEGI, 2016, pág. 3) añadiendo conceptos que hasta entonces solo era de la administración y el marketing privado, cuyo Common Assesment Framework (CAF), que incorpora tecnicas de calidad creado en el Instituto Europeo de Administración Pública en Maastricht, fue un instrumento diseñado para servir como guia para mejorar el desempeño de las administraciones gubernamentales en toda Europa.

Este sistema retoma las bases del sistema privado, aunque obedeciendo a los principios propios para una organización gubernamental. De esta manera le otorga al ciudadano la categoria de cliente de los servicios del estado, mientras que el estado basaba sus principios en actuar a favor del interés del ciudadano. Las empresas que buscaban utilidades

En el Perú, el Decreto Supremo 004-2013 de la Presidencia de Consejo de Ministros, supone la aplicación de la nueva gestión pública orientada a resultados al servicio del ciudadano. (Política Nacional de Modernización del Estado, 2013) No obstante, para alcanzar los resultados que la ciudadanía espera se deben incorporar procesos y soporte de calidad en todos los niveles del gobierno para la satisfacción de las necesidades del ciudadano, así la gestión pública moderna es una “gestión orientada a resultados al servicio del ciudadano.” (Política Nacional de Modernización del Estado, 2013)

Esto es una gestión en la que funcionarios públicos calificados y motivados se preocupan por entender las necesidades de los ciudadanos y organizan tanto los procesos de producción o actividades (como conjunto de acciones que transforman los insumos en productos en la “cadena de valor”, como los de soporte (los sistemas administrativos), con el fin de transformar los insumos en productos (seguridad jurídica, normas, regulaciones, bienes o servicios públicos) que arrojen como resultado la mayor satisfacción de los ciudadanos, garantizando sus derechos y al menor costo posible. (Política Nacional de Modernización del Estado, 2013)

2.2.1.7. Principios para garantizar la calidad de los servicios públicos.

Según la Política de Modernización del estado (2013) los principios que deben de seguir las instituciones de gobierno tanto en los procesos y como de soporte deben estar articulados en función de las necesidades del ciudadano. Se citan a continuación:

- La orientación al ciudadano. con la premisa “la razón de ser de la gestión pública es servir a los ciudadanos” las nuevas políticas regulan que las entidades estatales deben establecer sus prioridades e intervenciones a partir de las necesidades ciudadanas en función con los recursos disponibles. Evidentemente lo anterior requiere flexibilidad para adaptarse a los constantes cambios en las demandas ciudadanas, para ello la gestión pública promueve un gobierno abierto a escuchar y entender esas demandas. (Política Nacional de Modernización del Estado, 2013)
- Balance flexibilidad y control de la gestión para desarrollar una “gestión ágil, eficaz, eficiente y oportuna” los gobiernos locales deben responder oportunamente en función a las particularidades externas del medio donde intervienen, para ello es necesario la adaptación de los factores internos como

la estructura organizacional, procesos y procedimientos particularmente los vinculados a procesos administrativos, sin olvidar el control sobre el uso correcto de los recursos. (Política Nacional de Modernización del Estado, 2013)

- Transparencia rendición de cuentas y Ética. Los servidores públicos sirven a los intereses de la nación, procurando maximizar la eficiencia del estado para brindar una mejor atención a los ciudadanos, actuando con veracidad, justicia equidad, lealtad y respeto tanto al estado como a la dignidad de las personas. (Política Nacional de Modernización del Estado, 2013)
- Innovación y aprovechamiento de la tecnología. Se requiere que las entidades sigan un proceso constante de renovación de sus procesos y procedimientos mediante las cuales implementan sus acciones, lo cual conlleva a nuevas propuestas que respondan a las expectativas del ciudadano. (Política Nacional de Modernización del Estado, 2013)
- Sostenibilidad, en el diseño implementación de las políticas públicas, planes estratégico y operativos deben satisfacer necesidades actuales y futuras. (Política Nacional de Modernización del Estado, 2013)

Con estos principios rectores la visión del estado moderno debe ir orientada al servicio de las personas el estado se transforma en el productor de servicios orientado al ciudadano, eficiente, unitario y descentralizado, inclusivo y abierto (transparente y que rinde cuentas). Para generar mayor valor público a través del uso eficiente de los recursos .buscando proveer al menor costo posible, y a un estándar adecuado de calidad que eleve el bienestar social.

2.2.2. Satisfacción del usuario.

Diversos estudios de Marketing han demostrado que la satisfacción del usuario y la calidad de los servicios son variables estrechamente relacionadas (Cronin y Taylor, 1992; Oliver, 1993; Babakus et al, 2004) citados en Ramseook-munhurrun, Lukea-bhiwajee, y Naidoo (2010) , así la satisfacción es un constructo importante que determina la percepción de la calidad del servicio (Zeithaml, Parasuraman, & Berry, 1990)

2.2.2.1. Definición de satisfacción del usuario

Smith y Houston (1982), Churchill y Suprenaut, (1982) afirmaron que la satisfacción con los servicios se relaciona con la *confirmación o desconfirmación de expectativas*, basados en el modelo de la desconfirmación “sostiene que la satisfacción está relacionada con el tamaño y la dirección de la experiencia de *desconfirmación*, donde la *desconfirmación* se relaciona con las expectativas”. (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985, pág. 42)

Zeithaml (1988) refiere que la satisfacción del usuario, es la evaluación global del servicio, la calidad de servicio es un juicio acerca de la superioridad global de un servicio o respecto a otros. Y su importancia radica como mencionan Del banco y Daley, en que la satisfacción del usuario es uno de los resultados más importante de prestar servicios de buena calidad, dado que influye de manera determinante en el comportamiento de compra del cliente. (Huiza, 2006)

Anderson y Sullivan (1993); Anderson et al. (1994) citados en Torres, Manzur, Hidalgo y Barra (2008) defienden la idea de que la satisfacción es una evaluación global de todos los aspectos que intervienen en la relación del consumidor con un servicio, basada principalmente en la experiencia de consumo o su uso a través del tiempo. Además, Zeithaml y Bitner (2002) expresan que

Existe consenso, en que este concepto involucra tanto la percepción del consumidor acerca del servicio recibido, como también las expectativas que éste se ha formado al respecto (Torres, Manzur, Hidalgo, & Barra, 2008, pág. 68)

Por otro lado, algunos autores resaltan la idea de que la satisfacción del servicio es el resultado de la evaluación de la percepción de cada una de las dimensiones de la calidad. Estos planteamientos describen la satisfacción como el resultado de la valoración de las brechas entre las mediciones de ambas variables, y son respaldados por diversos autores.

Castillo (2011) sugiere que la satisfacción es percibida por el usuario en función de las expectativas que este tiene respecto a la atención que recibe en las diferentes áreas que integran a todas las dimensiones de la calidad. Esta idea sugiere que la satisfacción del usuario se compone de elementos cognitivos y afectivos con respecto a las dimensiones fiabilidad, capacidad de respuesta, aseguramiento, empatía y tangibles.

Para Kotler y Keller (2012) la satisfacción se genera por la percepción de un cliente acerca de la calidad de un producto o servicio, el grado en que “el desempeño percibido de un producto” (pág. 13) coincide con las expectativas del cliente. Para esto las expectativas previas a la compra son comparadas con los resultados percibidos, lo cual influirá en su comportamiento posterior a la compra. Así Kotler la define como .

conjunto de sentimientos de placer o decepción que se genera en una persona como consecuencia de comparar el valor percibido en el uso de un producto (o resultado) contra las expectativas que se tenían. (Kotler & Keller, 2012, pág. 128)

Además, concluyó que “si el desempeño del producto no cubre las expectativas, el cliente se sentirá insatisfecho, en este sentido cuando el desempeño del producto excede las expectativas, el cliente se sentirá satisfecho.” (Kotler & Keller, 2012, pág. 14)

En definitiva la satisfacción del usuario es una variable producto de juicios valorativos basados en componentes cognitivos y afectivos acerca del desempeño del servicio, puede definirse como percepción acerca de la calidad del servicio brindado, es decir es un estado psicológico, y por tanto subjetivo, así, la ISO 9001 la define como la percepción que el cliente [usuario] tiene sobre el grado en que se han cumplido sus requisitos. (Pereiro, 2008)

2.2.2.2. Componentes de la satisfacción del usuario

Con respecto al constructo la literatura nos muestra un consenso en que la satisfacción del usuario con respecto de un servicio es sobre todo una evaluación de percepciones que posee elementos tanto, cognitivos como afectivos (Rust y Oliver, 1994; Roest y Pieters, 1997) así señalan que: “la satisfacción (y la insatisfacción), poseen elementos cognitivos y afectivos que emergen como respuesta a la exposición a los encuentros de servicio o momentos de verdad en la relación cliente-proveedor” (Torres, Manzur, Hidalgo, & Barra, 2008, pág. 68)

Con relación a lo planteado. Liljander y Strandvik, (1997) sugieren que “el componente cognitivo se refleja en la evaluación del desempeño percibido por el cliente en comparación a una expectativa estándar, en cambio, el componente afectivo involucra las

emociones positivas y negativas que esto produce.” (Torres, Manzur, Hidalgo, & Barra, 2008, pág. 69)

2.2.2.3. Efectos de la satisfacción del usuario

La satisfacción según Dick y Basu (1994) Sivadas y Baker-Prewitt (2000) tiene efectos considerables en las intenciones de compra, esto sirve como sustento también para explicar la influencia que tiene la variable en actitudes como la lealtad hacia la marca, la probabilidad de recomendarla y la posibilidad de repetir la compra. (Cronin & Taylor, 1992; Torres, Manzur, Hidalgo, & Barra, 2008) Asimismo otros autores sugieren que la satisfacción es un factor antecedente de otras variables importantes para las relaciones como, “la confianza (Selnes, 1998), el compromiso (Dimitriades, 2006) y la reputación (Selnes, 1993).” (Torres, Manzur, Hidalgo, & Barra, 2008, pág. 69)

En conclusión la satisfacción del usuario se puede definir como una actitud derivada de la comparación entre las expectativas y el comportamiento del servicio; y que al igual que la percepción de la calidad está determinada por las expectativas, estados de ánimo y las necesidades personales del usuario.

2.2.2.1. Teorías sobre la naturaleza de la satisfacción

Johnson, Anderson y Fornell, (1995) advierten que es importante destacar que el modelado de la satisfacción del cliente depende de manera crítica de cómo se conceptualice la satisfacción. Para poder medir la satisfacción del cliente es necesario conocer su naturaleza. (Simón, 2005) , se citan a continuación:

a. Teoría de la Equidad

Brooks (2005) señala de acuerdo con esta teoría, la satisfacción se produce cuando una determinada parte siente que el nivel de los resultados obtenidos en un proceso está en alguna medida equilibrados con sus entradas a ese proceso tales como el coste, el tiempo y el esfuerzo. (Simón, 2005)

b. Teoría de la Atribución Causal

Brook (1995) explica que el cliente ve resultado de una compra en términos de éxito o fracaso. La causa de la satisfacción se atribuye a factores internos tales como las

percepciones del cliente al realizar una compra y a factores externos como la dificultad de realizar la compra, otros sujetos o la suerte. (Simón, 2005)

c. Teoría del Desempeño o Resultado

Según Brooks (1995), este modelo propone que la satisfacción del cliente se encuentra directamente relacionada con el desempeño de las características del producto o servicio percibidas por el cliente. Así, Johnson, Anderson y Fornell (1995) define el desempeño como el nivel de calidad del producto en relación con el precio que se paga por él que percibe el cliente. La satisfacción, por tanto, se equipara al valor, donde el valor es la calidad percibida en relación al precio pagado por el producto y/o servicio. (Simón, 2005)

d. Teoría de las Expectativas

Liljander y Strandvik (1995) refieren que en la actualidad esta teoría es la más ampliamente difundida y por su aplicación en diferentes sectores de la industria. Sugiere que los clientes conforman sus expectativas al respecto del desempeño de las características del producto o servicio antes de realizar la compra. Una vez que se produce dicha compra y se usa el producto o servicio, el cliente compara las expectativas de las características de éstos con el desempeño real al respecto, usando una clasificación del tipo “mejor que” o “peor que”. Se produce una disconformidad positiva si el producto o servicio es mejor de lo esperado mientras que una disconformidad negativa se produce cuando el producto o servicio es peor de lo esperado. Una simple confirmación de las expectativas se produce cuando el desempeño del producto o servicio es tal y como se esperaba. La satisfacción del cliente se espera que aumente cuando las disconformidades positivas aumentan. (Simón, 2005)

2.2.2.2. Modelos de medición

1. Modelo de calidad del Servicio - Nórdico.

Según Balmori M. & Flores Juárez (2014), para Christian Grönroos (1984) , la importancia radica en la diferencia entre el servicio esperado y el percibido. En sus propias palabras, “la calidad percibida de un servicio en particular será el resultado de un proceso de evaluación...donde el cliente mide el servicio percibido contra el servicio esperado. El

resultado de este proceso será el de la calidad del servicio percibida” (Balmori & Flores, 2014, pág. 196)

Gronoos divide los resultados de la calidad percibida entre: la calidad técnica (el producto o servicio que se recibe) y la calidad funcional (la forma en la que se recibe). Grönroos hace énfasis en el hecho de que la calidad funcional suele ser de mayor relevancia que la calidad técnica. Este modelo es altamente respetado y algunos opinan que su legitimidad “nunca ha sido seriamente cuestionada” (Woodall, 2001, p.10). Sin embargo, su implementación es compleja debido a la falta de instrumentos de medición y metodología de aplicación bien definidos. (Balmori & Flores, 2014)

2. Modelo SERVQUAL de Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985).

Parazuraman Zeithaml y Berry (1985) desarrollan este modelo basandose en la diferencia entre el servicio esperado y el percibido, este modelo es el más conocido y usado hasta la actualidad.

Según Balmori :

Tomando como premisa que “la literatura en la calidad en el servicio aún no es lo suficientemente rica” (Parasuraman et al., 1985, p. 43) decidieron realizar un estudio exploratorio para identificar las características que impactan en el cliente. Las determinantes definidas son: confiabilidad, capacidad de respuesta, competencia, accesibilidad, cortesía, comunicación, credibilidad, seguridad, entendimiento del cliente y tangibles. A diferencia del modelo de Grönroos, el SERVQUAL no toma en cuenta la calidad técnica sino que clasifica a los servicios como “actos o acciones más que objetos” (Zeithaml & Bitner, 1996, p.21). Una de las principales críticas al modelo son las dimensiones, que no son aplicables en todos los contextos (Buttle, 1995). En diversas aplicaciones (Home, 2005; Abu ELSamen,

2012; y Lopes, 2009) se han tenido que hacer adecuaciones para poder ser aplicados. (Balmori & Flores, 2014, pág. 196)

3. Modelo SERVPERF de Cronin & Taylor (1992).

Este modelos surge de las críticas realizadas a SERVQUAL, la tesis de Cronin y Taylor (1992) radica en que la medición de la calidad de servicio percibido debe basarse exclusivamente en la percepción del usuario y no en sus expectativas. Así este modelo utiliza el mismo instrumento de medición de la percepción del SERVQUAL. aplicado en cuatro industrias diferentes (comida rápida, control de plagas, tintorerías y bancos) probando que su modelo se adecuaba mejor que el modelo Servqual a diferentes industrias. Y según autores “el modelo ha sido probado empíricamente y varios autores (Cronin & Taylor, 1992; Adil, Al Ghaswneh, & Albkour, 2013) han llegado a la concluir de que este demuestra tener un mejor rendimiento para la medición de la calidad del servicio.” (Balmori & Flores, 2014, pág. 197)

4. Modelo de componente de tres Niveles de Rust y Oliver (1994).

Según Balmori M. y Flores Juárez (2014), la calidad técnica que identificaba Grönroos fue retomada nuevamente por Rust y Oliver (1994) en su modelo. Éste se compone de tres dimensiones: producto, entrega y ambiente del servicio. Sin embargo, este modelo no fue probado, por lo que no cuenta con amplia aceptación en el campo de la evaluación del servicio. (pág. 197)

5. Modelo RSQS de Dabholkar et. al (1996).

Según Balmori M. & Flores Juárez (2014), este modelo retoma las críticas hechas al modelo SERVQUAL, Dabholkar y sus colegas (1996) identificaron la falta de un modelo específico para la industria de venta al detalle y crearon el RSQS (Retail Service Quality Scale, por sus siglas en inglés). Utilizando métodos como entrevistas y observación en tiendas al detalle, los autores crearon el primer modelo que contempla jerarquías, identificando cinco dimensiones y sus dos respectivas subdimensiones en tres de ellas, distribuyéndose en :Aspectos Físicos (aparición y conveniencia), Confiabilidad (promesa y “hacer las cosas bien”), Interacción personal (confianza y actitud de ayuda), solución de problemas y finalmente las políticas.

6. Modelo Jerárquico de Brady & Cronin (2001).

Según Balmori M. & Flores Juárez (2014), Brady y cronin desarrollaron un modelo jerárquico basado en los cuatro modelos mas conocidos (Nórdico de Grönroos, SERVQUAL, Componente de tres niveles y el RSQS), su proposito fué crear el modelo más completo, “los autores rescataron ciertas dimensiones de cada uno de los modelos señalados buscando generar una lista más completa y más balanceada. Este modelo fue probado en cuatro industrias: comida rápida, revelado de fotografías, parques de diversión y tintorerías. Los mismos autores insisten en que fue probado en pocas industrias y en que no debe ser tomado como un modelo generalizado.” (pág. 197)

7. Modelo NQRC.

Desarrollada por el *National Quality Research Center* en la *Business School of Michigan University* de Norte America, basado en el modelo econométrico del Barómetro Sueco de satisfacción al cliente, el modelo básico consiste en un modelo de ecuaciones que describen las relaciones entre seis constructos: calidad percibida, las expectativas, valor percibido, satisfacción, la fidelidad y las quejas del cliente, bajo una escala de 10 puntuaciones “para mejorar la fiabilidad y reducir el error de los índices” eso también incrementa la posibilidad de detectar cambios que se perderían en una escala de menor rango (Simón, 2005, pág. 36)

Según Fornell, Ittner y Larcker (1995) Los datos obtenidos en los cuestionarios se analizan usando una modificación registrada del modelado mediante Mínimos Cuadrados Parciales (Partial Least Squares) para obtener el índice de satisfacción. (Simón, 2005, págs. 36-37)

8. Modelo ACSI (1982).

El *American Customer satisfacción index*, es la aplicación de la metodología NQCR. Este índice tiene un enfoque global, y en lugar de tratar la satisfacción de una organización en particular, es un indicador económico de las evaluaciones de los clientes respecto a la calidad de los servicios y productos de las compañías más importantes de la economía estadounidense. (Simón, 2005, pág. 36)

El desarrollo del modelo ACSI se basa en las relaciones agregadas a nivel de mercado entre características subyacentes como la calidad percibida, la personalización, la fiabilidad,

las expectativas del cliente y la tolerancia ante el precio del producto o servicio de que se trate (Fornell et al. 1996). (Simón, 2005, pág. 36)

En la actualidad existen desarrollos de índices de la satisfacción del cliente nacionales basados en la metodología desarrollada por el NQRC en países tan dispares como once países de la Europa comunitaria, Estados Unidos de Norteamérica, Sudáfrica, India, Corea del Sur y Taiwán. (Simón, 2005, pág. 36)

9. Modelo CMT - Common measurements Tool.

El *instrumento de mediciones comunes* fue desarrollado por el *Institute for citizen-centred service* (ICCS) primera vez en 1998, con el propósito comprender las expectativas del cliente, evaluar los niveles de satisfacción, e identificar las prioridades de mejora. Se basa en los factores clave de la satisfacción del cliente identificados a través de la investigación de *Citizens First* y *Taking Care of Business*. *Citizens First*, es una encuesta nacional de canadienses, que identificó los impulsores de la satisfacción, es decir, la puntualidad, el conocimiento / competencia, la equidad, la cortesía / comodidad y el resultado. La ICCS subraya que ha sido adoptada por más de 30 municipios, gobiernos provinciales, territoriales y federales en Canadá y en todo el mundo, por lo que ha sido validado y mejorado en los últimos 14 años a través del uso en todo el sector público canadiense. (Institute for Citizen-Centred Service, 2017)

Además El ICCS también ofrece una versión M-CMT específicamente para medir la satisfacción del cliente en la prestación de servicios municipales.

Ha sido desarrollada conjuntamente por el Instituto para el Servicio Centrado en el Ciudadano (ICCS) y la Iniciativa de Benchmarking de las CAO Municipales de Ontario (OMBI). El instrumento brinda a los gerentes de servicios una herramienta de última generación, accesible y altamente efectiva para medir la satisfacción del cliente con los servicios del gobierno local en una amplia gama de áreas de servicio. (Institute for Citizen-Centred Service, 2017)

2.3 Definición de términos básicos

Calidad del servicio. Es un concepto que deriva de la propia definición de Calidad, La calidad en términos generales puede ser definida como superioridad y excelencia (Zeithaml V. , 1988).entendida como una actitud de satisfacción de las necesidades y expectativas.

Satisfacción del usuario. Percepción del usuario sobre la calidad del servicio. Resultado de la conformidad expresada por el usuario en función de las expectativas que este tiene respecto a la atención que recibe en las diferentes áreas que integran a todas las dimensiones de la calidad (Castillo, 2011)

Fiabilidad. Implica la consistencia del rendimiento del servicio y la confianza que proyectan los servidores y el servicio en si

Capacidad de respuesta. Se relaciona con la disposición, prontitud y puntualidad de los servidores para prestar el servicio.

Aseguramiento. Está determinado por la inexistencia de riesgos de cualquier índole o dudas que puedan tener los usuarios del servicio al hacer uso del servicio

Empatía. Es la cualidad de implicarse con el cliente, comprender sus necesidades e intentar ver la situación desde su punto de vista con el fin de entenderle mejor para ofrecerle una atención adecuada a su persona. Quiere decir, el saber ponernos en el lugar del usuario para sentir lo mismo que él (Hans-Georg Haus, cit en (Michelena, 2010)

Tangibles. Son las características físicas del equipamiento asociado con el servicio, tales como: la apariencia del personal, equipos de cómputo modernos, instalaciones visualmente atractivas, materiales visualmente atractivos asociados con el servicio.

2.4 Hipótesis de investigación

2.4.1 Hipótesis general

La calidad de servicio percibido se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario en la subgerencia de Bienestar social y participación vecinal de la Municipalidad Distrital de Supe, 2018.

2.4.2 Hipótesis específicas

El factor fiabilidad se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario en la subgerencia de Bienestar social y participación vecinal de la Municipalidad Distrital de Supe, 2018.

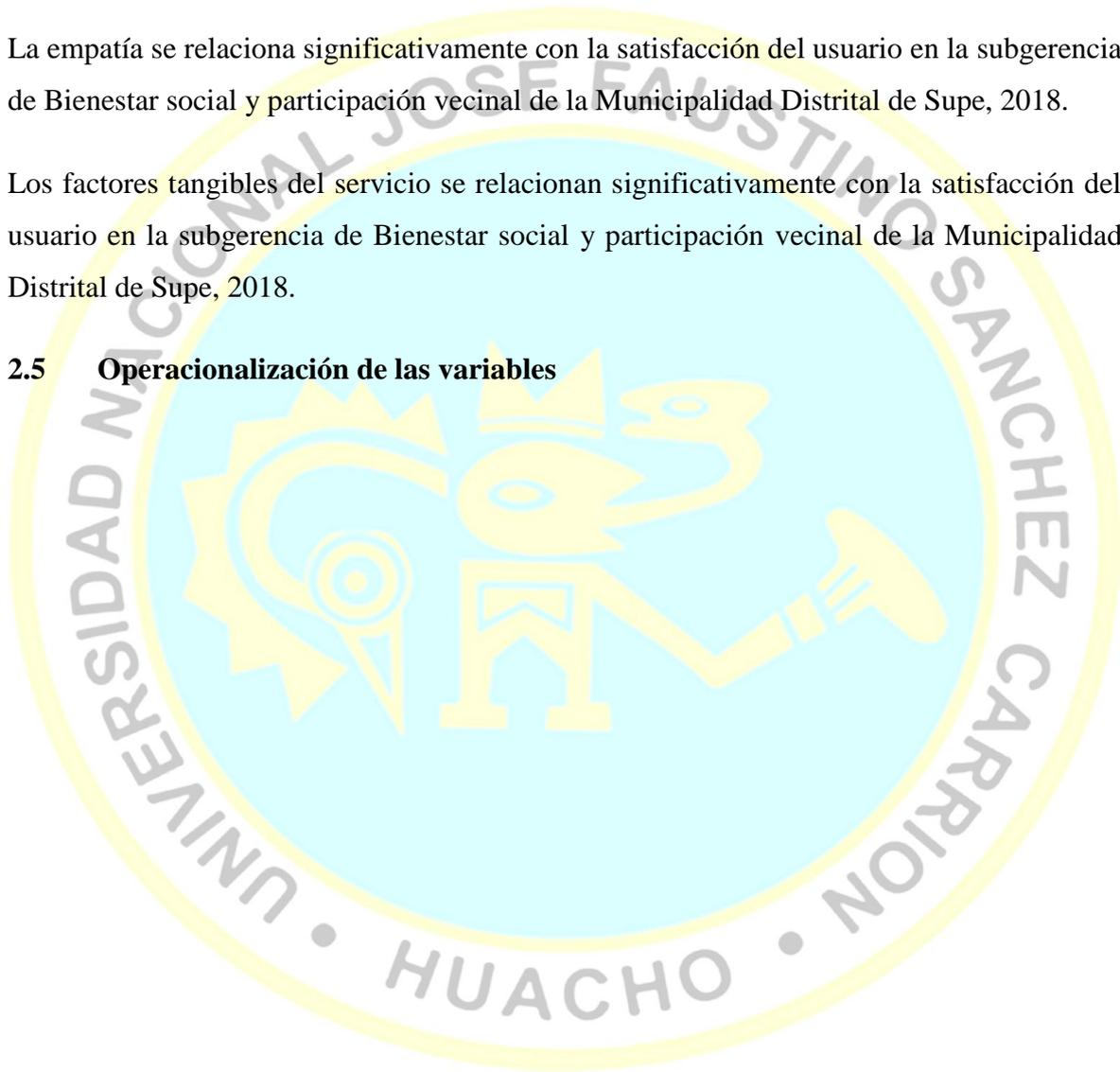
La capacidad de respuesta del personal se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario en la subgerencia de Bienestar social y participación vecinal de la Municipalidad Distrital de Supe, 2018.

El aseguramiento brindado por el personal se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario en la subgerencia de Bienestar social y participación vecinal de la Municipalidad Distrital de Supe, 2018.

La empatía se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario en la subgerencia de Bienestar social y participación vecinal de la Municipalidad Distrital de Supe, 2018.

Los factores tangibles del servicio se relacionan significativamente con la satisfacción del usuario en la subgerencia de Bienestar social y participación vecinal de la Municipalidad Distrital de Supe, 2018.

2.5 Operacionalización de las variables



Variable 2. Satisfacción del usuario

Tabla 3. Operacionalización de la variable satisfacción del usuario.

Variable	Dimensión	Indicadores	Ítem	Escala
Satisfacción del usuario	Satisfacción con la fiabilidad	– Satisfacción con el manejo de eventualidades	1	Escala de 7 puntuaciones 1 2 3 4 5 6 7 escala utilizada en todas las variables
		– Satisfacción con el cumplimiento de la ejecución del servicio.	2	
		– Satisfacción con el tiempo en la ejecución del servicio.	3	
	Satisfacción con la capacidad de respuesta	– Satisfacción con los tiempos de espera	4	
		– Satisfacción con la rapidez de la respuesta	5	
		– Satisfacción con la disponibilidad del personal para servir	6	
		– Satisfacción con el tiempo de tramitación (resolución de solicitud)	7	
	Satisfacción con el aseguramiento	– Satisfacción con la seguridad que infunde el personal	8	
		– Satisfacción con la cortesía de personal.	9	
		– Satisfacción las competencias del personal.	10	
	Satisfacción con la Empatía	– Satisfacción con la cordialidad en atención.	11	
		– Satisfacción con la claridad de la información que se brinda.	12	
		– Satisfacción con la comprensión al usuario	13	
	Satisfacción con los tangibles	– Satisfacción con el estado en que se encuentran los Equipos	14	
		– Satisfacción con la forma de señalización	15	
		– Satisfacción con la Comodidad dentro de las oficinas	16	

Nota: Elaborado por el investigador, indicadores basados en las diez determinantes que moldean la expectativas del cliente (1985), dimensiones basadas en la batería de elementos Servqual revisados por Parasuraman, Zeithaml y Berry (1994)

CAPÍTULO III METODOLOGÍA

3.1 Diseño metodológico

3.1.1. Tipo de investigación

Es una investigación social **Básica**, pues busca ampliar y profundizar el conocimiento existente de la realidad. (Carrasco, 2006) De acuerdo con lo anterior la presente investigación pretende obtener información actualizada acerca de que tan satisfechos se encuentran los ciudadanos usuarios de los servicios de atención en las oficinas de CIAM y ULE, así como obtener una línea de base necesaria para necesaria para profundizar información existente.

Por otro lado, es **Fáctica**, dado que parte de una realidad concreta en dimensión de tiempo y espacio (Caballero, 2014)

3.1.2. Enfoque de la investigación

La presente investigación es de *enfoque cuantitativo*, por que procede bajo una secuencia lógica, empleando constructos teóricos de diversos autores para determinar que atributos se usara para su medición numérica empleando métodos estadísticos para representar la realidad social, finalmente se infiere generando conclusiones de una muestra a una población definida. (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2015)

3.1.3. Alcance de la investigación

Es de alcance *Correlacional*, porque la intención es conocer el grado de asociación entre la variable calidad de servicio percibido y satisfacción del usuario de los servicios

transaccionales en la oficinas de CIAM, ULE y Pension 65. Para eso es necesario medir la percepción acerca de la calidad de la atención y por otro lado medir la que tan satisfecho se siente el usuario con estos servicios. De esta manera podemos explicar el comportamiento de una variable en función a la otra.

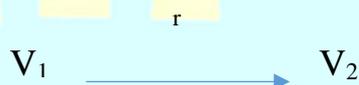
Los estudios de alcance correlacional tienen por finalidad conocer el grado de asociación que existe entre ambas variables en base a la “revisión teórica de sus propiedades que nos ayudará a identificar con precisión sus dimensiones.” (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2015, págs. 92-93)

3.1.4. Diseño de investigación.

Para responder al planteamiento se utilizó un diseño *Transeccional Correlacional* por que las estrategias para obtener datos de las variables efectuaron la medición *expost facto* de las percepciones de los sujetos, en un momento específico.

De diseño *Transeccional correlacional* se enmarca dentro del diseños *no experimental* (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2015), dentro de las estrategias utilizadas en esta investigación no se contempla el experimento, porque no se tiene la intención de manipular ninguna variable para responder a los planteamientos

El diagrama de relación entre las dos variables de investigación es el siguiente:



Donde:

V₁: Medición de la variable calidad de servicio percibida

V₂: Medición de la variable satisfacción del usuario

r: Posible relación entre ambas variables.

3.2 Población y muestra

3.2.1 Población

Debido a la naturaleza de los servicios públicos en esta investigación la población de estudio está conformada por el total de los usuarios externos que realizaron alguna

transacción trámites, solicitudes y/o consultas en las oficinas administrativas de la subgerencia de bienestar social y participación vecinal.

3.2.2 Muestra

La muestra estuvo conformada por 120 unidades de muestreo.

El tamaño de la muestra se asumió considerando el flujo de visitas realizadas por día en cada oficina durante el periodo de aplicación. Este tipo de muestreo es usado también por el MINSA (2012) en su guía técnica de evaluación, por lo que no requirió determinación del tamaño muestral asumiéndose el tipo de **muestreo por conveniencia**

Las unidades de muestreo lo conforman los usuarios externos que realizaron alguna transacción en:

- Oficina de servicio de atención del CIAM
- Oficina del servicio de atención de la ULE
- Oficina del servicio de atención de Pensión 65.

Criterios de inclusión.

- Usuarios externos a encuestar sin diferencia de sexo, mayores de 18 años de edad.
- Personas que acompañan al usuario externo a realizar sus gestiones o solicitudes en las oficinas. mayores a 18 años de edad.
- Usuario externo que brinde su aprobación para encuestarle.

Criterios de Exclusión

- Acompañante (menor de 18 años) de usuarios.
- Usuarios o acompañante que no desee participar en el estudio.
- Usuarios con algún tipo de discapacidad mental que no estén acompañados por sus familiares.
- Usuario externo que no brinde su aprobación para encuestarle.

Tipo de servicios

Se consideraron el conjunto de Solicitudes asociadas a:

- Solicitud de inscripciones al servicio CIAM
- Entrevistas a los adultos mayores del CIAM
- Solicitud de inscripción de empadronamiento fichas S100
- Solicitud empadronamientos con fichas FSU
- Solicitud de renovación de clasificación socioeconómica.

3.3 Técnicas de recolección de datos

3.3.1. Técnicas

Para esta investigación se empleó la técnica de la observación, revisión documental y la encuesta

La Encuesta

La **encuesta** es un procedimiento de investigación dentro del diseño no experimental que busca recopilar datos a través de un instrumento previamente diseñado de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa o al conjunto total de la población.

Método de aplicación

La aplicación del instrumento se hizo en dos etapas la primera etapa la denominamos **Pre-test**, en la cual se buscó identificar puntos para posibles mejoras al cuestionario y validar su programación; se acordó, como fue el caso, que si los ajustes al cuestionario resultaban de bajo impacto, se aceptarían los datos como parte del estudio. En nuestro caso no se observaron problemas con los datos, además la prueba nos ayudó a identificar algunos cambios menores en cuanto a redacción de los ítems.

Test, es decir, la encuesta propiamente dicha

3.3.2. Los Instrumentos

Para el desarrollo de los instrumentos se utilizó como base los componentes de Servqual, Expectativa y Percepciones, usados como referente en la mayoría de investigaciones, polemizando con el modelo Servperf de Cronin y Taylor (1992) que propone otra metodología siempre adaptando los componentes de Servqual, quienes recomiendan, así como Devoto Ratto (2012) su adaptación de acuerdo a la realidad institucional.

Para obtener la información se utilizó los siguientes instrumentos certificados derivados: ServQual y Servperf los cuales serán adaptados a la realidad institucional.

3.3.2.1. Para determinar la correlación

Para cumplir con los objetivos de la presente se utilizó como instrumentos dos cuestionarios basados en los cinco factores de evaluación de Parasuraman, Zeithaml, y Berry (1985)

Cuestionario de Calidad de servicio percibido

El primero distribuido en 16 proposiciones que intentan recopilar información acerca de las expectativas que el usuario tiene de un servicio de calidad. Como se muestran a continuación:

- Fiabilidad: Preguntas (3 ítems)
- Capacidad de Respuesta: Preguntas (4 ítems)
- Aseguramiento: Preguntas (3 ítems)
- Empatía: Preguntas (3 ítems)
- Aspectos Tangibles: Preguntas (3 ítems)

Distribuidas en escalas de 7 puntuaciones

Muy en desacuerdo Muy de acuerdo

1-----2-----3-----4-----5-----6-----7

Cuestionario de satisfacción del usuario

El segundo distribuido en 16 proposiciones que intentan recopilar información acerca de percepción que el usuario tiene del servicio del servicio recibido por la oficina. Como se muestran a continuación.

- Satisfacción con la Fiabilidad: Preguntas (3 ítems)
- Satisfacción con la Capacidad de Respuesta: Preguntas (4 ítems)
- Satisfacción con el Aseguramiento: Preguntas (3 ítems)
- Satisfacción con la Empatía: Preguntas (3 ítems)
- Satisfacción con los Aspectos Tangibles: Preguntas (3 ítems)

Muy insatisfecho

Muy satisfecho

1-----2-----3-----4-----5-----6-----7

3.3.2.1.1. Consistencia Interna

Los instrumentos fueron sometidos al análisis de confiabilidad para evaluar su consistencia interna mediante el coeficiente de alfa de Crombach :

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

Tabla 4, Análisis de consistencia interna

Estadísticos de fiabilidad				
Escala	Prueba Piloto*		Muestra Total	
	Alfa de Cronbach	N de elementos	Alfa de Cronbach	N de elementos
calidad servicio percibido	,875	16	,937	16
Satisfacción del usuario	,935	16	,965	16
Global	,894	32	,963	32

Nota: *Prueba piloto= 14 encuestas, escala global equivale a la consistencia interna en ambas escalas (Calidad del servicio percibido y satisfacción del usuario)

Se obtuvo con el análisis de los ítems de las calidad percibida y satisfaccion del usuario en conjunto e individualmente. El resultado de los 32 ítems en la prueba piloto fue de 0,894, posteriormente se llevó el análisis de los resultados del total de la muestra fue de 0,963 , la escala de calidad de servicio percibido resulta 0,937 , la escala de satisfaccion del usuario resulta 0.965 demostrando una alta fiabilidad en todos los casos, se deduce que existe una buena consistencia entre los elementos internos.

3.4 Técnicas para el procesamiento de la información

3.4.1. Procesamiento de la información

El análisis de los datos se realizó con el software estadístico *SPSS (Statistical Package for Social Sciences)* versión 24, para organizar, presentar los datos mediante tablas e información recopilada de los usuarios que acuden a las oficinas de atención.

3.4.2. Análisis e interpretación de datos

Cada tabla estadística será interpretada, cuyo resultado será comparado con el marco teórico para arribar a las conclusiones.

3.4.2.1. Tipo de análisis estadístico

Estadística descriptiva. Se usó para organizar y resumir conjuntos de observaciones en forma cuantificable y mediante, para las representaciones se hará con representación tabular, y gráficos o valores numéricos como las medidas de tendencia central y variabilidad.

Estadística inferencial. Se usó los estadísticos para la contratación de la hipótesis y determinar el grado de correlación entre ambas variables basándonos en datos obtenidos de la aplicación de los instrumentos a partir de la muestra, lo cuales nos servirán mediante este método para inducir a partir de hechos particulares y deducir a partir de la teoría. (Carrasco Diaz, 2006)

La Estadística Inferencial para las pruebas de hipótesis específicas y la general, que servirá para inferir o estimar la generalización o toma de decisiones sobre la base de la información.

3.4.2.2. Pruebas estadísticas

Para probar la normalidad de la distribución se usaron la prueba de Kormogorov-Smirnov

Para probar la hipótesis General y las hipótesis específicas se aplicó la prueba estadística para determinar correlaciones, dependiendo del resultado del analisis de normalidad de datos del paso anterior, que para esta investigación resultó el uso de las pruebas No Paramétricas

Coefficiente de Correlación por rangos **Rho de Spearman**, debido a que la **calidad de servicio percibido** y la **satisfacción del usuario** son variables categóricas, que para fines de Operacionalización se han trabajado con puntajes en escala de medición Ordinal cuyos valores varían de -1 a 1.

$$\rho = 1 - \frac{6 \sum D_i^2}{N(N^2 - 1)}$$

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1 Análisis de resultados

4.1.1. Pruebas de normalidad

Para determinar si los datos se aproximan o no a una distribución normal, se aplicó la prueba de bondad de teniendo en cuenta las particularidades de los datos y la población.

Tabla 5. Prueba de Normalidad de Kolmogorov-Smirnov (K-S)

		Pruebas de normalidad		
		Kolmogorov-Smirnov ^a		
		Estadístico	gl	Sig.
V1	Dim1	,242	120	,000
	Dim2	,241	120	,000
	Dim3	,320	120	,000
	Dim4	,243	120	,000
	Dim5	,115	120	,001
	TotalV1	,163	120	,000
V2	Dim1	,245	120	,000
	Dim2	,359	120	,000
	Dim3	,312	120	,000
	Dim4	,399	120	,000
	Dim5	,418	120	,000
	TotalV2	,195	120	,000

a. Corrección de la significación de Lilliefors

$P = 0,00 \leq 0,05$, por lo que podemos concluir que para todos los casos existen diferencias entre la distribución observada y la teórica, por lo tanto la distribución de los valores no se comportan de manera normal.

4.2. Contrastación de Hipótesis

4.2.1. Resumen de las Pruebas de Asociación

En la tabla siguiente se presentan los resultados del contraste de cada una de las hipótesis específicas con sus correspondientes códigos de resultado.

Tabla 6. Resultados de correlaciones para cada hipótesis

	N.	α	Sig.	R-S
HE 1	120	0,05	0,00*	,603**
HE 2	120	0,05	0,00*	,724**
HE 3	120	0,05	0,00*	,733**
HE 4	120	0,05	0,00*	,679**
HE 5	120	0,05	0,00*	,509**
HG	120	0,05	0,00*	,771**

* . $p \leq .05$

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

α . Nivel de confianza

N . Número de casos validos

R-S. Valor otorgado por el coeficiente Rho Spearman para cada factor

En las cinco Hipotesis Especificas y la Hipotesis General se demuestra totalmente la existencia de asociacion. Tanto a nivel de hipótesis general e hipótesis específicas se rechaza la hipótesis Nula (H_0) y se acepta la hipótesis alternativa (H_1).

Resumen de magnitudes de asociación

Tabla 7. Resultados del contraste de las hipótesis.

Hipótesis	magnitud	Resultado de Contrastación
HE 1	Buena correlación	Comprobación total
HE 2	Buena correlación	Comprobación total
HE 3	Buena correlación	Comprobación total
HE 4	Buena correlación	Comprobación total
HE 5	Correlación moderada	Comprobación total
HG	Buena correlación	Comprobación total

Nota: elaboración propia

De las cinco hipótesis específicas (HE) se evidencia que:

- En cuatro, (HE1, HE2, HE3, HE4) los datos demuestran que asociación a un nivel de magnitud buena correlación.
- En una, (HE5) los datos demuestran que existe asociación a un nivel de magnitud bastante moderado.

Conclusión a nivel general

- Existe asociación estadística entre las variables.
- La asociación existente entre variables es buena.

- El resultado de esta contrastación nos da una comprobación total.

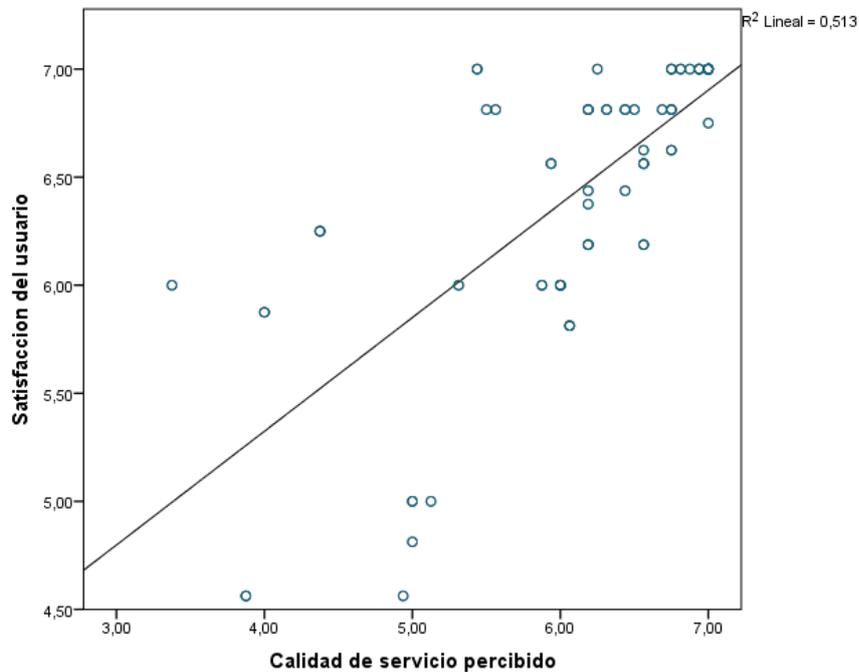


Figura 1. Calidad del servicio percibido por satisfacción del usuario

4.2.1. Contrastación de la Hipótesis General

H_0 La calidad de servicio percibido no se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario en la subgerencia de Bienestar social y participación vecinal de la Municipalidad Distrital de Supe, 2018.

H_1 La calidad de servicio percibido se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario en la subgerencia de Bienestar social y participación vecinal de la Municipalidad Distrital de Supe, 2018.

Hipótesis estadísticas

HE_1 = Calidad de servicio percibido está asociada a satisfacción del usuario.

HE_0 = Calidad de servicio percibido no está asociada a satisfacción del usuario.

Nivel de significancia

Indica probabilidad de error al rechazar la hipótesis nula (H_0), en el supuesto que sea cierta. Sea Sig. $\alpha = 0.05$

Pruebas de Asociación

Tabla 8. Pruebas de Asociación

		Correlaciones		
		Calidad de servicio percibido	Satisfacción del usuario	
Rho de Spearman	Calidad de servicio percibido	Coeficiente de correlación	1,000	
		Sig. (bilateral)	,771**	
	Satisfacción del usuario	Coeficiente de correlación	,771**	
		Sig. (bilateral)	1,000	
			N	120
			N	120

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

Decisión Estadística

En el cálculo de correlaciones, se obtuvo un nivel de significancia bilateral de $p=0,000, < 0,05$ rechazando la hipótesis nula (H_0) en favor de la hipótesis alternativa, es decir, las variables están mutuamente asociadas.

Determinación del grado de asociación

El coeficiente de correlación ofrece un valor positivo de $r_s = 0,771$, por lo tanto, puede considerarse *buena correlación*.

Conclusiones para la Hipótesis general

- Existe una asociación positiva estadísticamente significativa, si no fuerte.
- El resultado de esta contrastación nos da una comprobación total.

4.2.2. Contrastación de las Hipótesis Específicas

4.2.2.1. Contrastación de la Primera Hipótesis Específica

H_0 El factor fiabilidad no se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario en la subgerencia de Bienestar social y participación vecinal de la Municipalidad Distrital de Supe, 2018.

H_1 El factor fiabilidad se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario en la subgerencia de Bienestar social y participación vecinal de la Municipalidad Distrital de Supe, 2018.

Hipótesis estadísticas

HE1 = Fiabilidad está asociada a la Satisfacción del Usuario

HE0 = Fiabilidad no está asociada a la Satisfacción del Usuario

Nivel de significancia

Indica probabilidad de error al rechazar la hipótesis nula (H0), en el supuesto que sea cierta. Sea Sig. $\alpha = 0.05$

Tabla 9. Pruebas de Asociación

Correlaciones			
		Fiabilidad	Satisfacción del usuario
Fiabilidad	Coefficiente de correlación	1,000	,603**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	120	120
Rho de Spearman	Coefficiente de correlación	,603**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	120	120

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

Decisión Estadística

En el cálculo de correlaciones, se obtuvo un nivel de significancia bilateral de $p = 0,000, < 0,05$ rechazando la hipótesis nula (H0) en favor de la hipótesis alternativa, es decir, las variables están mutuamente asociadas.

Determinación del grado de asociación

El coeficiente de correlación ofrece un valor positivo de $r_s = 0,603$, por lo tanto, puede considerarse *buena correlación*.

Conclusiones para la primera Hipótesis específica

- Existe una asociación positiva estadísticamente significativa, si no fuerte.
- El resultado de esta contrastación nos da una comprobación total.

4.2.2.2. Contrastación de la Segunda Hipótesis Específica

HE₀ La capacidad de respuesta del personal No se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario en la subgerencia de Bienestar social y participación vecinal de la Municipalidad Distrital de Supe, 2018.

HE₁ La capacidad de respuesta del personal se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario en la subgerencia de Bienestar social y participación vecinal de la Municipalidad Distrital de Supe, 2018.

Hipótesis estadísticas

HE₀ = Capacidad de respuesta está asociada a Satisfacción del Usuario

HE₀ = Capacidad de respuesta no está asociada a Satisfacción del Usuario

Nivel de significancia

Indica probabilidad de error al rechazar la hipótesis nula (H₀), en el supuesto que sea cierta. Sea Sig. $\alpha = 0.05$

Tabla 10. Pruebas de Asociación

Correlaciones			
		Capacidad de respuesta	Satisfacción del usuario
Capacidad de respuesta	Coefficiente de correlación	1,000	,724**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	120	120
Satisfacción del usuario	Coefficiente de correlación	,724**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	120	120

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

Decisión Estadística

En el cálculo de correlaciones, se obtuvo un nivel de significancia bilateral de $p = 0,000, < 0,05$ rechazando la hipótesis nula (H₀) en favor de la hipótesis alternativa, es decir, las variables están mutuamente asociadas.

Determinación del grado de asociación

El coeficiente de correlación ofrece un valor positivo de $r_s = 0,724$, por lo tanto, puede considerarse *buena correlación*.

Conclusiones para la segunda Hipótesis específica

- Existe una asociación positiva estadísticamente significativa, si no fuerte.
- El resultado de esta contrastación nos da una comprobación total.

4.2.2.3. Contratación de la Tercera Hipótesis Específica

HE₀ El aseguramiento brindado por el personal no se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario en la subgerencia de Bienestar social y participación vecinal de la Municipalidad Distrital de Supe, 2018.

HE₁ El aseguramiento brindado por el personal se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario en la subgerencia de Bienestar social y participación vecinal de la Municipalidad Distrital de Supe, 2018.

Hipótesis estadísticas

HE₀ = Aseguramiento está asociada a Satisfacción del Usuario

HE₀ = Aseguramiento no está asociada a Satisfacción del Usuario

Nivel de significancia

Indica probabilidad de error al rechazar la hipótesis nula (H₀), en el supuesto que sea cierta. Sea Sig. $\alpha = 0.05$.

Tabla 11. Pruebas de Asociación

Correlaciones			
		Aseguramiento	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Aseguramiento		
	Coeficiente de correlación	1,000	,733**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	120	120
Satisfacción del usuario			
	Coeficiente de correlación	,733**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	120	120

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

Decisión Estadística

En el cálculo de correlaciones, se obtuvo un nivel de significancia bilateral de $p = 0,000, < 0,05$ rechazando la hipótesis nula (H₀) en favor de la hipótesis alternativa, es decir, las variables están mutuamente asociadas.

Determinación del grado de asociación

El coeficiente de correlación ofrece un valor positivo de $r_s = 0,733$, por lo tanto, puede considerarse *buena correlación*.

Conclusiones para la tercera Hipótesis específica

- Existe una asociación positiva estadísticamente significativa, si no fuerte.

- El resultado de esta contrastación nos da una comprobación total.

4.2.2.4. Contrastación de la Cuarta Hipótesis Específica

HE₀ La empatía no se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario en la subgerencia de Bienestar social y participación vecinal de la Municipalidad Distrital de Supe, 2018.

HE₁ La empatía se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario en la subgerencia de Bienestar social y participación vecinal de la Municipalidad Distrital de Supe, 2018.

Hipótesis estadísticas

HE₀ = Factor Empatía está asociada a satisfacción del Usuario

HE₀ = Factor Empatía no está asociada a satisfacción del Usuario

Nivel de significancia

Indica probabilidad de error al rechazar la hipótesis nula (H₀), en el supuesto que sea cierta. Sea Sig. $\alpha = 0.05$

Tabla 12. Pruebas de Asociación

		Correlaciones	
		Empatía	Satisfacción del usuario
Empatía	Coefficiente de correlación	1,000	,679**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	120	120
Rho de Spearman	Coefficiente de correlación	,679**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	120	120

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

Decisión Estadística

En el cálculo de correlaciones, se obtuvo un nivel de significancia bilateral de $p = 0,000, < 0,05$ rechazando la hipótesis nula (H₀) en favor de la hipótesis alternativa, es decir, las variables están mutuamente asociadas.

Determinación del grado de asociación

El coeficiente de correlación ofrece un valor positivo de $r_s = 0,679$, por lo tanto, puede considerarse *buena correlación*

Conclusiones para la cuarta Hipótesis específica

- Existe una asociación positiva estadísticamente significativa, si no fuerte.
- El resultado de esta contrastación nos da una comprobación total.

4.2.2.5. Contrastación de la Quinta Hipótesis Específica

HE₀ Los factores tangibles del servicio no se relacionan significativamente con la satisfacción del usuario en la subgerencia de Bienestar social y participación vecinal de la Municipalidad Distrital de Supe, 2018

HE₁ Los factores tangibles del servicio se relacionan significativamente con la satisfacción del usuario en la subgerencia de Bienestar social y participación vecinal de la Municipalidad Distrital de Supe, 2018

Hipótesis estadísticas

HE₀ = Factores tangibles está asociada a satisfacción del Usuario

HE₀ = Factores tangibles no está asociada a satisfacción del Usuario

Nivel de significancia

Indica probabilidad de error al rechazar la hipótesis nula (H₀), en el supuesto que sea cierta. Sea Sig. $\alpha = 0.05$.

Tabla 13. Pruebas de Asociación

Correlaciones			
		Tangibles	Satisfacción del usuario
Tangibles	Coefficiente de correlación	1,000	,509**
	Sig. (bilateral)	.	,000
Rho de Spearman	N	120	120
	Coefficiente de correlación	,509**	1,000
Satisfacción del usuario	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	120	120

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

Decisión Estadística

En el cálculo de correlaciones, se obtuvo un nivel de significancia bilateral de $p = 0,000$, $< 0,05$ rechazando la hipótesis nula (H₀) en favor de la hipótesis alternativa, es decir, las variables están mutuamente asociadas.

Determinación del grado de asociación

El coeficiente de correlación ofrece un valor positivo de $r_s = 0,509$, por lo tanto, la relación es bastante *moderada*

Conclusiones para la quinta Hipótesis específica

- Existe una asociación positiva estadísticamente significativa, si no fuerte.
- El resultado de esta contrastación nos da una comprobación total.



CAPÍTULO V

DISCUSIÓN

5.1 Discusión de resultados

El propósito de este estudio fue determinar la relación entre la calidad de servicio percibido y la satisfacción del usuario de los servicios públicos municipales. Los factores y elementos de Servqual utilizados en el presente estudio se modificaron para ajustarla a la realidad en las oficinas de los servicios de atención en el contexto de la subgerencia de Bienestar social y participación vecinal de la Municipalidad distrital de Supe.

A nivel global los resultados corroboran la existencia de una buena asociación positiva entre las variables calidad de servicio y satisfacción del usuario, esto sugiere que el servicio entregado en dichas oficinas resultan en altos niveles de satisfacción como lo plantea en la literatura (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985) los referentes más citados, que posteriormente ha sido adaptado y estudiado por diversos investigadores en los distintos áreas de los servicios públicos, podemos citar también los estudios en el sector gobierno donde encontramos autores que respaldan el hecho de una relación positiva entre ambas variables (Pareja, Fernandez, Blanco, Thoebald, & Martínez, 2016; Torres, Manzur, Hidalgo, & Barra, 2008; Morillo, 2009; Sotomayor, 2016; Melgarejo, 2016; Inca, 2015; Caballero A. ..., 2016; Bejarano, 2016; Gaspar & Guillen, 2015). Incluso llegando a determinar a la calidad como un antecedente de la satisfacción del usuario. (Alen & Fraiz, 2006)

Los resultados del análisis

Los resultados la mostraron que la correlación entre cada una de las dimensiones de la calidad (Fiabilidad, capacidad de respuesta, aseguramiento, empatía) con la variable satisfacción indican un buen nivel asociación bilateral; Y asociación moderada con la dimensión Tangibles, siendo sus vínculos más fuertes con las dimensión capacidad de respuesta del personal y la seguridad (aseguramiento) que tiene el usuario con los servicios que le brindan las oficinas.

No obstante los resultados solo explican el 77% de la relación la calidad de servicio no es el único elemento determinante de la satisfacción

Las puntuaciones globales para todas las oficinas de servicio cuantifican en las percepciones a nivel global en 6.42 en escala del 1 al 7. Por encima de los 6,08 para las expectativas en escala de 1 al 7, por otro lado, de las cinco dimensiones, solo la capacidad de respuesta, el aseguramiento, empatía y seguridad resultaron ser dimensiones satisfactoras, por su parte la fiabilidad no llegó por poco a cubrir las expectativas de los usuarios. No obstante las oficinas deben enfocarse en esta última que recibió clasificaciones y atributos más bajos con puntajes relativamente más altos en sus brechas.

Las puntuaciones globales por cada oficina muestran que la percepción acerca de los servicios supera las expectativas de los usuarios. Con el puntaje más alto encontramos a la oficina de atención de Pensión 65 cuyas percepciones alcanzan un 6.54 en escala de 1 a 7, en la oficina de CIAM las percepciones alcanzan un 6.46 en escala de 1 a 7, finalmente con puntajes más bajos en el servicio ULE las puntuaciones alcanzan un 6.39 en escala de 1 a 7.

No obstante, las medias separadas por cada oficina de servicio presentan diferencias importantes entre los puntajes de las expectativas y percepciones de cada ítem que conforman las dimensiones, En el servicio ULE la percepción acerca del servicio supera las expectativas a nivel global. Empero se identificó brechas en la dimensión aseguramiento, específicamente en los indicadores de cortesía y competencia del personal.

En el servicio CIAM los puntajes de percepción del servicio a nivel global también superan las expectativas del usuario. Sin embargo se identificaron brechas relativamente más altas en los tres indicadores que componen la dimensión fiabilidad, específicamente en el indicador manejo de eventualidades, cumplimiento y puntualidad en los plazos.

De igual forma en el servicio Pensión 65 la percepción acerca de este servicio a nivel global supera también las expectativas, empero las dimensiones fiabilidad, respuesta y empatía presentan brechas relativamente más altas

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

A nivel global la variable Calidad del servicio se correlaciona directa y positivamente con la satisfacción del usuario de los servicios en la subgerencia de Bienestar social y participación vecinal de la Municipalidad Distrital de Supe durante el año 2018. Con un nivel de significancia $p= 0,000, < 0,05$ y un coeficiente de correlación positivo de $r_s = 0,771$, por lo tanto, puede considerarse *buena correlación*

El factor fiabilidad se correlaciona directa y positivamente con la satisfacción del usuario, con un nivel de significancia $p= 0,000, < 0,05$. Y un coeficiente de correlación de $r_s = 0,603$, por lo tanto, puede considerarse *buena correlación*.

La capacidad de respuesta del personal se correlaciona directa y positivamente con la satisfacción del usuario, con un nivel de significancia $p= 0,000, < 0,05$. Y un coeficiente de correlación de $r_s = 0,724$, por lo tanto, puede considerarse *buena correlación*.

El aseguramiento brindado por el personal se correlaciona directa y positivamente con la satisfacción del usuario. Con un nivel de significancia bilateral de $p= 0,000, < 0,05$. Y un coeficiente de correlación de $r_s = 0,733$, por lo tanto, puede considerarse *buena correlación*.

La empatía se correlaciona positiva y directamente con la satisfacción del usuario. Con un nivel de significancia de $p= 0,000, < 0,05$. Y un coeficiente de correlación de $r_s = 0,679$, por lo tanto, puede considerarse *buena correlación*.

Los factores tangibles del servicio se correlacionan positiva y directamente con la satisfacción del usuario, con un nivel de significancia bilateral de $p= 0,000, < 0,05$. Y un coeficiente de correlación de $r_s = 0,509$, por lo tanto, la relación es bastante *moderada*.

6.2 Recomendaciones

Dentro del contexto del cumplimiento de las actividades propuestas por la Comisión Municipal del Bicentenario en Supe, debería de proponer énfasis en poder cerrar las brechas de calidad en el servicio, incluir dentro de su presupuesto una partida especial que se incluirá en el año siguiente toda vez la importancia del tema de la calidad en especial en todos los ejes de las políticas de estado del acuerdo nacional

Para mejorar la calidad del servicio en las tres oficinas, el encargado de las oficinas debe de planificar el desarrollo de capacitación del personal, para que ellos tengan la habilidad de ofrecer un servicio seguro, confiable, y libre de error.

Para mejorar la capacidad de respuesta de las oficinas se propone la implementación de estrategias que ayuden en el trabajo del personal, es decir, para poder afirmar al cliente si un trámite puede ser realizado y entregado en su tiempo. Así como el uso de otros canales de comunicación para informar a los usuarios del servicio

Es necesario que el personal conozca todo el material destinado a informar al usuario acerca de los servicios de su oficina, para que, de este modo, pueda responder al cliente con rapidez y claridad.

REFERENCIAS

7.1 Fuentes documentales

- Armada, E. (2015). *La satisfacción del usuario como indicador de calidad en el servicio municipal de deportes*. Tesis Doctoral, Universidad de Murcia. Recuperado el Agosto de 2017, de <http://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/362931/TEAR.pdf?sequence=1>
- Bejarano, L. (2016). *Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios del servicio de administración tributaria y fiscalización de la Municipalidad Distrital Santiago de Cao, año 2016*. Tesis licenciatura, Universidad Cesar Vallejo, Escuela académica profesional de Administración , Facultad de ciencias empresariales, Trujillo. Recuperado el agosto de 2016, de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/421/bejarano_chl.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Caballero, A. (2016). *Calidad del Servicio y la Satisfacción del Usuario de la Municipalidad Distrital de El Porvenir, Trujillo año 2016*. Tesis licenciatura, Universidad Cesar vallejo, Facultad de ciencias empresariales escuela académico profesional de Administración . Recuperado el Abril de 2017
- Castillo, G. (2011). *Grado de satisfacción del usuario externo con la calidad de atención en la consulta externa que se desarrolla en el Centro Médico Esmil*. Universidad Técnica Particular de Loja, Medicina. Loja: Universidad Católica de Loja. Obtenido de http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/2618/3/UTPL_Castillo_Gladys_360X1573.pdf
- Durand , I. (2015). *Satisfaccion del usuario externo del servicio de Consulta externa y la accesibilidad a los servicios de salud en el Hospital de Huacho.año 2015*. Tesis Inédita, Universida Nacional José Faustino Sanchez Carrión, Facultad de ciencias Empresariales, Huacho.
- Gaspar, S., & Guillen, D. (2015). *Calidad de servicio y satisfaccion del usuario en la subgerencia de Contabilidad y Finanzas de la Municipalidad Provincial de Huancavelica- Periodo 2012*. Tesis, Universidad Nacional de Huacavelica, Facultad de ciencias empresariales, Escuela de Administracion, Huancavelica. Recuperado el Octubre de 2017
- Huiza, G. (2006). *satisfaccion del usuario externo sobre la calidad de atencion de salud en el Hospital de la ase Naval. Callao. Octubre-Diciembre 2003*. Tesis de Maestria, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Unidad de Postgrado, Lima. Obtenido de http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/cybertesis/1891/1/Huiza_gg.pdf
- Inca, M. (2015). *Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la municipalidad distrital de pacucha, andahuaylas 2015*. Tesis Licenciatura, Universidad Nacional José María Arguedas, Escuela Profesional de Administración de Empresas,

Andahuaylas. Recuperado el Marzo de 2017, de
<http://repositorio.unajma.edu.pe/handle/123456789/225>

Lascurain, I. (2012). *Diagnostico de propuesta de calidad en el servicio de una empresa de unidades de Energia electrica ininterrumpida*. Tesis Maestria, Universidad Iberoamericana, Departamento de posgrado, México, D.F.

Luján , J. (2011). *Nivel de satisfaccion segun esectativas y percepciones de la calidad de servicios de salud en los usuarios externos de la unidad de cuidados intensivos del Instituto Nacional del Hiño*. Tesis Maestria, Universidad Ggarcilazo de la Vega, Escuela de Posgrado.

Melgarejo, L. (2016). *La calidad del servicio de la Dirección de Economía y Finanzas PNP y la satisfacción del usuario de la Dirección de Inteligencia PNP, 2016*. Tesis magister en Gestion Pública, Universidad Cesar vallejo, Escuela de Posgrado, Lima. Recuperado el Junio de 2017, de
<http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/7777>

Simón, V. (2005). *Desarrollo de un procedimiento para la medición de la satisfacción del cliente en una industria auxiliar del sector carrocero de autocares y autobuses*. Estudio de Satisfaccion del cliente, Ingenieria Industrial, Sevilla. Recuperado el Octubre de 2017

7.2 Fuentes bibliográficas

Buffa, E. , & Sarin, R. (1987). The Roots of Quality Control in Japan. En *Modern production/Operations management* (Octava ed., págs. 454-461). New York: Wiley. Recuperado el octubre de 2017

Caballero A. (2014). *Metodología integral innovadora para planes y tesis:La metodología del como formularlos*. (A. Vega Orozco, Ed.) DF, México: Cencage Learning. Recuperado el 23 de Agosto de 2017

Carrasco, S. (2006). *Métodologia de la investigacion científica* (primera , segunda reimpression ed.). Jesus Maria,Lima, Lima, Perú: San Marcos

Hernandez., R., Fernandez, R., & Baptista, P. (2015). *Metodologia de la investigación* (6ta ed.). D.f., México: McGraw-Hill/interamericana Editores.S.A. deC.V. Recuperado el Diciembre de 2016

Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing* (Decimocuarta ed.). (M. Contreras, Ed., & L. E. Pineda Ayala, Trad.) México: Pearson Educación. Recuperado el Abril de 2017

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Direccion de Marketting* (Decimocuarta ed.). (C. G. Dominguez, Ed., M. A. Muez Zepeda, & M. Martinez Gay, Trads.) México: Pearson Educación. Recuperado el abril de 2017

Lynn Jr, L. E. (1996). Reforma Administrativa desde una perspectiva internacional: ley pública y la nueva administración pública. *Gestión y Política Pública*, V(2), 303-318. Recuperado el 03 de Octubre de 2017, de http://www.aleph.org.mx/jspui/bitstream/56789/11701/1/DOCT2064258_ARTICULO_1-VOLVNUM2.PDF

Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B.. (2007). *Fundamentos de Marketing* (Decimocuarta ed.). (J. Mares C., M. Rocha M., Edits., & M. Ortiz Staines, Trad.) D.f., México: Mc Graw-Hill/Interamericana Editores, S.A. de C.V. Recuperado el Agosto de 2017

7.3 Fuentes Hemerográficas

Adil, M., Al Ghaswyneh, O. F., & Albkour A., M. (2013). SERVQUAL and SERVPERF: A Review of Measures in Services Marketing Research. (A. M. University, Ed.) *Global Journal of Management and Business Research*, 13(6). Obtenido de https://globaljournals.org/GJMBR_Volume13/5-SERVQUAL-and-SERVPERF.pdf

Alén, M. &. (12 de febrero de 2006). Relacion entre la calidad de servicio y la satisfacción del consumidor.su evaluación en el ambito del turismo Termal. La revista de investigaciones Europeas de direccion de la Empresa., 12(1), 257-272. Recuperado el 25 de agosto de 2017

Arenas, M. (2015). Calidad percibida en los servicios sociales de inclusión. Una aproximación desde el caso de Avilés (Asturias). *Cuadernos de Trabajo Social*, 28(I), 115-125. Recuperado el agosto de 2017, de http://dx.doi.org/10.5209/rev_CUTS.2015.v28.n1.47882

Balmori, G., & Flores, J. (2014). MECSI: Modelo para evaluar la calidad del servicio interno. *Innovaciones de Negocios*, 11(22), 191-213. Recuperado el octubre de 2017

Cronin, J., & Taylor, S. (Julio de 1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 56-68. doi:10.2307/1252296

Cronin, J., & Taylor, S. (Enero de 1994). SERVPERF versus SERVQUAL: Reconciling Performance-Based and Perceptions-Minus-Expectations Measurement of Service Quality. *Journal of Marketing*, 58(1), 125-131. Obtenido de https://www.jstor.org/stable/1252256?seq=1#fndtn-page_scan_tab_contents

Davila, M., Coronado, J., & Cerecer, B. (02 de Julio- Setiembre de 2012). Las dimensiones de la calidad del servicio en el proceso de distribución y comercialización de energía eléctrica. *Contaduría y Administración*(57), 176. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/cya/v57n3/v57n3a8.pdf>

De la Peña, E. (2014). Análisis de la satisfacción y de la calidad percibida por las personas atendidas en los servicios sociales comunitarios del Centro Municipal de Servicios Sociales Delicias del Ayuntamiento de Zaragoza. *Cuadernos de Trabajo Social*,

27(I), 115-125. Recuperado el setiembre de 2017, de http://dx.doi.org/10.5209/rev_CUTS.2014.v27.n1.42386

- Duque, E., & Diosa Gomez, Y. (27 de octubre de 2014). Evolución conceptual de los modelos de medición de la percepción de calidad del servicio: una mirada desde la educación superior. *Suma de Negocios*, 5(12), 180-191. doi:<http://dx.doi.org/10.1016/j.neucir.2013.12.001>
- Garcia, J., & Diaz, R. (mayo-agosto de 2008). Comparativa entre distintos sistemas de mediación de calidad de servicio. (f. d. Departamento de Economía y Administracion de Empresas, Ed.) *Esic Market*, 57-98. Obtenido de http://www.esic.edu/documentos/revistas/esicmk/080613_123331_E.pdf
- Morillo, M. (enero-junio de 2009). Calidad en el servicio y la satisfacción del usuario e instituciones financieras del municipio libertador del estado Mérida. *Economía*, XXXIV(27), 199-223. Recuperado el abril de 2017, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=195614958009>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *The Journal of Marketing*, 49(4), 41-50. Recuperado el Diciembre de 2016, de https://www.academia.edu/2034994/A_conceptual_model_of_service_quality_and_its_implications_for_future_research
- Parasuraman, A., Zethaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service of Quality. *The Marketing Science Institute*, 64(1), 23. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/225083802_SERVQUAL_A_multiple-Item_Scale_for_measuring_consumer_perceptions_of_service_quality
- Pareja, A., Fernández, C., Blanco, B., Thoebald, K., & Martínez, A. (2016). *Simplificando vidas: Calidad y satisfacción con los servicios públicos*. Banco Interamericano de Desarrollo, Sector de Instituciones para el Desarrollo. 1300 New York Avenue, N.W, Washington, D.C. 20577: A&S Information Specialists, LLC. doi:<http://dx.doi.org/10.18235/0000538>
- Ramseook-munhurrun, P., Lukea-bhiwajee, S. D., & Naidoo, P. (2010). Service quality in the public service. *International Journal of Marketing and Marketing Research*, 3(1), 37-50. Recuperado el abril de 2016, de http://observgo.uquebec.ca/observgo/fichiers/95792_PSP%201.pdf
- Sotomayor, A. (27 de Mayo de 2016). La calidad del servicio y la satisfacción del cliente de la sede central del Gobierno Regional de Moquegua, 2014. *Revista Ciencia y Tecnología Para el Desarrollo-UJCM*, 2(3), 58-67. Recuperado el Agosto de 2017, de <http://revistas.ujcm.edu.pe/index.php/rctd/article/view/41/38>
- Torres, E., Manzur, E., Hidalgo, P., & Barra, C. (2008). Relación entre las dimensiones de la calidad del servicio y la satisfacción: un análisis de los componentes higiénicos. *Estudios de Administración*, 15(1), 65-92. Recuperado el abril de 2017, de https://www.academia.edu/27545435/Relaci%C3%B3n_entre_las_dimensiones_de

_la_calidad_de_servicios_y_satisfaccion_un_an%C3%A1lisis_de_los_componentes_higi%C3%A9nicos_y_satisfactores

Zeithaml, V. (1988). Consumer Perceptions of Price, Quality and Value: a Means-End Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2-22. Recuperado el octubre de 2017.

7.4 Fuentes electrónicas

CEPAL. (2016). *Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible: Una oportunidad para América Latina y el Caribe*. Naciones Unidas, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Santiago de Chile: Publicación de las Naciones Unidas. Recuperado el Agosto de 2017, de www.un.org/sustainabledevelopment/es

CLAD. (2008). Carta Iberoamericana de calidad de la Gestión Pública., (págs. 6-7). San Salvador. Recuperado el Octubre de 2017

Devoto, R. (2012). Calidad de servicio percibida en el sector Público. (P. U. Valparaíso, Ed.) *Aunte Docente*, 16. Recuperado el agosto de 2017, de <http://www.ingcomercial.ucv.cl/sitio/assets/publicaciones/Apuntes-Docentes/ApuntesDocenteCalidaddeServicioPercibidaenelSectorPublicoRD.pdf>

INEGI. (2016). *Encuesta Nacional de Calidad e Impacto Gubernamental 2015 : Marco Conceptual*. Instituto Nacional de Estadística y Geografía, aguascalientes. Obtenido de www.INEGI.org.mx

Historia de la Calidad. (s.f.). Recuperado el 15 de agosto de 2017, de <http://www.tecnologiaycalidad.galeon.com/calidad/6.htm>

Institute for Citizen-Centred Service. (2017). *Common Measurements Tool*. (I. C.-C. Service, Productor) Obtenido de <http://icss-isac.org/resources-tools/common-measurements-tool>

La Satisfacción del Cliente. (s.f.). Recuperado el Octubre de 2017, de [bibing.us.es/: http://bibing.us.es/proyectos/abreproy/3966/fichero/1%252F2.pdf](http://bibing.us.es/proyectos/abreproy/3966/fichero/1%252F2.pdf)

LAPOP. (2009). Satisfacción ciudadana con Servicios municipales. (D. Montalvo, Ed.) *Barómetro de las Américas*(14). Recuperado el agosto de 2017

Mejía, M. (20 de setiembre de 2015). Tremenda desconfianza: opinión ciudadana sobre las instituciones. EL Comercio. Recuperado el Setiembre de 2017, de <https://elcomercio.pe/politica/actualidad/tremenda-desconfianza-opinion-ciudadana-instituciones>

Michelena, R. (14 de abril de 2010). Neuromarketing: La empatía con el cliente es clave. Obtenido de CLICKS Marketing: <https://raquelmichelena.wordpress.com/2010/04/19/neuromarketing-la-empatia-con-el-cliente-es-clave/>

Ministerio de Salud. (2012). *Guía Técnica para la Evaluación de la Satisfacción del Usuario Externo en los Establecimientos y Servicios Médicos de Apoyo*. Ministerio de Salud, Ministerio de Salud. Dirección General de Salud de las Personas. Dirección de Calidad en Salud. Lima: MINSA. Recuperado el Octubre de 2017, de <http://www.minsa.gob.pe/bvsminsa.asp>

Pereiro, J. (18 de marzo de 2008). *Portal Calidad*. Recuperado el Noviembre de 2017, de http://www.portalcalidad.com/articulos/71-la_satisfaccion_del_cliente_iso_9001

Política Nacional de Modernización del Estado, DS 004-2013-PCM (Presidencia del Consejo de Ministros 9 de Enero de 2013). Recuperado el agosto de 2017



ANEXOS



Anexo 1. Análisis de fiabilidad

Todas las variables

Escala: TODAS LAS VARIABLES
 RELIABILITY
 /VARIABLES=VAR00001 VAR00002 VAR00003 VAR00004 VAR00005 VAR00006 VAR00007 VAR00008 VAR00009
 VAR00010 VAR00011 VAR00012 VAR00013 VAR00014 VAR00015 VAR00016 VAR00017 VAR00018 VAR00019
 VAR00020 VAR00021 VAR00022 VAR00023 VAR00024 VAR00025 VAR00026 VAR00027 VAR00028 VAR00029
 VAR00030 VAR00031 VAR00032
 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL
 /MODEL=ALPHA
 /STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE CORR
 /SUMMARY=TOTAL MEANS.

Resumen del procesamiento de los casos

	N	%
Válidos	120	100,0
Casos Excluidos	0	,0
Total	120	100,0

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,963	32

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
VAR00001	194,1500	504,801	,694	,962
VAR00002	193,9333	499,928	,783	,961
VAR00003	193,9167	516,598	,573	,963
VAR00004	193,8167	505,949	,843	,961
VAR00005	193,8167	511,227	,817	,961
VAR00006	193,8833	510,911	,765	,961
VAR00007	194,0083	497,134	,839	,961
VAR00008	193,8750	506,732	,690	,962
VAR00009	193,7167	503,835	,841	,961
VAR00010	193,6583	517,723	,804	,961
VAR00011	193,6000	522,007	,774	,962
VAR00012	193,6583	517,538	,677	,962
VAR00013	193,8750	516,799	,611	,963
VAR00014	194,7583	528,134	,288	,966
VAR00015	195,2750	514,957	,458	,965
VAR00016	194,3000	523,371	,385	,965
VAR00017	194,0167	529,563	,527	,963
VAR00018	194,0167	529,563	,527	,963
VAR00019	194,0167	529,563	,527	,963
VAR00020	193,6333	524,806	,717	,962
VAR00021	193,6333	524,806	,717	,962
VAR00022	193,6333	524,806	,717	,962
VAR00023	193,6333	524,806	,717	,962
VAR00024	193,7167	510,776	,790	,961
VAR00025	193,7167	510,776	,790	,961
VAR00026	193,7167	510,776	,790	,961
VAR00027	193,5500	525,527	,822	,962
VAR00028	193,5500	525,527	,822	,962
VAR00029	193,5500	525,527	,822	,962
VAR00030	193,4917	527,126	,828	,962
VAR00031	193,4917	527,126	,828	,962
VAR00032	193,4917	527,126	,828	,962

Escala Calidad de Servicio Percibido

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	120	100,0
	Excluidosa	0	,0
	Total	120	100,0

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,937	16

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
VAR00001	91,41	179,874	,804	,929
VAR00002	91,19	177,736	,876	,927
VAR00003	91,18	188,095	,659	,933
VAR00004	91,08	186,809	,772	,931
VAR00005	91,08	185,969	,889	,929
VAR00006	91,14	187,064	,785	,930
VAR00007	91,27	177,441	,894	,927
VAR00008	91,13	184,873	,692	,932
VAR00009	90,98	184,680	,801	,930
VAR00010	90,92	194,245	,705	,933
VAR00011	90,86	195,904	,710	,933
VAR00012	90,92	191,220	,693	,932
VAR00013	91,13	192,705	,560	,935
VAR00014	92,02	194,790	,353	,942
VAR00015	92,53	186,621	,528	,938
VAR00016	91,56	195,022	,379	,941

Escala Satisfacción del Usuario

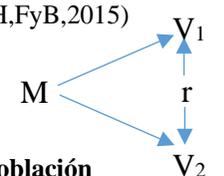
Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,965	16

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
VAR00017	96,66	102,613	,656	,965
VAR00018	96,66	102,613	,656	,965
VAR00019	96,66	102,613	,656	,965
VAR00020	96,28	100,285	,885	,962
VAR00021	96,28	100,285	,885	,962
VAR00022	96,28	100,285	,885	,962
VAR00023	96,28	100,285	,885	,962
VAR00024	96,36	96,181	,809	,964
VAR00025	96,36	96,181	,809	,964
VAR00026	96,36	96,181	,809	,964
VAR00027	96,19	103,030	,835	,963
VAR00028	96,19	103,030	,835	,963
VAR00029	96,19	103,030	,835	,963
VAR00030	96,13	104,133	,810	,963
VAR00031	96,13	104,133	,810	,963
VAR00032	96,13	104,133	,810	,963

Matriz de consistencia: Calidad de servicio percibido y satisfacción del usuario en la subgerencia de Bienestar social y participación vecinal de la Municipalidad Distrital de Supe, 2018

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSION	INDICADOR	METODOLOGIA
<p>GENERAL</p> <p>¿Cómo se relaciona la calidad de servicio con la satisfacción del usuario en la subgerencia de Bienestar social y participación vecinal de la Municipalidad Distrital de Supe, 2018?</p> <p>ESPECIFICOS</p> <p>¿En qué medida se relaciona el factor fiabilidad con la satisfacción de usuario en la subgerencia de Bienestar social y participación vecinal de la Municipalidad Distrital de Supe, 2018?</p> <p>¿Qué relación existe entre la capacidad de respuesta del personal con la satisfacción del usuario en la subgerencia de Bienestar social y participación</p>	<p>GENERAL</p> <p>Determinar cómo se relaciona la calidad de servicio con la satisfacción del usuario en la subgerencia de Bienestar social y participación vecinal de la Municipalidad Distrital de Supe, 2018.</p> <p>ESPECIFICOS</p> <p>Precisar en qué medida se relaciona el factor fiabilidad con la satisfacción del usuario en la subgerencia de Bienestar social y participación vecinal de la Municipalidad Distrital de Supe, 2018.</p> <p>Conocer el grado de relación entre la capacidad de respuesta del personal con la satisfacción del usuario en la subgerencia de Bienestar social y participación vecinal</p>	<p>GENERAL</p> <p>La calidad de servicio se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario en la subgerencia de Bienestar social y participación vecinal de la Municipalidad Distrital de Supe, 2018.</p> <p>ESPECIFICAS</p> <p>El factor fiabilidad se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario en la subgerencia de Bienestar social y participación vecinal de la Municipalidad Distrital de Supe, 2018.</p> <p>La capacidad de respuesta del personal se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario en la subgerencia de Bienestar social y participación vecinal</p>	<p>V 1</p> <p>Calidad de servicio percibido.</p> <p>expectativas</p>	<p>-Fiabilidad</p> <p>-Capacidad de respuesta</p> <p>-Aseguramiento</p> <p>-Empatía</p> <p>-Tangibles</p>	<p>- Adecuado manejo de eventualidades</p> <p>- Cumplimiento correcto de la ejecución del servicio.</p> <p>- Tiempo correcto en la ejecución del servicio.</p> <p>- Adecuados tiempos de espera</p> <p>- Adecuada rapidez de la respuesta</p> <p>- Disponibilidad del personal para servir</p> <p>- Adecuado tiempo de tramitación (resolución de solicitud)</p> <p>- Personal que infunde seguridad.</p> <p>- Personal debe ser cortés.</p> <p>- Personal debe ser competente</p> <p>- Ofrecer cordialidad de la Atención</p> <p>- Ofrecer claridad de la información que se brinda</p> <p>- Ofrecer Comprensión al usuario</p> <p>- Equipos en buen estado</p> <p>- Adecuada señalización</p> <p>- Comodidad de las oficinas</p>	<p>Tipo de estudio. investigación social básica, (Carrasco,2006) fáctica (Caballero,2014)</p> <p>Nivel o alcance: Correlacional (H,FyB,2015)</p> <p>Enfoque cuantitativo.(H,FyB,2015)</p> <p>Diseño: Transeccional correlacional.(no experimental) (H,FyB,2015)</p>  <p>Población debido a la naturaleza de la población no se tiene un número exacto de usuarios externos que realizan sus gestiones y solicitudes en las oficinas de la subgerencia de bienestar</p>

<p>vecinal de la Municipalidad Distrital de Supe, 2018?</p> <p>¿Cuál es la relación que existe entre el aseguramiento brindado por el personal con la satisfacción del usuario en la subgerencia de Bienestar social y participación vecinal de la Municipalidad Distrital de Supe, 2018?</p> <p>¿Qué relación existe entre la empatía del personal con la satisfacción del usuario en la subgerencia de Bienestar social y participación vecinal de la Municipalidad Distrital de Supe, 2018?</p> <p>¿En qué medida se relacionan los factores tangibles del servicio con la satisfacción del usuario en la subgerencia de Bienestar social y participación vecinal de la Municipalidad Distrital de Supe, 2018?</p>	<p>de la Municipalidad Distrital de Supe, 2018.</p> <p>Determinar la medida en que se relaciona el aseguramiento brindado por el personal con la satisfacción del usuario en la subgerencia de Bienestar social y participación vecinal de la Municipalidad Distrital de Supe, 2018</p> <p>Precisar el grado de relación entre la empatía del personal con la satisfacción del usuario en la subgerencia de Bienestar social y participación vecinal de la Municipalidad Distrital de Supe, 2018.</p> <p>Conocer la medida en que se relacionan los factores tangibles del servicio con la satisfacción del usuario en la subgerencia de Bienestar social y participación vecinal de la Municipalidad Distrital de Supe, 2018.</p>	<p>de la Municipalidad Distrital de Supe, 2018.</p> <p>El aseguramiento brindado por el personal se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario en la subgerencia de Bienestar social y participación vecinal de la Municipalidad Distrital de Supe, 2018.</p> <p>La empatía se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario en la subgerencia de Bienestar social y participación vecinal de la Municipalidad Distrital de Supe, 2018.</p> <p>Los factores tangibles del servicio se relacionan significativamente con la satisfacción del usuario en la subgerencia de Bienestar social y participación vecinal de la Municipalidad Distrital de Supe, 2018</p>	<p>V2 Satisfacción del usuario percepciones acerca del servicio</p>	<p>–Satisfacción con la fiabilidad</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Satisfacción con el manejo de eventualidades – Satisfacción con el cumplimiento de la ejecución del servicio. – Satisfacción con el tiempo en la ejecución del servicio. 	<p>social y participación vecinal-MDS</p> <p>Muestra 120 usuarios de oficinas de servicio CIAM, ULE y Pensión 65. Asumida considerando el flujo de atenciones durante el periodo</p> <p>Técnicas</p> <ul style="list-style-type: none"> – La Observación, Recopilación o Revisión documental. – Encuesta <p>Instrumento</p> <ul style="list-style-type: none"> –Cuestionario de percepción de calidad (16 ítems) –Cuestionario de satisfacción del usuario (16 ítems) <p>Consistencia interna ,891 de consistencia interna por alfa de Crombach.(ver anexo 1)</p> <p>Aplicación: de respuesta indirecta o por entrevista personal</p> <p>Estadística: descriptiva e inferencial</p>
<p>–Satisfacción con la capacidad de respuesta</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Satisfacción con los tiempos de espera – Satisfacción con la rapidez de la respuesta – Satisfacción con la disponibilidad del personal para servir – Satisfacción con el tiempo de tramitación (resolución de solicitud) 					
<p>–Satisfacción con el Aseguramiento</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Satisfacción con la seguridad que infunde el personal – Satisfacción con la cortesía de personal. – Satisfacción las competencias del personal. 					
<p>–Satisfacción con la Empatía</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Satisfacción con la cordialidad en atención. – Satisfacción con la claridad de la información que se brinda. – Satisfacción con la comprensión al usuario 					
<p>–Satisfacción con los Tangibles</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Satisfacción con el estado en que se encuentran los Equipos – Satisfacción con la forma de señalización – Satisfacción con la Comodidad dentro de las oficinas. 					



Universidad Nacional
José Faustino Sánchez Carrión
ESCUELA DE POSTGRADO



CUESTIONARIO DE CALIDAD DE SERVICIO PERCIBIDO

Objetivo: El siguiente cuestionario tiene como propósito reunir información sobre la la calidad de servicio percibido por los usuarios de las oficinas de atención de subgerencia de Bienestar social y participación vecinal.

Instrucciones:

Por favor indique hasta qué punto se encuentra de acuerdo o no con los siguientes aspectos del servicio. No hay respuestas correctas o incorrectas solo representan su opinión personal.

Marque con una "X" (símbolo de verificación) en la opción elegida que mejor describa lo que piensa usted siguiendo la escala que se indica a continuación.

Muy en desacuerdo

Muy de acuerdo

1-----2-----3-----4-----5-----6-----7

I. Calidad de servicio percibido.

Demuestre hasta qué punto cree que las oficinas de atención de la subgerencia de bienestar social y participación vecinal deben poseer las características descritas en cada enunciado.

	1	2	3	4	5	6	7
1. Hasta qué punto cree que la oficina de atención del servicio debe poseer buen manejo de eventualidades y contratiempos en sus oficinas	1	2	3	4	5	6	7
2. Hasta qué punto cree que la oficina de atención del servicio debe ofrecer un cumplimiento correcto del servicio desde la primera atención	1	2	3	4	5	6	7
3. Hasta qué punto cree que la oficina de atención del servicio debe tener puntualidad en los plazos	1	2	3	4	5	6	7
4. Hasta qué punto cree que la oficina de atención del servicio debe ofrecer un adecuado tiempo de espera para ser atendido	1	2	3	4	5	6	7
5. Hasta qué punto cree que el personal de atención del servicio debe brindar un servicio ágil y rápido	1	2	3	4	5	6	7
6. Hasta qué punto cree que el personal de las oficinas deben estar siempre dispuestos a ayudarlo	1	2	3	4	5	6	7
7. Hasta qué punto cree que debe ofrecerse rapidez en el proceso de resolución de su solicitud	1	2	3	4	5	6	7
8. Hasta qué punto cree debe haber seguridad en los tramites dentro de la oficina	1	2	3	4	5	6	7
9. Hasta qué punto cree que personal debe responder adecuadamente: cortesía y amabilidad	1	2	3	4	5	6	7
10. Hasta qué punto cree que el personal debe tener la capacidad para responder sus dudas	1	2	3	4	5	6	7
11. Hasta qué punto cree que el personal debe demostrar cordialidad desde el primer contacto con usted	1	2	3	4	5	6	7
12. Hasta qué punto cree que la información que se le brinda debe ser clara	1	2	3	4	5	6	7
13. Hasta qué punto cree que la oficina debe demostrar su comprensión hacia el usuario	1	2	3	4	5	6	7
14. Hasta qué punto cree que los equipos que usa el personal deben funcionar sin ningún problema	1	2	3	4	5	6	7
15. Hasta qué punto cree que debe haber señalización para orientar al usuario	1	2	3	4	5	6	7
16. Hasta qué punto cree que las oficinas de atención deben ser cómodas	1	2	3	4	5	6	7



Universidad Nacional
José Faustino Sánchez Carrión
ESCUELA DE POSTGRADO



CUESTIONARIO DE SATISFACCION DEL SERVICIO

Objetivo: El siguiente cuestionario tiene como propósito reunir información sobre la satisfacción de los usuarios de las oficinas de atención de subgerencia de Bienestar social y participación vecinal.

Instrucciones:

Por favor indique hasta qué punto se encuentra satisfecho o no con los siguientes aspectos del servicio. No hay respuestas correctas o incorrectas solo representan su opinión personal.

Marque con una "X" (símbolo de verificación) en la opción elegida que mejor describa lo que piensa usted siguiendo la escala que se indica a continuación

Muy insatisfecho

Muy satisfecho

1-----2-----3-----4-----5-----6-----7

II. Satisfacción del usuario

Para cada enunciado, demuestre hasta qué punto cree que la oficina que le atendió satisface sus expectativas sobre la característica descrita.

	1	2	3	4	5	6	7
1. Hasta qué punto cree cuando un usuario tiene un problema, la oficina muestra un sincero interés para solucionarlo.	1	2	3	4	5	6	7
2. Hasta qué punto cree que la oficina realiza bien su trabajo a la primera. (obtención correcta y sin errores de un documento, en tiempo y forma)	1	2	3	4	5	6	7
3. Hasta qué punto cree que la oficina concluye sus solicitudes en el tiempo prometido.	1	2	3	4	5	6	7
4. Hasta qué punto cree que el tiempo de espera para ser atendido atención	1	2	3	4	5	6	7
5. Hasta qué punto cree que el personal le proporcionó un servicio ágil y rápido	1	2	3	4	5	6	7
6. Hasta qué punto cree que el personal le dedicó el tiempo necesario para responder sus dudas.	1	2	3	4	5	6	7
7. Hasta qué punto cree que se le ofrece rapidez en la resolución de su trámite.	1	2	3	4	5	6	7
8. Hasta qué punto cree que el personal le orientó de manera clara y adecuada	1	2	3	4	5	6	7
9. Hasta qué punto cree que el personal fue respetuoso, amable y solidario con usted.	1	2	3	4	5	6	7
10. Hasta qué punto cree que el personal demuestra tener los conocimientos suficientes para contestar sus inquietudes.	1	2	3	4	5	6	7
11. Hasta qué punto cree que el personal demostró cordialidad al primer contacto (alegra y optimista)	1	2	3	4	5	6	7
12. Hasta qué punto cree que la información que se le brindó fue clara y en un lenguaje comprensible para usted.	1	2	3	4	5	6	7
13. Hasta qué punto cree que el personal entendió sus necesidades como usuario y demostró sincero interés.	1	2	3	4	5	6	7
14. Hasta qué punto cree que los equipos y tecnología usada en la oficina no demuestran problemas.	1	2	3	4	5	6	7
15. Hasta qué punto cree que la comodidad y el acceso a la oficina.	1	2	3	4	5	6	7
16. Hasta qué punto cree que el personal de la oficina, posee identificación, está bien presentable y organizado.	1	2	3	4	5	6	7

Observaciones del aplicador:

.....

¡Muchas gracias por su colaboración!

Milagro Rosario Henríquez Suarez
ASESOR

Marcelo Gumercindo Zúñiga Rojas
PRESIDENTE

Rey Lelis Bautista Juan de Dios
SECRETARIO

Oscar Carlos Otazú Montes
VOCAL

