Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión

Escuela de Posgrado

Gestión administrativa y satisfacción del usuario en la Dirección Regional de Formalización de la Propiedad Rural, Huaura - 2024

Tesis

Para optar el Grado Académico de Maestra en Gestión Publica

Autora

Gressi Isabel Castro Jara

Asesora

Dra. Irina Patricia Calvo Rivera



Huacho – Perú

2026



Reconocimiento - No Comercial – Sin Derivadas - Sin restricciones adicionales

https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/

Reconocimiento: Debe otorgar el crédito correspondiente, proporcionar un enlace a la licencia e indicar si se realizaron cambios. Puede hacerlo de cualquier manera razonable, pero no de ninguna manera que sugiera que el licenciante lo respalda a usted o su uso. **No Comercial:** No puede utilizar el material con fines comerciales. **Sin Derivadas:** Si remezcla, transforma o construye sobre el material, no puede distribuir el material modificado. **Sin restricciones adicionales:** No puede aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros de hacer cualquier cosa que permita la licencia.

UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN

(Resolución de Consejo Directivo N° 012-2020-SUNEDU/CD de fecha 27/01/2020)

«Año de la Esperanza y el Fortalecimiento de la Democracia»

ESCUELA DE POSGRADO

MAESTRIA/DOCTORADO EN: GESTIÓN PUBLICA

INFORMACIÓN DE METADATOS

DATOS DEL AUTOR (ES):		
NOMBRES Y APELLIDOS	**DNI**	**FECHA DE SUSTENTACIÓN**
Castro Jara, Gressi Isabel	77076657	3 de agosto del 2026
DATOS DEL ASESOR:		
NOMBRES Y APELLIDOS	**DNI**	**CÓDIGO ORCID**
Mg. Irina Patricia, Calvo Rivera	03650434	http://orcid.org/0000-0003-3906-1284
DATOS DE LOS MIEMROS DE JURADOS – PREGRADO/POSGRADO-MAESTRÍA-DOCTORADO:		
NOMBRES Y APELLIDOS	**DNI**	**CODIGO ORCID**
Dr. Santiago Ernesto Ramos Y Yovera	15697556	http://orcid.org/0000-0003-3674-0302
Mg. Sixto Samanamud Malca	46807619	http://orcid.org/0000-0002-6916-8288
Mg. Juliet Karin Espinoza Pajuelo	15763062	http://orcid.org/0000-0002-3652-8697

GRESSI ISABEL CASTRO JARA 2026-000519

GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN LA DIRECCIÓN REGIONAL DE FORMALIZACIÓN DE LA PR...

DGI-POSGRADO 2026
Dirección de Gestión de la Investigación-VRI 2026
DIRECCION DE GESTION DE LA INVESTIGACION

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::1:3496712405

Fecha de entrega
3 mar 2026, 12:08 p.m. GMT-5

Fecha de descarga
3 mar 2026, 12:13 p.m. GMT-5

Nombre del archivo
informe_final_de_tesis_2.pdf

Tamaño del archivo
2.0 MB

111 páginas

22.842 palabras

126.875 caracteres

20% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Coincidencias menores (menos de 10 palabras)

Exclusiones

- N.° de fuente excluida

Fuentes principales

18% Fuentes de Internet
8% Publicaciones
13% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.° de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN LA DIRECCIÓN REGIONAL DE FORMALIZACIÓN DE LA PROPIEDAD RURAL, HUAURA - 2024

CASTRO JARA, GRESSI ISABEL

TESIS DE MAESTRÍA

ASESOR: Dra. Irina Patricia, Calvo Rivera

UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN
ESCUELA DE POSGRADO
MAESTRO EN GESTIÓN PUBLICA
HUACHO
2026

DEDICATORIA

Se la dedico a mi padre, Ángel Abdón, Castro Cóndor y a mi madre, Rosa Nelly, Jara Morales; de igual manera se las dedico a mis hermanos.

Castro Jara, Gressi Isabel

AGRADECIMIENTO

Agradecer a DIOS a mis padres y hermanos.

Castro Jara, Gressi Isabel

ÍNDICE

DEDICATORIA vi

AGRADECIMIENTO vii

Resumen xiii

Abstract xiv

INTRODUCCIÓN xv

Capítulo I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la realidad problemática 16

1.2 Formulación del problema 18

1.2.1 Problema general 18

1.2.2 Problemas específicos 19

1.3 Objetivos de la investigación 19

1.3.1 Objetivo general 19

1.3.2 Objetivos específicos 19

1.4 Justificación de la investigación 20

1.5 Delimitación del estudio 20

Capítulo II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación 22

2.1.1 Investigaciones internacionales 22

2.1.2 Investigaciones nacionales 25

2.2 Bases teóricas 26

2.3 Bases filosóficas 54

2.4 Definición de términos básicos 55

2.5 Hipótesis de la investigación 57

2.5.1 Hipótesis general 57

2.5.2 Hipótesis específicos 57

2.6 Operacionalización de las variables 58

Capitulo III

METODOLOGÍA

3.1 Diseño metodológico 59

3.2 Población y muestra 60

3.2.1 Población 60

3.2.2 Muestra 60

3.3 Técnica de recolección de datos 61

3.4 Técnicas para el proceso de la información 64

Capítulo IV

RESULTADOS

4.1 Análisis de resultados 65

4.2 Contrastación de hipótesis 87

Capítulo V

DISCUSIÓN

5.1 Discusión de resultados 91

Capítulo VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones 93

6.2 Recomendaciones 94

REFERENCIAS 95

ANEXOS 104

ÍNDICE DE FIGURA

Figura 1. Gestión administrativa ……66
Figura 2. Proceso administrativo ……67
Figura 3. Cumplimiento de funciones ……68
Figura 4. Logro de objetivos organizacionales ……..69
Figura 5. Satisfacción del usuario ……..70
Figura 6. Atención al usuario ……71
Figura 7. Mejora continua ……..72
Figura 8. Satisfacción percibida ……73
Figura 9. Nivel de gestión administrativa ……..74
Figura 10. Nivel de proceso administrativo ……...75
Figura 11. Nivel de cumplimiento de funciones ……76
Figura 12. Nivel de logro de objetivos organizacionales ……...77
Figura 13. Nivel de satisfacción del usuario ……..78
Figura 14. Nivel de atención al usuario ……..79
Figura 15. Nivel de mejora continua ……..80
Figura 16. Nivel de satisfacción percibida ……81
Figura 17. Gráfico Q-Q normal de la variable 1: Gestión administrativa ……..85
Figura 18. Gráfico Q-Q normal de la variable 2: Satisfacción del usuario ……86

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Confiabilidad a través de la prueba de Alfa de Cronbach ……...63

Tabla 2. Fiabilidad de la gestión administrativa ……63

Tabla 3. Fiabilidad de la satisfacción del usuario ……...63

Tabla 4. Gestión administrativa ……..65

Tabla 5. Proceso administrativo ……66

Tabla 6. Cumplimiento de funciones ……67

Tabla 7. Logro de objetivos organizacionales ……68

Tabla 8. Satisfacción del usuario ……69

Tabla 9. Atención al usuario ……...70

Tabla 10. Mejora continua ……..71

Tabla 11. Satisfacción percibida ……72

Tabla 12. Estadísticos percentiles P30 y P70 ……73

Tabla 13. Niveles y rangos de las variables y dimensiones ……...73

Tabla 14. Nivel de gestión administrativa ……..74

Tabla 15. Nivel de proceso administrativo ……75

Tabla 16. Nivel de cumplimiento de funciones ……..76

Tabla 17. Nivel de logro de objetivos organizacionales ……77

Tabla 18. Nivel de satisfacción del usuario ……78

Tabla 19. Nivel de atención al usuario ……...79

Tabla 20. Nivel de mejora continua ……...80

Tabla 21. Nivel de satisfacción percibida ……...81

Tabla 22. Tabla cruzada entre nivel de gestión administrativa con atención al usuario ……82

Tabla 23. Tabla cruzada entre nivel de gestión administrativa con mejora continua …….83

Tabla 24. Tabla cruzada entre nivel de gestión administrativa con satisfacción percibida …84

Tabla 25. Pruebas de normalidad de la variable gestión administrativa ……85

Tabla 26. Pruebas de normalidad de satisfacción del usuario ……86

Tabla 27. Rho de Spearman entre la V1 con la V2 ……....87

Tabla 28. Rho de Spearman entre la D1 de la V1 con la V2 …….....88

Tabla 29. Rho de Spearman entre la D2 de la V1 con la V2 ……..89

Tabla 30. Rho de Spearman entre la D3 de la V1 con la V2 ……...……...90

Resumen

Objetivo: Determinar la relación que existe entre la gestión administrativa y la satisfacción del usuario en la Dirección Regional de Formalización de la Propiedad Rural. Huaura, periodo 2024. **Metodología:** Tipo básica, nivel descriptivo – correlacional, diseño no experimental con corte trasversal. **Población y muestra:** La población la constituyen un aproximado de 130 usuarios que son atendidos por la entidad semanalmente. Para la obtención de la muestra se usó un muestreo no probabilístico de carácter por conveniencia, es decir que los criterios de selección no fueron realizados por laguna formula finita, sino que quedo por el criterio del investigador, en este caso la muestra estuvo representada por aproximado 30 usuarios que son atentados diariamente por la Dirección Regional de Formalización de la Propiedad Rural. **Resultados:** Se aprecia un "nivel bajo" de la gestión administrativa representado por el 30,0% (9), por otro lado, un "nivel medio" de la gestión administrativa representado por el 46,7% (14), para finalizar un "nivel alto" de la gestión administrativa representado por el 23,3% (7). Por otro lado; Se aprecia un "nivel bajo" de la satisfacción del usuario representado por el 30,0% (9), por otro lado, un "nivel medio" de la satisfacción del usuario representado por el 30,0% (9), para finalizar un "nivel alto" de la satisfacción del usuario representado por el 40,0% (12). **Conclusión**: Existe relación significativa y positiva entre la gestión administrativa y la satisfacción del usuario en la Dirección Regional de Formalización de la Propiedad Rural. Huaura, periodo 2024. También se aprecia que el nivel de correlación es positivo, esto nos dice que "a mejor gestión administrativa existirá mejor satisfacción del usuario".

Palabras clave: Proceso administrativo, cumplimiento de funciones, logro de objetivos organizacionales, satisfacción del usuario.

Abstract

Objective: To determine the relationship between administrative management and user satisfaction in the Regional Directorate of Rural Property Formalization. Huaura, period 2024. **Methodology:** Basic type, descriptive - correlational level, non-experimental design with cross-section. **Population and sample:** The population consists of approximately 130 users who are served by the entity weekly. To obtain the sample, a non-probabilistic convenience sampling was used, that is, the selection criteria were not carried out by a finite formula, but rather were left to the discretion of the researcher, in this case the sample was represented by approximately 30 users who are served daily by the Regional Directorate of Rural Property Formalization. **Results:** It is appreciated a "low level" of the administrative management represented by 30.0% (9), on the other hand, a "medium level" of administrative management represented by 46.7% (14), to finish a "high level" of administrative management represented by 23.3% (7). On the other hand; It is appreciated a "low level" of user satisfaction represented by 30.0% (9), on the other hand, a "medium level" of user satisfaction represented by 30.0% (9), to finish a "high level" of user satisfaction represented by 40.0% (12). **Conclusion:** There is a significant and positive relationship between administrative management and user satisfaction in the Regional Directorate of Formalization of Rural Property. Huaura, 2024 period. The correlation level is also positive, indicating that "better administrative management will lead to greater user satisfaction".

Keywords: Administrative process, performance of functions, achievement of organizational objectives, user satisfaction.

INTRODUCCIÓN

La gestión administrativa constituye una pieza clave en el funcionamiento de cualquier organización, ya sea de carácter público o privado; cuando se gestiona de manera eficiente, no solo se optimiza el uso de recursos y la organización de los procesos internos, sino que además se influye de forma directa en el nivel de satisfacción de los usuarios que reciben los servicios (Sempere, 2017). A escala internacional, la satisfacción del usuario se ha consolidado como un indicador fundamental para medir la efectividad de las instituciones públicas; en esa línea, informes de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos señalan que las administraciones que adoptan modelos de gestión orientados al usuario logran mejorar de manera notable la percepción ciudadana sobre la calidad de los servicios que brindan (OCDE, 2020).

En relación con la estructura del trabajo, el primer capítulo se dedica a presentar el tema central de la investigación; en este apartado se describen la realidad problemática, la formulación del problema, los objetivos propuestos, los límites del estudio y un análisis crítico de la situación abordada. A continuación, el segundo capítulo desarrolla el sustento teórico; en esta parte se revisan los antecedentes, se precisan las categorías y dimensiones de estudio y se expone el fundamento filosófico, lo cual permite construir un marco teórico sólido y coherente con las variables analizadas.

El tercer capítulo concentra todo lo vinculado con el diseño metodológico; allí se describen el tipo, el diseño, el nivel y el enfoque de la investigación, además de detallar la población y la muestra, así como el instrumento de recolección de datos que servirá de base para el posterior análisis estadístico. Más adelante, el cuarto capítulo presenta los resultados obtenidos junto con la interpretación y análisis de la información; en este segmento también se incorporan figuras y tablas, se realiza la contrastación de las hipótesis y se formulan los principales hallazgos y recomendaciones.

Posteriormente, el quinto capítulo se orienta a la discusión teórica; en este se contrastan los resultados empíricos con el marco teórico planteado, generando un diálogo crítico entre lo encontrado en el estudio y las posturas de diversos autores. El sexto capítulo recoge las conclusiones derivadas de la investigación y las recomendaciones que se plantean a partir de los resultados. Finalmente, el séptimo capítulo reúne las referencias utilizadas en el trabajo, organizadas de acuerdo con las normas de citación correspondientes; este apartado garantiza la trazabilidad de las fuentes y respalda el rigor académico del estudio.

Capítulo I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la realidad problemática

La gestión administrativa constituye una pieza clave en el funcionamiento de cualquier organización, ya sea de carácter público o privado, cuando dicha gestión se realiza de manera eficiente, no solo se logra un mejor uso de los recursos y una organización más ordenada de los procesos internos; además, se genera un buen impacto directo en el nivel de satisfacción de quienes utilizan los servicios (Sempere, 2017). En el caso particular de las instituciones del Estado, esta relación adquiere mayor relevancia, ya que la ciudadanía espera una atención oportuna y servicios de calidad que respondan a sus necesidades y expectativas. Al mismo tiempo, la satisfacción del usuario se ha consolidado como uno de los indicadores principales para medir la efectividad de la gestión pública; de hecho, en diversos estudios de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos llegaron evidenciar que las administraciones que adoptan modelos de gestión centrados en el usuario logran mejorar de manera notable la percepción ciudadana acerca de los servicios públicos que reciben (OCDE, 2020). Esto supone que las entidades deben comprometerse con una mejora continua de sus procesos administrativos; de ese modo, pueden garantizar una atención eficiente, clara y realmente útil para el usuario.

En esta misma línea, la formalización de la propiedad rural se configura como un tema especialmente sensible debido al elevado nivel de informalidad que persiste en este ámbito. En este caso, la Dirección Regional de Formalización de la Propiedad Rural (DIREFOR) es una instancia responsable de ejecutar los procesos de formalización y titulación de predios rurales en el país; desde la transferencia de competencias a los Gobiernos Regionales, dispuesta por el Decreto Supremo N.º 056-2010-PCM, se ha buscado acercar estos servicios a la población y

asegurar derechos de propiedad más sólidos para los ciudadanos (MIDAGRI, 2021). Aun así, muchas personas continúan enfrentando obstáculos para acceder a estos procedimientos. Un estudio de Huamán (2024) advierte que la gestión administrativa en la DIREFOR presenta grandes restricciones en cuanto a los cumplimientos de sus respectivas funciones y al logro de sus metas institucionales; la carencia de recursos suficientes, las limitadas oportunidades de capacitación para el personal y la falta de procesos claramente estandarizados influyen en que la atención al usuario resulte deficiente y poco oportuna.

Si se observa de forma más específica la sede de la DIREFOR en la provincia de Huaura, Perú, se advierte que su misión central es levantar, consolidar y actualizar el catastro rural; así como ejecutar el saneamiento físico-legal de tierras rústicas y territorios pertenecientes a comunidades campesinas y nativas. La medida en que estas tareas se cumplen de manera efectiva depende en gran proporción de la calidad de su gestión administrativa; esta comprende funciones como la planificación, la organización, la dirección y el control de los procesos. No obstante, numerosos usuarios han manifestado que los trámites resultan lentos y excesivamente burocráticos. Un informe del MIDAGRI (2021) indica que los procedimientos no están suficientemente definidos ni unificados, lo que provoca confusión respecto a los pasos que deben seguirse para formalizar una propiedad; además, pese a contar con un marco legal para la formalización rural, la aplicación real de estas disposiciones es irregular. La escasez de personal con formación especializada y las restricciones presupuestales han generado demoras importantes en la emisión de títulos; Huamán (2024) señala incluso que solo alrededor del 30% de las solicitudes ingresa a una fase de resolución en un plazo considerado razonable. Como consecuencia, los objetivos institucionales de DIREFOR, entre ellos incrementar el número de

predios formalizados cada año, no se cumplen de forma satisfactoria; la ausencia de indicadores claros para evaluar el desempeño administrativo profundiza aún más esta dificultad.

En relación con los efectos de la gestión administrativa sobre la experiencia que tienen los usuarios, se han identificado repercusiones directas dentro de la atención que se brinda a los usuarios constituye un componente crítico en cualquier organismo público. En el caso de la DIREFOR Huaura, una parte importante de los usuarios ha manifestado descontento con la forma en que son atendidos; un estudio desarrollado por Reynoso (2023) muestra que un 49% de los encuestados percibe la atención como regular o deficiente. Además, la idea de mejora continua, que debería orientar los esfuerzos institucionales para ajustarse a las necesidades cambiantes de la ciudadanía, se encuentra poco desarrollada; la DIREFOR presenta un interés limitado en implementar mecanismos que recojan de manera sistemática la retroalimentación de los usuarios. Esta carencia reduce la capacidad de la entidad para introducir cambios basados en la experiencia real de quienes gestionan la formalización de sus predios. En definitiva, el nivel que se encuentra de satisfacción en los usuarios refleja de manera directa el desempeño administrativo; Huamán (2024) indica que muchas personas sienten que sus expectativas no se cumplen, principalmente por los tiempos prolongados de atención y una falta de información más clara sobre el estado de sus expedientes.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

PG: ¿Qué relación existe entre la gestión administrativa y la satisfacción del usuario en la Dirección Regional de Formalización de la Propiedad Rural. Huaura, periodo 2024?

1.2.2 Problemas específicos

PE1: ¿Qué relación existe entre los procesos administrativos y la satisfacción del usuario en la Dirección Regional de Formalización de la Propiedad Rural. Huaura, periodo 2024?

PE2: ¿Qué relación existe entre el cumplimiento de funciones y la satisfacción del usuario en la Dirección Regional de Formalización de la Propiedad Rural. Huaura, periodo 2024?

PE3: ¿Qué relación existe entre los logros de los objetivos organizacionales y la satisfacción del usuario en la Dirección Regional de Formalización de la Propiedad Rural. Huaura, periodo 2024?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

OG: Determinar la relación que existe entre la gestión administrativa y la satisfacción del usuario en la Dirección Regional de Formalización de la Propiedad Rural. Huaura, periodo 2024.

1.3.2 Objetivos específicos

OE1: Determinar la relación que existe entre los procesos administrativos y la satisfacción del usuario en la Dirección Regional de Formalización de la Propiedad Rural. Huaura, periodo 2024.

OE2: Determinar la relación que existe entre el cumplimiento de funciones y la satisfacción del usuario en la Dirección Regional de Formalización de la Propiedad Rural. Huaura, periodo 2024.

OE3: Determinar la relación que existe entre los logros de los objetivos organizacionales y la satisfacción del usuario en la Dirección Regional de Formalización de la Propiedad Rural. Huaura, periodo 2024.

1.4 Justificación de la investigación

La investigación llego a profundizar en la comprensión de la variable gestión administrativa y su relación que tiene con la satisfacción del usuario, la cual trata de impulsar de esta manera las distintas iniciativas para mejorar los servicios públicos. Esta investigación llega a ser clave para perfeccionar los procesos administrativos dentro de la institución logrando facilitar el cumplimiento eficaz de sus distintas funciones y el logro de las metas organizacionales.

Los resultados llegaron a brindar información práctica orientada a poder optimizar la atención al usuario y promover una cultura de mejora permanente que beneficie tanto a la población como a la institución. En la cuestión social la investigación fomentaría un efecto positivo al llegar aumentar la satisfacción que los usuarios perciben promoviendo una gestión más transparente y eficiente que responde mejor a las expectativas de la comunidad.

Además, la viabilidad de la investigación estuvo asegurada gracias a la predisposición de datos y recursos dentro de la institución lo que permitió realizar un análisis riguroso y pertinente. De esta manera esta investigación aporta un insumo valioso para fortalecer la calidad de la gestión pública con beneficios tangibles en la experiencia de los usuarios.

1.5 Delimitación del estudio

El trabajo de investigación se enfocó en poder evaluar cómo la variable gestión administrativa se relaciona con la satisfacción de los usuarios en la institución pública pues esta investigación se realizó únicamente en la Dirección Regional de Formalización de la Propiedad Rural de Huaura, lo que ayudo a concentrar el análisis en un entorno definido.

Se llego a considerar como población de estudio a los usuarios que fueron atendido en un mes particular del durante el año 2025; esto posibilitó captar la experiencia y opinión vigente de quienes se relacionaron directamente con la institución.

La investigación se pudo llevar a cabo entre los meses de diciembre del 2024 y marzo del 2025; periodo durante el cual se recogieron datos actuales y culmino la investigación con el análisis y aporte de los resultados.

Capítulo II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

2.1.1 Investigaciones internacionales

Holguín y Escobar (2024) desarrollan el artículo titulado "Calidad del servicio y su incidencia en la satisfacción del usuario en ventanilla universal de la empresa pública Autoridad de Tránsito Municipal de Guayaquil, Ecuador", elaborado en la Universidad Técnica de Manabí, Ecuador. En dicho estudio se plantea como objetivo analizar cómo la calidad del servicio influye en la satisfacción de los usuarios que acuden a la ventanilla universal de esta entidad; la investigación se enmarca en un diseño no experimental, transversal y descriptivo con enfoque cuantitativo. La muestra estuvo conformada por 144 usuarios que realizaban trámites relacionados con la gestión de infracciones y servicios de tránsito; los resultados muestran que la institución no satisface las expectativas de los usuarios, evidenciándose una brecha promedio de insatisfacción de -0,56 en relación con la calidad del servicio brindado. A partir de ello, los autores concluyen que, según la percepción que llegan a tener los usuarios, la calidad del servicio depende en gran medida del fortalecimiento de dimensiones como la seguridad, la fiabilidad y la capacidad de respuesta.

Por su parte, Cedeño et al. (2023) presentan el artículo "Gestión administrativa y su incidencia en la satisfacción del usuario de la empresa de agua El Chumo", desarrollado en la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí, Ecuador. El objetivo central es determinar cómo incide el liderazgo en la gestión administrativa y en la satisfacción de los usuarios de la empresa de agua potable "El Chumo" en la zona urbana del cantón Chone; para ello se emplearon métodos de investigación inductivo, deductivo y de campo, encuestando a 406

personas. La muestra se sustentó en distintas revisiones de fuentes documentales, es decir, en una investigación de tipo documental. Entre los hallazgos se reporta que 36 usuarios (8,9%) consideran que la atención del personal es muy insatisfactoria; 20 (4,9%) la califican como insatisfactoria; 124 (30,5%) la perciben neutral; 150 (36,9%) la describen como satisfactoria y 76 (18,7%) señalan que la atención es muy satisfactoria. Con base en estos datos, se concluye que el liderazgo predominante en la empresa es de tipo estratégico, ya que guarda una relación estrecha con los aspectos competitivos y organizacionales de la entidad.

En el trabajo de Barriga y Mendoza (2022), en su investigación titulada “Gestión administrativa y su impacto en la satisfacción del cliente de la empresa Nítido Mkt”, realizada en la Universidad Técnica de Manabí (Ecuador), se proponen examinar la gestión administrativa y su influencia en la satisfacción de los clientes de Nítido Marketing & Business, empresa situada en el cantón Manta, provincia de Manabí. El estudio adopta un diseño no experimental de corte transversal, con una población integrada por 20 colaboradores y 5 clientes de la organización. Las encuestas dirigidas a los colaboradores indican que la gestión administrativa se percibe predominantemente como muy satisfactoria, y en menor medida como satisfactoria, lo que denota una ejecución eficiente de las labores administrativas. Las autoras determinan la existencia de una relación positiva y estadísticamente significativa entre la gestión administrativa y la satisfacción del cliente, sustentada en la correlación observada entre ambas variables.

Pérez et al. (2022) presentan la investigación “Análisis de correlación entre la gestión administrativa y la satisfacción del usuario interno en la Red Salud Casanare E.S.E. durante la pandemia por Covid-19 en el año 2021”, publicada en la revista Gestión y Desarrollo Libre, Colombia. El problema que orienta el estudio se formula en los siguientes términos: ¿qué implicaciones generó la pandemia por Covid-19 en la gestión administrativa de la Red Salud

Casanare E.S.E.?; la investigación se ubica en un paradigma mixto, combinando enfoques interpretativo y positivista, con un diseño no experimental y de carácter descriptivo. En una primera fase se trabajó con 6 personas directamente vinculadas con la gestión administrativa y, en una segunda etapa, con 151 usuarios internos de las IPS de la Red. Entre los resultados se determina que la planeación no incide de manera significativa en el bienestar de los usuarios internos, lo que se expresa en la hipótesis nula: la planeación es independiente del bienestar de los usuarios internos. La prueba de Pseudo R arroja un coeficiente de Nagelkerke de 0,285, lo que indica que la variable predictora explica aproximadamente el 28,50% del bienestar de los usuarios internos de la Red Salud Casanare E.S.E.

Finalmente, Peñafiel (2020) desarrolla la investigación “Efectos de la gestión administrativa en la satisfacción de los usuarios de la Universidad Técnica de Babahoyo”, como trabajo inicial para poder tener el título de ingeniero comercial y empresarial en la Escuela Superior Politécnica del Litoral de Ecuador. El objetivo principal consiste en elaborar un diagnóstico sobre la gestión administrativa y su efecto sobre la satisfacción de los usuarios, con la finalidad de mejorar los diferentes procesos administrativos y académicos de la Universidad Técnica de Babahoyo; el estudio adopta un enfoque mixto, combinando técnicas cualitativas y cuantitativas. La población y muestra estuvieron integradas por 30 servidores administrativos vinculados a los procesos sustantivos de la universidad. Los resultados muestran que el 33% de los encuestados considera que la gestión administrativa siempre cumple con los objetivos institucionales; el 24% opina que solo a veces se cumplen y el 28% sostiene que nunca se alcanzan dichos objetivos. A partir de estos hallazgos, se concluye que existe un bajo nivel de cumplimiento de la gestión administrativa si se toman como referencia los objetivos establecidos

en el PEDI, lo que evidencia la necesidad de fortalecer la planificación y el seguimiento de la gestión institucional.

2.1.2 Investigaciones nacionales

Espino (2024) en su tesis en la Universidad Ricardo Palma, se propuso definir la relación entre la gestión administrativa con la satisfacción de los clientes en una empresa cementera global. El estudio aplicó un enfoque cuantitativo no experimental y transversal con una muestra de 80 clientes internos de una población total de 100; los resultados indicaron que más del 53% de los encuestados se sintieron muy satisfechos y el 45% satisfechos; en conclusión, la asociación entre ambas variables de la gestión y satisfacción fue significativa.

Sangacha (2023), en la Universidad Nacional de Tumbes, Ecuador, investigó la relación entre la gestión administrativa y la satisfacción de los usuarios en la parroquia Bilován en 2022, usando métodos cuantitativos y una muestra de 80 personas. Los resultados mostraron que la organización recibió calificaciones positivas, con un 45% en “buena” y un 25% en “muy buena”, lo cual evidenció una relación significativa entre gestión y satisfacción.

Chávez y Torres (2023), en la Universidad César Vallejo, analizaron la gestión administrativa y relación con la satisfacción en la administración local de agua en Huaraz con una muestra de 234 usuarios. La gestión administrativa fue considerada regular en un 50% y la satisfacción media en un 46%. Se encontró una correlación positiva importante (p-valor = 0.001; Rho = 0.869) entre ambas variables.

Mendoza y Oscco (2023) estudiaron esta relación en la municipalidad provincial de Ica con una muestra de 162 usuarios, observando que casi la mitad percibió una gestión administrativa en nivel regular; la correlación entre gestión y satisfacción fue fuerte (0.851) con significancia estadística (p-valor = 0.000).

Por último, Polanco (2022) en la Universidad Privada del Norte analizó la gestión administrativa y satisfacción en el sector educativo CAFAE. Con una muestra de 175 usuarios, encontró que el 54% manifestó un nivel bajo de satisfacción y otro 35% alto. La correlación entre gestión y satisfacción fue muy alta y significativa (rho = 0.984; $p < 0.01$).

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Variable 1: Gestión administrativa

2.2.1.1 Definiciones

Caldas et al. (2017) definen la gestión administrativa como la planificación adecuada de actividades acompañada de estrategias que permiten mantener un ritmo constante en el avance de una entidad; destacan que esta gestión es fundamental para lograr las actividades con efectividad y eficiencia. Ramírez et al. (2017), por su parte, entienden la gestión administrativa como un conjunto de distintos procesos que están relacionados a poder gestionar mejor la organización con el propósito de poder verificar el cumplimiento de las metas desde la eficiencia y eficacia. Koontz et al. (2017) describen la gestión como el proceso de crear y mantener un ambiente propicio para que las personas colaboren y alcancen los objetivos organizacionales. De manera similar, Chiavenato (2014) señala que la administración implica planear, organizar, dirigir y controlar los recursos y competencias para conseguir las metas propuestas; mientras que Hitt et al. (2006) la definen como la organización y asignación de recursos para completar tareas en un contexto organizacional. Finalmente, Robbins y Coulter (2005) explicaron que tener la gestión en perfectas condiciones requiere coordinación de tareas y acciones para que se realicen efectivamente, tanto a nivel individual como colectivo.

2.2.1.2 Sustento teórico

2.2.1.2.1 Perspectivas de la gestión administrativa

Para Koontz et al. (2017) llegaron a plantear que la administración aborda diferentes aspectos incluyendo dimensiones relacionadas con lo empresarial, lo global y la innovación; los cuales se pueden analizar desde distintas posturas. En cuanto a la perspectiva global, los autores explican que el liderazgo en un entorno internacional exige un entendimiento más profundo de los diferentes factores que rige la sociedad para que se pueda trascender fronteras; para eso, los gerentes de distintas áreas deben desarrollar distintas capacidades del empleado que puedan permitir operar en escenarios internacionales complejos, este entendimiento es fundamental para captar las dinámicas tanto en países emergentes como en aquellos ya consolidados.

Sobre el factor de innovación, Koontz et al. (2017) señalaron que la capacidad innovadora es esencial para el progreso de empresas e instituciones actuando como un motor clave en el competitivo escenario actual; la innovación resulta indispensable para las instituciones, sean estas lucrativas o no lo sean y representa un factor determinante que influye directamente al logro o al fracaso. Por ejemplo, una institución pública que incorpora tecnología innovadora en sus procesos administrativos puede mejorar la eficiencia y la calidad de atención a los usuarios, lo que impacta de manera positiva en la satisfacción del usuario y en la percepción general de la gestión.

Koontz et al. (2017) subrayan la importancia del espíritu emprendedor en la creación de nuevas organizaciones. Sin embargo, en este caso la innovación llega a desempeñar un papel significativo en la mejora de productos y servicios que ya existen, donde el emprendedor llega a financiar la empresa y el innovador contribuye a la mejora o perfeccionamiento del bien que la empresa desea comercializar.

2.2.1.2.2 Propósitos de la gestión administrativa

León et al. (2007) señalaron que la gestión se construye sobre diversos elementos fundamentales que desempeñan un papel vital en el funcionamiento de una organización. Primero, el análisis estratégico consiste en investigar las condiciones en las cuales opera la empresa, abarcando variables como la política interna, la normativa legal, el contexto económico y las relaciones sociales tanto a nivel nacional como global; este estudio permite anticipar factores externos que puedan afectar la continuidad del negocio.

Luego está la gestión organizacional o proceso administrativo que implica establecer un marco integral con actividades claras de manera alternativa y tácticas definidas, metas específicas y parámetros de evaluación de esta manera asignando responsabilidades a personas calificadas para su cumplimiento.

La gestión de las distintas tecnologías de la información se llega a enfocar en administrar los recursos tecnológicos y virtuales; así, como las redes internas y los canales de comunicación desde la alta dirección hasta los niveles operativos.

En cuanto a la gestión financiera, esta vela por administrar, monitorear y controlar de forma eficiente los recursos económicos de la institución; su objetivo es asegurar una adecuada recaudación y administración de los activos y un uso consciente que genere ventajas y beneficios tangibles.

Por otra parte, la gestión de recursos humanos procura de formar y capacitar al personal para que desempeñe las distintas funciones de manera eficiente con los recursos disponibles; esto abarca desde el proceso de selección hasta la adecuación de un ambiente de trabajo propicio y oportunidades de desarrollo profesional.

También, la gestión de operaciones y la gestión de logística de abastecimiento y distribución lo que buscan es garantizar que se cuente con los insumos necesarios para satisfacer al usuario, asegurando que los distintos procesos se ejecuten de manera adecuada para ofrecer productos o servicios de calidad.

Finalmente, la gestión ambiental lleva a promover la conciencia sobre la protección de los recursos naturales y la preservación de las áreas verdes, aplicando ejecuciones para minimizar el impacto ambiental, aunque estas no siempre estén directamente relacionadas con las operaciones de la organización.

2.2.1.2.3 Principios de la gestión administrativa

Meza (2022) expone seis principios, formulados en 1916, que serán abordados en este estudio, organizados según su relevancia para la investigación. Estos fundamentos son:

Disciplina: Resalta la necesidad de que los colaboradores trabajen unidos y ordenadamente; para lograr este esfuerzo conjunto, es imprescindible aplicar sanciones justas y equitativas cuando sea necesario.

Unidad de mando: Establece que cada trabajador debe recibir órdenes de una sola autoridad para no tener confusiones y conflictos dentro de la organización.

Unidad de dirección: Asegura que toda la entidad debe orientarse hacia metas comunes, manteniendo una única línea de acción coherente.

Orden: Para optimizar la coordinación entre todos los materiales y trabajadores involucrados en un aspecto particular de actividad deben estar ubicados en áreas específicas dentro de la organización garantizando que cada quien esté en su lugar.

Equidad: Según Fayol, este principio es distinto de la justicia y conlleva la aplicación de normas claras; no obstante, como las reglas no pueden prever todas las situaciones, deben

ser interpretadas y adaptadas con flexibilidad, manteniendo en todo momento un trato lo más igualitario posible hacia los empleados.

Espíritu de equipo: Indica que los líderes deben promover un ambiente de armonía y buena voluntad entre los trabajadores, pues estas actitudes representan fuerzas clave para el éxito organizacional.

Por otro lado, García (2018), en su análisis sobre las bases filosóficas del pensamiento administrativo en Occidente, señala que este se ha enriquecido sobre todo a partir de la práctica de la administración en organizaciones; fundamenta su enfoque en una visión objetiva de la realidad, buscando explicar el comportamiento de los colaboradores.

2.2.1.2.4 Características de la gestión administrativa

León et al. (2007) destacan que, en las organizaciones, la imagen responsable de liderar y gestionar adecuadamente la entidad orgánica es el gerente, esta persona debe llegar asegurar una comunicación efectiva y un uso eficiente de los recursos disponibles con el fin de agregar valor a la organización. Para ello, el gerente debe enfocarse en varias áreas clave:

Establecer parámetros, medidas y normas, así como alternativas para la gestión. - Dirigir y guiar a los equipos de trabajo. - Supervisar y controlar el presupuesto disponible de la entidad. - Proponer distintas alternativas para administrar y motivar de manera más efectiva a los empleados. - Realizar un seguimiento y verificación de los pagos, tanto mensuales como extraordinarios, al personal. - Implementar capacitaciones y preparaciones para poder mejorar todas las habilidades necesarias y el potencial laboral de los colaboradores. - Llevar a cabo evaluaciones e investigaciones sobre la relación entre los empleados. - Mantener informados a todas las áreas, especialmente a la gerencia, sobre lo que sucede en la organización. - Elaborar planes y previsiones de ventas. -

Desarrollar alternativas tácticas para garantizar la correcta ejecución de las ofertas y activos. - Informar y discutir con el personal sobre los entornos en los que desempeñarán sus funciones. (p.24)

2.2.1.2.5 Funciones de la gestión administrativa

Chiavenato (2007) señala los siguientes aspectos:

Planificación: Considerada el punto de partida de toda actividad y de los procesos que la complementan. Implica establecer metas y objetivos, tanto primarios como secundarios, determinar el tiempo necesario, los recursos requeridos y la metodología a seguir. Esto se realiza después de llevar a cabo un análisis situacional relacionado con el mercado objetivo, la competencia y el contexto.

Organización: Se trata de poder implementar un nuevo plan de estructuración que asigne y divida al personal junto con los recursos financieros necesarios para que cada uno pueda cumplir con sus responsabilidades en función de lo que la entidad les ha encomendado. En esta fase también se definen los diferentes departamentos o áreas funcionales.

Dirección: Se entiende a la implementación de las tácticas elegidas para guiar a los colaboradores hacia el cumplimiento de los objetivos establecidos, utilizando diversos factores como incentivos y redes de comunicación.

Control: Implica verificar y observar que los resultados obtenidos por los colaboradores se alineen con las tácticas seleccionadas, con el fin de asegurar que se tomen decisiones adecuadas, se aborden las desviaciones de los objetivos y se resuelvan problemas. Además, permite evaluar la situación de los resultados alcanzados en comparación con lo que se había previsto, identificando debilidades para redirigirlas hacia el camino correcto.

2.2.1.2.6 Objetivos de la gestión administrativa

Se pretende analizar las formas de mejorar el rendimiento y la productividad del personal, impulsando tanto una adecuada gestión financiera como el fortalecimiento de las competencias laborales mediante programas de capacitación; de ese modo, se busca asegurar la estabilidad institucional y su sostenibilidad económica en los años venideros.

De acuerdo con Robert (2008), la eficiencia organizacional se consolida a partir de diversas acciones estratégicas. En primer lugar, la manera en que una empresa orienta sus esfuerzos depende directamente de su modelo de gestión y de la mentalidad predominante dentro de su estructura; por tal motivo, resulta indispensable dirigir correctamente el talento humano y los recursos materiales y financieros, eligiendo con criterio las actividades empresariales que se van a ejecutar.

Por otro lado, Chiavenato (2014) plantea que la eficiencia de una institución se logra priorizando la excelencia operativa. Para ello, considera esencial mantener un desempeño elevado mediante la mejora continua de los procesos, lo que implica supervisar y evaluar las actividades internas para verificar su alineación con los objetivos trazados. Además, aconseja aplicar metodologías de trabajo modernas que faciliten las operaciones y reduzcan los márgenes de error; en esa línea, la optimización de recursos adquiere un papel fundamental, ya que permite ofrecer productos y servicios de mayor calidad que fortalezcan la posición de la organización en su mercado objetivo.

2.2.1.2.7 Importancia de la gestión administrativa

Tejeda (2014) llego a destacar que estas acciones son esenciales para facilitar que grupos o comunidades logren una estabilidad económica que satisfaga sus necesidades básicas de existencia. Este objetivo requiere contar con parámetros que estén claros, mecanismos de control

y estructuras de liderazgo que aseguren el cumplimiento de manera efectiva de las metas planteadas.

Por su parte, Chiavenato (2014) señalo que la administración tiene un papel vital en la gestión de la sociedad moderna, esta sostiene que a través de una buena administración se pueden ejecutar las tareas correctas, optimizando costos y pueda garantizar eficiencia y eficacia en los procesos internos.

Lazzo (2012) añade que el éxito de una organización se refleja directamente en sus resultados, ya sean positivos o negativos, y esto influye en su rentabilidad; hacia finales del siglo XIX, la teoría administrativa de Fayol comenzó a cobrar relevancia al enfatizar la colaboración entre los trabajadores y la capacidad de la empresa para alcanzar sus objetivos a través del trabajo conjunto.

Terry (1996) sostiene que, según George Terry, el éxito de las empresas radica en una administración efectiva, en la que los recursos humanos y físicos se complementen adecuadamente. Por lo tanto, toda organización depende de una buena gestión para cumplir con sus metas y objetivos. El éxito empresarial está vinculado a la consecución de objetivos económicos, sociales y políticos, lo que recae principalmente en la competencia del administrador.

2.2.1.2.8 Beneficios de la gestión administrativa

Según Meza (2022), una gestión administrativa bien aplicada genera múltiples ventajas que resultan esenciales para alcanzar el éxito empresarial; aun así, algunas destacan por su impacto directo en el desempeño y sostenibilidad de la organización.

En primer lugar, un adecuado manejo del sistema administrativo impulsa la productividad al reorganizar y mejorar los procesos internos; de este modo, se identifican aquellos

procedimientos que puedan perjudicar el rendimiento y se transforman en oportunidades de mejora. Cuando las tareas se llegan a optimizar y se eliminan los cuellos de botella, el equipo trabaja con mayor libertad y eficacia. Además, el responsable administrativo puede destinar su tiempo a labores estratégicas en poder orientar a fortalecer la estructura general del negocio.

Otra ventaja radica en la capacidad de la gestión para mantener la atención dirigida hacia los objetivos prioritarios. Cuando una empresa cuenta con una planificación clara, estrategias precisas y un equipo alineado con las metas comunes; los desafíos que antes parecían difíciles de alcanzar se convierten en resultados posibles y medibles a distintos plazos. Esta claridad operativa permite que cada colaborador entienda su función dentro del conjunto y se comprometa con los logros institucionales.

Finalmente, gestionar de manera eficiente significa aprender a hacer más con menos. Al definir indicadores de desempeño y aplicar estrategias racionales, la organización consigue reducir costos y aprovechar mejor sus recursos. Esto conduce a una estructura más ágil, donde los problemas se detectan rápidamente y pueden resolverse con soluciones realistas y sostenibles. Tal eficiencia no solo mejora la calidad de los productos y servicios, sino que también incrementa la motivación del personal; y esa satisfacción interna se refleja en una mejor experiencia para los clientes.

2.2.1.2.9 Tipos de gestión administrativa

Zuluaga (2008) plantea diferentes tipos de gestión administrativa, cada uno con un propósito específico para optimizar el funcionamiento de una organización. En cuanto a la gestión empresarial, se trata de un conjunto de acciones coordinadas que buscan potenciar la productividad de los trabajadores, al mismo tiempo que fomentan su compromiso con las tareas asignadas; aquí se enfatiza la planificación, incorporación y supervisión de alternativas que

mejoren tanto las labores productivas como administrativas. Por otro lado, la gestión ambiental se enfoca en proteger el entorno natural mediante prácticas que promueven el uso responsable de los recursos, acompañadas de un seguimiento riguroso que busca elevar la calidad de vida de la comunidad.

La gestión del talento humano, según Zuluaga, apunta a crear un ambiente laboral favorable donde los empleados se sientan cómodos y motivados; esto implica desde establecer criterios adecuados para la contratación hasta ofrecer capacitaciones, seguros y beneficios que fortalezcan la vinculación con la empresa. En el ámbito social, esta gestión tiene como objetivo generar un clima de confianza y colaboración entre todos los niveles de la organización, facilitando la comunicación entre la alta dirección y el personal operativo. Por su parte, la gestión comercial se centra en garantizar la rentabilidad empresarial a través de productos y servicios que satisfagan a los clientes, buscando también mejorar continuamente la posición en el mercado mediante indicadores y calidad constante.

2.2.1.3 Teorías

Teoría del control

Según Vizcarra (2016) la teoría del control implica que las empresas, a través de sus altos ejecutivos, estas tendrían que establecer sistemas específicos para supervisar y evaluar los resultados de todas las decisiones que se llegan a tomar y los beneficios obtenidos. Para esto es esencial crear un plan organizacional y aplicar métodos con procedimientos coordinados que protejan los recursos aseguren la obtención de información financiera precisa y oportuna y promuevan la eficiencia operativa todo mientras se adhieren a las estrategias nomas y políticas definidas por la alta dirección.

Teoría de la autoevaluación del control

Vizcarra (2016) también presenta la teoría de la autoevaluación del control la cual sugiere que las tradiciones y raíces de las empresas estas deben servir como guía, pero no como un impedimento para el progreso. La autoevaluación transforma la manera en que se desarrolla el control interno al involucrar al personal en la evaluación participativa de los procesos. Esta teoría sostiene que el control interno es una responsabilidad compartida, por lo que todos los empleados deben colaborar para aumentar el entorno de control. Si algún procedimiento o tarea crucial para el éxito de los productos no está funcionando de manera óptima, es tarea de todos trabajar juntos para perfeccionarlo.

Teoría de las decisiones

Álvarez (2015) plantea que los gerentes se enfrentan a problemas cotidianos que requieren seleccionar soluciones entre diversas alternativas. Debido a la incertidumbre inherente, no siempre es posible predecir las consecuencias de las decisiones tomadas, ni asegurar que la opción elegida generará los mejores resultados. Además, los problemas pueden ser complejos, ya que pueden involucrar múltiples alternativas y factores a considerar. Esto requiere que la gerencia esté preparada para mejorar una gestión económica eficiente basada en criterios correctas, oportunas y relevantes, que les permitan abordar los variados problemas que surgen diariamente.

Teoría de la gestión

Según Herrera (2016), a lo largo de la historia, la gestión ha sido considerada dentro del mundo empresarial como un intento de lograr eficacia y eficiencia, con una mirada tecnocrática y restringida. En estos tiempos, esta visión entiende la gestión que está ligada con la capacidad de planificar, organizar y dirigir los recursos dentro de una compañía para optimizar sus

oportunidades. Las decisiones que el gerente realice deben centrarse en cumplir los objetivos y metas previamente establecidos, así como en atender a las responsabilidades que surjan de ellos, especialmente al buscar distintas fuentes de financiamiento que ofrezcan liquidez necesaria para llevar a cabo inversiones tanto temporales como permanentes, asegurando de esta manera que las operaciones continúen satisfaciendo las necesidades de los consumidores.

Teoría de los sistemas de información

Areens (2014) afirma que un sistema de información representa, en su conjunto, un objetivo alcanzable. La planificación adecuada a largo plazo, fundamental para lograr ese objetivo, solo puede realizarse si se comprenden las numerosas dimensiones del concepto de sistemas de información. Esto se debe a la complejidad de dichas dimensiones, ya que ninguna definición simple es suficiente. Un sistema de información puede definirse como un conjunto de subsistemas que están coordinados de manera lógica y que convierten datos en información útil de diversas maneras, mejorando así los procesos de producción y distribución de productos para hacer frente a las crecientes demandas de los consumidores.

2.2.1.4 Dimensiones

Salazar (2019) identifica tres dimensiones fundamentales dentro de la gestión administrativa que permiten estructurar y lograr los objetivos organizacionales.

Proceso administrativo

La primera es el proceso administrativo, que consiste en sistematizar una serie de actividades necesarias para alcanzar metas establecidas. Esto implica inicialmente definir claramente los objetivos, luego determinar con precisión los recursos que se requerirán para llevar a cabo las tareas; después, se procede a coordinar las actividades involucradas y

finalmente se verifica si las metas se han cumplido. Cada una de estas fases incluye las funciones esenciales de planificación, organización, dirección y control, tal como señala Blandez (2014).

Cumplimiento de funciones

En cuanto al cumplimiento de funciones, esta dimensión se refiere a la ejecución acertada de las responsabilidades asignadas, sirviendo como un indicador claro del desempeño en el ambiente laboral. Según Pérez y Gonzales (2016), esta medida refleja en qué grado una organización consigue los resultados que espera; así, evaluar el nivel de cumplimiento permite identificar qué tan efectivos han sido los procesos productivos para alcanzar los objetivos, lo que impulsa el desarrollo de manea permanente de la organización, como también destaca Goerlich (2010).

Logro de objetivos organizacionales

Por último, el logro de objetivos organizacionales es descrito por Mejías y Osorio (2009) al citar a López (2007), quien define un objetivo organizacional como la meta concreta que una empresa aspira a conseguir y que representa la visión futura de la misma. Cuando esta meta se hace realidad, se generan nuevas metas para seguir avanzando. Estos objetivos tienen particularidades importantes: son declaraciones escritas que definen los resultados esperados en un plazo determinado; actúan como guías para las actividades empresariales y representan el cierre del ciclo de planificación; tienen una jerarquía y forman un entramado de resultados deseados; y deben ser siempre realistas y estar alineados con la estrategia adoptada.

2.2.1 Variable 2: Satisfacción del usuario

2.2.2.1 Definiciones

Lovelock y Wirtz (2009) definen la satisfacción como la evaluación que realiza el cliente luego de adquirir un bien o tras diversas interacciones con este; además, desde la perspectiva del

usuario, se entiende la satisfacción como un sistema informativo que se mide en base a los resultados obtenidos de productos o servicios, teniendo en cuenta tanto la cantidad como la efectividad de esos resultados (Rey, 2000). Por otro lado, Vavra (2006) sostiene que la satisfacción es una respuesta emocional que surge cuando el cliente o usuario contrasta sus expectativas iniciales con la experiencia real vivida al utilizar un bien o servicio después de la compra. De manera similar, Kotler y Armstrong (2013) indican que:

> La satisfacción se fundamenta en la comparación entre el rendimiento percibido de un producto y las expectativas del consumidor; si el desempeño es menor a lo anticipado, el cliente se siente insatisfecho, mientras que, si lo supera, la satisfacción puede alcanzar niveles altos de entusiasmo. (p. 14)

De igual forma, Lovelock et al. (2011) afirman que la satisfacción se puede ver como una actitud que se origina de la evaluación que se hace tras la compra o después de diversas interacciones entre el consumidor y el producto. Como conclusión, Galviz (2011) resalta que: “la satisfacción de los usuario es la impresión que se tiene sobre los diferentes servicios que ha recibido; enfatiza que lo relevante no es el valor asignado, sino la evaluación final dada por el propio usuario” (p. 62).

A partir de estas perspectivas, se puede definir la satisfacción del usuario como la relación coherente entre las expectativas que tiene sobre la atención y la atención real que percibe en la entrega de bienes o servicios; esta conexión lógica es fundamental para entender cómo los usuarios valoran su experiencia y cómo las organizaciones pueden mejorar la calidad percibida.

2.2.2.2 Sustento teórico

2.2.2.2.1 Expectativas del usuario

En sus inicios, las expectativas fueron consideradas un motor que despertaba mayor interés competitivo; al observar resultados positivos, surgió la motivación de alcanzar ingresos superiores. No obstante, al no establecerse normas precisas ni un enfoque claro, las expectativas pasaron a ser simplemente un valor adicional dentro de la entrega de productos o servicios (Peralta, 2016).

> Varias teorías señalan que las expectativas dependen profundamente de las percepciones del cliente o usuario, quienes, por naturaleza humana, tienden a esperar más de lo que reciben; así, esas expectativas se convierten en demandas valoradas, donde el cliente es el centro para el crecimiento sostenido del mercado. (Santacruz, 2015, p.16)

Desde otra mirada, las expectativas representan actitudes que un cliente puede adoptar hacia una empresa o institución; para satisfacerlas, es indispensable ofrecer una atención al cliente de calidad que potencie aspectos como una comunicación clara, la motivación del equipo y relaciones interpersonales efectivas (Estrada, 2007).

Además, las expectativas expresan lo que el consumidor espera vivenciar tras recibir un servicio o producto, lo cual permite evaluar el impacto real de lo solicitado y detectar oportunidades para mejorar y enriquecer la experiencia, generando así un mayor valor para el cliente (Martínez, 2016).

> Aporta una visión sobre las complejidades en mantener servicios de calidad ante la dispersión geográfica de las personas y la intensidad de la interacción humana; señala que conocer las expectativas de los usuarios y definir normas adecuadas es solo una parte del

> reto; se requiere también establecer procesos claros y capacitar a las personas para alcanzar los altos estándares que se demandan. (Galviz, 2011, p.52)

2.2.2.2.2 Percepción del usuario

La percepción es un proceso mediante el cual se selecciona y extrae la información que se considera relevante; este mecanismo es crucial pues genera un estado consciente de claridad y lucidez, lo que favorece una actuación más segura y racional, manteniendo coherencia con el entorno que rodea al individuo. A simple vista, ciertas características como colores, formas, modos de trabajo o niveles de atención pueden ser identificadas y evaluadas según el sentido común, aunque todo depende de la interpretación personal y de cómo se valoran tanto los aspectos positivos como negativos de esa información (Oviedo, 2014).

En otra perspectiva, Echegaray (2023) cita a Fernández (2017), quien define la percepción como:

> Un proceso activo y constructivo; el perceptor procesa inicialmente la información junto con datos almacenados en su memoria para consolidar la conciencia y darle sentido, apoyándose en aprendizajes previos. Esta percepción se considera un conjunto de actividades relacionadas con la estimulación sensorial que nos permite obtener información sobre el entorno en el que nos desarrollamos. (p.41)

Finalmente, según Melgarejo (2014): “la percepción ha sido durante mucho tiempo un tema de creciente interés, especialmente en el ámbito de la evaluación de la atención al cliente, donde su estudio se cuantifica en áreas como las ventas, el comportamiento comercial y la prestación de servicios (p.41).

2.2.2.2.3 Atención al ciudadano

En estos últimos años, la atención al ciudadano ha ganado gran relevancia tanto en el sector empresarial como en las instituciones públicas, debido a que ambas buscan satisfacer las necesidades de los usuarios. Acedo (2002) destaca que:

> En la ciudad de Mérida, esta atención se estructura en dos vertientes principales, con una tercera en proceso de implementación; esto refleja el compromiso de la concejalía de Participación Ciudadana, la Oficina Municipal de Atención al Consumidor y la concejalía de Régimen Interior para garantizar servicios efectivos. (p.35)

Es relevante explorar cómo estas garantías ofrecidas por las diferentes concejalías influyen en la percepción pública y mejoran la relación entre las entidades y los ciudadanos. Por ejemplo, la implementación de mecanismos participativos y espacios de atención personalizados puede fortalecer la confianza de la población y hacer que se sientan realmente escuchados. Además, la existencia de una tercera vertiente en desarrollo muestra que estos sistemas están en constante evolución para adaptarse a nuevas necesidades.

2.2.2.2.4 Beneficios de la satisfacción

La satisfacción de los usuarios ofrece numerosos beneficios que cualquier empresa u organización puede aprovechar. Estos beneficios se pueden resumir en tres categorías principales que destacan la importancia de alcanzar la satisfacción del usuario, según Palomino (2022):

> **1.** Un usuario satisfecho tiende a regresar para realizar nuevas compras. Esto significa que la empresa se beneficia de su lealtad, lo que le brinda la oportunidad de venderle el mismo producto o servicios adicionales en el futuro.

2. Un usuario satisfecho comparte sus experiencias positivas con el producto o servicio con otras personas. Esto genera una difusión gratuita de la empresa a través de recomendaciones a familiares, amigos y conocidos.

3. Un usuario satisfecho ignora a la competencia. Esto permite a la empresa asegurar un lugar específico (participación) en el mercado.

La satisfacción del usuario puede ser entendida como las emociones que experimenta una persona al comparar el rendimiento de un producto o servicio específico con lo que ella misma esperaba (Kotler, 1997). Esta emoción puede generar varios beneficios para la organización, que se pueden clasificar de la siguiente manera:

a) Recompras: un usuario que se siente satisfecho tiene más probabilidad de realizar compras nuevamente, lo que contribuye a establecer lealtad y facilita la venta del mismo o de otros productos.

b) Recomendaciones: una persona que ha tenido una experiencia positiva suele compartir dicha experiencia con tres o cuatro amigos o familiares. Esto se traduce en un beneficio gratuito, gracias a la confianza que se genera.

c) Posicionamiento en el mercado: la satisfacción que se produce fomenta una relación casi exclusiva entre el cliente y la empresa, minimizando la competencia. Se puede observar claramente que estrategia que está bien centrada en la "dentro de la satisfacción del usuario" conduce a un aumento en los consumos, promociones sin costo (lo que también puede resultar en un incremento de ventas por nuevos clientes) y a una expansión en la cuota de mercado.

2.2.2.2.5 Importancia de la satisfacción

Aunque mantener satisfechos a los usuarios constituye una meta prioritaria, dicha satisfacción no representa el fin último de una empresa, sino un medio eficaz para alcanzar resultados financieros positivos (Fernández, 2023). La clave radica en que, cuando el usuario se siente atendido y valorado, tiende a establecer una relación de confianza que facilita su retención; esa fidelidad, a la larga, se convierte en un motor que sostiene la rentabilidad del negocio. En ese marco, puede afirmarse que la satisfacción se vincula directamente con la intención de compra por dos razones principales: reduce la inseguridad que podría surgir antes de adquirir un producto y, además, impulsa percepciones favorables una vez realizada la compra; de allí que ambas variables mantengan una relación positiva y mutuamente provechosa.

Comprender los efectos de la fidelización sobre los resultados económicos exige observar cómo el comportamiento del usuario influye en la estructura financiera de la empresa; esa influencia se manifiesta en dos frentes: los ingresos y los costos. En cuanto a los ingresos, estos crecen cuando los usuarios optan por continuar comprando al mismo proveedor; dicha lealtad amplía las ventas y puede incluso estimular la adquisición de otros productos del mismo fabricante (Fernández, 2023). A medida que la relación entre proveedor y usuario se consolida, la sensibilidad del cliente ante posibles incrementos de precios se reduce; por consiguiente, un ajuste en los precios podría no afectar la demanda e incluso traducirse en mayores ganancias.

Respecto a los costos, la situación tiende a variar; si bien la repetición de compras con el mismo proveedor puede disminuir ciertos gastos operativos por la familiaridad con los procesos, en ocasiones también puede generar un incremento específico de costos, sobre todo cuando los usuarios realizan compras a gran escala (Fernández, 2023). En ese sentido, la relación estable

con los clientes permite optimizar procesos, pero también impone retos de eficiencia y rentabilidad que cada empresa debe gestionar con cuidado.

De acuerdo con Gosso (2010), esta dinámica se apoya en cinco componentes esenciales que conviene detallar:

> Primero, contribuye a diferenciarse frente a la competencia, ya que un usuario satisfecho suele repetir la compra y mantiene su preferencia. Segundo, fortalece la confianza, pues un cliente que recibe atención constante mostrará menos intención de cambiar de proveedor. Tercero, impulsa una imagen corporativa positiva; los usuarios contentos tienden a recomendar la marca y eso mejora la reputación de la organización. Cuarto, representa un ahorro en términos de promoción, dado que un servicio al cliente eficiente puede resultar más provechoso que invertir sumas significativas en publicidad digital. Finalmente, permite anticipar comportamientos de compra futuros, lo que favorece una planificación comercial más estratégica. (p.57)

2.2.2.2.6 Factores de la satisfacción

Para Pérez y Reto (2019) mencionan, desde las perspectivas de Lele y Sheth, la satisfacción de los usuarios esta influido de cuatro factores fundamentales que abarcan distintos aspectos del producto, la estrategia de mercado, el servicio ofrecido y la cultura empresarial.

El primer grupo de variables está ligado al producto; en este ámbito intervienen elementos como sus características físicas y funcionales, la capacidad del diseñador para interpretar con precisión las necesidades del usuario y el entusiasmo con que desarrolla sus propuestas. También influyen los procesos de fabricación, las pruebas de calidad y los mecanismos de control empleados para garantizar que el resultado final cumpla con las

expectativas del consumidor. Cuando un producto combina diseño, fiabilidad y buen desempeño, aumenta considerablemente la probabilidad de generar satisfacción y confianza.

Otro componente relevante corresponde a las actividades de mercadeo; aquí entran en juego de mensaje publicitario que la organización transmite, la forma en que promociona sus productos y la selección de las estrategias más adecuadas para llegar a su público. Del mismo modo, resulta clave evaluar la efectividad de cada iniciativa y cuidar la comunicación con los usuarios, ya que un lenguaje claro y atractivo puede marcar la diferencia entre captar o perder su atención.

El tercer conjunto de variables está asociado a los servicios postventa; este incluye factores como la entrega puntual, la asistencia técnica y la disponibilidad de canales de atención que respondan de manera ágil a las consultas o quejas de los usuarios. Además, la retroalimentación obtenida tras cada experiencia permite mejorar la oferta y corregir posibles deficiencias, fortaleciendo así el vínculo entre la empresa y el cliente. Un servicio postventa eficiente se convierte muchas veces en la razón por la que un consumidor decide permanecer fiel a una marca.

Finalmente, las variables relacionadas con la cultura organizacional integran un aspecto menos visible, pero profundamente determinante. Esta dimensión abarca los valores y principios que orientan las decisiones dentro de la organización; también contempla los símbolos y las prácticas, tanto materiales como intangibles, que reflejan su identidad. Cuando estas convicciones se interiorizan en todos los niveles del personal, la empresa logra proyectar coherencia y compromiso, cualidades que refuerzan su credibilidad ante los usuarios y favorecen su satisfacción.

2.2.2.2.7 Elementos de la satisfacción

Para Ferrell y Hartline (2012) subrayan la relevancia de entender tres elementos esenciales que afectan la satisfacción del consumidor:

La calidad percibida: Este elemento se relaciona con la impresión que tienen los usuarios tras efectuar una compra. Incluye tanto la atención brindada por el personal como las características funcionales del producto adquirido.

Las aspiraciones: Estas se refieren a lo que los usuarios anticipan respecto a un producto que cumplirá con sus requerimientos. Dentro de estas aspiraciones están las experiencias de aquellos que previamente han adquirido los productos deseados y las opiniones de otros usuarios que han comprado un artículo similar de la misma marca.

El grado de satisfacción: Este término se relaciona con la satisfacción que sienten los consumidores al concluir la adquisición de un producto o servicio. Los niveles de satisfacción se pueden dividir en insatisfacción, satisfacción y complacencia.

2.2.2.2.8 Deficiencias de la satisfacción del usuario

Ignorar o interpretar de manera equivocada las expectativas, aunque parezca un detalle menor, puede tener consecuencias graves; una interpretación errónea puede bastar para que los usuarios busquen alternativas y prefieran a otros competidores que sí lograron conectar con sus verdaderas necesidades. Además, cuando una empresa no logra identificar lo que sus clientes valoran, termina destinando recursos, tiempo y esfuerzos a áreas irrelevantes, lo que disminuye su eficiencia e impacta negativamente en la rentabilidad (Zeithaml et al., 1993).

Por esa razón, resulta clave implementar mecanismos sistemáticos de análisis que permitan comprender con mayor precisión las expectativas de los usuarios; entre ellos destacan las encuestas de satisfacción, los grupos focales, las mesas participativas o las entrevistas

personalizadas. A través de estos espacios, la empresa puede escuchar directamente la voz de sus clientes, detectar patrones de comportamiento y anticipar tendencias de consumo.

La idea central de este planteamiento radica en reconocer que la comprensión de las expectativas es el punto de enlace entre la percepción y la satisfacción; de hecho, cuando las empresas asumen este principio como parte de su cultura interna, logran diseñar estrategias más flexibles, innovadoras y centradas en el usuario. Si se ignora este aspecto, las consecuencias no solo se reflejan en la pérdida de clientes, sino también en una reducción del posicionamiento y la confianza de la marca a largo plazo. Como ejemplo, muchas compañías de servicios digitales lograron mantener su base de usuarios gracias a que adaptaron sus plataformas tras escuchar las sugerencias de sus consumidores; ese tipo de respuesta oportuna demuestra que comprender lo que el usuario espera es la clave para asegurar relaciones duraderas y sostenibles.

2.2.2.2.9 Prácticas para la satisfacción del usuario

Aplicar estos principios exige conocer a fondo a los usuarios y administrar correctamente la información obtenida sobre ellos; esto implica no solo recolectar datos, sino también interpretarlos con criterio para tomar decisiones acertadas. En este proceso resultan esenciales diversas estrategias y herramientas que permiten comprender mejor las necesidades, motivaciones y comportamientos del público objetivo.

El primer paso consiste en realizar un estudio de mercado detallado que posibilite segmentar a los usuarios e identificar los grupos con mayores probabilidades de interesarse en el producto o servicio. Esta segmentación ayuda a enfocar los esfuerzos de la empresa en aquellos perfiles que representan mayor valor estratégico, evitando dispersar recursos en audiencias poco receptivas. Una vez delimitado el mercado, la organización debe establecer mecanismos de seguimiento y evaluación permanentes; mediante ellos se recopila información actualizada sobre

la satisfacción del usuario, los cambios en sus preferencias, así como sus quejas y sugerencias. Este monitoreo continuo no solo mejora la relación con los clientes, sino que permite anticipar tendencias y ajustar las estrategias antes de que surjan posibles insatisfechos (Camison et al., 2006).

Cuando la empresa logra identificar con claridad los estándares de calidad que cada segmento de usuarios considera relevantes, el siguiente desafío consiste en garantizar que todo el personal comparta esa misma visión. No basta con que los directivos comprendan los criterios de calidad; es necesario que dicha perspectiva se difunda en todos los niveles de la organización, desde la atención al cliente hasta la producción. Una práctica común para fomentar esta alineación consiste en ofrecer capacitaciones internas, promover espacios de comunicación abiertos o establecer manuales de procedimientos que integren los valores de calidad y servicio.

No obstante, las empresas que buscan adoptar este modelo suelen enfrentar retos importantes; entre ellos destacan la resistencia al cambio, la falta de coordinación entre áreas o las limitaciones tecnológicas para analizar grandes volúmenes de datos. Para superar estas dificultades, se requiere liderazgo, flexibilidad organizativa y una cultura centrada en el aprendizaje continuo. Hoy en día, herramientas digitales como los CRM (Customer Relationship Management) o las plataformas de análisis de datos han facilitado notablemente esa tarea, permitiendo un seguimiento más preciso del comportamiento del usuario y una respuesta más ágil a sus expectativas.

2.2.2.2.10 Niveles de la satisfacción

En el caso de un sacrificio alto y un servicio elevado, se observa una satisfacción moderada, mientras que un sacrificio bajo con un servicio alto provoca el máximo nivel de satisfacción, reflejando una valoración predominantemente positiva. Es importante destacar que

la satisfacción viene a ser una valoración subjetiva que se tiene sobre algún bien o servicio por parte de los usuarios o consumidores, pero sirve como un punto clave para la eficacia (Rey, 2000).

Palomino (2022) menciona que, tras la compra de un producto o servicio, los usuarios experimentan uno de estos tres niveles de satisfacción:

Insatisfacción: ocurre cuando el rendimiento percibido del producto no cumple con las expectativas del usuario.

Satisfacción: se da cuando el rendimiento percibido coincide con las expectativas del usuario.

Complacencia: se experimenta cuando el rendimiento percibido supera las expectativas del usuario.

2.2.2.2.11 Evaluación de la satisfacción

La evaluación de la satisfacción o insatisfacción de los usuarios suele hacerse principalmente mediante encuestas, que son consideradas una de las herramientas más efectivas para recoger información valiosa sobre la experiencia con un servicio. Diversos autores coinciden en que quienes realizan estas evaluaciones organizan la información en categorías específicas, lo que permite obtener análisis más detallados y útiles. Además, es fundamental reconocer que las necesidades y comportamientos de los usuarios evolucionan con el tiempo, lo que exige actualizar constantemente los métodos de recolección de datos.

No obstante, las técnicas cuantitativas por sí solas no siempre capturan la complejidad y dinámica real de la experiencia del usuario; por ello, se recomienda combinar diferentes enfoques y métodos para obtener una visión más completa. Un reto frecuente es que los evaluadores a menudo no perciben al usuario como el fin último de su labor, sino como un medio

para cumplir con sus labores administrativas, lo que limita el impacto y profundidad de la evaluación (Calva, 2009).

2.2.2.3 Teorías

Modelo Kano de la satisfacción del usuario

Para Estrada (2017) quien indica que esta teoría se concentra en dos elementos esenciales: el primero analiza la eficacia de la organización, mientras que el segundo se dirige a la satisfacción de los usuarios, quienes son vitales para el éxito de cualquier negocio. La habilidad de una organización para ofrecer un producto o servicio que se ajuste a las expectativas de sus usuarios es fundamental; no obstante, no todas las cualidades de un producto o servicio generan el mismo grado de satisfacción. Algunas de estas cualidades son más efectivas para cultivar la lealtad del usuario. A continuación, se presentan estas cualidades organizadas en categorías:

Cualidades necesarias: Son aquellas que los usuarios consideran obligatorias. Aunque no aumentan la satisfacción, no tenerlas puede llevar a una considerable frustración.

Cualidades de rendimiento: Estas cualidades del producto incrementan la satisfacción del usuario de manera proporcional. Cuantas más funciones se añaden o se incrementan las promesas del producto, mayor es la satisfacción del usuario. Cuantas más funcionalidades se introduzcan, más satisfacción habrá.

Cualidades sorprendentes: Son aquellas que asombran al usuario y generan un alto grado de satisfacción. Dado que no se anticipan, su ausencia no produce descontento.

El método SERVQUAL

Este enfoque fue creado por Parasuraman, Zeithaml y Berry en mil novecientos ochenta y cinco. Comenzó con un estudio cualitativo que abarcó entrevistas con usuarios y directores de cuatro empresas distintas. Inicialmente, los investigadores identificaron diez categorías: aspectos

tangibles, amabilidad, accesibilidad, capacidad de respuesta, credibilidad, confiabilidad, profesionalismo, seguridad, comunicación y entendimiento del usuario. Sin embargo, consideraron que estas categorías interactuaban entre sí, lo que llevó a simplificar el modelo a cinco categorías estructurales. Por ejemplo, amabilidad, seguridad, credibilidad y profesionalismo se agruparon en una dimensión denominada seguridad; mientras que comunicación y entendimiento del usuario, junto a accesibilidad, se combinaron para formar la dimensión de empatía (Fernández, 2023). Las dimensiones que emergen del modelo SERVQUAL son: confiabilidad, seguridad, aspectos tangibles, capacidad de respuesta y empatía.

Teoría de la calidad

Para Chacón y Rugel (2018) sostienen que una buena cultura y una buena calidad total son metas importantes que las organizaciones deben buscar para alcanzar una mayor satisfacción de los usuarios con sus servicios o sistemas. La adopción de un modelo de calidad desempeña un papel fundamental, añadiendo valor al servicio y mejorando la actuación de la empresa. Este enfoque involucra el poder mejorar de manera permanente, el control y la reestructuración de procesos, así como la gestión eficaz de recursos, lo que, en última instancia, aumenta la producción y el rendimiento.

2.2.2.4 Dimensiones

Según Salazar (2019), la satisfacción de los usuarios puede analizarse a través de tres dimensiones esenciales que permiten comprender de manera más amplia cómo se construye una relación sólida entre la empresa y sus clientes. Estas dimensiones son la atención al usuario, la mejora continua y la satisfacción percibida, todas interrelacionadas en la búsqueda de una experiencia positiva y duradera.

Atención al usuario

La primera dimensión corresponde a la atención al usuario; esta abarca todas las acciones mediante las cuales una organización gestiona su vínculo con los clientes, tanto los actuales como los potenciales, antes y después de la compra de un producto o servicio. Su propósito principal es alcanzar el mayor grado de satisfacción posible, ofreciendo respuestas oportunas y un trato empático (Ariza y Ariza, 2011). Los especialistas en atención al cliente desempeñan un rol clave dentro de esta tarea; son quienes reciben y resuelven consultas, sugerencias o reclamos, además de recolectar información valiosa que contribuye a anticipar comportamientos de compra futuros. También se encargan de gestionar el servicio postventa, atendiendo solicitudes de garantía, devoluciones, reparaciones o cambios que puedan surgir. Una atención adecuada no solo resuelve problemas puntuales, sino que crea confianza y fidelidad, aspectos decisivos en la permanencia del usuario.

Mejora continua

La segunda dimensión hace referencia a la mejora continua; esta se define, conforme a la NTP-ISO 9000:2001, como una práctica cíclica que busca fortalecer la capacidad de una organización para cumplir con los requisitos establecidos, los cuales pueden derivarse de expectativas explícitas o implícitas de los usuarios. Este proceso implica distintas etapas: se inicia con la evaluación de la situación actual, continúa con la fijación de objetivos, la ejecución de acciones correctivas y la medición de los resultados alcanzados; luego se verifican los efectos de esas mejoras y se formalizan los cambios necesarios (García et al., 2003). En este sentido, el ciclo PHVA (planificar, hacer, verificar y actuar) se presenta como un método dinámico que orienta la gestión de la calidad e impulsa un aprendizaje organizacional constante. Por ejemplo,

una empresa que monitorea regularmente su servicio al cliente puede identificar patrones de insatisfacción y rediseñar procesos para ofrecer una experiencia más consistente.

Satisfacción percibida

La tercera dimensión se relaciona con la satisfacción percibida; esta alude a la respuesta emocional que experimenta el consumidor tras interactuar con un producto o servicio. Se trata de una evaluación subjetiva que combina factores racionales y afectivos y que define en gran medida la imagen que el usuario construye de una marca (Santos, 2016). De acuerdo con Cronin et al. (2000), citados por Santos (2016), los estudios contemporáneos sobre el comportamiento del consumidor reconocen que la satisfacción no se limita a una percepción momentánea, sino que constituye un juicio emocional que influye directamente en la intención de compra y en la lealtad hacia una empresa. Cuando un usuario se siente valorado y su experiencia supera las expectativas iniciales, es probable que repita la compra y recomiende la marca a otros.

2.3 Bases filosóficas

Desde la mirada del humanismo, esta corriente se enfoca en valorar la dignidad y la esencia de cada persona. En la gestión administrativa, esto implica reconocer a los usuarios no solo como simples receptores del servicio, sino como individuos con necesidades y derechos que merecen atención respetuosa. Respetar la dignidad humana significa crear un entorno donde se escuchen y se valoren sus opiniones, procurando siempre su bienestar. Además, es fundamental estimular la participación activa de los usuarios en los procesos administrativos; cuando ellos sienten que sus expectativas y necesidades son tomadas en cuenta, su satisfacción aumenta notablemente. Esto exige que las decisiones internas consideren cuidadosamente las demandas de quienes usan los servicios. Más allá de una atención puntual, la gestión debe orientarse hacia

un desarrollo integral, fortaleciendo no solo la satisfacción inmediata sino también la capacidad de los usuarios para influir en la administración y en su entorno social.

Por otro lado, el pragmatismo aporta un enfoque práctico centrado en la efectividad y la utilidad de las ideas para resolver problemas concretos. En la gestión administrativa, se traduce en priorizar resultados que mejoren la satisfacción del usuario mediante acciones concretas y evaluables. Las políticas y estrategias deben juzgarse no solo por cómo fueron diseñadas, sino por el impacto real que tienen en la experiencia del usuario. Además, este enfoque promueve la capacidad de adaptación, permitiendo modificar procesos y prácticas según la retroalimentación que se recibe; así, la organización se mantiene flexible frente a necesidades cambiantes. La interacción social entre administradores y usuarios es esencial dentro de esta visión, ya que el intercambio continuo de experiencias genera un aprendizaje práctico que impulsa la mejora constante de los servicios ofrecidos.

2.4 Definición de términos básicos

Gestión administrativa

La administración eficiente se centra en la maximización de los recursos disponibles en la organización, con el propósito de implementar procesos armónicos que garanticen la lucratividad empresarial mediante una planificación y estructuración óptima de las labores. (Espino, 2024)

Proceso administrativo

El proceso administrativo se concibe como un ciclo ininterrumpido e interconectado de funciones esenciales —planificación, organización, dirección y control— orientadas a materializar objetivos comunes. (Fuentes, 2018)

Insatisfacción del usuario

La insatisfacción del usuario remite a las reacciones adversas manifestadas por el consumidor frente a un producto o servicio. (Bigné et al., 2010)

Satisfacción del usuario

La satisfacción del usuario se define como la respuesta emocional generada al contrastar el rendimiento efectivo de un producto o servicio con las expectativas previas. (Espino, 2024)

Satisfacción

La satisfacción alude al proceso y resultado de alcanzar el agrado o el bienestar, abarcando el cumplimiento de obligaciones, la atención a demandas, la mitigación de tensiones afectivas, la resolución de necesidades, la recompensa de éxitos o la corrección de agravios. (Mendoza, 2019)

Administración

La administración se erige como una disciplina social anclada en principios, técnicas y procedimientos que, al aplicarse en colectivos humanos, propician sistemas racionales de cooperación para conquistar metas grupales inalcanzables de forma aislada. (Hernández, 1996)

Gestión

La gestión constituye un procedimiento que engloba labores y competencias específicas que los directivos deben ejecutar para cumplir los fines institucionales, guiados por directrices que orientan su desarrollo. (Mendoza, 2019)

Atención al cliente

La atención al cliente consiste en responder a las expectativas del consumidor para

asegurar la entrega idónea del producto al segmento destinatario y propiciar experiencias positivas entre los usuarios. (Armstrong y Kotler, 2012)

Calidad de servicio

La calidad de servicio radica en procurar una prestación eficaz a los usuarios que demandan el disfrute de los servicios ofrecidos. (Giese y Cote, 2000)

2.5 Hipótesis de la investigación

2.5.1 Hipótesis general

HG: Existe relación significativa y positiva entre la gestión administrativa y la satisfacción del usuario en la Dirección Regional de Formalización de la Propiedad Rural. Huaura, periodo 2024.

2.5.2 Hipótesis específicos

HE1: Existe relación significativa y positiva entre los procesos administrativos y la satisfacción del usuario en la Dirección Regional de Formalización de la Propiedad Rural. Huaura, periodo 2024.

HE2: Existe relación significativa y positiva entre el cumplimiento de funciones y la satisfacción del usuario en la Dirección Regional de Formalización de la Propiedad Rural. Huaura, periodo 2024.

HE3: Existe relación significativa y positiva entre los logros de los objetivos organizacionales y la satisfacción del usuario en la Dirección Regional de Formalización de la Propiedad Rural. Huaura, periodo 2024.

2.6 Operacionalización de las variables

GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN LA DIRECCIÓN REGIONAL DE FORMALIZACIÓN DE LA PROPIEDAD RURAL, HUAURA - 2024				
VARIABLE	**DEFINICIÓN**	**DIMENSIONES**	**INDICADORES**	**ÍTEMS**
Variable 1: Gestión administrativa	Ramírez et al. (2017), por su parte, entienden la gestión administrativa como un conjunto de distintos procesos que están relacionados a poder gestionar mejor la organización con el propósito de poder verificar el cumplimiento de las metas desde la eficiencia y eficacia.	**Proceso administrativo**	-planeación -organización -integración del personal -dirección -control	**1-2-3-4-5**
		Cumplimiento de funciones	-atención al usuario -resultados esperados -desarrollo de actividades -procesos eficientes -rapidez en el servicio	**6-7-8-9-10**
		Logro de objetivos organizacionales	-imagen de la institución -orden en la documentación -supervisión de funciones -servicio orientado al usuario -organización de tareas	**11-12-13-14-15**
		NIVEL DE MEDIDA Escala de Likert **ESCALA DE CALIFICACIÓN** 1. Nunca; 2. Casi nunca; 3. A veces; 4, Casi siempre; 5. Siempre **ESCALA DE MEDICIÓN** Ordinal		
Variable 2: Satisfacción del usuario	Vavra (2006) sostiene que la satisfacción es una respuesta emocional que surge cuando el cliente o usuario contrasta sus expectativas iniciales con la experiencia real vivida al utilizar un bien o servicio después de la compra	**Atención al usuario**	-comunicación con el usuario -atención de solicitudes -resolución de problemas -información brindada -manejo de estrés	**1-2-3-4-5**
		Mejora continua	-escucha activa -evaluación de la situación -vocación de servicio -verificación documentaria -análisis de caso	**6-7-8-9-10**
		Satisfacción percibida	-comentario positivo -cumplimiento de expectativas -emociones generadas -atributos del servicio -recomendaciones del servicio	**11-12-13-14-15**
		NIVEL DE MEDIDA Escala de Likert **ESCALA DE CALIFICACIÓN** 1. Nunca; 2. Casi nunca; 3. A veces; 4, Casi siempre; 5. Siempre **ESCALA DE MEDICIÓN** Ordinal		

Capitulo III

METODOLOGÍA

3.1 Diseño metodológico

3.1.1 Tipo de investigación

La investigación se clasificó como básica. Su objetivo es ampliar el conocimiento. Según Behar (2008), la investigación básica, que también se conoce como investigación pura, teórica, dogmática o fundamental, se distingue por comenzar con un marco teórico específico y mantenerse en él. Su propósito es desarrollar teorías nuevas o ajustar las ya existentes, así como enriquecer el conocimiento científico o filosófico, sin necesidad de vincular estas ideas con aplicaciones prácticas.

3.1.2 Nivel de investigación

El nivel del estudio de esta investigación fue descriptivo y correlacional. Esto se debe a que implica describir y luego correlacionar las variables. Arias (2012) indica que las investigaciones correlacionales tienen como meta descubrir la relación entre dos o más temas de estudio. Este proceso inicia con mediciones detalladas de los temas relevantes, seguido por la evaluación de hipótesis en un formato correlacional y la aplicación de métodos estadísticos. Esto permite acercarse a la correlación y contribuye a brindar indicios sobre las causas de un evento en particular.

3.1.3 Diseño de investigación

Respecto al diseño de investigación que se uso fue no experimental de carácter transversal. La unidad de análisis no busca ser manipulada; además, la recolección de datos se realizará en un único momento y lugar. Sampieri et al. (2014) caracterizan la investigación no experimental como aquella que se desarrolla sin modificaciones deliberadas de las variables. En

este tipo de estudios, las variables independientes no se alteran intencionalmente para observar su impacto en otras variables. Uribe (2004) también menciona que el diseño transversal es un tipo de investigación que examina la relación o asociatividad entre las variables en estudio.

3.1.4 Enfoque de investigación

El enfoque de investigación seleccionado fue cuantitativo. Se emplearán números y estadísticas para obtener los resultados. Sampieri et al. (2014) afirman que, dentro del tipo enfoque cuantitativo, los elementos que se llegan a investigar son específicos y claramente definidos desde el inicio del análisis. Las hipótesis se formulan antes de la recolección y examen de datos, y la recolección se basa en mediciones que se analizan utilizando procedimientos estadísticos.

3.2 Población y muestra

3.2.1 Población

La **población** estuvo conformada por aproximadamente **130 usuarios** que son atendidos semanalmente por la Dirección Regional de Formalización de la Propiedad Rural – Huaura. Considerando un periodo de análisis de 4 semanas, la población total estimada asciende a 130 usuarios. Según Toledo (2016), la población está compuesta por todos los elementos con características comunes susceptibles de ser analizados, en este caso, los usuarios del servicio.

3.2.2 Muestra

Se empleó **un muestreo no probabilístico de tipo por conveniencia**, dado que el acceso a los usuarios estuvo condicionado por la disponibilidad de éstos durante su atención en la entidad. La **muestra** estuvo conformada por **30 usuarios** seleccionados durante un día de atención, considerando que esta cantidad representa una proporción significativa del flujo diario

estimado en la Dirección. Esta técnica permite recoger información directa de los usuarios atendidos, aunque no asegura representatividad estadística.

3.3 Técnica de recolección de datos

La investigación tuvo como **técnica** la **encuesta** y como **instrumento** el **cuestionario**. Niño (2019) menciona que la encuesta es una técnica utilizada para recolectar datos proporcionados por individuos de una población objetivo o, más comúnmente, de una muestra representativa. Esta técnica permite identificar opiniones, apreciaciones, puntos de vista, actitudes e intereses entre otros aspectos.

3.3.1 Fichas técnicas de los instrumentos

FICHA TÉCNICA PARA LA VARIABLE GESTIÓN ADMINISTRATIVA	
Autor del instrumento	Salazar, T. (2019). “adaptado”
Título de la encuesta	Medición de la gestión administrativa en la DIREFOR de Huaura.
Objetivo de la encuesta	Evaluar la apreciación de la gestión administrativa en la DIREFOR de Huaura.
Fecha de realización	El 15 febrero de 2025
Duración estimada	Aproximadamente entre 7 a 10 minutos por encuestado
Tipo de encuesta	Física
Modo de aplicación	Presencial
Población total	130 usuarios aproximadamente que son atendidos por la entidad semanalmente
Método de muestra y muestreo	Muestra no probabilística por conveniencia
Unidad de análisis	30 usuarios aproximadamente que son atendidos por la entidad diariamente
INSTRUMENTO DE MEDICIÓN	
• Nivel de medición	Escala de Likert con 5 escalas de calificación
• Escala de calificación	1. Nunca; 2. Casi nunca; 3. A veces; 4, Casi siempre; 5. Siempre
• Dimensiones	**D1:** Proceso administrativo; **D2:** Cumplimiento de funciones; **D3:** Logro de objetivos organizacionales
• Escala de medición SPSS	Ordinal
• Numero de ítems	15 ítems
• Descripción de ítems	Primera persona
Procedimiento de aplicación	Aplicada por la investigadora, dentro de la DIREFOR de Huaura.
Análisis de datos	Análisis descriptivo – correlacional con el uso del estadístico SPSS v27
Confidencialidad y ética	Encuesta anónima
Aprobación	Instrumento ya validado por el autor y confiable por el Alfa de Cronbach
FICHA TÉCNICA PARA LA VARIABLE SATISFACCIÓN DEL USUARIO	
Autor del instrumento	Salazar, T. (2019). “adaptado”
Título de la encuesta	Medición de la satisfacción del usuario en la DIREFOR de Huaura.
Objetivo de la encuesta	Evaluar la apreciación de la satisfacción del usuario en la DIREFOR de Huaura.
Fecha de realización	El 15 febrero de 2025
Duración estimada	Aproximadamente entre 7 a 10 minutos por encuestado
Tipo de encuesta	Física
Modo de aplicación	Presencial
Población total	130 usuarios aproximadamente que son atendidos por la entidad semanalmente
Método de muestra y muestreo	Muestra no probabilística por conveniencia
Unidad de análisis	30 usuarios aproximadamente que son atendidos por la entidad diariamente
INSTRUMENTO DE MEDICIÓN	
• Nivel de medición	Escala de Likert con 5 escalas de calificación
• Escala de calificación	1. Nunca; 2. Casi nunca; 3. A veces; 4, Casi siempre; 5. Siempre
• Dimensiones	**D1:** Atención al usuario; **D2:** Mejora continua; **D3:** Satisfacción percibida
• Escala de medición SPSS	Ordinal
• Numero de ítems	15 ítems
• Descripción de ítems	Primera persona
Procedimiento de aplicación	Aplicada por la investigadora, dentro de la DIREFOR de Huaura.
Análisis de datos	Análisis descriptivo – correlacional con el uso del estadístico SPSS v27
Confidencialidad y ética	Encuesta anónima
Aprobación	Instrumento ya validado por el autor y confiable por el Alfa de Cronbach

3.3.2 Prueba de fiabilidad

Tabla 1.
Confiabilidad a través de la prueba de Alfa de Cronbach

RANGO	NIVEL
0, 53 a menos	Nula confiabilidad
0,54 a 0,59	Baja confiabilidad
0,60 a 0,65	Confiable
0,66 a 0,71	Muy confiabilidad
0,72 a 0,99	Excelente confiabilidad
1,00	Perfecta confiabilidad

Fuente: Ñaupas et al. (2018).

V1: Gestion administrativa

Tabla 2.
Fiabilidad de la gestión administrativa

Alfa de Cronbach	N de elementos
,966	15

De acuerdo al resultado estadístico, según la referencia de Ñaupas et al. (2018), se clasifica como de “Excelente confiabilidad” el instrumento de recolección de datos.

V2: Satisfacción del usuario

Tabla 3.
Fiabilidad de la satisfacción del usuario

Alfa de Cronbach	N de elementos
,975	15

De acuerdo al resultado estadístico, según la referencia de Ñaupas et al. (2018), también se ubica en el nivel de “Excelente confiabilidad” el instrumento de recolección de datos.

3.4 Técnicas para el proceso de la información

PROCESOS Y TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO DE DATOS Y RESULTADOS	
Análisis de datos	**Pasos del proceso de datos**
	1. Confiabilidad del instrumento: alfa de Cronbach 2. Validación del instrumento: juicio de expertos 3. Limpieza de datos: eliminación de datos incompleto y erróneos 4. Codificación de respuestas: asignación de códigos numéricos a los ítems 5. Uso del Excel: elaboración de una matriz por variables 6. Uso del Excel: ingreso de datos variables y dimensiones 7. Entrada de datos: introducción de datos al SPSS V27 8. Uso del SPSS v27: elaboración de las tablas y gráficos 9. Análisis descriptivo: descripción por variables y dimensiones 10. Uso del SPSS v27: tablas cruzadas 11. Uso del SPSS v27: prueba de normalidad 12. Análisis correlacional: relación entre la V1 y la V2
Estadísticos	**Estadísticos a utilizar**
	• Alfa de Cronbach (spss) • Tablas de frecuencia por variables y dimensiones (spss) • Baremación por percentiles P30 y P70 (spss) • Tablas de frecuencia por niveles de las variables y dimensiones (spss) • Tablas cruzadas de doble entrada (spss) • Prueba de normalidad con Shapiro Wilk (spss) • Contrastación de hipótesis con Rho de Spearman (spss)
Interpretaciones de estudio	Se redacto de manera objetiva las interpretaciones descriptivas y correlacionales.
Discusión	La discusión se construyó por los resultados obtenidos y los resultados los antecedentes.
Conclusiones	Las conclusiones respondieron a cada objetivo (OG, OEs).
Recomendaciones	Las recomendaciones se construyeron de acuerdo a los resultados (HG, HEs).

Capítulo IV

RESULTADOS

4.1 Análisis de resultados

4.1.1 Tablas de frecuencia

4.1.1.1 Tablas de frecuencia por variables y dimensiones

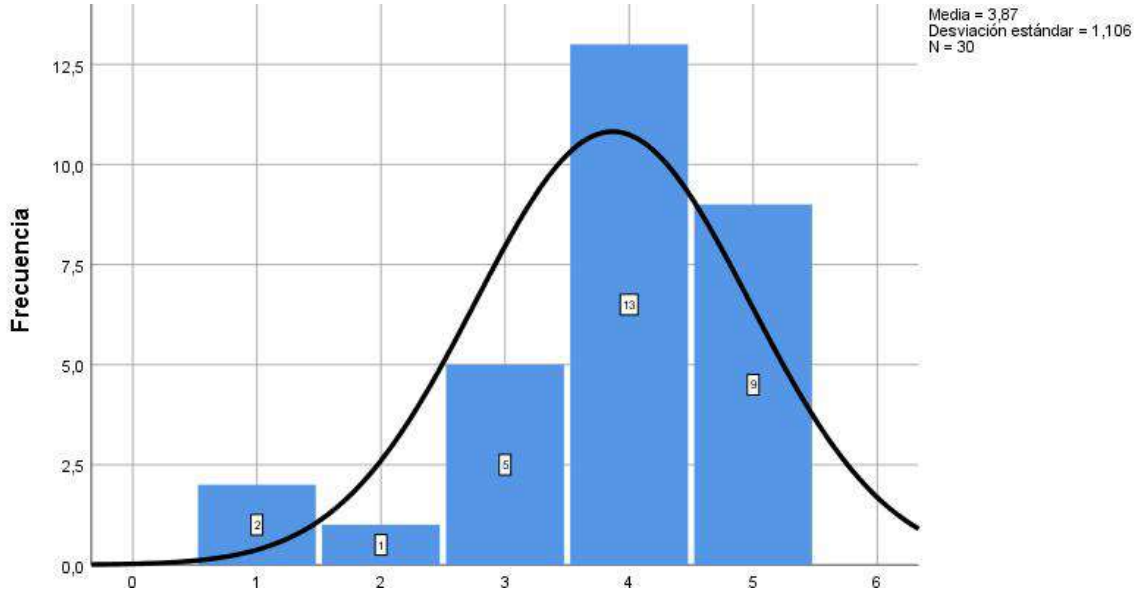
Variable 1: Gestión administrativa

Tabla 4.
Gestión administrativa

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nunca	2	6,7
	Casi nunca	1	3,3
	A veces	5	16,7
	Casi siempre	13	43,3
	Siempre	9	30,0
	Total	30	100,0

Se aprecia en la tabla 4; del 100% de los encuestados que, el **6,7% (2)** de los usuarios considera que "nunca" existe buena gestión administrativa, por otro lado, el **3,3% (1)** considera que "casi nunca" existe buena gestión administrativa, también el **16,7% (5)** menciona que "a veces" existe buena gestión administrativa, adicionalmente el **43,3% (13)** menciona que "casi siempre" existe buena gestión administrativa, y para finalizar el **30,0% (9)** concuerda que "siempre" existe buena gestión administrativa. Respecto al histograma se aprecia una media de **3,87** y una desviación estándar de **1,106**.

Figura 1.
Gestión administrativa



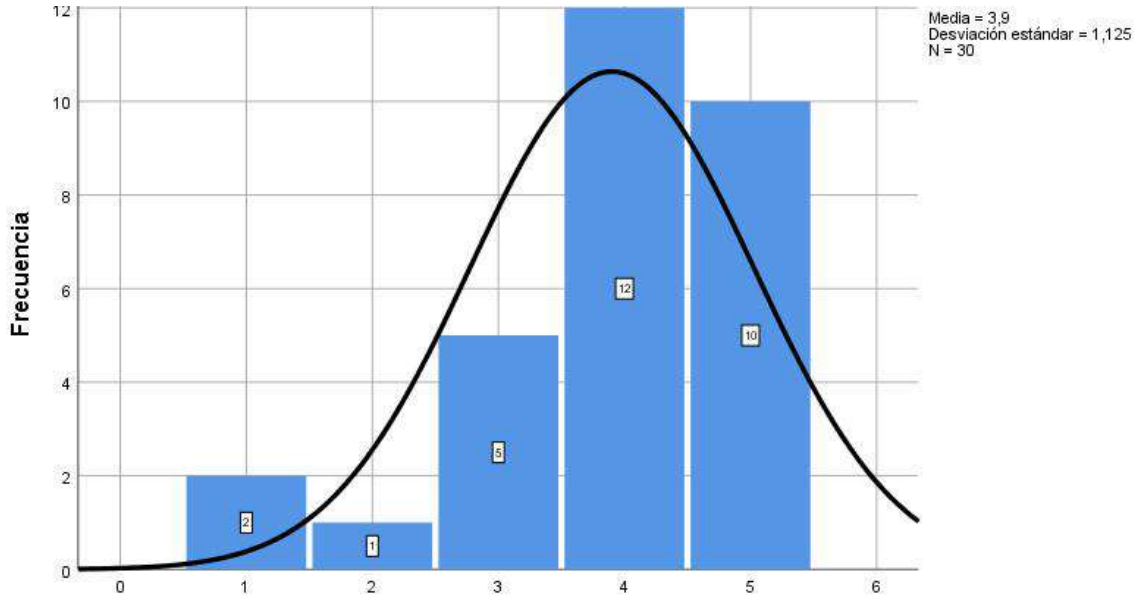
Dimensión 1: Proceso administrativo

Tabla 5.
Proceso administrativo

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nunca	2	6,7
	Casi nunca	1	3,3
	A veces	5	16,7
	Casi siempre	12	40,0
	Siempre	10	33,3
	Total	30	100,0

Se aprecia en la tabla 5; del 100% de los encuestados que, el **6,7% (2)** de los usuarios considera que “nunca” existe buen proceso administrativo, por otro lado, el **3,3% (1)** considera que “casi nunca” existe buen proceso administrativo, también el **16,7% (5)** menciona que “a veces” existe buen proceso administrativo, adicionalmente el **40,0% (12)** menciona que “casi siempre” existe buen proceso administrativo, y para finalizar el **33,3% (10)** concuerda que “siempre” existe buen proceso administrativo. Respecto al histograma se aprecia una media de **3,9** y una desviación estándar de **1,125**.

Figura 2.
Proceso administrativo



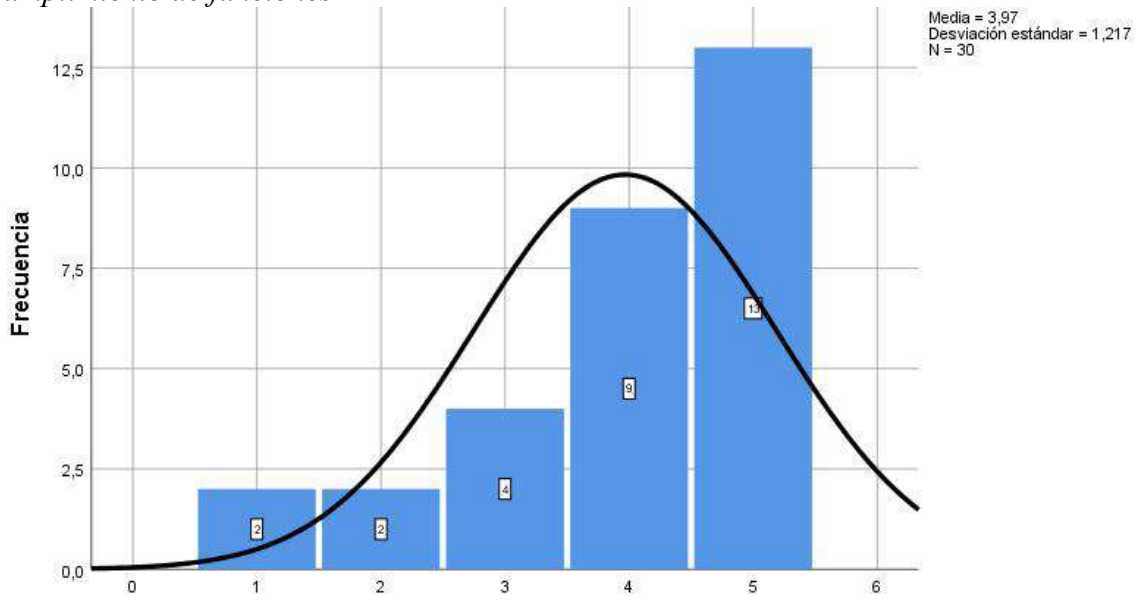
Dimensión 2: Cumplimiento de funciones

Tabla 6.
Cumplimiento de funciones

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nunca	2	6,7
	Casi nunca	2	6,7
	A veces	4	13,3
	Casi siempre	9	30,0
	Siempre	13	43,3
	Total	30	100,0

Se aprecia en la tabla 6; del 100% de los encuestados que, el **6,7% (2)** de los usuarios considera que “nunca” existe buen cumplimiento de funciones, por otro lado, el **6,7% (2)** considera que “casi nunca” existe buen cumplimiento de funciones, también el **13,3% (4)** menciona que “a veces” existe buen cumplimiento de funciones, adicionalmente el **30,0% (9)** menciona que “casi siempre” existe buen cumplimiento de funciones, y para finalizar el **43,3% (13)** concuerda que “siempre” existe buen cumplimiento de funciones. Respecto al histograma se aprecia una media de **3,97** y una desviación estándar de **1,217**.

Figura 3.
Cumplimiento de funciones



Dimensión 3: Logro de objetivos organizacionales

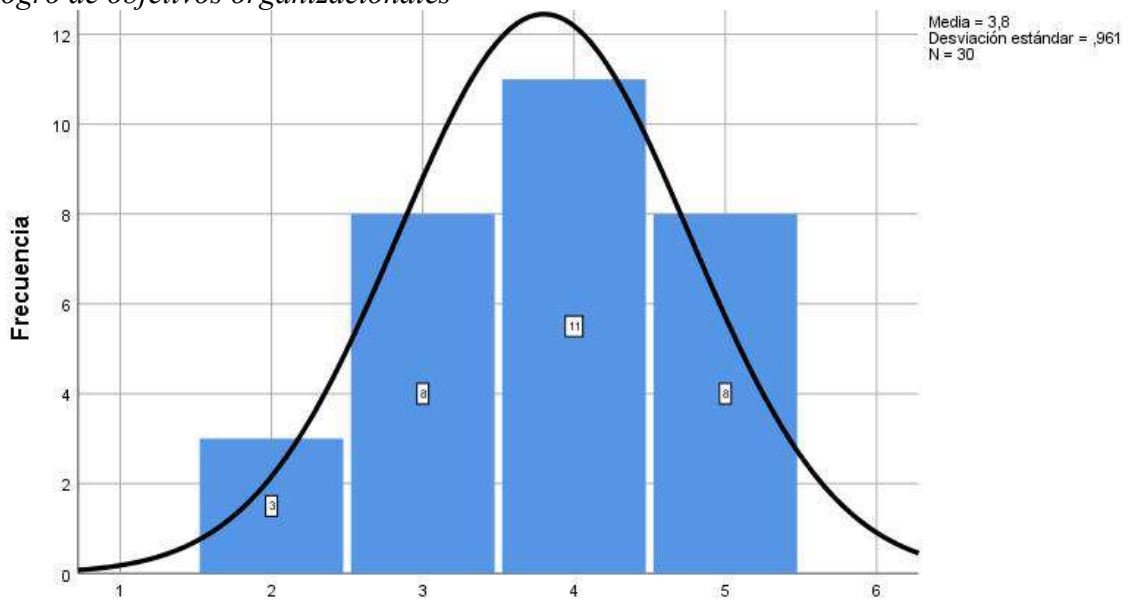
Tabla 7.
Logro de objetivos organizacionales

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Casi nunca	3	10,0
	A veces	8	26,7
	Casi siempre	11	36,7
	Siempre	8	26,7
	Total	30	100,0

Se aprecia en la tabla 7; del 100% de los encuestados que, el **10,0% (3)** de los usuarios considera que "casi nunca" se aprecia el logro de los objetivos organizacionales, también el **26,7% (8)** menciona que "a veces" se aprecia el logro de los objetivos organizacionales, adicionalmente el **36,7% (11)** menciona que "casi siempre" se aprecia el logro de los objetivos organizacionales, y para finalizar el **26,7% (8)** concuerda que "siempre" se aprecia el logro de los objetivos organizacionales. Respecto al histograma se aprecia una media de **3,8** y una desviación estándar de **0,961**.

Figura 4.

Logro de objetivos organizacionales



Variable 2: Satisfacción del usuario

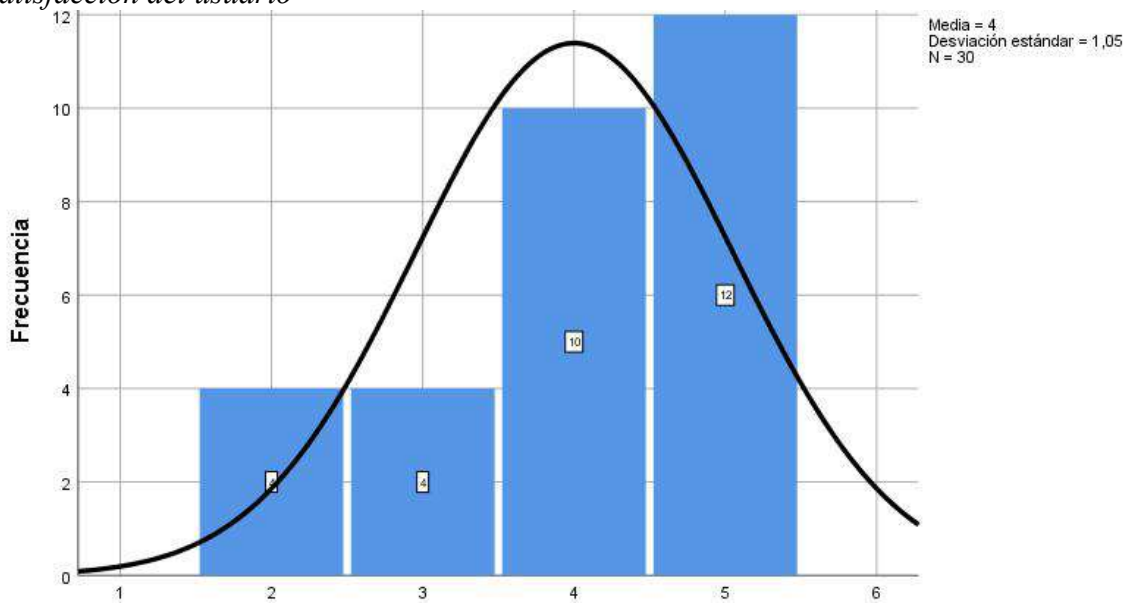
Tabla 8.

Satisfacción del usuario

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Casi nunca	4	13,3
	A veces	4	13,3
	Casi siempre	10	33,3
	Siempre	12	40,0
	Total	30	100,0

Se aprecia en la tabla 8; del 100% de los encuestados que, el **13,3% (4)** de los usuarios considera que “casi nunca” existe buena satisfacción del usuario, también el **13,3% (4)** menciona que “a veces” existe buena satisfacción del usuario, adicionalmente el **33,3% (10)** menciona que “casi siempre” existe buena satisfacción del usuario, y para finalizar el **40,0% (12)** concuerda que “siempre” existe buena satisfacción del usuario. Respecto al histograma se aprecia una media de **4,0** y una desviación estándar de **1,05**.

Figura 5.
Satisfacción del usuario



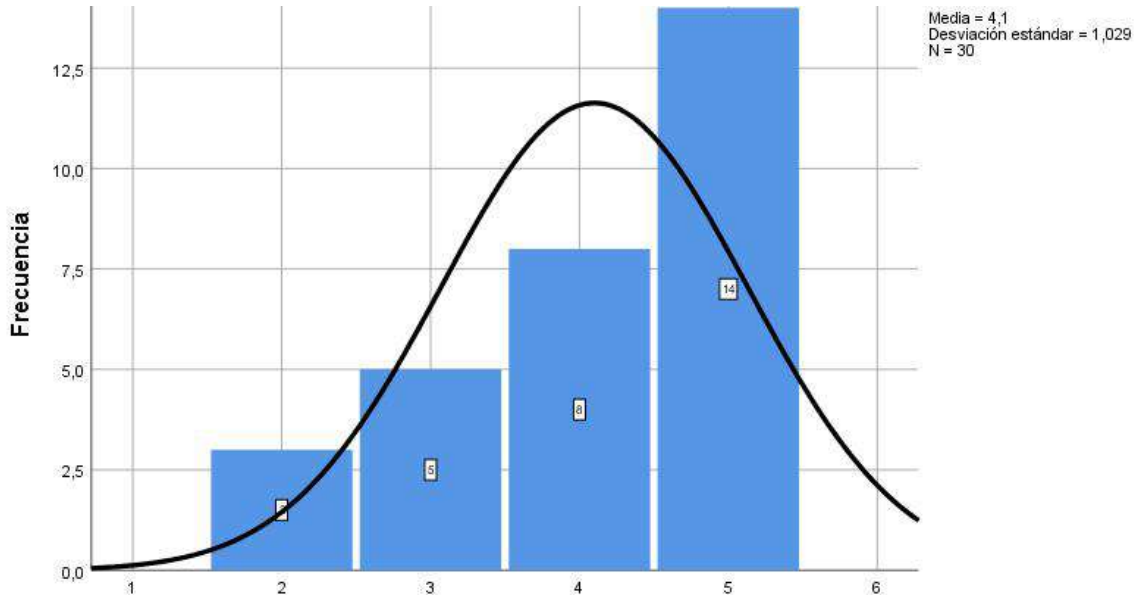
Dimensión 1: Atención al usuario

Tabla 9.
Atención al usuario

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Casi nunca	3	10,0
	A veces	5	16,7
	Casi siempre	8	26,7
	Siempre	14	46,7
	Total	30	100,0

Se aprecia en la tabla 9; del 100% de los encuestados que, el **10,0% (3)** de los usuarios considera que “casi nunca” existe buena atención al usuario, también el **16,7% (5)** menciona que “a veces” existe buena atención al usuario, adicionalmente el **26,7% (8)** menciona que “casi siempre” existe buena atención al usuario, y para finalizar el **46,7% (14)** concuerda que “siempre” existe buena atención al usuario. Respecto al histograma se aprecia una media de **4,1** y una desviación estándar de **1,029**.

Figura 6.
Atención al usuario



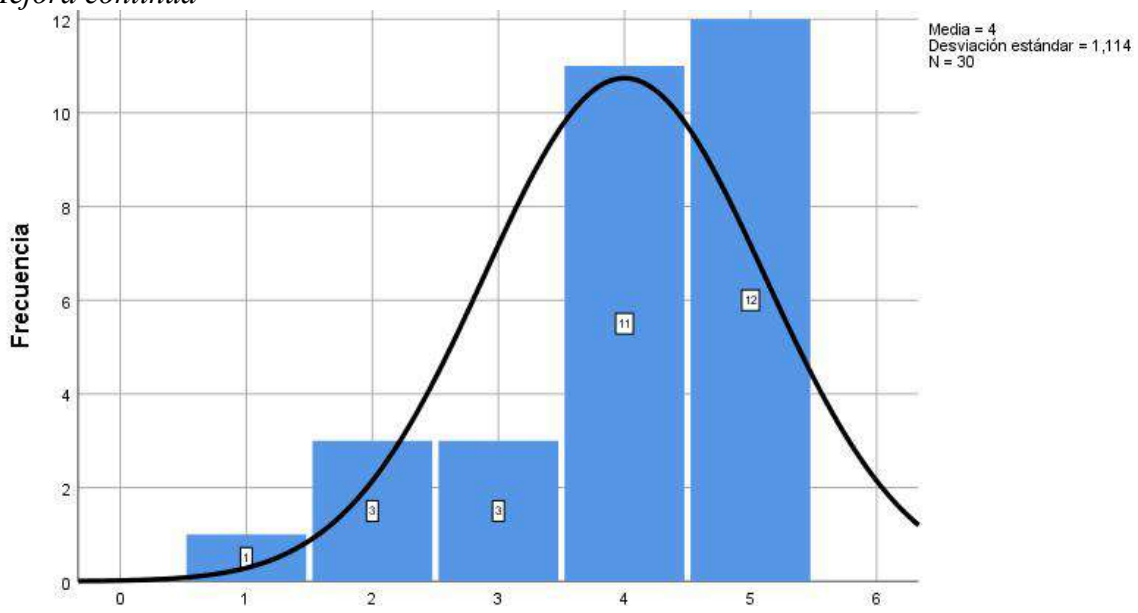
Dimensión 2: Mejora continua

Tabla 10.
Mejora continua

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nunca	1	3,3
	Casi nunca	3	10,0
	A veces	3	10,0
	Casi siempre	11	36,7
	Siempre	12	40,0
	Total	30	100,0

Se aprecia en la tabla 10; del 100% de los encuestados que, el **3,3% (1)** de los usuarios considera que “nunca” existe buena mejora continua, por otro lado, el **10,0% (3)** considera que “casi nunca” existe buena mejora continua, también el **10,0% (3)** menciona que “a veces” existe buena mejora continua, adicionalmente el **36,7% (11)** menciona que “casi siempre” existe buena mejora continua, y para finalizar el **40,0% (12)** concuerda que “siempre” existe buena mejora continua. Respecto al histograma se aprecia una media de **4,0** y una desviación estándar de **1,114**.

Figura 7.
Mejora continua



Dimensión 3: Satisfacción percibida

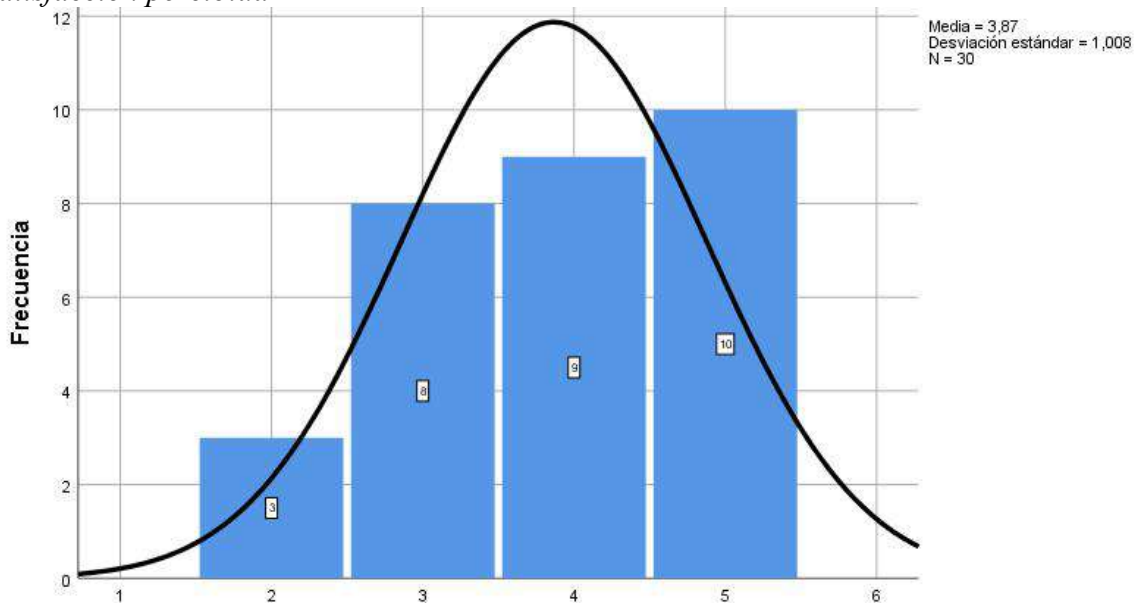
Tabla 11.
Satisfacción percibida

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Casi nunca	3	10,0
	A veces	8	26,7
	Casi siempre	9	30,0
	Siempre	10	33,3
	Total	30	100,0

Se aprecia en la tabla 11; del 100% de los encuestados que, el **10,0% (3)** de los usuarios considera que “casi nunca” existe buena atención al usuario, también el **26,7% (8)** menciona que “a veces” existe buena atención al usuario, adicionalmente el **30,0% (9)** menciona que “casi siempre” existe buena atención al usuario, y para finalizar el **33,3% (10)** concuerda que “siempre” existe buena atención al usuario. Respecto al histograma se aprecia una media de **3,87** y una desviación estándar de **1,008**.

Figura 8.

Satisfacción percibida



4.1.1.2 Baremación por percentiles P30 y P70

Tabla 12.

Estadísticos percentiles P30 y P70

		V1	D1	D2	D3	V2	D1	D2	D3
N	Válido	30	30	30	30	30	30	30	30
	Perdidos	0	0	0	0	0	0	0	0
Mínimo		19	5	5	9	24	9	5	9
Máximo		75	25	25	25	75	25	25	25
Percentiles	**30**	55	19	19	16	55	19	19	17
	70	68	23	23	21	72	23	23	23

Tabla 13.

Niveles y rangos de las variables y dimensiones

Niveles y rangos	Bajo	Medio	Alto
V1: Gestión administrativa	[19-55]	[56-68]	[69-75]
D1: Proceso administrativo	[5-19]	[20-23]	[24-25]
D2: Cumplimiento de funciones	[5-19]	[20-23]	[24-25]
D3: Logro de objetivos organizacionales	[9-16]	[17-21]	[22-25]
V2: Satisfacción del usuario	[24-55]	[56-72]	[73-75]
D1: Atención al usuario	[9-19]	[20-23]	[24-25]
D2: Mejora continua	[5-19]	[20-23]	[24-25]
D3: Satisfacción percibida	[9-17]	[18-23]	[24-25]

4.1.1.3 Tablas de frecuencia por niveles de las variables y dimensiones

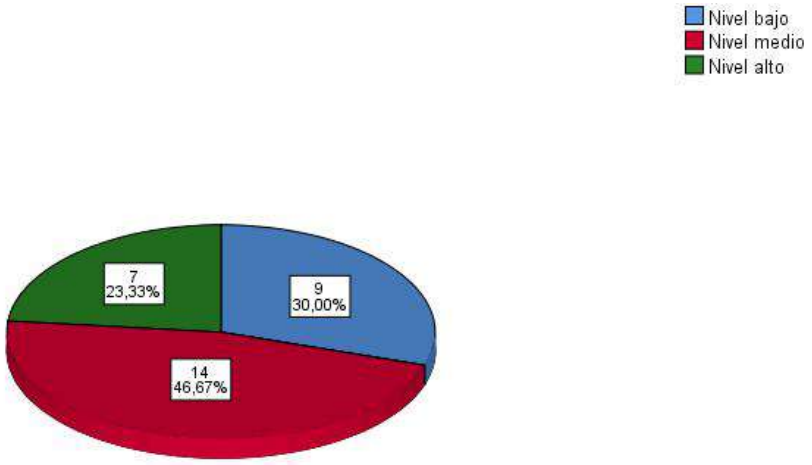
Variable 1: Nivel de gestión administrativa

Tabla 14.
Nivel de gestión administrativa

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nivel bajo	9	30,0
	Nivel medio	14	46,7
	Nivel alto	7	23,3
	Total	30	100,0

Se aprecia en la tabla 14, un "nivel bajo" de la gestión administrativa representado por el **30,0% (9)**, por otro lado, un "nivel medio" de la gestión administrativa representado por el **46,7% (14)**, para finalizar un "nivel alto" de la gestión administrativa representado por el **23,3% (7)**.

Figura 9.
Nivel de gestión administrativa



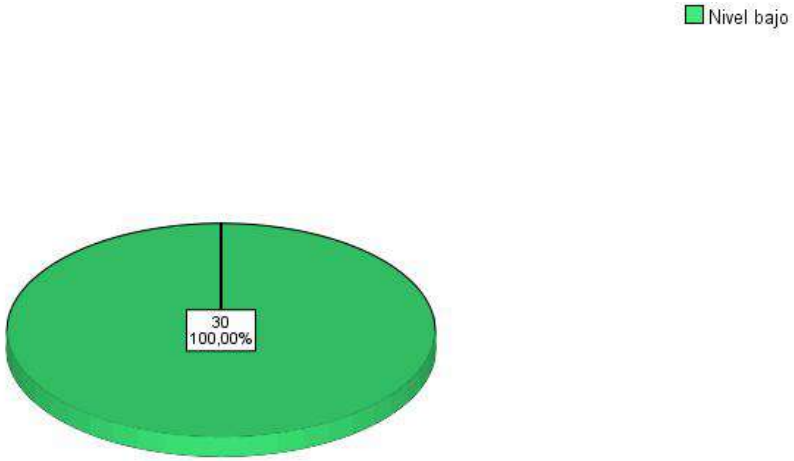
Dimensión 1: Nivel de proceso administrativo

Tabla 15.
Nivel de proceso administrativo

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nivel bajo	30	100,0

Se aprecia en la tabla 15, un "nivel bajo" del proceso administrativo representado por el **100,0% (30)**.

Figura 10.
Nivel de proceso administrativo



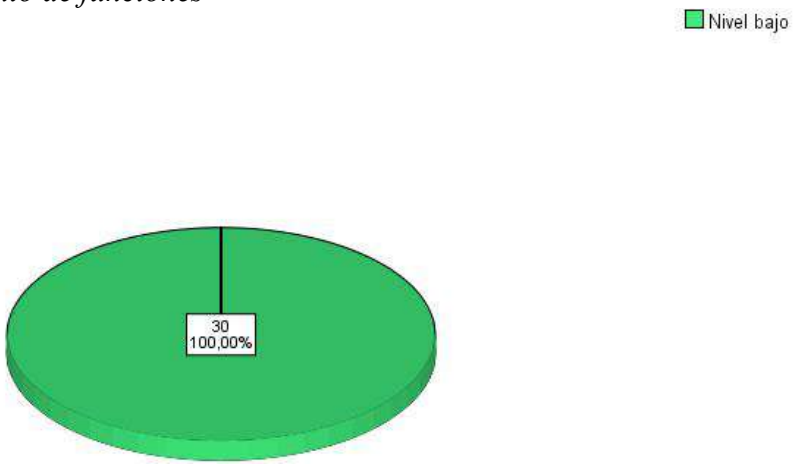
Dimensión 2: Nivel de cumplimiento de funciones

Tabla 16.
Nivel de cumplimiento de funciones

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nivel bajo	30	100,0

Se aprecia en la tabla 16, un "nivel bajo" del cumplimiento de funciones representado por el **100,0% (30)**.

Figura 11.
Nivel de cumplimiento de funciones



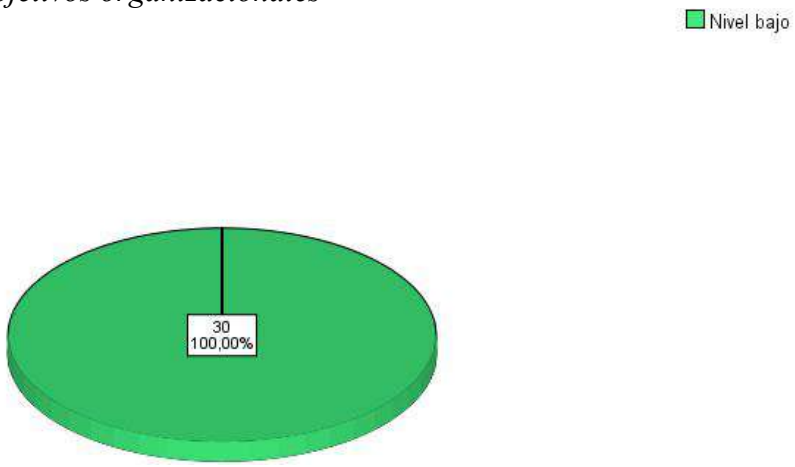
Dimensión 3: Nivel de logro de objetivos organizacionales

Tabla 17.
Nivel de logro de objetivos organizacionales

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nivel bajo	30	100,0

Se aprecia en la tabla 17, un "nivel bajo" del logro de os objetivos organizacionales representado por el **100,0% (30)**.

Figura 12.
Nivel de logro de objetivos organizacionales



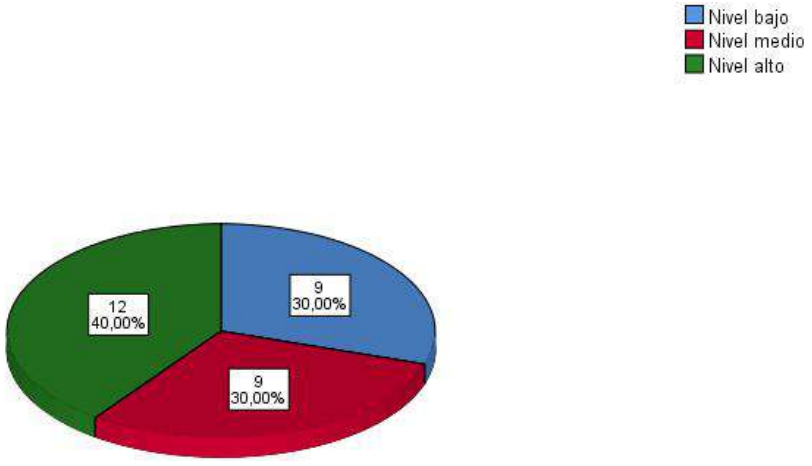
Variable 2: Nivel de satisfacción del usuario

Tabla 18.
Nivel de satisfacción del usuario

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nivel bajo	9	30,0
	Nivel medio	9	30,0
	Nivel alto	12	40,0
	Total	30	100,0

Se aprecia en la tabla 18, un "nivel bajo" de la satisfacción del usuario representado por el **30,0% (9)**, por otro lado, un "nivel medio" de la satisfacción del usuario representado por el **30,0% (9)**, para finalizar un "nivel alto" de la satisfacción del usuario representado por el **40,0% (12)**.

Figura 13.
Nivel de satisfacción del usuario



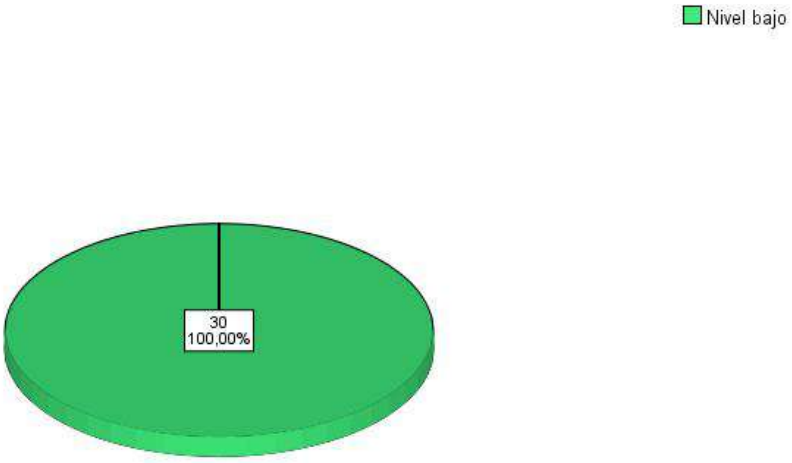
Dimensión 1: Nivel de atención al usuario

Tabla 19.
Nivel de atención al usuario

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nivel bajo	30	100,0

Se aprecia en la tabla 19, un "nivel bajo" de la atención al usuario representado por el **100,0% (30)**.

Figura 14.
Nivel de atención al usuario



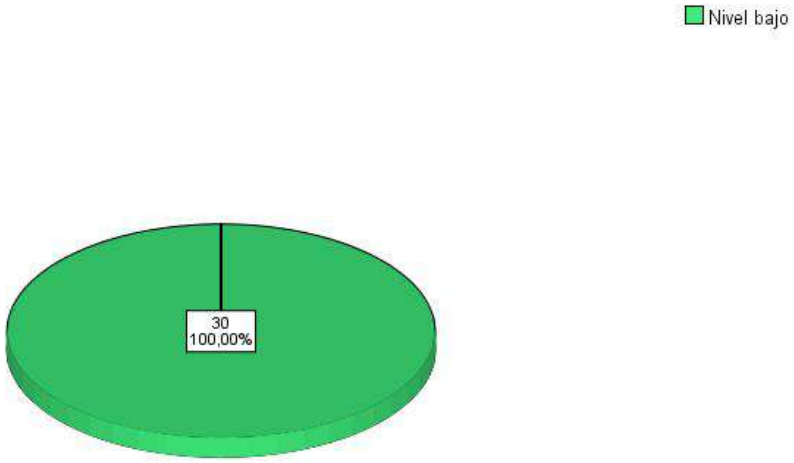
Dimensión 2: Nivel de mejora continua

Tabla 20.
Nivel de mejora continua

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nivel bajo	30	100,0

Se aprecia en la tabla 20, un "nivel bajo" de la mejora continúa representado por el **100,0% (30)**.

Figura 15.
Nivel de mejora continua



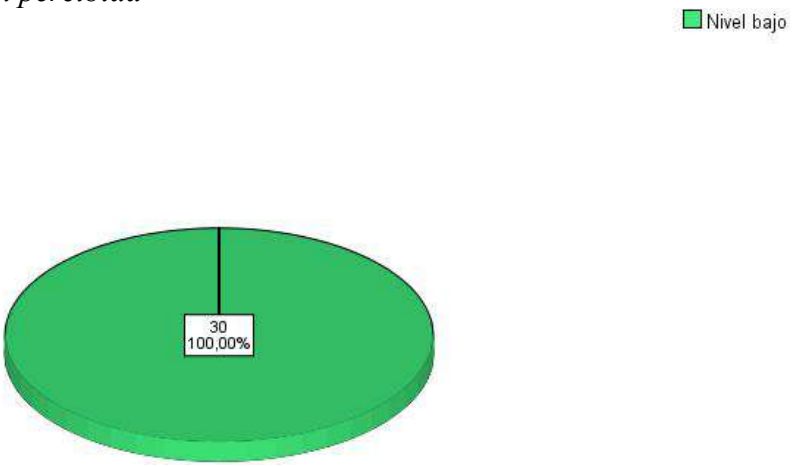
Dimensión 3: Nivel de satisfacción percibida

Tabla 21.
Nivel de satisfacción percibida

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nivel bajo	30	100,0

Se aprecia en la tabla 21, un "nivel bajo" de la satisfacción percibida representado por el **100,0% (30)**.

Figura 16.
Nivel de satisfacción percibida



4.1.2 Tablas cruzadas

4.1.2.1 Tablas cruzadas de doble entrada

Tabla cruzada 1

Tabla 22.
Tabla cruzada entre nivel de gestión administrativa con atención al usuario

			Atención al usuario				
			Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Total
Nivel de gestión administrativa	Nivel bajo	Recuento	3	4	1	1	9
		% del total	10,0%	13,3%	3,3%	3,3%	30,0%
	Nivel medio	Recuento	0	1	7	6	14
		% del total	0,0%	3,3%	23,3%	20,0%	46,7%
	Nivel alto	Recuento	0	0	0	7	7
		% del total	0,0%	0,0%	0,0%	23,3%	23,3%
Total		Recuento	3	5	8	14	30
		% del total	10,0%	16,7%	26,7%	46,7%	100,0%

Se observa en la tabla cruzada 22, del nivel bajo de la gestión administrativa, la cual está representada por el **30,0% (9)**; se observa de los encuestados que el **10,0% (3)** casi nunca reciben buena atención al usuario; por otro lado, el **13,3% (4)** a veces reciben buena atención al usuario; también el **3,3% (1)** casi siempre reciben buena atención al usuario; para finalizar, el **3,3% (1)** siempre reciben buena atención al usuario. Por otro lado, del nivel medio de la gestión administrativa, la cual está representada por el **46,7% (14)**; se observa de los encuestados que el **3,3% (1)** a veces reciben buena atención al usuario; también el **23,3% (7)** casi siempre reciben buena atención al usuario; para finalizar, el **20,0% (6)** siempre reciben buena atención al usuario. Para finalizar, del nivel alto de la gestión administrativa, la cual está representada por el **23,3% (7)**; se observa de los encuestados que el **23,3% (7)** siempre reciben buena atención al usuario.

Tabla cruzada 2

Tabla 23.

Tabla cruzada entre nivel de gestión administrativa con mejora continua

			Mejora continua					
			Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Total
Nivel de gestión administrativa	Nivel bajo	Recuento	1	3	2	2	1	9
		% del total	3,3%	10,0%	6,7%	6,7%	3,3%	30,0%
	Nivel medio	Recuento	0	0	1	9	4	14
		% del total	0,0%	0,0%	3,3%	30,0%	13,3%	46,7%
	Nivel alto	Recuento	0	0	0	0	7	7
		% del total	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	23,3%	23,3%
Total		Recuento	1	3	3	11	12	30
		% del total	3,3%	10,0%	10,0%	36,7%	40,0%	100,0%

Se observa en la tabla cruzada 23, del nivel bajo de la gestión administrativa, la cual está representada por el **30,0% (9)**; se observa de los encuestados que el **3,3% (1)** nunca perciben buena mejora continua; por otro lado, el **10,0% (3)** casi nunca perciben buena mejora continua; también el **6,7% (2)** a veces perciben buena mejora continua; se prosigue con el **6,7% (2)** que casi siempre perciben buena mejora continua; para finalizar el **3,3% (1)** siempre perciben buena mejora continua. Por otro lado, del nivel medio de la gestión administrativa, la cual está representada por el **46,7% (14)**; se observa de los encuestados que el **3,3% (1)** a veces perciben buena mejora continua; por otro lado, el **30,0% (9)** casi siempre perciben buena mejora continua; también el **13,3% (4)** siempre perciben buena mejora continua. Para finalizar, del nivel alto de la gestión administrativa, la cual está representada por el **23,3% (7)**; para finalizar se observa que el **23,3% (7)** siempre perciben buena mejora continua.

Tabla cruzada 3

Tabla 24.

Tabla cruzada entre nivel de gestión administrativa con satisfacción percibida

			Satisfacción percibida				
			Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Total
Nivel de gestión administrativa	Nivel bajo	Recuento	3	5	1	0	9
		% del total	10,0%	16,7%	3,3%	0,0%	30,0%
	Nivel medio	Recuento	0	3	7	4	14
		% del total	0,0%	10,0%	23,3%	13,3%	46,7%
	Nivel alto	Recuento	0	0	1	6	7
		% del total	0,0%	0,0%	3,3%	20,0%	23,3%
Total		Recuento	3	8	9	10	30
		% del total	10,0%	26,7%	30,0%	33,3%	100,0%

Se observa en la tabla cruzada 24, del nivel bajo de la gestión administrativa, la cual está representada por el **30,0% (9)**; se observa de los encuestados que el **10,0% (3)** casi nunca perciben buena satisfacción; por otro lado, el **16,7% (5)** a veces perciben buena satisfacción; también el **3,3% (1)** casi siempre perciben buena satisfacción. Por otro lado, del nivel medio de la gestión administrativa, la cual está representada por el **46,7% (14)**; se observa de los encuestados que el **10,0% (3)** a veces perciben buena satisfacción; por otro lado, el **23,3% (7)** casi siempre perciben buena satisfacción; también el **13,3% (4)** siempre perciben buena satisfacción. Para finalizar, del nivel alto de la gestión administrativa, la cual está representada por el **23,3% (7)**; se observa de los encuestados que el **3,3% (1)** casi siempre perciben buena satisfacción; para finalizar, el **20,0% (6)** siempre perciben buena satisfacción.

4.1.3 Prueba de normalidad

4.1.3.1 Prueba de normalidad para la variable 1: Gestión administrativa

H0: La variable gestión administrativa se presenta con una distribución normal

Ha: La variable gestión administrativa se presenta con una distribución NO normal

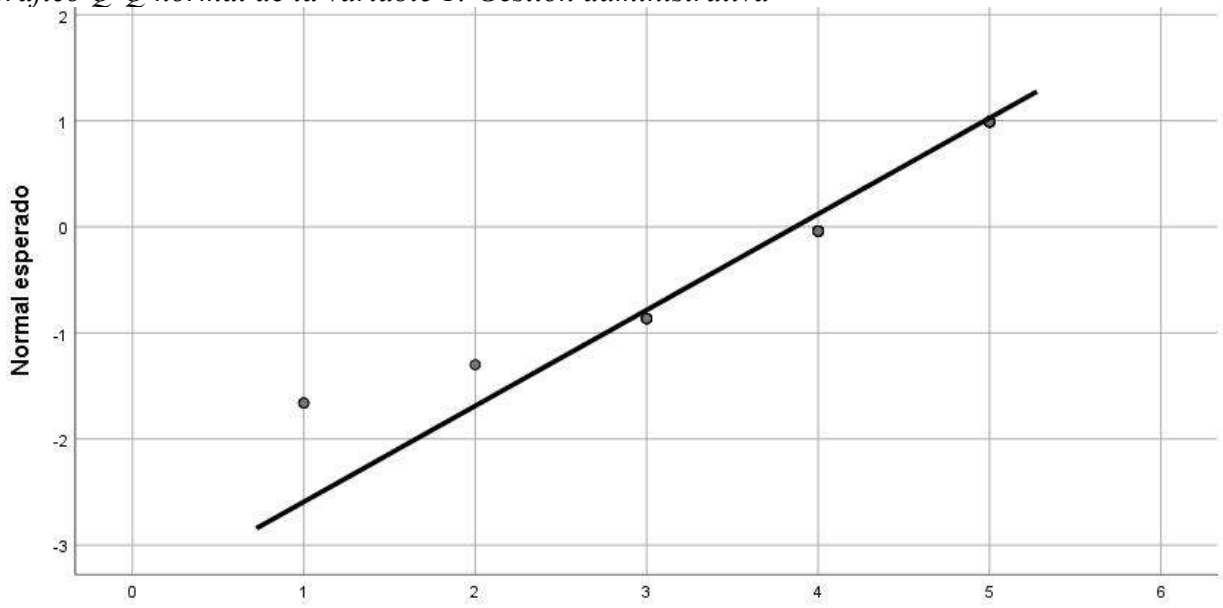
Tabla 25.
Pruebas de normalidad de la variable gestión administrativa

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Gestión administrativa	,821	30	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Interpretación: La variable gestión administrativa se presenta con una distribución NO normal, de acuerdo al P-valor (sig.) 0,000.

Figura 17.
Gráfico Q-Q normal de la variable 1: Gestión administrativa



4.1.3.2 Prueba de normalidad para la variable 2: Satisfacción del usuario

H0: La variable satisfacción del usuario se presenta con una distribución normal

Ha: La variable satisfacción del usuario se presenta con una distribución NO normal

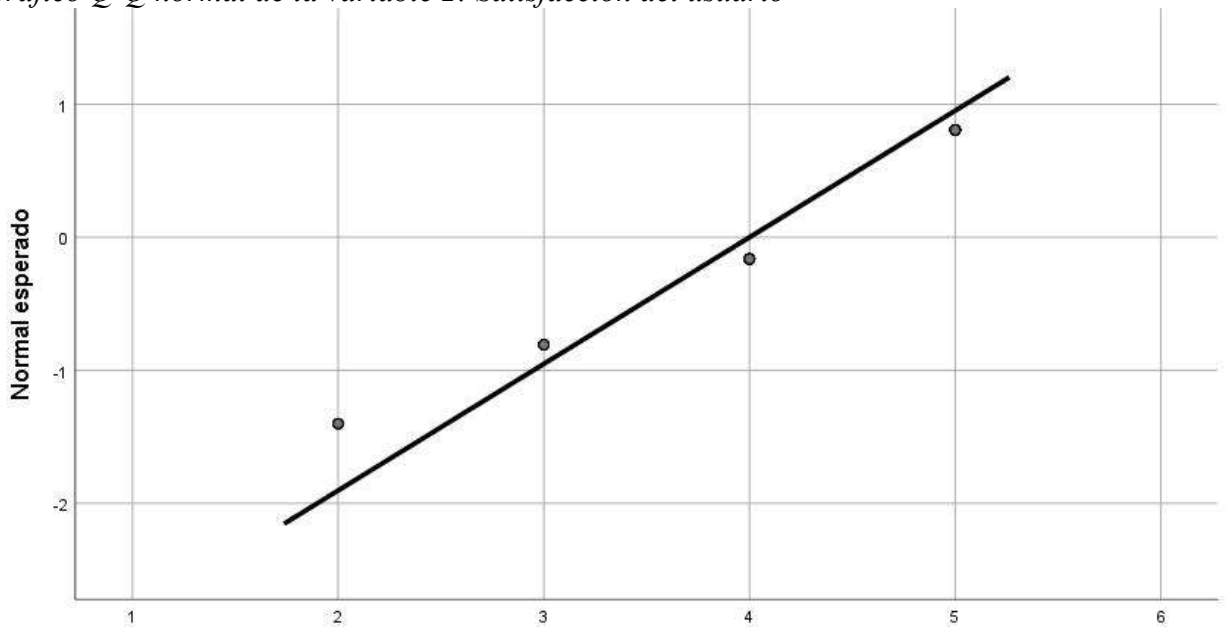
Tabla 26.
Pruebas de normalidad de satisfacción del usuario

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Satisfacción del usuario	,815	30	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Interpretación: La variable satisfacción del usuario se presenta con una distribución NO normal, de acuerdo al P-valor (sig.) 0,000.

Figura 18.
Gráfico Q-Q normal de la variable 2: Satisfacción del usuario



4.2 Contrastación de hipótesis

4.2.1 Hipótesis general

H0: NO existe relación significativa y positiva entre la gestión administrativa y la satisfacción del usuario en la Dirección Regional de Formalización de la Propiedad Rural. Huaura, periodo 2024.

Ha: Existe relación significativa y positiva entre la gestión administrativa y la satisfacción del usuario en la Dirección Regional de Formalización de la Propiedad Rural. Huaura, periodo 2024.

Tabla 27.

Rho de Spearman entre la V1 con la V2

			Gestión administrativa	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Gestión administrativa	Coeficiente de correlación	1,000	,800**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	30	30
	Satisfacción del usuario	Coeficiente de correlación	,800**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	30	30

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

Interpretación: Existe relación significativa y positiva entre la gestión administrativa y la satisfacción del usuario en la Dirección Regional de Formalización de la Propiedad Rural. Huaura, periodo 2024, de acuerdo P-valor (sig.) 0,000 que viene a ser menor al 0.05; También se aprecia que el nivel de correlación es positivo, esto nos dice que “a mejor gestión administrativa existirá mejor satisfacción del usuario”.

4.2.2 Hipótesis especificas

Hipótesis especifica 1

H0: NO existe relación significativa y positiva entre los procesos administrativos y la satisfacción del usuario en la Dirección Regional de Formalización de la Propiedad Rural. Huaura, periodo 2024.

Ha: Existe relación significativa y positiva entre los procesos administrativos y la satisfacción del usuario en la Dirección Regional de Formalización de la Propiedad Rural. Huaura, periodo 2024.

Tabla 28.

Rho de Spearman entre la D1 de la V1 con la V2

			Proceso administrativo	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Proceso administrativo	Coeficiente de correlación	1,000	,770**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	30	30
	Satisfacción del usuario	Coeficiente de correlación	,770**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	30	30

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

Interpretación: Existe relación significativa y positiva entre los procesos administrativos y la satisfacción del usuario en la Dirección Regional de Formalización de la Propiedad Rural. Huaura, periodo 2024, de acuerdo P-valor (sig.) 0,000 que viene a ser menor al 0.05; También se aprecia que el nivel de correlación es positivo, esto nos dice que “a mejor proceso administrativo existirá mejor satisfacción del usuario”.

Hipótesis especifica 2

H0: NO existe relación significativa y positiva entre el cumplimiento de funciones y la satisfacción del usuario en la Dirección Regional de Formalización de la Propiedad Rural. Huaura, periodo 2024.

Ha: Existe relación significativa y positiva entre el cumplimiento de funciones y la satisfacción del usuario en la Dirección Regional de Formalización de la Propiedad Rural. Huaura, periodo 2024.

Tabla 29.

Rho de Spearman entre la D2 de la V1 con la V2

			Cumplimiento de funciones	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Cumplimiento de funciones	Coeficiente de correlación	1,000	,821**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	30	30
	Satisfacción del usuario	Coeficiente de correlación	,821**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	30	30

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

Interpretación: Existe relación significativa y positiva entre el cumplimiento de funciones y la satisfacción del usuario en la Dirección Regional de Formalización de la Propiedad Rural. Huaura, periodo 2024, de acuerdo P-valor (sig.) 0,000 que viene a ser menor al 0.05; También se aprecia que el nivel de correlación es positivo, esto nos dice que “a mejor cumplimiento de funciones existirá mejor satisfacción del usuario”.

Hipótesis especifica 3

H0: NO existe relación significativa y positiva entre los logros de los objetivos organizacionales y la satisfacción del usuario en la Dirección Regional de Formalización de la Propiedad Rural. Huaura, periodo 2024.

Ha: Existe relación significativa y positiva entre los logros de los objetivos organizacionales y la satisfacción del usuario en la Dirección Regional de Formalización de la Propiedad Rural. Huaura, periodo 2024.

Tabla 30.

Rho de Spearman entre la D3 de la V1 con la V2

			Logro de objetivos organizacionales	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Logro de objetivos organizacionales	Coeficiente de correlación	1,000	,746**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	30	30
	satisfacción del usuario	Coeficiente de correlación	,746**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	30	30

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

Interpretación: Existe relación significativa y positiva entre los logros de los objetivos organizacionales y la satisfacción del usuario en la Dirección Regional de Formalización de la Propiedad Rural. Huaura, periodo 2024, de acuerdo P-valor (sig.) 0,000 que viene a ser menor al 0.05; También se aprecia que el nivel de correlación es positivo, esto nos dice que “a mejor logro de objetivos organizacionales existirá mejor satisfacción del usuario”.

Capítulo V

DISCUSIÓN

5.1 Discusión de resultados

Al analizar los diversos estudios previos junto con los resultados obtenidos, se observa una serie de correlaciones positivas y significativas entre las variables principales y sus dimensiones específicas, como los procesos administrativos, el cumplimiento de las diferentes funcione y el logro de objetivos institucionales. Los coeficientes de correlación de Spearman son elevados: 0.800 para la relación general, 0.770 para procesos administrativos, 0.821 para cumplimiento de funciones y 0.746 para el logro de objetivos, todos con valores p inferiores a 0.01, lo que permite rechazar las hipótesis nulas y aceptar que existe una relación significativa y positiva entre la gestión administrativa y la satisfacción del usuario.

Al comparar estos datos con estudios nacionales e internacionales, se identifican coincidencias y algunas diferencias relevantes. En cuanto a coincidencias, la mayoría de las investigaciones reportan una relación positiva y significativa entre estos conceptos; por ejemplo, Barriga y Mendoza (2022) y Espino (2024) respaldan esta tendencia. Además, estudios de Chávez y Torres (2023), Mendoza y Oscco (2023) y Polanco (2022) también muestran coeficientes elevados y significativos similares, sugiriendo que esta relación se mantiene en diversos contextos.

En contraste, algunos estudios como los de Holguín y Escobar (2024) indican que no siempre la calidad del servicio satisface las expectativas de los usuarios, evidenciando brechas que podrían estar influenciadas por factores contextuales o por dimensiones específicas de la gestión, como la seguridad, confianza o capacidad de respuesta. Por otro lado, Pérez et al. (2022) señalan que la planeación administrativa carece de influencia significativa en el bienestar de los

usuarios internos, a diferencia de los hallazgos actuales que muestran correlaciones fuertes en todas las dimensiones evaluadas, sugiriendo que el impacto de la gestión administrativa puede variar según el contexto y la población.

Desde una visión crítica, los resultados refuerzan la importancia de la gestión administrativa como un factor fundamental en la satisfacción del usuario, en línea con modelos como SERVQUAL y teorías de gestión por objetivos. Aunque la consistencia de los resultados es destacable, es posible que esté condicionada por aspectos metodológicos, tales como el tamaño reducido de la muestra (N=30), el sesgo de autopercepción o la ausencia de métodos cualitativos para complementar la información. Estudios como el de Peñafiel (2020) destacan que la percepción de satisfacción puede estar mediada por las expectativas y la cultura organizacional, además de mostrar bajos niveles de cumplimiento administrativo.

Capítulo VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

Conclusión 1: Se estableció la existencia de una relación directa entre la gestión administrativa y la satisfacción del usuario en la Dirección Regional de Formalización de la Propiedad Rural, Huaura, correspondiente al período 2024. Además, se observa un nivel de correlación positivo, lo que indica que "a mayor eficacia en la gestión administrativa, se registrará mayor satisfacción del usuario".

Conclusión 2: Se comprobó la presencia de una relación directa entre los procesos administrativos y la satisfacción del usuario en la Dirección Regional de Formalización de la Propiedad Rural, Huaura, durante el período 2024. Asimismo, el nivel de correlación positivo evidencia que "a mayor optimización de los procesos administrativos, se logrará mayor satisfacción del usuario".

Conclusión 3: Se verificó una relación directa entre el cumplimiento de funciones y la satisfacción del usuario en la Dirección Regional de Formalización de la Propiedad Rural, Huaura, en el período 2024. El nivel de correlación positivo corrobora que "a mayor cumplimiento de funciones, se obtendrá mejor satisfacción del usuario".

Conclusión 4: Se confirmó la existencia de una relación directa entre el logro de objetivos organizacionales y la satisfacción del usuario en la Dirección Regional de Formalización de la Propiedad Rural, Huaura, para el período 2024. El nivel de correlación positivo demuestra que "a mayor consecución de objetivos organizacionales, se alcanzará mayor satisfacción del usuario".

6.2 Recomendaciones

Recomendación 1: Fortalecer la gestión administrativa mediante capacitaciones continúas orientadas a la mejora de procesos y atención al usuario.

Recomendación 2: Optimizar y estandarizar los procesos administrativos para garantizar eficiencia y reducir tiempos de atención al usuario.

Recomendación 3: Implementar mecanismos de monitoreo y evaluación periódica del desempeño del personal para asegurar el cumplimiento efectivo de sus funciones.

Recomendación 4: Establecer metas claras y medibles alineadas con la satisfacción del usuario, revisando periódicamente su cumplimiento y ajustando estrategias según resultados.

REFERENCIAS

5.1 Fuentes documentales

Barriga, Z. y Mendoza, G. (2022). Gestión administrativa y su impacto en la satisfacción del cliente de la empresa nitido mkt. Universidad técnica de Manabí. Ecuador. Recuperado de: https://www.593dp.com/index.php/593_Digital_Publisher/article/view/1545/1335

Cedeño, P. et al. (2023). Gestión administrativa y su incidencia en la satisfacción del usuario de la empresa de agua el Chumo. Escuela superior politécnica agropecuaria de Manabí. Ecuador. Recuperado de: https://refcale.uleam.edu.ec/index.php/refcale/article/view/3779/2526

Chávez, C. y Torres, V. (2023). Gestión administrativa y satisfacción del usuario en la administración local de agua, Huaraz, 2023. Para optar el título profesional de licenciados en administración. Universidad Cesar Vallejo. Huaraz. Recuperado de: https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/113239

Espino, V. (2024). Gestión administrativa y su relación con la satisfacción al cliente en una empresa cementera con enfoque global, 2023. Para optar el título profesional de licenciado en administración de negocios globales. Universidad Ricardo Palma. Lima. Recuperado de: https://repositorio.urp.edu.pe/entities/publication/8ea8dd07-354c-4135-bb75-246309a08d6c

Holguin, N. y Escobar, G. (2024). Calidad del servicio y su incidencia en la satisfacción del usuario en ventanilla universal de la empresa pública autoridad de tránsito municipal de Guayaquil, Ecuador. Universidad técnica de Manabí. Ecuador. Recuperado de: https://www.investigarmqr.com/ojs/index.php/mqr/article/view/1231/4462

Mendoza, J. y Oscco, I. (2023). Gestión administrativa y satisfacción del usuario en la municipalidad provincial de Ica, 2022. Para optar el título profesional de licenciados en administración de negocios. Universidad san Juan Bautista. Ica. Recuperado de: https://repositorio.upsjb.edu.pe/item/d289b801-36c1-4abe-8d01-f2e6ec8592a3

Peñafiel, S. (2020). Efectos de la gestión administrativa en la satisfacción de los usuarios de la universidad técnica de Babahoyo. Trabajo previo al título de ingeniero comercial y empresarial. Escuela superior politécnica del litoral. Ecuador. Recuperado de: https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/51599/1/T-109905PROYECTO%20INTEGRADOR.pdf

Pérez, A. et al. (2022). Análisis de correlación entre la gestión administrativa y la satisfacción del usuario interno en la Red Salud Casanare E.S.E. durante la pandemia por Covid-19 en el año 2021. Revista gestión y desarrollo libre. Colombia. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/371615251_Analisis_de_correlacion_entre_la_gestion_administrativa_y_la_satisfaccion_del_usuario_interno_en_la_Red_Salud_Casanare_ESE_durante_la_pandemia_por_Covid-19_en_el_ano_2021

Polanco, R. (2022). Gestión administrativa y satisfacción de los usuarios en el Cafae sector educación, 2021. Para optar el grado de maestro en dirección y gestión del talento humano. Universidad privada del norte. Trujillo. Recuperado de: https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/31375

Sangacha, M. (2023). Gestión administrativa y satisfacción de los usuarios en la parroquia Bilovan, Ecuador, periodo 2022. Para optar el grado de maestro en gestión pública. Universidad nacional de tumbes. Tumbes. Recuperado de: https://repositorio.untumbes.edu.pe/handle/20.500.12874/64775

5.2 Fuentes bibliográficas

Acedo, P. (2002). Atención al ciudadano y participación. Cuarto Encuentro Sobre Calidad de los Servicios. España: Junta de Castilla y Leon.

Alvarez, J. (2015). El Sistema de Control Interno. Pacífico Editores. Lima. Perú. Lima Peru: Pacifico editores.

Areens, A. (2014). El Control Interno. Mexico: Editorial McGraw Hill.

Arias, F. (2012). El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica. Lima: Episteme.

Ariza, R., y Ariza, R. (2011). Información y atención al cliente. Mc GrawHill Education.

Armstrong, G., & Kotler, P. (2012). Fundamentos del Marketing. México: Pearson Educación, ISBN: 978-607-32-1420-9.

Behar, R. (2008). Metodología de la investigación. Shalom

Blandez, R. (2014). Proceso Administrativo. México D.F.: UNID

Caldas, M., et al. (2017). Empresa e iniciativa emprendedora. Madrid: Editex.

Calva, J. (2009). Satisfaccion de Usuarios. Mexico: Universidad Nacional Autónoma de México.

Camison, C., et al. (2006). Gestion de la Calidad. Madrid: Pearsson Educacion, S. A.

Chacón, J., y Rugel, S. (2018). Artículo de Revisión. Teorías, Modelos y Sistemas de Gestión de Calidad. Espacios.

Chiavenato, I. (2007). Introducción a la teoría general de la administración. México: Mc Graw Hill Education.

Chiavenato, I. (2014). Introducción a la teoría general de la administración (8 ed.). México: Mc Graw Hill Interamericana.

Estrada, E. (2017). Calidad de atención y su relación con la satisfacción al usuario – Municipalidad distrital Rázuri, 2017. Tesis de maestría, Universidad César Vallejo, Trujillo.

Estrada, W. (2007). Servicio y Atencion al Cliente. Lima: Bilioteca Nacional del Peru 2007-02203.

Ferrell, O., & Hartline, M. (2012). Estrategia de marketing. Cengage Learning Editores, SA.

Galviz, G. (2011). Calidad en la Gestion de Servicios. Venezuela: Fondo Editorial Bibiloteca Universidad Rafael Urdaneta.

Garcia, M., et al. (2003). Mejora continua de la calidad en los procesos. Industrial Data.

George, T. (1996). Principios de la administración. Compañía Editorial Continental. México.

Goerlich, J. (2010). Contratación laboral y tipos de contrato: criterios jurisprudenciales (Primera ed.). España: Lex Nova.

Gosso, F. (2010). Hiper satisfacción del cliente. Panorama Editorial.

Herrera, A. (2016). El Sistema de Control Interno. exico: Editorial Ediciones Contables Administrativas.

Hitt, M., et al. (2006). Administración. México: Pearson Educación de México S.A de CV.

Koontz H., et al. (2017). Administración, una perspectiva global y empresarial. México: McGraw-Hill Interamericana Editores S.A. de CV.

Kotler, P. (1997). Mercadotecnia. En P. Kotler, Mercadotecnia. México: Pearson.

Kotler, P., y Armstrong, G. (2013). Fundamentos de marketing. (11 ed.) México, Pearson Educación.

León, C., et al. (2007). Gestión empresarial para agronegocios. Chiclayo: Perú.

Lovelock, C. et al. (2011). Administración de servicios. Estrategias para la creación de valor en el nuevo paradigma de los negocios. (2 ed.) México: Pearson Educación.

Lovelock, C., Wirtz, J. (2009). Marketing de servicios, personal, tecnología y estrategia. (6 ed) México: Pearson Educación.

Martínez, G. (2016). Expectativas, Motivacion y satisfaccion de los estudiantes de GAP. 0– 61.

Mejias, P., y Osorio, P. (2009). Objetivos organizacionales vs Sistemas de compensación Empresas Consultoras de Ingenieria IPC en Venezuela. Universidad Católica Andrés Bello. Caracas.

Niño, V. (2019). Metodología de la investigación: Diseño, ejecución e informe. Bogotá, Colombia: Ediciones de la U.

Ñaupas, P. (2018). Metodología de la investigación cuantitativa – cualitativa y redacción de la tesis. Edición. Bogotá: Ediciones de la U.

Oviedo, G. (2014). La definición del concepto de percepción en psicología con base en la teoria de Gestalt.

Peralta, J. (2016). Rol de las expectativas en el Juicio de Satisfacción y calidad percibida del servicio. https://doi.org/ISSN: 07181361.

Perez, R., & Gonzales, J. (2016). Formación y orientación laboral (Tercera ed.). España: Ediciones Paraninfo.

Rey, M. (2000). La Satisfaccion del Usuario: un concepto en alza. anales de documentación, n.º 3, 139-153.

Robbins, S., Coulter, M. (2005). Administración (8 ed.). México: Pearson Educación.

Robert, A. (2008). Sistemas de Control de Gestión. México: Mc Graw Hill.

Sampieri, R., et al. (2014). Metodología de la investigación. México D.F.: Punta Santa Fe.

Santacruz, D. (2015). Analisis de las expectativas en el marco de la actividad fisica y el deporte.Schnarch, K. (2011). Marketing de Fidelización (Ecoe).

Santos, G. (2012). Fundamentos de la comunicación. Estado de México: Red Tercder Milenio S.C.

Tejeda, L. (2014). Gestion Administrativa y Su Mejora En La Municipalidad Distrifal Bella Vista Callao. Universidad Nacional del Callao, Callao, Perú.

Uribe, M. (2013). Modelo de gestión de la calidad en el servicio al cliente: propuesta para las grandes superficies. Lebret, 333-354.

Vavra, T. (2006). Cómo medir la satisfacción del cliente según la ISO 9001:2000. (2 ed.), España: FC Editorial. Fundación Confemetal.

Vizcarra, J. (2016). El Control Interno. Lima: Pacífico Editores.

Zeithaml, V., et al. (1993). Calidad Total en la Gestion de Servicio. Madrid: Ediciones DÌaz de Santos, S.A.

Zuluaga, R. (2008). Creación y consolidación de empresas. Colombia: ECOE Ediciones.

5.3 Fuentes hemerográficas

Bigné, E., et al. (2010). Consecuencias de la insatisfacción del consumidor: Un estudio en servicios hoteleros y de restauración. España: Universia Business Review, recuperado de: https://www.redalyc.org/pdf/433/43315581005.pdf

Echegaray, A. (2023). Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en la oficina de defensa civil de la municipalidad distrital de Punta Negra, 2021. Recuperado de: https://repositorio.unjfsc.edu.pe/handle/20.500.14067/8192

Fernández, D. (2023). Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en el centro de salud San Juan Tadeo del distrito de Carquin – 2021. Recuperado de: https://repositorio.unjfsc.edu.pe/handle/20.500.14067/9066

Fuentes, M. (2018). Gestión administrativa y satisfacción de los usuarios en la municipalidad provincial Mariscal Nieto, 2017. Recuperado de: https://repositorio.ujcm.edu.pe/handle/20.500.12819/488

García, V. (2018). Fundamentos filosóficos del pensamiento administrativo en occidente. Recuperado de: https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5114820

Giese, J., y Cote, J. (2000). Defining Customer satisfaction. Academy of Marketing Science. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/235357014_Defining_Consumer_Satisfaction

Hernández. (1996). Administración. México: Prentice-Hall Hispanoamericana.

Huamán, P. (2024). Gestión administrativa y satisfacción del usuario en la Dirección Regional de Formalización de la Propiedad Rural. Recuperado de: https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/15317/1/IV_FCE_308_TE_Huaman_Ponce_Todelano_2024.pdf

Lazzo, A. (2012). Gestión administrativa. Recuperado de: https://gestionadministrativaconceptos.blogspot.com/p/importancia.html

Mendoza, V. (2019). Gestión administrativa y satisfacción del usuario externo en el área de admisión del hospital santa rosa de Piura, 2019. Recuperado de: https://repositorio.usanpedro.edu.pe/items/5ab961fd-1e44-41ab-b593-506759d338b9

Meza, P. (2022). Gestión administrativa y calidad de servicio a los usuarios del hospital regional huacho, 2021. Recuperado de: https://repositorio.unjfsc.edu.pe/handle/20.500.14067/7627

Palomino, F. (2022). Calidad de servicio y satisfacción del usuario en la municipalidad distrital de Sayán en el año 2019. Recuperado de: https://repositorio.unjfsc.edu.pe/handle/20.500.14067/6699

Pérez, C., y Reto, A. (2019). Medición de la satisfacción del cliente en el restaurante TAO. Recuperado de: https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/4179/AE_318.pdf?seque

Ramírez, P., et al. (2017). La gestión administrativa en el desarrollo empresarial. Recuperado de: https://www.eumed.net/ce/2017/1/gestion.html

Reynoso, C. (2023). Gestión administrativa y satisfacción del usuario en un establecimiento I-3 Huaral. Recuperado de: https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/122849

Salazar, T. (2019). Gestión administrativa y calidad de servicio en el centro de atención primaria EsSalud – Oyon, año 2018. Recuperado de: https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UNJF_7df2617b6741de0b1018465758211bcb/Details

Sempere, J. (2017). La importancia del servicio al cliente. Recuperado de: https://www.revistadelaempresa.com/articulo/la-importancia-del-servicio-al-cliente

Toledo, M. (2016). Población y muestra. Universidad Autónoma del Estado de México. Recuperado de: http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/35134/secme-21544.pdf?sequence=1

5.4 Fuentes electrónicas

MIDAGRI (2021). Informe sobre formalización rural. Recuperado de: https://www.gob.pe/minagri

OCDE (2020). Mejora de la eficiencia del sector público. Recuperado de: https://www.oecd.org/gov/improving-public-sector-efficiency-9789264303057-en.htm

ANEXOS

01 INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Escala de calificación

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

GESTIÓN ADMINISTRATIVA						
D1	**Proceso administrativo**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
1	Considera que, la labor de los trabajadores de la DIREFOR es planificada					
2	Los trabajadores de la DIREFOR se comprometen trabajar de manera organizada					
3	Nota que los trabajadores de la DIREFOR se integran para trabajar de manera conjunta y eficiente					
4	Considera que, el o los jefes de la DIREFOR direccionan de manera eficiente a los trabajadores					
5	Considera que, la labor de la DIREFOR se controla frecuentemente					
D2	**Cumplimiento de funciones**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
6	El personal que, labora de la DIREFOR brinda una adecuada atención a los usuarios					
7	Después de hacer una gestión de la DIREFOR usted recibe resultados esperados					
8	Las actividades de gestión de la DIREFOR son desarrolladas de forma eficiente					
9	Los procesos de la DIREFOR son eficientes en función del tiempo					
10	Los tramites que usted realiza de la DIREFOR se realizan con rapidez					
D3	**Logro de objetivos organizacionales**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
11	Considera que, los usuarios tienen una imagen favorable de la DIREFOR					
12	Considera que a los usuarios respecto a la documentación se les ponen algún tipo de “trabas” los trabajadores de la DIREFOR					
13	Considera que, las funciones de los trabajadores de la DIREFOR se supervisan constantemente					
14	Los trabajadores de la DIREFOR prestan su atención de acuerdo a los requerimientos					
15	Los trabajadores de la DIREFOR organizan sus tareas a favor del usuario					
Fuente: Salazar, T. (2019). “adaptado”						

Escala de calificación

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

SATISFACCIÓN DEL USUARIO						
D1	**Atención al usuario**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
1	El personal que labora en la DIREFOR se comunica de forma fluida y entendible					
2	Sus solicitudes en la DIREFOR se atienden de forma inmediata					
3	El personal que labora en la DIREFOR resuelve sus problemas o inconvenientes de manera efectiva					
4	La información brindada por el personal de la DIREFOR es entendible					
5	El personal de la DIREFOR maneja el estrés ante situaciones complicadas o problemáticas					
D2	**Mejora continua**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
6	El personal de la DIREFOR escucha los requerimientos de los usuarios					
7	El personal de la DIREFOR evalúa la situación antes de dar una respuesta					
8	Considera que el personal de la DIREFOR posee vocación de servicio					
9	La verificación documentaria de la DIREFOR se da de manera oportuna					
10	El personal de la DIREFOR analiza los casos exhaustivamente de cada usuario					
D3	**Satisfacción percibida**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
11	Con que frecuencia escucha cometarios positivos de la DIREFOR					
12	La labor efectuada del personal de la DIREFOR cumple sus expectativas con los usuarios					
13	La labor efectuada por el personal de la DIREFOR genera emociones positivas					
14	Los atributos del servicio ofrecido por la DIREFOR satisfacen sus necesidades como usuario					
15	Con que frecuencia brinda recomendaciones de mejora del servicio brindando por el personal de la DIREFOR					
Fuente: Salazar, T. (2019). “adaptado”						

02 MATRIZ DE CONSISTENCIA

GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN LA DIRECCIÓN REGIONAL DE FORMALIZACIÓN DE LA PROPIEDAD RURAL, HUAURA - 2024

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES, DIMENSIONES E INDICADORES	METODOLOGÍA
Problema General **PG:** ¿Qué relación existe entre la gestión administrativa y la satisfacción del usuario en la Dirección Regional de Formalización de la Propiedad Rural. Huaura, periodo 2024? **Problemas Específicos** **PE1:** ¿Qué relación existe entre los procesos administrativos y la satisfacción del usuario en la Dirección Regional de Formalización de la Propiedad Rural. Huaura, periodo 2024? **PE2:** ¿Qué relación existe entre el cumplimiento de funciones y la satisfacción del usuario en la Dirección Regional de Formalización de la Propiedad Rural. Huaura, periodo 2024? **PE3:** ¿Qué relación existe entre los logros de los objetivos organizacionales y la satisfacción del usuario en la Dirección Regional de Formalización de la Propiedad Rural. Huaura, periodo 2024?	**Objetivo General** **OG:** Determinar la relación que existe entre la gestión administrativa y la satisfacción del usuario en la Dirección Regional de Formalización de la Propiedad Rural. Huaura, periodo 2024. **Objetivos Específicos** **OE1:** Determinar la relación que existe entre los procesos administrativos y la satisfacción del usuario en la Dirección Regional de Formalización de la Propiedad Rural. Huaura, periodo 2024. **OE2:** Determinar la relación que existe entre el cumplimiento de funciones y la satisfacción del usuario en la Dirección Regional de Formalización de la Propiedad Rural. Huaura, periodo 2024. **OE3:** Determinar la relación que existe entre los logros de los objetivos organizacionales y la satisfacción del usuario en la Dirección Regional de Formalización de la Propiedad Rural. Huaura, periodo 2024.	**Hipótesis General** **HG:** Existe relación significativa y positiva entre la gestión administrativa y la satisfacción del usuario en la Dirección Regional de Formalización de la Propiedad Rural. Huaura, periodo 2024. **Hipótesis Específicos** **HE1:** Existe relación significativa y positiva entre los procesos administrativos y la satisfacción del usuario en la Dirección Regional de Formalización de la Propiedad Rural. Huaura, periodo 2024. **HE2:** Existe relación significativa y positiva entre el cumplimiento de funciones y la satisfacción del usuario en la Dirección Regional de Formalización de la Propiedad Rural. Huaura, periodo 2024. **HE3:** Existe relación significativa y positiva entre los logros de los objetivos organizacionales y la satisfacción del usuario en la Dirección Regional de Formalización de la Propiedad Rural. Huaura, periodo 2024.	**Variable 1:** Gestión administrativa **Proceso administrativo** -planeación -organización -integración del personal -dirección -control **Cumplimiento de funciones** -atención al usuario -resultados esperados -desarrollo de actividades -procesos eficientes -rapidez en el servicio **Logro de objetivos organizacionales** -imagen de la institución -orden en la documentación -supervisión de funciones -servicio orientado al usuario -organización de tareas **NIVEL DE MEDIDA** Escala de Likert **ESCALA DE CALIFICACIÓN** 1. Nunca; 2. Casi nunca; 3. A veces; 4, Casi siempre; 5. Siempre **ESCALA DE MEDICIÓN** Ordinal **Variable 2:** Satisfacción del usuario **Atención al usuario** -comunicación con el usuario -atención de solicitudes -resolución de problemas -información brindada -manejo de estrés **Mejora continua** -escucha activa -evaluación de la situación -vocación de servicio -verificación documentaria -análisis de caso **Satisfacción percibida** -comentario positivo -cumplimiento de expectativas -emociones generadas -atributos del servicio -recomendaciones del servicio **NIVEL DE MEDIDA** Escala de Likert **ESCALA DE CALIFICACIÓN** 1. Nunca; 2. Casi nunca; 3. A veces; 4, Casi siempre; 5. Siempre **ESCALA DE MEDICIÓN** Ordinal	**Diseño de investigación:** **Tipo** Básica **Nivel** Descriptivo - Correlacional **Diseño** No experimental de tipo Transversal **Enfoque** Cuantitativo **Población y Muestra** **Población:** La población la constituyen un aproximado de 130 usuarios que son atendidos por la entidad semanalmente. **Muestra:** Para la obtención de la muestra se ara uno de un muestreo no probabilístico de carácter por conveniencia, en este caso la muestra estará representada por aproximado 30 usuarios que son atentados diariamente por la entidad. **Técnicas e instrumentos de investigación:** -Herramienta Cuestionario -Técnica **Técnicas para el proceso de la información:** -Excel -SPSS V27

03 DATOS ESTADÍSTICOS

	V1: GESTIÓN ADMINISTRATIVA														
	D1: Proceso administrativo					D2: Cumplimiento de funciones					Logro de objetivos organizacionales				
	I-1	I-2	I-3	I-4	I-5	I-6	I-7	I-8	I-9	I-10	I-11	I-12	I-13	I-14	I-15
usuario 1	4	4	4	5	4	5	4	4	3	3	3	2	3	4	4
usuario 2	4	4	4	5	5	5	4	3	4	5	3	4	5	4	3
usuario 3	5	4	4	4	3	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5
usuario 4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5
usuario 5	3	3	3	3	3	4	3	2	1	1	3	3	3	3	3
usuario 6	4	3	3	3	4	3	3	3	3	1	1	3	3	3	3
usuario 7	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	1	4	5	5
usuario 8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4
usuario 9	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
usuario 10	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	1	5	5	5
usuario 11	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	2	4	5	4
usuario 12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
usuario 13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
usuario 14	3	3	3	2	2	4	3	3	1	2	2	1	3	4	4
usuario 15	5	4	4	5	4	5	4	4	3	4	3	2	3	4	4
usuario 16	3	5	5	4	5	4	4	5	3	3	3	3	4	3	3
usuario 17	4	3	3	3	4	3	3	4	3	2	4	1	1	2	3
usuario 18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
usuario 19	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	1	4	4	5
usuario 20	4	5	5	3	3	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4
usuario 21	3	4	4	5	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4
usuario 22	1	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
usuario 23	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1
usuario 24	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	5	3	1	1
usuario 25	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	5	4
usuario 26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
usuario 27	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
usuario 28	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
usuario 29	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	2	4	4	4
usuario 30	1	2	2	2	2	3	2	3	1	2	3	3	3	2	3

	V2: SATISFACCIÓN DEL USUARIO														
	D1: Atención al usuario					D2: Mejora continua					D3: Satisfacción percibida				
	I-1	I-2	I-3	I-4	I-5	I-6	I-7	I-8	I-9	I-10	I-11	I-12	I-13	I-14	I-15
usuario 1	4	3	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4
usuario 2	4	5	4	3	4	4	4	3	4	3	4	5	4	3	4
usuario 3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
usuario 4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
usuario 5	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3
usuario 6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
usuario 7	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
usuario 8	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	3	3
usuario 9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
usuario 10	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5
usuario 11	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4
usuario 12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
usuario 13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	3
usuario 14	4	2	3	3	5	5	5	4	3	5	2	3	4	4	4
usuario 15	4	3	4	5	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	2
usuario 16	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3
usuario 17	1	3	1	3	1	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3
usuario 18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5
usuario 19	5	5	5	5	4	5	5	2	5	4	4	5	5	4	4
usuario 20	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4
usuario 21	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4
usuario 22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
usuario 23	3	1	3	3	3	1	3	3	3	2	1	3	1	3	3
usuario 24	3	1	1	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5
usuario 25	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4
usuario 26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
usuario 27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
usuario 28	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
usuario 29	4	3	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4
usuario 30	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	2	3	2	2	1

04 FOTOS DE LA APLICACIÓN DEL INSTRUMENTO






ECTOR
HUMO
SALIDA
DIRECCIÓN REGIONAL DE FORMALIZACIÓN
DIREFOR


ECTOR
HUMO
SALIDA
DIRECCIÓN REGIONAL DE FORMALIZACIÓ
URAL
DIREFO


RECEPCIÓN Y ORIENTACIÓN
SALIDA

