



UNIVERSIDAD NACIONAL "JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN"

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

TESIS

**EVALUACIÓN DEL PROTOCOLO DE ATENCIÓN AL CIUDADANO Y SU RELACIÓN
CON LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS EN LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL
DE HUAURA, PERIODO 2016**

PRESENTADO POR:

PATRICIO TRINIDAD, Grace Valeria

VILLARREAL CORONADO, Jaqueline Beatriz

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

ASESOR:

Dr. BALDEOS ARDIAN, Luis Alberto

Huacho – Perú

2017

DEDICATORIA

A mis profesores, por su esmero y apoyo en estos años de mi vida universitaria.

AGRADECIMIENTO

A las autoridades de la Facultad de Ciencias Empresariales.

A los jurados de tesis por sus sugerencias para llegar con éxito a la culminación de la presente investigación.

A mi asesor por el apoyo para asegurar el cumplimiento de los objetivos de la investigación.

INDICE GENERAL

RESUMEN	8
ABSTRACT	9
INTRODUCCIÓN	10

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática	12
1.2. Formulación del Problema	16
1.2.1. Problema General	16
1.2.2. Problemas Específicos	16
1.3. Objetivos de la Investigación	16
1.3.1. Objetivo General	16
1.3.2. Objetivos Específicos	17
1.4. Justificación de la Investigación	17

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la Investigación	18
2.2. Bases Teóricas	26
2.3. Definiciones conceptuales	46
2.4. Formulación de las hipótesis	47
2.4.1. Hipótesis General	47

2.4.2. Hipótesis Específicas	47
------------------------------	----

CAPÍTULO III METODOLOGÍA

3.1. Diseño metodológico	48
3.1.1. Tipo	48
3.1.2. Enfoque	48
3.2. Población y muestra	49
3.3. Operacionalización de variables e indicadores	50
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	52
3.5. Técnicas para el procesamiento de la información	52
3.6. Validez y Confiabilidad del instrumento	52

CAPÍTULO IV RESULTADOS

4.1. Presentación de tablas, figuras e interpretaciones	58
4.2. Discusión	74

CAPÍTULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones	77
5.2. Recomendaciones	78

CAPÍTULO VI FUENTES DE INFORMACIÓN

6.1. Fuentes bibliográficas	79
6.2. Fuentes electrónicas	80

ANEXO

- | | |
|--|----|
| 1. Matriz de consistencia | 82 |
| 2. Instrumento de recolección de datos | 84 |

INDICE DE TABLAS

Tabla 1.	<i>Genero de los Usuarios de la Municipalidad Provincial de Huaura</i>	58
Tabla 2.	<i>Edad de los usuarios de la Municipalidad Provincial de Huaura</i>	59
Tabla 3.	<i>Porcentaje de Protocolo de atención de los Ítems de la dimensión de Etiqueta de conducta</i>	61
Tabla 4.	<i>Niveles de Protocolo de atención en Etiqueta de conducta</i>	61
Tabla 5.	<i>Porcentaje de Protocolo de atención de los Ítems de la dimensión de Atención a reclamos</i>	63
Tabla 6.	<i>Niveles de Protocolo de atención en Atención a reclamos</i>	63
Tabla 7.	<i>Porcentaje de Satisfacción del Usuario de los Ítems de la dimensión de Expectativas</i>	65
Tabla 8.	<i>Niveles de Satisfacción del usuario en Expectativas</i>	65
Tabla 9.	<i>Porcentaje de Satisfacción del Usuario de los Ítems de la dimensión de Percepciones</i>	67
Tabla 10.	<i>Niveles de Satisfacción del usuario en Percepciones</i>	67
Tabla 11.	<i>Porcentaje de Satisfacción del Usuario de los Ítems de la dimensión de quejas</i>	69
Tabla 12.	<i>Niveles de Satisfacción del usuario en quejas</i>	69
Tabla 13.	<i>Correlación de Pearson entre Protocolo de atención en la etiqueta de conducta y la satisfacción del usuario</i>	71
Tabla 14.	<i>Correlación de Pearson entre Protocolo de atención en la atención de reclamos y la satisfacción del usuario</i>	72
Tabla 15.	<i>Correlación de Pearson entre Protocolo de atención y la satisfacción del usuario 2016</i>	73

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo general establecer de qué manera el Protocolo de atención al ciudadano se relaciona con la Satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Provincial de Huaura, periodo 2016. La población de estudio está representada por 324 usuarios que acuden a las diferentes áreas de la institución, seleccionados mediante la fórmula estadística de poblaciones finitas. Se utilizó el instrumento de medición de escala de Likert. Considerándose las dimensiones: Etiqueta de Conducta, Atención de Reclamos, Expectativas, Percepción y Quejas. La confiabilidad del cuestionario fue validado mediante el coeficiente alfa de Cronbach, calculado con el SPSS 23 (0,820). Test de esfericidad de Barlett y el índice KMO de Kaiser-Meyer-Oklin. El instrumento se aplicó a los usuarios de la Municipalidad Provincial de Huaura, el cual ayudo a medir ambas variables las cuales son “Protocolo de atención” y “Satisfacción de los usuarios”. Los Resultados muestran que el mayor porcentaje de los usuarios (65 %) reciben siempre un adecuado Protocolo de Atención por parte del personal al asistir a la Municipalidad, en cuanto a la Satisfacción al Usuario reporta un porcentaje mayor a 60 % en cada una de sus dimensiones, con una opinión favorable con el servicio brindado.

Como conclusión principal se obtuvo que el protocolo de atención al ciudadano se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Provincial de Huaura, periodo 2016 ($Rho= 0,451$; $p = 0,00 < 0,05$).

Palabras Claves: Etiqueta de Conducta, Atención de Reclamos, Expectativas, Percepción y Quejas.

ABSTRACT

The general objective of this research is to establish how the Citizen Service Protocol is related to the satisfaction of users in the Provincial Municipality of Huaura, 2016. The study population is represented by 324 users who go to different areas of the institution, selected by the statistical formula of finite populations. The Likert scale measurement instrument was used. Considering the dimensions: Etiquette of Conduct, Attention of Claims, Expectations, Perception and Complaints. The reliability of the questionnaire was validated using the Cronbach alpha coefficient, calculated with the SPSS 23 (0.820). Sphericity test of Barlett and the KMO index of Kaiser-Meyer-Oklin. The instrument was applied to the users of the Provincial Municipality of Huaura, which helped to measure both variables which are "Service Protocol" and "User Satisfaction". The Results show that the highest percentage of users (65%) always receive an adequate Attention Protocol by the staff when attending the Municipality, in terms of User Satisfaction reports a percentage higher than 60% in each of their dimensions, with a favorable opinion with the service provided.

As a main conclusion, it was obtained that the protocol of attention to the citizen is significantly related to the satisfaction of the users in the Provincial Municipality of Huaura, 2016 period ($Rho = 0.451$, $p = 0.00 < 0.05$).

Keywords: Behavior Etiquette, Claims Attention, Expectations, Perception and Complaints.

INTRODUCCIÓN

Los protocolos son instrumentos de aplicación, de orientación, eminentemente práctica, que pueden o no resumir los contenidos de una guía de atención. Las guías de atención son un instrumento que contiene los lineamientos técnicos para la atención, orientan al personal de los servicios y se aplican a las personas que presentan un determinado problema o situación negativa. Se construyen con base en la metodología de gestión de procesos. Aseguran la calidad de atención en las organizaciones, define el procedimiento que se debe tener al proporcionar la atención a los usuarios. Además, permite la coordinación e información entre niveles, detalla las actividades en la atención de las personas y se optimiza la secuencia de acciones a realizar, para dar una perspectiva multidisciplinaria que es capaz de identificar las expectativas en la atención de las personas en los servicios institucionales, los momentos que son críticos en la atención de las personas, y los métodos para mejorar la calidad y el costo beneficio de la atención de las personas. Esto va de la mano con otorgar una experiencia valiosa a los usuarios para enriquecer su vida y proporcionar satisfacción para ellos. La satisfacción del usuario es el resultado de la comparación que de forma inevitable se realiza entre las expectativas previas del usuario puestas en los servicios y en los procesos e imagen de la organización, con respecto al valor percibido al finalizar el servicio recibido. El valor percibido es aquel valor que el usuario considera haber obtenido a través del desempeño del servicio que adquirió. Los aspectos más relevantes del valor percibido por los usuarios es la calidad de atención recibida.

Esta presente tesis se divide en 6 capítulos.

En el primer capítulo desarrollamos el problema de la investigación, su realidad problemática, formulación del problema, justificación y objetivos.

En el segundo capítulo, se examina el marco teórico, donde se presentan los antecedentes, base teórica relacionada con el problema, los modelos a seguir y las definiciones conceptuales.

En el tercer capítulo, se presenta el marco metodológico, en el cual se mencionan el tipo y diseño de investigación realizada, la población y muestra, hipótesis, variables, operacionalización de variables, métodos, técnicas e instrumentos de investigación.

Seguido en el cuarto capítulo se resume la presentación, análisis e interpretación de los resultados obtenidos por cada instrumento, acompañado de cuadros y gráficos de análisis.

En el quinto capítulo se resume las conclusiones y recomendaciones y finalmente en el sexto capítulo se resume las referencias bibliográficas.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática

La Municipalidad Provincial de Huaura, es el órgano de Gobierno Local Provincial, con personería jurídica de derecho público, con autonomía política, económica y administrativa en asuntos de su competencia. La Municipalidad Provincial de Huaura, ejerce una jurisdicción sobre el territorio de la Provincia de Huaura y en el Distrito de Huacho.

La Municipalidad Provincial de Huaura, tiene como competencias, con carácter exclusivo o compartido, y ejerce las funciones y atribuciones señaladas por la Constitución Política del Perú, como son el de normar, administrar, organizar, ejecutar y fiscalizar las actividades, en materia de:

- Organización del espacio físico y uso del suelo.
- Saneamiento, salubridad y salud.
- Tránsito, viabilidad y transporte público.
- Educación, cultura, deportes y creación.
- Abastecimiento y comercialización de productos y servicios.
- Programas sociales, defensa y promoción de derechos.
- Seguridad ciudadana.
- Promoción del desarrollo económico local.

- Promover convenios internacionales para la implementación de programas de erradicación del consumo ilegal de drogas.
- Otros de servicios públicos.

La Municipalidad Provincial de Huaura es una entidad del estado que cumple con la integración territorial en la Provincia de Huaura, promotora del desarrollo humano sostenible, con capacidad para el cumplimiento de sus fines, promueve la adecuada prestación de servicios públicos locales, gobierno incluyente que desarrolla las políticas y planes de desarrollo concertado en un espacio de reflexión y debate, promueve el desarrollo integral solidario para viabilizar el crecimiento económico, la justicia social y la sostenibilidad ambiental, propiciando la defensa de la ciudadanía para las mejores condiciones de vida de su población.

Los protocolos son instrumentos de aplicación, de orientación, eminentemente práctica, que pueden o no resumir los contenidos de una guía de atención. Las guías de atención son un instrumento que contiene los lineamientos técnicos para la atención, orientan al personal de los servicios y se aplican a las personas que presentan un determinado problema o situación negativa. Se construyen con base en la metodología de gestión de procesos. Aseguran la calidad de atención en las organizaciones, define el procedimiento que se debe tener al proporcionar la atención a los usuarios. Además, permite la coordinación e información entre niveles, detalla las actividades en la atención de las personas y se optimiza la secuencia de acciones a realizar, para dar una perspectiva multidisciplinaria que es capaz de identificar las expectativas en la atención de las personas en los servicios institucionales, los momentos que son críticos en la atención de las personas, y los métodos para mejorar la calidad y el costo beneficio de la atención

de las personas. Esto va de la mano con otorgar una experiencia valiosa a los usuarios para enriquecer su vida y proporcionar satisfacción para ellos. La satisfacción del usuario es el resultado de la comparación que de forma inevitable se realiza entre las expectativas previas del usuario puestas en los servicios y en los procesos e imagen de la organización, con respecto al valor percibido al finalizar el servicio recibido. El valor percibido es aquel valor que el usuario considera haber obtenido a través del desempeño del servicio que adquirió. Los aspectos más relevantes del valor percibido por los usuarios es la calidad de atención recibida.

Toda institución pública tiene la obligación de contar con un protocolo de atención con la finalidad de estandarizar la atención que se brinda a los ciudadanos cuidando que se cumpla las políticas de calidad establecidas en las diversas entidades públicas, y la Municipalidad Provincial de Huaura no es la excepción ya que para toda institución pública es muy importante el generar un buen servicio a todos sus usuarios. Sin embargo, dentro de la Municipalidad Provincia de Huaura no se está aplicando de la mejor manera el protocolo de atención ya que el personal muchas veces no se muestra comprometidos con tal protocolo. Algunas de las deficiencias que muestra la Municipalidad Provincial de Huaura con respecto a la adecuada realización o desarrollo del protocolo de atención es que el personal no realiza el proceso de saludo de la mejor manera ya que estos muchas veces no tienen contacto visual en todo momento del saludo, no mantienen una postura firme, se muestran con un rostro serio y no invitan a la confianza. Existen otros problemas vienen se muestran mientras se está brindando el servicio, un ejemplo de esto es que el personal de la Municipalidad

Provincial de Huaura no muestra amabilidad, discreción y, sobre todo, educación; el personal no entabla un dialogo amable con la finalidad de hacer sentir al ciudadano bienvenido y cómodo para realizar la gestión.

La satisfacción de los usuarios dentro de la Municipalidad Provincial de Huaura es un factor en que se debe trabajar constantemente y eficientemente para lograr que esto ocurra. Sin embargo, existen algunas situaciones que están originando que el usuario de la Municipalidad Provincial de Huaura no se sienta satisfecho con el servicio percibido. Algunos de los problemas que se observan dentro de la municipalidad es la falta de disposición de apoyo por parte de los trabajadores, además se observó que el personal de la municipalidad no cuenta con una capacidad de respuesta, a la vez los usuarios no sienten que el personal se preocupe por brindar apoyo para solucionar sus problemas; otro gran problema que se pudo observar dentro de la Municipalidad Provincial de Huaura es la falta de afabilidad por parte del personal a los usuarios y esto ocurre porque los miembros del personal no se comportan de una manera profesional, porque el personal no escucha al usuario o porque el personal no tiene una actitud cortés con el usuario.

La Municipalidad Provincial de Huaura tiene la finalidad de brindar servicios de calidad a sus usuarios, con la utilización del protocolo de atención lograra la satisfacción de sus usuarios; sin embargo, con los problemas mencionados anteriormente, la Municipalidad Provincial de Huaura se verá envuelta en una seria de dificultades que lo llevaran a no poder desarrollar de una manera eficiente el servicio que brinda a los usuarios de la provincia.

Para combatir estos problemas y con ello poder la Municipalidad Provincial de Huaura cumplir de manera efectiva y correcta con sus funciones, es necesario que la municipalidad se preocupe por capacitar a sus trabajadores con respecto al tema de protocolo de atención con la finalidad de aumentar sus habilidades de atención al cliente y con ello buscar la satisfacción de los usuarios.

1.2. Formulación del Problema

1.2.1 Problema General

¿De qué manera el protocolo de atención al ciudadano se relaciona con la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Provincial de Huaura, periodo 2016?

1.2.2 Problemas Específicos

- a. ¿De qué manera la etiqueta de conducta se relaciona con la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Provincial de Huaura, periodo 2016?
- b. ¿De qué manera la atención de reclamos se relaciona con la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Provincial de Huaura, periodo 2016?

1.3. Objetivos de la Investigación

1.3.1 Objetivo General

Establecer de qué manera el protocolo de atención al ciudadano se relaciona con la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Provincial de Huaura, periodo 2016.

1.3.2 Objetivos Específicos

- a. Establecer de que manera la etiqueta de conducta se relaciona con la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Provincial de Huaura, periodo 2016.
- b. Establecer de que manera la atención de reclamos se relaciona con la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Provincial de Huaura, periodo 2016.

1.4. Justificación de la Investigación

El protocolo de atención tiene como objetivo principal el estandarizar la atención que se brinda a los ciudadanos cuidando que se cumpla las políticas de calidad establecidas por la Municipalidad Provincial de Huaura; para abrir paso a la satisfacción del usuario y al considerar la satisfacción del usuario surge con nitidez la importancia fundamental que tiene para una institución conocer la opinión de sus usuarios, lo que le permitirá posteriormente establecer acciones de mejora en la institución.

Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente, deducimos que la presente investigación se justifica por su conveniencia ya que es importante para la Municipalidad Provincial de Huaura conocer si sus trabajadores siguen adecuadamente el protocolo de atención y como esto se relaciona con la satisfacción de sus usuarios.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la Investigación

Venegas & Villanueva (2015) realizó la investigación titulada “: Programa de calidad total, para mejorar la calidad de la atención al cliente en la empresa MEL S.A.C.”, la cual fue aprobada por la Universidad Privada Antenor Orrego. El objetivo general de la investigación fue Elaborar y proponer implementar un programa de calidad total para mejorar la calidad de atención al cliente en la empresa MEL S.A.C. y como objetivos específicos diagnosticar la situación actual del servicio de atención al cliente de comercial MEL S.A.C., Determinar los factores que inciden en la fuerza de trabajo a la hora de prestar un servicio, Describir los aspectos más resaltantes del programa de calidad total y proponer los lineamientos generales para la adecuada implementación en la empresa MEL S.A.C. La investigación se ha asumido: Investigación Descriptiva. La investigación es no experimental. La población en estudio estuvo constituida por dos poblaciones, la primera compuesta por los clientes de la empresa, que está constituida por todos los clientes actuales del Comercial MEL SAC que suman un total de 196 clientes y la segunda conformada por 6 trabajadores de la empresa. Para la selección de la muestra se utilizaron formulas. Como técnica se utilizó la encuesta y entrevistas. La investigación utilizó como instrumento la encuesta por

cuestionario a los clientes actuales del centro comercial MEL SAC de Trujillo y entrevistas para obtener información más completa y precisa. Los resultados estudiados obtenidos en la investigación, es de un promedio regular, no llegando a satisfacer completamente las necesidades y expectativas de los clientes. Los factores que inciden a la hora de prestar un servicio son: la ausencia de normas al momento de atender al cliente, falta de capacitaciones y poca motivación. Por lo tanto, en la organización se requiere de un trabajo en participación de todos los empleados en todas las actividades de la empresa, porque el éxito o fracaso depende que se desarrolle con responsabilidad y compromiso.

Martínez (2014) realizó la investigación titulada “Calidad de atención al cliente en las agencias de Chiclayo para una entidad de micro finanzas”, la cual fue aprobada por la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. El objetivo general de la investigación fue Evaluar la calidad de la atención al cliente por sistema de “cliente oculto” y mediante encuestas fuera de los establecimientos y como objetivos específicos Analizar los aspectos tangibles e intangibles que originan una buena atención al cliente, obtener información de los clientes internos y externos sobre los factores más importantes para la calidad de atención al cliente en las agencias ,Tener un ranking de las agencias con mejores niveles de atención al cliente y relacionar ello con los factores tangibles e intangibles percibidos por los clientes. La investigación se ha asumido: Investigación Descriptiva –Analítica. Por la naturaleza de la investigación el diseño asumido en la presente investigación es No experimental. La población en estudio estuvo constituida por un promedio alrededor de 250 clientes día en las agencias Balta, Moshoqueque y Real Plaza, que son las de menor tamaño y tienen en promedio

tres ventanillas de atención siempre activas. La agencia principal (Balta Principal) tiene en promedio 1,000 clientes días atendiendo en promedio 7 cajas siempre activas. En el caso de los clientes crediticios, estos se dan en menor proporción o similar, puesto que el 100% de clientes crediticios una vez desembolsado el crédito pasa por las ventanillas de operaciones. El negocio no funciona con gran afluencia de clientes sólo crediticios, mientras que la muestra es discrecional. Como técnica se utilizó encuestas y entrevistas, se hicieron 41 encuestas y simulaciones de cliente oculto en Moshoqueque, 58 en Balta Principal, 34 en Balta y 18 en Real Plaza. Siendo una muestra total de 151 entrevistas o tomas de información como clientes. Se preparó tres filtros de levantamiento de información. Un filtro es para la evaluación mediante cliente oculto de la atención en las ventanillas de operaciones, otro filtro es para evaluar por el mismo formato, la atención para consultas de créditos con los analistas y finalmente un filtro para realizar una encuesta fuera de agencia. Los resultados hechos con cliente oculto, a los clientes de Entidad de Microfinanzas, tienen algunas deficiencias que deben ser corregidas como: Bajo conocimiento del producto; Baja proactividad para enganchar operaciones; el cierre de las transacciones se hace relativamente bien, pero no se establece contacto visual, saludo o sonrisa; Moshoqueque es la agencia con los resultados más bajos, no sólo en materia de operaciones sino también en créditos. Los resultados de la encuesta de cliente oculto, señalan que los procesos tienen a personalizarse antes que estandarizarse, dado a que el cliente primero pierde tiempo en la espera al no haber señalizador de colas y segundo. Sin embargo, las mejores agencias son Real Plaza y Balta en créditos, mientras que en operaciones son Real Plaza y Balta Principal. Habiendo mucho

que mejorar en Moshoqueque y en algunas dimensiones en todas las agencias, debe de existir un programa de servicio al cliente, mediante una capacitación; Protocolo detallado de atención al cliente y normas claras en cuanto a ofrecer productos o servicios al cliente para mejorar el servicio en la Entidad.

Sánchez (2012) realizó la investigación titulada “Satisfacción de los usuarios de consulta externa en una Institución de Seguridad Social en Guadalupe, Nuevo León”, la cual fue aprobada por la Universidad Autónoma de Nuevo León. El objetivo general de la investigación es determinar el grado de satisfacción de los usuarios que acuden a la consulta externa y establecer su asociación con las dimensiones: infraestructura, accesibilidad, trato personal, tiempo de espera y tiempo de consulta. La investigación se ha asumido: Investigación Descriptiva. La investigación es no experimental. La población en estudio estuvo constituida por 246 pacientes, se realizó un muestreo no probabilístico por conveniencia y se entrevistó a los usuarios de la consulta de primera vez. Como técnica se utilizó una encuesta que permitió fijar datos, mediante la elaboración de usuarios que asisten para diferentes tramitaciones. La satisfacción de los usuarios sobre la accesibilidad, infraestructura, trato, tiempo de consulta, es un 50% satisfactoria para los usuarios. Los resultados estudiados en la satisfacción percibida por el usuario de la consulta externa en esta institución como la infraestructura en donde se percibió en general las instalaciones como muy confortables: bien iluminadas, mobiliario confortable, temperatura ambiente agradable y de limpieza en general adecuada. También del trato personal en donde del usuario están satisfechos en general con el trato recibido por parte del personal administrativo de admisión, del personal de enfermería y de los médicos. La satisfacción con el tiempo de

consulta, el usuario señaló que este tiempo les pareció entre bueno y muy bueno, por otra parte, no se encontró relación de la satisfacción con los tiempos de espera en sala ya que un 30% señaló que son demasiadas largas las colas. Sin embargo, se puede concluir que el usuario está satisfecho en general del personal, la comodidad, limpieza, confort de las instalaciones y al tiempo de duración de la consulta una gran importancia aún por encima de los largos tiempos de espera, la dificultad para acceder a la consulta, y un deficiente surtimiento de la receta.

Pelaes (2010) realizó la investigación titulada “Relación entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente en una empresa de servicios telefónicos”, la cual fue aprobada por la Universidad Nacional Mayor De San Marcos. El objetivo general de la investigación fue determinar si existe una relación directa entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente en la empresa Telefónica, de manera tal que a medida que se incremente el nivel del clima organizacional aumentarán los niveles de satisfacción de los clientes y como objetivos específicos fueron comprobar si existe una relación directa entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente de la empresa Telefónica. La investigación se ha asumido: Investigación Descriptiva –Analítica. Por la naturaleza de la investigación el diseño asumido en la presente investigación es No experimental. La población en estudio estuvo constituida conformada por 200 empleados de la empresa Telefónica del Perú a los que se les aplicó la Escala de Clima Organizacional y sus respectivos 200 clientes a los que se les aplicó el Cuestionario de Satisfacción del Cliente. El tipo de muestreo aplicado fue el “criterial” u “opinático” en el cual el investigador selecciona su muestra de acuerdo

a los objetivos de la investigación. Como técnica se utilizó un formulario con el resultado obtenido en el procedimiento correlacional llevado a cabo y se aplicaron "parámetros descriptivos" para determinar el nivel de asociación entre las variables consideradas. Se elaboraron los gráficos respectivos y los análisis correspondientes. Los resultados estudiados en la satisfacción del usuario revelan que existe relación directa entre el clima organizacional, Área de Relaciones Interpersonales, y la satisfacción del cliente en la empresa Telefónica del Perú. Las áreas de: Estilo de Dirección (0.81), Área de Sentido de Pertenencia (0.61), Área de Retribución (0.56), (Área de Distribución de Recursos (0,07), Área de Estabilidad (0.81), Área de Claridad y Coherencia de la Dirección (0.31), Área de Valores Colectivos (0.36) desarrollaron en los trabajadores la identificación con la empresa y sus objetivos. La empresa también debe desarrollar labores que fortalezcan la integración grupal tales como actividades recreativas y deportivas, implementar cursos de motivación laboral, evaluar los niveles de satisfacción laboral y realizar reajustes razonables.

Perdomo (2007) realizó la tesis titulada "La calidad de atención al cliente del centro de Negocios Norte del Banco Casa Propia E.A.P en Barquisimeto", la cual fue aprobada por la Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado. El objetivo general de la investigación fue evaluar la Calidad de Atención al Cliente del centro de Negocios Norte del Banco Casa Propia E.A.P en Barquisimeto y como objetivos específicos analizar la situación actual del servicio de atención al cliente y si los factores básicos para lograr la satisfacción del cliente, influyen en la calidad de servicio y atención, evaluar el nivel de satisfacción de los clientes con los servicios ofrecidos por el banco y por último determinar lineamientos que

permitan ofrecer un excelente servicio de atención al cliente. La investigación se ha asumido: Investigación Descriptiva. La investigación es no experimental. La población en estudio estuvo constituida por 50 clientes de un solo turno, que son atendidos en el centro de Negocios Norte del Banco Casa Propia E.A.P en Barquisimeto. Estuvo representada por 18 trabajadores del centro de Negocios Norte del Banco Casa Propia E.A.P. En este caso el muestreo a utilizar es intencional. Se empleó como técnica de recolección de datos la observación directa. La investigación utilizó como instrumento la encuesta por cuestionario de satisfacción del cliente y encuesta de opinión del personal. Los resultados estudiados en la Calidad de Atención al cliente del centro de Negocios Norte del Banco Casa Propia E.A.P, revelan que la situación actual del servicio brindado en lo que se refiere a la calidad de los productos ofrecidos por la entidad, son insatisfechos para los clientes porque no cubren con sus necesidades, debido a que no están tan comprometidos a diferencia de otras entidades. Por otro lado, en los cuestionarios realizados a los empleados y clientes, se determina un alto índice de satisfacción sobre: un ambiente agradable, los trabajadores transmiten confianza, la calidad de servicio y respuestas rápidas ante cualquier reclamo, lo que indica que la empresa tiene empleados comprometidos con su trabajo, pero sus tasas y plazos nada atractivos evitan atraer más clientes.

Huiza (2006) realizó la investigación titulada “Satisfacción del usuario externo sobre la calidad de atención de salud en el Hospital de la Base Naval. Callao”, la cual fue aprobada por la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. El objetivo general de la investigación es determinar la satisfacción del usuario sobre la calidad de atención de salud de la consulta externa en el Hospital de la Base

Naval del Callao y como objetivos específicos analizar la satisfacción del usuario sobre la dimensión humana de la calidad de atención de salud de la consulta externa satisfacción del usuario, sobre el entorno de la calidad salud de la consulta externa en el Hospital de la Base Naval del Callao. La investigación se ha asumido: Investigación Descriptiva y prospectico. Por la naturaleza de la investigación el diseño asumido en la presente investigación es No experimental. La población en estudio estuvo constituida por 260 Usuarios de ambos sexos cuyas edades fueron menores de 17 y mayores de 60 años, militares en actividad que no formaban parte de la dotación de la Base Naval del Callao, usuarios con menos de dos atenciones en la consulta externa, usuarios que no desearon participar en el estudio, usuarios que presentaron trastornos de salud mental. Para la recolección de datos se empleó la técnica de la encuesta y como instrumento un cuestionario. Este instrumento constó de tres partes: Datos personales, datos específicos y finalmente se solicitó a los usuarios opiniones y sugerencias acerca de la calidad de la atención recibida en este nosocomio. Los resultados estudiados Muestra que la mayoría de los usuarios externos estuvieron satisfechos con respecto a la dimensión humana de la calidad de atención de salud de la consulta externa en el Hospital de la Base Naval del Callao, los usuarios no estuvieron satisfechos con respecto a la dimensión técnico-científica de la calidad de atención de salud de la consulta externa en este nosocomio. Los usuarios estuvieron satisfechos con respecto a la dimensión del entorno de la calidad de atención de salud de la consulta externa en este hospital, los resultados de este trabajo concluyen que la mayoría de los usuarios externos se encuentran satisfechos con la calidad de atención de salud de la consulta externa. Se deben formular un Plan

de Gestión de Mejoramiento de la Calidad fortaleciendo los aspectos relacionados y se realicen trabajos entre los establecimientos de salud que conforman la Dirección de Salud de la Marina.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Protocolo de atención

A. Definición

La Secretaría de Gestión Pública (2015) menciona que la atención se inicia con la recepción de la solicitud del ciudadano y finaliza con la ejecución del acto administrativo o de la actuación material por parte de la entidad. Estos procesos de atención requieren de instrumentos que permitan su aplicación estandarizada, los cuales son denominados protocolos de atención.

Según el Centro MAC- Mejor Atención al Ciudadano (2012) que el protocolo de atención es estandarizar la atención que se brinda a los ciudadanos cuidando que se cumplan las políticas de calidad de establecidas.

B. Definiciones de calidad de atención

Robbins & Judge (2013) señalan que la calidad de atención es satisfacer de la mejor manera a los clientes.

Guízar (2013) menciona que la calidad de atención es el cumplimiento de las expectativas que tiene el cliente sobre la atención y que tan bien la atención satisface sus necesidades.

Luna (2012) indica que la calidad de atención se basa en las percepciones que tiene el cliente por la atención recibido, la calidad de atención es una evaluación que refleja cómo percibe el cliente la atención recibida.

Ávalos (2010) menciona que la definición de calidad de atención es la propiedad de la atención que puede ser obtenida en diferentes medidas. Esta propiedad puede ser definida como la obtención de los mayores beneficios posibles de la atención con los menores riesgos para el paciente, en donde los mayores beneficios posibles se definen, a su vez, en función de lo alcanzable de acuerdo con los recursos con los que se cuenta para proporcionar la atención y de acuerdo con los valores sociales imperantes.

C. Dimensiones del protocolo de atención

La Secretaría de Gestión Pública (2015) menciona que el protocolo de atención de las instituciones públicas del Perú se puede medir bajo dos dimensiones claves, las cuales son las siguientes:

a. Etiqueta de conducta

- Recomendaciones para el saludo
 - Mantener contacto visual en todo momento.
 - Mantener una postura firme, pero relajada.

- Mantener un rostro sonriente o de invitación. Un rostro amable calma a la persona nerviosa, ayuda a esperar al que tiene prisa y suaviza a alguien que viene a quejarse.
 - Tener cuidado que las manos estén siempre limpias y no sudorosas.
- Recomendaciones durante el servicio
- Tener muy en cuenta la amabilidad, discreción y, sobre todo, la educación.
 - No entablar, conversaciones muy casuales o íntimas que afecten la productividad de la gestión que se necesita realizar y que prolonguen el tiempo de atención.
 - Promover un diálogo amigable que haga sentir al ciudadano(a) bienvenido(a) y cómodo(a) para realizar la gestión.
- Recomendaciones para la despedida
- Al terminar la gestión con el (la) ciudadano(a), despedir al mismo con una sonrisa cálida, recordándole que su presencia ha sido importante para nosotros y esperando que haya sido de su agrado.
- Cuidar la entonación, la expresión y mirar a los ojos.
 - Identificarlo por su nombre, ofreciéndose para posteriores requerimientos.

- Ser muy cortés cuando la visita no ha sido eficaz, pidiendo disculpas o enfatizando algún punto de la respuesta (por ejemplo, donde lo derivamos).
- Transmitir siempre la sensación de que se ha hecho todo lo que está en nuestras manos.
- Despedirse diciendo que se está muy agradecido y si existe algún material promocional, entregarlo.

b. Atención a reclamos

- Acogida de reclamo
 - Ser empático, es decir ponerse en el lugar del usuario-cliente para lograr empatía y saber cómo éste se siente en ese momento (aunque no estemos de acuerdo). Mostrar que tiene interés en su caso y que no es una molestia.
 - Mantenerse abierto: no enganchar con el ciudadano “malhumorado y/o alterado”, tener paciencia, recordar que un ciudadano(a) alterado muchas veces no logra expresar con claridad su problema, se confunde o no usa las palabras adecuadas.
 - No interrumpir antes de que termine de explicarle su problema con exactitud; escuchar y preguntar todo lo necesario para comprender e identificar el nudo del problema.
 - Aunque la persona grite, incluso que se exceda en las palabras, no tratar de calmarlo con frases como: “no grite”

o “cálmese por favor”. Dejar que se exprese y pensar que no es contra uno su enojo, sino contra la institución.

- Determinar la necesidad – escucha activa
 - Establecer en forma clara el “conflicto”: ¿quién?, ¿cuándo?, ¿dónde? y ¿cómo? Especificar cada uno de los aspectos de la situación para poder brindar una solución adecuada, a través de preguntas cerradas.
 - Demostrar interés, anotar los puntos relevantes y recapitular sobre lo dicho a partir de las notas. Es necesario que el cliente se sienta escuchado, de esa forma sentirá que su situación está “en buenas manos”. Utilizar frases como: “Entiendo su problema” o “Comprendo que es importante o urgente para usted...”.
- Búsqueda de la solución
 - Asumir el problema planteado por el ciudadano como propio.
 - En caso de ser necesario, pedir disculpas. Aceptar errores no quita autoridad, sino que ofrece confianza y responsabilidad en la tarea. Aunque no haya sido su error, usted se está disculpando a nombre de la institución y no en forma personal, por lo tanto, tampoco responsabilice a terceros.
 - Tratar de buscar una solución de común acuerdo, ofrecer al ciudadano(a) servirle en todo lo que esté al alcance, aun

así, la solución de su problema no refiera directamente a su ámbito.

- Ser preciso, las respuestas evasivas, poco claras, dilatan el problema y no ayudan a mejorar el estado de ánimo del (de la) ciudadano(a).
 - Cumplir lo prometido. Cuando se establece un acuerdo, y se ofrece una respuesta o plazos, es necesario cumplir lo prometido, a fin de prevenir la generación de un problema mayor.
 - En caso no sea posible solución alguna, poner a disposición el Libro de Reclamaciones y orientar al ciudadano para que registre su reclamación.
- Percepción que puede tener el ciudadano
- Sus expectativas no se satisfacen mediante el servicio que recibe.
 - Se encuentra disgustado con otro Asesor de Servicio que le atendió mal y asume que usted lo va a atender de la misma forma.
 - Está cansado o agobiado por su situación y siente que nadie lo ayuda.
 - Se siente víctima de las circunstancias generales, “siempre me atienden así...”.
 - Siente que si no reacciona en forma brusca, no lo van a atender.

- Siempre recibe promesas que no se cumplen.
- Se le trata con indiferencia y falta de cortesía (actitudes de desagrado y/o prejuicios).
- Primero se le dice una cosa y luego otra.
- No es escuchado.
- Se le dio una respuesta rápida, pero deficiente.
- Se le avergüenza por sus reclamos o por algo que ha hecho en forma incorrecta.
- Se le agredió y se discute con él.
- No se tiene experiencia en manejar el tipo de situación que presenta, de forma rápida y precisa.

D. Protocolos de atención de trámites, bienes y servicios públicos

La Secretaría de Gestión Pública (2015) menciona que es importante que la atención ciudadana se brinde sin ningún tipo de lenguaje discriminatorio, como la expresión de frases que puedan tener estereotipos o prejuicios sobre los grupos étnico-culturales del país. Además, señala que los protocolos de atención de trámites, bienes y servicios públicos se clasifican en tres niveles, los cuales son los siguientes:

a. Básico

Si se cumple entonces tendrá las siguientes características:

- La atención es brindada a la ciudadanía siguiendo las pautas que entrega cada órgano o unidad orgánica a su personal, pero no están formalmente establecidas.
- Estas pautas abarcan: saludo, momento de la atención y despedida, lenguaje a usar, entre otros aspectos.

b. Medio

Si se cumple entonces tendrá las siguientes características:

- La entidad cuenta con protocolos y métodos para la atención de la ciudadanía formalmente aprobados y entregados, como parte de los programas de capacitación.
- Estas pautas abarcan: saludo, momento de la atención y despedida, lenguaje a usar, entre otros aspectos.
- Estos protocolos son de aplicación para el canal presencial.
- Estos protocolos usan un lenguaje apropiado, no discriminatorio e inclusivo.

c. Avanzado

Si se cumple entonces tendrá las siguientes características:

- La entidad cuenta con protocolos y métodos para la atención de la ciudadanía y manejo de situaciones de conflicto formalmente aprobados y entregados, como parte de los programas de capacitación.
- Estas pautas abarcan: saludo, momento de la atención y despedida, lenguaje a usar, entre otros aspectos.

- Estos protocolos son de aplicación para el canal presencial y telefónico.
- Estos protocolos usan un lenguaje apropiado, no discriminatorio e inclusivo.
- Estos protocolos y métodos están en castellano y en la lengua predominante de la localidad que no sea castellano (si fuera pertinente).

E. Teorías relacionadas a la calidad de atención

Vargas & Aldana (2011) señalan las siguientes teorías que se relacionan con la calidad de atención y entonces que se tiene que tener en cuenta para formular protocolos de atención. Estas teorías son las siguientes:

a. Teoría de Deming

Desarrollo 14 puntos para que las organizaciones lleguen a una posición de productividad y competitividad; de igual forma trabaja las siete enfermedades mortales. Su trabajo ha hecho que sea reconocido en algunos lugares y por algunos empresarios como el padre de la administración moderna. Sus principios son:

- Crear conciencia del propósito de la mejora del producto y el servicio con un plan para ser competitivo y permanecer en el negocio.
- Adoptar la nueva filosofía

- Terminar con la práctica de hacer negocios sobre la base únicamente del precio.
- Terminar con la dependencia de la inspección masiva
- Descubrir el origen de los problemas.
- Poner en práctica métodos de capacitación para el trabajo
- Poner en práctica métodos modernos de supervisión de los trabajadores de producción
- Eliminar las barreras que existan en los departamentos
- Eliminar de la compañía todo temor que impida que los empleados puedan trabajar efectivamente en ella.
- Destacar objetivos numéricos, carteles y lemas dirigidos a la fuerza del trabajo que soliciten nuevos niveles de productividad sin ofrecer métodos para alcanzarlos.
- Eliminar normas de trabajo que prescriban cuotas numéricas.
- Retirar las barreras que enfrenten al trabajador de la línea con su derecho a sentir orgullo por su trabajo.
- Instituir un vigoroso programa de educación y re-entrenamiento.
- Formar una estructura en la alta administración que asegure en el día a día que los 13 puntos anteriores se han cumplido.

b. Teoría de la planificación para la calidad

Su autor fue Juran y su enfoque se basa en la administración de la calidad que consiste en planear, controlar y mejorar la calidad, enfoque conocido ms comúnmente como la trilogía de la calidad. Ha tenido una fuerte incidencia en el mundo por sus publicaciones y

por su instituto de asesorías, además, por su participación en la Sociedad Americana de Control de Calidad. Sus puntos corresponden entonces a la planeación de la calidad independientemente de la organización del producto o proceso. La calidad se puede generar en una serie de pasos llamado “mapa de planeación de la calidad”, en él se trabajan los siguientes aspectos:

- Identificación de los clientes.
- Determinar las necesidades de esos clientes.
- Traducir las necesidades a nuestro lenguaje
- Desarrollar productos con características que respondan en forma óptima a las necesidades de los clientes.
- Desarrollar un proceso que sea capaz de producir las características del producto.
- Transferir el proceso a la operación.

Con respecto al control de calidad desarrolló los siguientes aspectos:

- Establecer un lazo de retroalimentación en todos los niveles y para todos los procesos.
- Asegurar que cada empleado se encuentre en estado de autocontrol.
- Establecer los objetivos de calidad y una cantidad de medición para ellos.
- Proporcionar a las fuerzas operativas medios para ajustar el proceso de conformidad con los objetivos.

- Transferir responsabilidad de control.
- Evaluar el desempeño del proceso y la conformidad del producto mediante análisis estadístico.
- Aplicar medidas correctivas para restaurar el estado de conformidad con los objetivos de calidad.

Con respecto al mejoramiento de la calidad, éste proceso se basa en conceptos fundamentales como:

- Realizar todas las mejoras; proyecto por proyecto.
- Establecer un consejo de calidad.
- Definir un proceso de selección de proyectos.
- Designar para cada proyecto un equipo de seis a ocho personas con las responsabilidades de completar el proyecto.
- Otorgar reconocimientos y premios
- Aumentar el peso del parámetro de calidad en la evaluación de desempeño en todos los niveles de la organización.
- Participar de la alta dirección en la revisión del progreso de las mejoras de calidad.
- Proporcionar entrenamiento extensivo a todo el equipo administrativo en el proceso de mejora de calidad, sus métodos y herramientas para establecer el programa de mejora de calidad anual.

c. Teoría de la calidad total

Su autor fue Ishikawa, fue el principal precursor de la calidad total en Japón y tuvo una gran influencia en el mundo, ya que

resaltó las diferencias culturales en las naciones para el logro del éxito de la calidad. Sus principios básicos se relacionan a continuación:

- En cualquier industria, control de calidad, es hacer lo que se tiene que hacer.
- El control de la calidad que nos puede mostrar resultados no es control de calidad.
- El control de calidad empieza y termina con la capacitación.
- El control de calidad empieza y termina con la capacitación
- Los primeros pasos del control de calidad, deben estar orientados a conocer los requerimientos de los consumidores y los factores que los impulsan a consumir.
- Anticipar los problemas potenciales y quejas.
- La calidad tiene que construirse en cada diseño y en cada proceso.
- El control de calidad es una disciplina que combina el conocimiento con la acción.
- Las actividades de los círculos de control de calidad son congruentes con la naturaleza humana y pueden ser exitosos en cualquier parte del mundo.
- Los métodos estadísticos son el mejor modo de controlar las operaciones.

d. Teoría de políticas de calidad

Su autor fue Mizuno, el trabajo de la administración para promover la calidad, reside en establecer y delegar las políticas de calidad. Se requiere de un sistema administrativo matricial inter funcional, para el trabajo de TQC. La calidad total necesita estar planeada mediante una definición clara de las responsabilidades de la media y alta administración y la formación de un control de control de calidad total. Su programa incluye los siguientes elementos y recomendaciones:

- Métodos para el diseño y control de producto.
- Programa de capacitación en control de calidad para los trabajos.
- Formación en ciclos de control de calidad.
- Medición de costos y pérdidas relacionadas con la falta de calidad.
- Empleo de métodos estadísticos para controlar y mejorar los productos y establecer la política de auditoria de control de calidad.

2.2.2. Satisfacción del usuario

A. Definiciones

Chiavenato (2015) define a la satisfacción del usuario como la percepción que tiene el paciente acerca del desempeño del servicio en relación con sus propias expectativas.

Louffat (2012) menciona que la satisfacción del usuario es el cumplimiento de las expectativas que tiene un usuario acerca del servicio que se le ha ofrecido.

Ferrell & Hartline (2012) definen la satisfacción del usuario como el grado en que el servicio cumple o supera sus expectativas de los pacientes hacia dicho servicio.

Cantú (2011) señala que la satisfacción del usuario es el grado eficiente en que la organización cubre con la necesidad de algún paciente desea cubrir, cumplimiento de manera eficiente sus expectativas de dicho paciente.

Chiavenato (2011) define la satisfacción del usuario como el acto de aprender a conocer mejor sus necesidades y expectativas para crear los servicios requeridos de forma más eficaz, brindando las especificaciones que buscan los pacientes.

Schermerhorn (2010) menciona que la satisfacción del usuario se refiere a como la organización cumple con las expectativas del paciente con el servicio que se le ofrece. Dicha experiencia del paciente con el servicio se manifiesta con su satisfacción.

Velasco (2010) manifiesta que la satisfacción de los usuarios es el nivel de conformidad de la persona cuando realiza una compra o utiliza un servicio. La lógica indica que, a mayor satisfacción, mayor posibilidad de que el cliente vuelva a comprar o a contratar servicios en el mismo establecimiento. Es posible definir la satisfacción del cliente como el nivel del estado de ánimo de un individuo que resulta de la

comparación entre el rendimiento percibido del producto o servicio con sus expectativas.

B. Dimensiones de satisfacción de los usuarios

Kotler & Keller (2012) consideran como control de la satisfacción a los usuarios tres dimensiones: expectativas, percepción y quejas.

a. Expectativas

Una expectativa es lo que se considera lo más probable que suceda. Y sus indicadores con los que se evalúa son los siguientes:

- Experiencias de previas
- Recomendación de terceros
- Información
- Confiabilidad hacia la institución

b. Percepción

Primer conocimiento de una cosa por medio de las impresiones que comunican los sentidos. Y sus indicadores con los que se evalúa son los siguientes:

- Confianza
- Rapidez para acceder a información
- Servicio en el momento esperado

c. Quejas

La queja es toda inquietud, recomendación, denuncia o crítica y relacionadas con la prestación del servicio. Y sus indicadores con los que se evalúa son los siguientes:

- Solución rápida
- Facilidad de poder quejarse
- Uso de vías electrónicas para exponer quejas

C. *Aseguramiento de la satisfacción del usuario*

Shiffman & Lazar (2010) mencionan que mediante un estudio analizado se determinó diversos tipos de clientes. Por el lado positivo están los clientes satisfechos, éstos son los fieles y continúan comprando, y por el lado negativo, están los infieles, los desleales, quienes se sienten imparciales o ciertamente satisfecho, y de igual manera, podrán dejar de hacer negocios con la empresa y propalan comentarios negativos, y los rehenes, que son usuarios infaustos que se quedan con la compañía porque hay una exclusividad en los precios, y con quienes es muy caro tratar debido a sus reclamos continuos. Finalmente están los mercenarios aun teniendo sus clientes complacidos y contentos no son realmente fijos, en cualquier momento pueden despertar en otra compañía por más fieles que aparentan, pues se dejen llevar por factores como el precio más bajo u otro. Los investigadores sugieren a las empresas esforzarse por conseguir mayor satisfacción en los clientes y así eludir clientes desleales y mermar la cantidad de usuarios mercenarios.

Además, mencionan que la construcción de la confianza con el usuario es un reto difícil el hecho de obtener la confianza del cliente, esto no solo les corresponde a las empresas de bienes y servicios, sino

también para los comerciantes en línea y tradicional, e incluso a los organismos encargados de evaluar productos y servicios en línea en persona. Asimismo, la confianza es el soporte para conservar una relación durante con los consumidores y ayuda a acrecentar las posibilidades de que clientes se mantengan fieles.

D. Retención del cliente

Shiffman & Lazar (2010) señalan que es sumamente difícil captar nuevos usuarios a la empresa que conservar los que ya se tiene, es por eso que se debe actuar con más eficacia que la competencia, no solo es tener a los clientes sería retenerlos, que se mantengan en la compañía fielmente. Innovaren la publicidad, precios, ya que éstos con su satisfacción atraerán a nuevos clientes.

Las herramientas de interacción más comunes son el internet y el teléfono celular que resultan ser de mucha importancia para los mercadólogos y consumidores en el momento de la comunicación entre sí.

Por ejemplo, pueden designar productos y que estas vengan ya con un mensaje que atiendan necesidades de los consumidores.

A diferencia de los consumidores que pueden expresar sus sentimientos mediante internet y/o teléfono celular, para dar a conocer sus sentimientos y brindar a los mercadólogos una retroalimentación meritoria.

También deben tener en cuenta que no todos los clientes son iguales, para que puedan considerar la retención, como un método de estrategia.

Una organización establece categorías de usuarios mediante niveles de rentabilidad y registrado varios de los productos. Una empresa ya conocedora en temas de retención de clientes monitorea los volúmenes y comportamientos de consumo de sus usuarios, constituyen categorías de clientes según su nivel de rentabilidad y los clientes con menos consumo, que hacen compras no tan constantes, deberían recibir comunicaciones con límites

Aún más, para los clientes que nunca compran son obviados, con una nula comunicación dirigida

El marketing orientado en la rentabilidad del cliente los clasifica según el consumo que este realice a través de sus costos e ingresos, esta clasificación también se le conoce como la “pirámide de clientes”, el primer nivel es el nivel platino, allí están posicionados los clientes con mayor consumo y que son insensible a los precios, ya que estos habilitados a catar nuevas ofertas, el siguiente nivel es el dorado quien son usuarios frecuentes pero menos rentables, estos piden su descuento y probablemente tienen otros proveedores que los que se encuentran en el nivel superior, el nivel hierro están los consumidores con menos rentabilidad , no es necesario un buen trato de la compañía hacia los clientes. Y por último, el nivel plomo, son los exigen más de la

cuenta. Es un gasto para la compañía, piden más atención y su gasto es mínimo.

E. Administración de las relaciones con los usuarios

Ferrel & Hartline (2012) escriben que la filosofía de los negocios es la satisfacción del cliente, cuyo principio es definir y aumentar el valor para los usuarios en formas que los estimula a continuar siendo fieles. En conclusión, es fundamental hacer notar que no se centra exclusivamente en los consumidores finales. Engloba una serie de grupos distintos como:

a. Clientes

Son los usuarios finales de un producto, ya sea empresa o consumidores particulares.

b. Empleados

Las organizaciones deben administrar las relaciones con su personal si quieren tener alguna esperanza de atender cabalmente las necesidades de los clientes. Esto es válido en el sector de los servicios, donde los empleados son el servicio a los ojos del cliente. Mantener al personal clave es parte vital de la administración de las relaciones con el usuario.

c. Socios de la cadena de suministro

La mayoría de las empresas compran y venden productos corrientes arriba o debajo de la cadena de suministro. Esto supone la compra o venta de los materiales terminados a otras compañías.

De tal manera, es importante sostener las relaciones con los asociados principales de la cadena de abastecimiento para complacer a los clientes.

2.3. Definiciones conceptuales

Protocolo de atención

Son procesos de atención requieren de instrumentos que permitan su aplicación estandarizada, los cuales son denominados protocolos de atención.

Etiqueta de conducta

Las etiquetas de conducta hacen referencia a los procesos que deben seguir los trabajadores con respecto a la forma de comportarse frente al cliente en determinadas situaciones de la atención.

Atención de reclamos

Atención de reclamos es el acto que muestra que el trabajador de la institución está atento a cualquier reclamo que se pueda presentar por parte del usuario y este ayude a solucionarlo.

Satisfacción de los usuarios

Se define a la satisfacción de los usuarios como la percepción que tiene el consumidor individual acerca del desempeño del producto o servicio en relación con sus propias expectativas.

Expectativas

Una expectativa es lo que se considera lo más probable que suceda.

Percepción

Primer conocimiento de una cosa por medio de las impresiones que comunican los sentidos.

Quejas

La queja es toda inquietud, recomendación, denuncia o crítica y relacionadas con la prestación del servicio.

2.4. Formulación de las hipótesis

2.4.1. Hipótesis general

El protocolo de atención al ciudadano se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Provincial de Huaura, periodo 2016.

2.4.2. Hipótesis específicas

- a. La etiqueta de conducta se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Provincial de Huaura, periodo 2016.
- b. La atención de reclamos se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Provincial de Huaura, periodo 2016.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. Diseño Metodológico

3.1.1. Tipo

La presente investigación es de tipo descriptivo - correlacional, porque mide el comportamiento de las variables y la relación que existe entre ellas, mediante procedimientos estadísticos.

El diseño de Investigación es no experimental y de corte transversal.

La investigación de diseño no experimental es la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Esto quiere decir que, se trata de estudios donde no se hace variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables. Hernández, Hernández, Fernández & Baptista (2014) señalan que los diseños no experimentales se pueden clasificar en transversal y longitudinal.

3.1.2. Enfoque

De acuerdo, a la base teórica la presente investigación es transversal ya que los datos se recolectan en un solo momento, en un período de tiempo determinado.

3.2. Población y muestra

La población está conformada por 4220 usuarios de la Municipalidad Provincial de Huaura.

Para el cálculo de la muestra se usa la fórmula estadística de poblaciones finitas.

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{E^2 (N-1) + Z^2 p q}$$

Donde:

- n** Representa el tamaño de la muestra.
- p y q** Representan la probabilidad de la población de estar (p) o no (q) incluidas en la muestra. Cuando no se conoce esta probabilidad por estudios estadísticos, se asume que p y q tienen el valor de 0.5 cada uno.
- Z** Representa las unidades de desviación estándar que, en la curva normal, definen una probabilidad de error= 0.05, lo que equivale a un intervalo de confianza del 95 % en la estimación de la muestra, por tanto, el valor $Z = 1.96$.
- N** El total de la población. Este caso 4220 usuarios.
- EE** Representa el error estándar de la estimación, de acuerdo a la doctrina se ha tomado 0.05.

$$n = \frac{3.8416 * 0.5 * 0.5 * 4220}{0.0025 (4219) + 3.8416 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 352$$

La muestra está representada por 352 usuarios de la Municipalidad Provincial de Huaura.

Por considerar que la muestra es bastante amplia se aplica éste método de corrección. Como el tamaño de la población es conocida (4220) se utiliza el factor de corrección finito y la muestra anterior (352) usuarios, se denomina entonces muestra inicial.

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0 - 1}{N}}$$

La muestra está representada por 324 usuarios de la Municipalidad Provincial de Huaura.

3.3. Operacionalización de variables e indicadores

Variables	Dimensiones	Indicadores
<p>Variable independiente:</p> <p>Protocolo de atención</p>	<p>Etiqueta de conducta</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Recomendaciones para el saludo. - Recomendaciones durante el servicio. - Recomendaciones para la despedida.

	Atención a reclamos	<ul style="list-style-type: none"> - Acogida de reclamo. - Determinar la necesidad – escucha activa. - Búsqueda de la solución. - Percepción que puede tener el ciudadano.
<p>Variable dependiente:</p> <p>Satisfacción de los usuarios</p>	<p>Expectativas</p> <p>Percepción</p> <p>Quejas</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Experiencias previas. - Recomendación de terceros. - Información. - Confiabilidad hacia la institución. - Confianza. - Rapidez para acceder a información. - Servicio en el momento esperado. - Solución rápida. - Facilidad de poder quejarse. - Uso de vías electrónicas para exponer quejas.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.4.1. Técnica a emplear

La presente investigación empleó la técnica de la encuesta, cuyo instrumento a utilizar fue el cuestionario.

3.4.2. Descripción del instrumento

Se utilizó un cuestionario, el cual contienen una serie de preguntas que se contestan por escrito a fin de obtener información.

El instrumento se aplicó a los usuarios de la Municipalidad Provincial de Huaura, el cual ayudo a medir ambas variables las cuales son “Protocolo de atención” y “Satisfacción de los usuarios”. Se utilizó la escala de Likert.

3.5. Técnicas para el procesamiento de la información

Para el procesamiento de la información se empleó el análisis de la técnica estadística descriptiva de distribución de frecuencias.

El software que se empleó fue el Statical Package for the Social Sciences - SPSS versión N° 23. Los resultados son presentados en tablas y figuras.

3.6. Validez y Confiabilidad del instrumento

A. Validez

La validez se refiere al grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir. Hernández, Fernández, & Baptista, (2007) en el mismo sentido, Bernal, (2006) establece que la validez indica el grado con que pueden inferirse conclusiones a partir de los resultados obtenidos. Para esta investigación se examinó la validez de constructo.

La validez de constructo es la más importante, sobre todo desde una perspectiva Científica, y se refiere a qué tan exitosamente un instrumento representa y mide un concepto teórico. Parte del grado en que las mediciones del concepto proporcionadas por el instrumento se relacionan de manera consistente con otras mediciones de otros conceptos. A tales conceptos se les denomina constructos. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2007)

Para la validez del constructo, se realiza con los resultados de la aplicación piloto con 30 de los usuarios en la Municipalidad Provincial de Huaura, en la cual para estudiar la dimensionalidad del constructo, se realiza una primera aproximación a través del análisis factorial exploratorio. Pero antes, como requisitos previos, se utiliza el test de esfericidad de Barlett y el índice KMO de Kaiser-Meyer-Oklin. El primero se emplea para contrastar la hipótesis de que la matriz de correlaciones obtenidas no es una matriz identidad, es decir, que hay intercorrelaciones significativas entre las variables que justifican el análisis factorial. En cuanto al índice KMO se utiliza como medida de adecuación de la muestra, sabiendo que los valores bajos de dicho índice desaconsejan la aplicación de este análisis. El análisis factorial exploratorio fue realizado con el método de factorización de ejes principales y el método de factorización de componentes principales, ambos contenidos en el paquete de programa estadístico SPSS. Se aplica también la rotación Varimax.

1. La prueba de esfericidad de Bartlett, requisito previo al análisis factorial, mostró un valor sig. < 0,05; lo que supone que la matriz de correlaciones no es una matriz identidad. Esto indica que existen correlaciones altas, por lo que se admite que la matriz de datos obtenida es apta para el análisis

factorial. En segundo lugar, el índice Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) = 0,628; que, según Díaz, (2007) lo recomienda como bueno. Ambos resultados nos confirman la adecuación de los datos al análisis factorial.

KMO y prueba de Bartlett		
Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.		,546
Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado aproximado	301,678
	GI	190
	Sig.	,000

2. Aplicando las comunalidades por el Análisis del componente principal se observa que cada ítem supera el 0,3 por lo tanto ningún ítem deberá retirarse.

Comunalidades		
	Inicial	Extracción
1. ¿Los trabajadores de la Municipalidad muestran una conducta adecuada al momento de saludarlo?	1,000	,719
2. ¿Los trabajadores de la Municipalidad muestran una conducta adecuada durante le brinda su servicio?	1,000	,849
3. ¿Los trabajadores de la Municipalidad muestran una conducta adecuada al terminar la gestión con el ciudadano?	1,000	,798
4. ¿Los trabajadores de la Municipalidad se despiden de usted con una sonrisa cálida?	1,000	,777
5. ¿Los trabajadores de la Municipalidad le muestra que su presencia ha sido importante para ellos?	1,000	,703
6. ¿Los trabajadores de la Municipalidad acogen sus reclamos?	1,000	,598
7. ¿Los trabajadores de la Municipalidad escuchan de manera atenta su reclamo?	1,000	,779
8. ¿Los trabajadores de la Municipalidad buscan dar una solución adecuada para su reclamo?	1,000	,838
9. ¿Tiene una buena percepción de la atención brindada por la Municipalidad Provincial de Huaura?	1,000	,914
10. ¿Has tenido experiencias positivas anteriormente con las Municipalidad Provincial de Huaura?	1,000	,763
11. ¿Terceras personas te han hablado positivamente de la Municipalidad Provincial de Huaura?	1,000	,868
12. ¿Manejas una información útil de la Municipalidad Distrital de Huaura?	1,000	,907
13. ¿La Municipalidad Provincial de Huaura maneja una imagen que brinda confiabilidad a sus usuarios?	1,000	,784
14. ¿Tienes confianza en la Municipalidad Provincial de Huaura?	1,000	,613
15. ¿Accedes a la información que necesitas de la Municipalidad de una manera rápida?	1,000	,893
16. ¿La Municipalidad te brinda sus servicios en el momento adecuado?	1,000	,730
17. ¿La Municipalidad te da una solución rápida a tus quejas?	1,000	,818
18. ¿La Municipalidad te facilita el poder presentar tus quejas?	1,000	,724
19. ¿La Municipalidad cuenta con vías electrónicas para que sus usuarios presentes sus quejas?	1,000	,747
20. ¿Presentas tus quejas a la Municipalidad por las vías electrónicas?	1,000	,848
Método de extracción: Análisis de Componentes principales.		

3. A través de a través la matriz varianza explicada (rotada) podemos observar arrojo un valor del 78,346%, de esta manera comprobamos la validez de constructo del instrumento, al establecer una estrecha relación entre las dimensiones teóricas con los elementos medidos en los distintos ítems que componen la prueba, asegurando la fiabilidad de los resultados que pudiésemos obtener a partir de ella.

Varianza total explicada									
Comp	Autovalores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción			Suma de las saturaciones al cuadrado de la rotación		
	Total	% de la var	% acum	Total	% de la var	% acum	Total	% de la varianza	% acumulado
1	4,238	21,191	21,191	4,238	21,191	21,191	2,917	14,583	14,583
2	2,617	13,085	34,276	2,617	13,085	34,276	2,739	13,697	28,280
3	2,418	12,092	46,368	2,418	12,092	46,368	2,459	12,296	40,577
4	2,199	10,996	57,364	2,199	10,996	57,364	2,379	11,897	52,474
5	1,773	8,864	66,228	1,773	8,864	66,228	1,910	9,552	62,026
6	1,236	6,180	72,408	1,236	6,180	72,408	1,688	8,441	70,467
7	1,188	5,938	78,346	1,188	5,938	78,346	1,576	7,879	78,346
8	,860	4,298	82,643						
9	,734	3,671	86,314						
10	,685	3,425	89,739						
11	,537	2,687	92,426						
12	,379	1,894	94,319						
13	,263	1,317	95,637						
14	,234	1,170	96,807						
15	,192	,958	97,765						
16	,114	,570	98,335						
17	,108	,539	98,875						
18	,089	,447	99,322						
19	,071	,355	99,676						
20	,065	,324	100,000						

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

B. Confiabilidad

La confiabilidad del Cuestionario se realiza con los mismos resultados de la aplicación piloto para su evaluación se emplea el coeficiente alfa de Cronbach, cuya expresión es:

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum Si^2}{St^2}\right)$$

Donde:

K = número total de ítems que conforman la prueba,

$\sum Si^2$ = la sumatoria de la varianza de cada uno de los ítems y

St^2 = la varianza total del instrumento, (Garret, 1976).

Este coeficiente toma valores entre 0 y 1, y un valor mayor a 0,6 indica que el cuestionario es confiable. El coeficiente alfa de Cronbach del test, calculado con el SPSS 23 es 0,820, con el cual se concluye que el cuestionario es confiable.

Resumen del procesamiento de los casos			
		N	%
Casos	Válidos	30	100,0
	Excluidos ^a	0	,0
	Total	30	100,0

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

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,534	20

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1. Presentación de tablas, gráficos e interpretación

En este capítulo se analizan los resultados obtenidos a través de los instrumentos aplicados a la población, los cuales permitieron lograr los objetivos propuestos.

Es fundamental en este capítulo, los datos aportados a quienes se les aplicó los instrumentos dicha información sirvió para llegar a conclusiones y recomendaciones útiles en la investigación.

A. Datos Generales

Como se ha indicado el número total de la muestra es de 324 usuarios de la Municipalidad Provincial de Huaura, los mismos que fueron distribuidos considerando la edad y género.

De esta manera se nos dará con mayor claridad sobre las condiciones de la población y su adecuada distribución que asegure la validez de los datos que se han obtenido. A continuación, se presentan las tablas de esta distribución.

Tabla 1

Genero de los Usuarios de la Municipalidad Provincial de Huaura

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Masculino	234	72,2
	Femenino	90	27,8
	Total	324	100,0

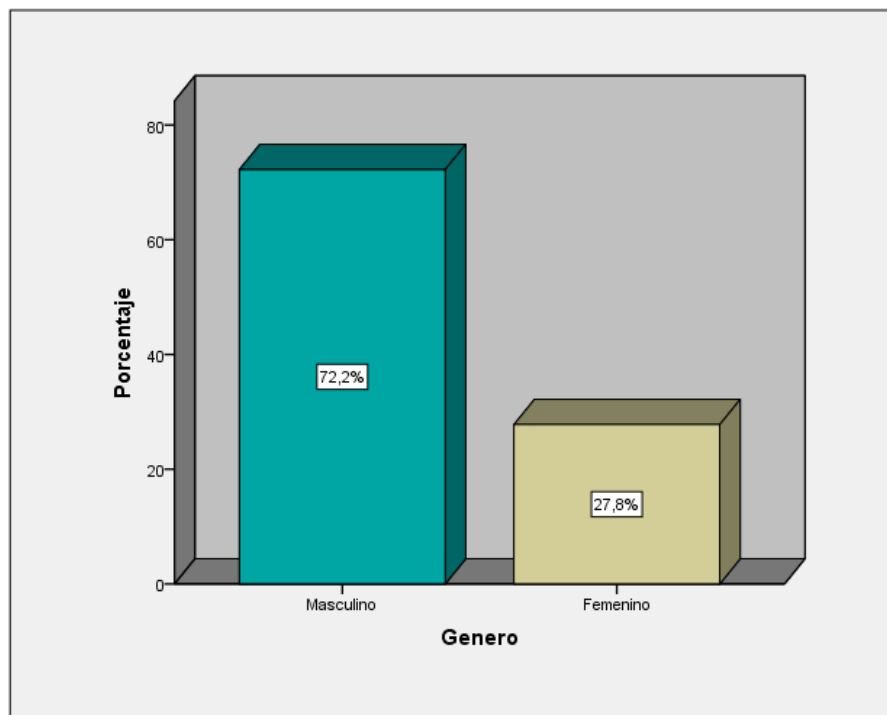


Figura 1. Genero de los Usuarios de la Municipalidad Provincial de Huaura.

Se observa en la tabla 1 que el 72,2% es del género masculino y el 27,8% es del género femenino.

Tabla 2

Edad de los usuarios de la Municipalidad Provincial de Huaura

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos		
Entre 25 y 31 años	71	21,9
Entre 32 y 45 años	106	32,7
De 45 años a mas	147	45,4
Total	324	100,0

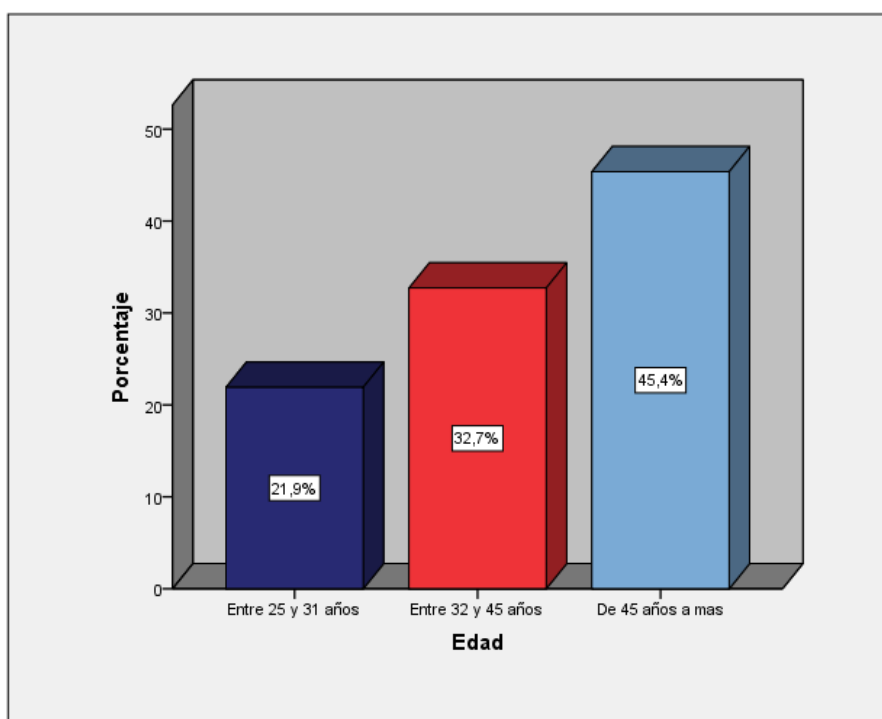


Figura 2. Edad de los usuarios de la Municipalidad Provincial de Huaura.

En la tabla 2 se observa que el 21,9% de los usuarios esta entre 25 a 31 años, el 32,7% se encuentra entre 32 a 45 años y el 45,4% tiene de 45 años a más.

B. Análisis estadístico e interpretación de cuadros sobre la variable protocolo de atención

Para el análisis en detalle de las dimensiones, éste se realizó a través de los ítems que conforman la dimensión etiqueta de conducta y atención a reclamos procediéndose de la manera como se describe a continuación:

Las categorías de la escala de la encuesta de opinión fueron (i) Siempre, (ii) casi siempre, (iii) A Veces, (iv) Casi nunca, y (v) Nunca. Por ser estos ítems de escala ordinal, se agruparon en las siguientes categorías (i ó ii)= (Nunca ó Casi Nunca) se definió como “nivel bajo”, (iii) = (A veces) se definió como “nivel regular”. Las categorías restantes (v ó iv) (Siempre ó Casi siempre), se agruparon en una rúbrica, que se le definió como “nivel alto”.

Tabla 3

Porcentaje de Protocolo de atención de los Ítems de la dimensión de Etiqueta de conducta

Características de la Dimensión Etiqueta de conducta	Siempre		Casi siempre		A veces		Casi nunca		Nunca	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
1. ¿Los trabajadores de la Municipalidad muestran una conducta adecuada al momento de saludarlo?	31	9,6	38	11,7	126	38,9	72	22,2	57	17,6
2. ¿Los trabajadores de la Municipalidad muestran una conducta adecuada durante le brinda su servicio?	86	26,5	0	0,0	124	38,3	103	31,8	11	3,4
3. ¿Los trabajadores de la Municipalidad muestran una conducta adecuada al terminar la gestión con el ciudadano?	92	28,4	122	37,7	73	22,5	9	2,8	28	8,6
4. ¿Los trabajadores de la Municipalidad se despiden de usted con una sonrisa cálida	99	30,6	126	38,9	74	22,8	0	0,0	25	7,7
5. ¿Los trabajadores de la Municipalidad le muestra que su presencia ha sido importante para ellos?	49	15,1	80	24,7	151	46,6	28	8,6	16	4,9

Tabla 4

Niveles de Protocolo de atención en Etiqueta de conducta

	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	65	16
Válidos Regular	97	32
Alto	162	52
Total	324	100,0

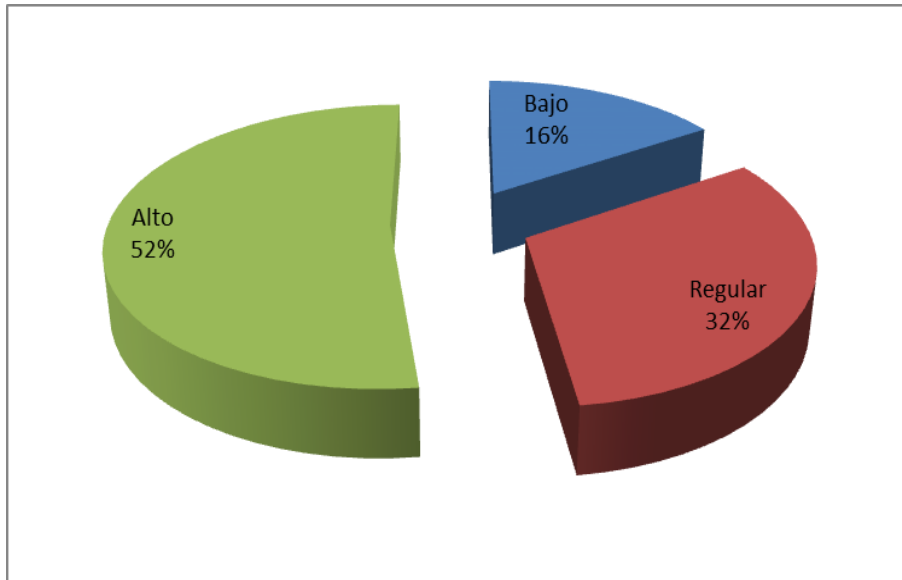


Figura 3. Niveles de Protocolo de atención en Etiqueta de conducta.

Se observa en la tabla 3 y tabla 4 que el 52% de los usuarios observaron que al momento de adquirir o reclamar por un servicio, el personal maneja adecuadamente los aspectos del protocolo de atención correspondientes a los aspectos de etiqueta de conducta es decir tienen habilidades a un nivel alto para manejar pautas de conducta como el hábito de saludar fomentando así una comunicación adecuada.

Tabla 5

Porcentaje de Protocolo de atención de los Ítems de la dimensión de Atención a reclamos

Características de la Dimensión Etiqueta de atención	Siempre		Casi siempre		A veces		Casi nunca		Nunca	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
6. ¿Los trabajadores de la Municipalidad acogen sus reclamos?	129	39,8	116	35,8	50	15,4	15	4,6	14	4,3
7. ¿Los trabajadores de la Municipalidad escuchan de manera atenta su reclamo?	108	33,3	106	32,7	68	21,0	28	8,6	14	4,3
8. ¿Los trabajadores de la Municipalidad buscan dar una solución adecuada para su reclamo?	63	19,4	137	42,3	88	27,2	22	6,8	14	4,3
9. ¿Tiene una buena percepción de la atención brindada por la Municipalidad Provincial de Huaura?	77	23,8	104	32,1	128	39,5	15	4,6	0	0,0

Tabla 6

Niveles de Protocolo de atención en Atención a reclamos

	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	29	9
Válidos Regular	84	26
Alto	211	65
Total	324	100,0

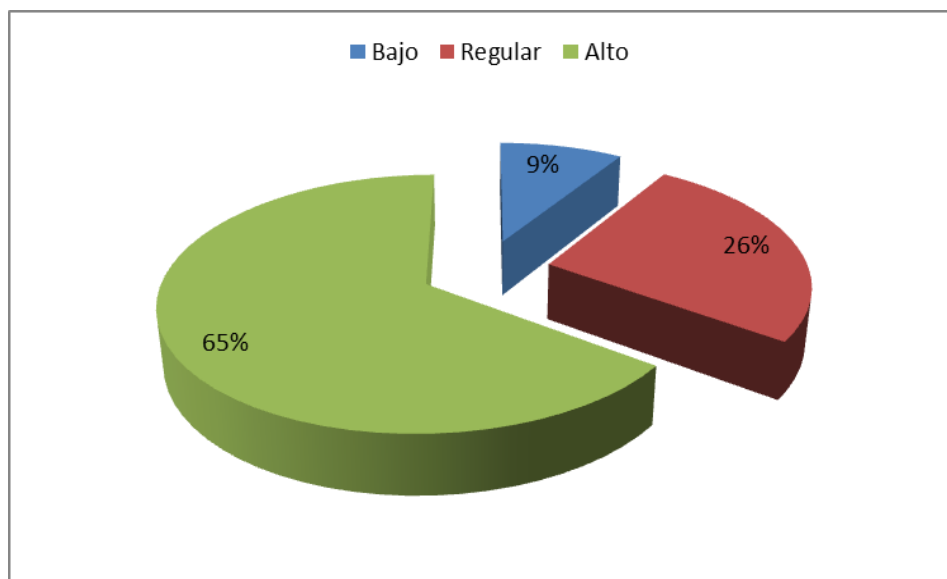


Figura 4. Niveles de Protocolo de atención en Atención a reclamos.

Se observa en la tabla 5 y tabla 6 que el 65% de los usuarios observaron que al momento de adquirir o reclamar por un servicio, el personal maneja adecuadamente los aspectos del protocolo de atención correspondientes a los aspectos de atención a reclamos es decir tienen habilidades a un nivel alto para manejar pautas como el hábito de escuchar atentamente y de dar solución adecuada.

C. Análisis estadístico e interpretación de cuadros sobre la variable de satisfacción del usuario

Para el análisis en detalle de las dimensiones, éste se realizó a través de los ítems que conforman la dimensión Expectativas, Percepción y quejas procediéndose de la manera como se describe a continuación:

Las categorías de la escala de la encuesta de opinión fueron (i) Siempre, (ii) casi siempre, (iii) A Veces, (iv) Casi nunca, y (v) Nunca. Por ser estos ítems de

escala ordinal, se agruparon en las siguientes categorías (i ó ii) = (Nunca ó Casi Nunca) se definió como “nivel bajo”, (iii) = (A veces) se definió como “nivel regular”. Las categorías restantes (v ó iv) (Siempre ó Casi siempre), se agruparon en una rúbrica, que se le definió como “nivel alto”.

Tabla 7

Porcentaje de Satisfacción del Usuario de los Ítems de la dimensión de Expectativas

Características de la Dimensión Expectativas	Siempre		Casi siempre		A veces		Casi nunca		Nunca	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
10. ¿Has tenido experiencias positivas anteriormente con las Municipalidad Provincial de Huaura?	63	19,4	81	25,0	103	31,8	61	18,8	16	4,9
11. ¿Terceras personas te han hablado positivamente de la Municipalidad Provincial de Huaura?	78	24,1	0	0,0	130	40,1	116	35,8	0	0,0
12. ¿Manejas una información útil de la Municipalidad Distrital de Huaura?	46	14,2	198	61,1	35	10,8	15	4,6	30	9,3

Tabla 8

Niveles de Satisfacción del usuario en Expectativas

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Bajo	42	13
	Regular	88	27
	Alto	194	60
Total		324	100,0

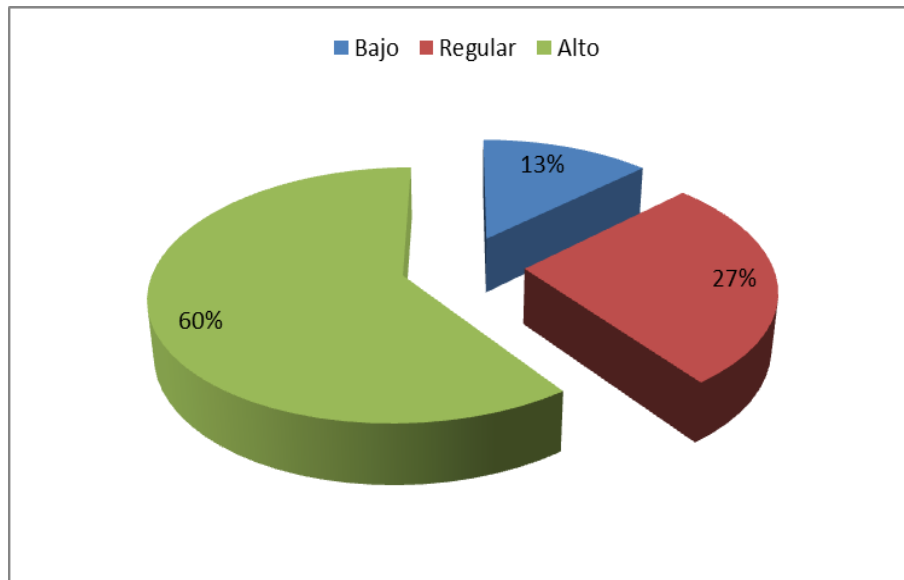


Figura 5. Niveles de Satisfacción del usuario en Expectativas.

Se observa en la tabla 7 y tabla 8 que al analizar la satisfacción del usuario el 60% ellos obtuvieron una alta expectativa donde en terminos específico realiza actitudes como el manejo de información útil de la Municipalidad Provincial de Huaura, al igual que han tenido experiencias positivas anteriormente.

Tabla 9

Porcentaje de Satisfacción del Usuario de los Ítems de la dimensión de Percepciones

Características de la Dimensión Percepciones	Siempre		Casi siempre		A veces		Casi nunca		Nunca	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
14. ¿Tienes confianza en la Municipalidad Provincial de Huaura?	124	38,3	123	38,0	32	9,9	33	10,2	12	3,7
15. ¿Accedes a la información que necesitas de la Municipalidad de una manera rápida?	99	30,6	88	27,2	61	18,8	52	16,0	24	7,4
16. ¿La Municipalidad te brinda sus servicios en el momento adecuado?	143	44,1	128	39,5	15	4,6	26	8,0	12	3,7

Tabla 10

Niveles de Satisfacción del usuario en Percepciones

	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	52	16
Válidos Regular	39	12
Alto	233	72
Total	324	100,0

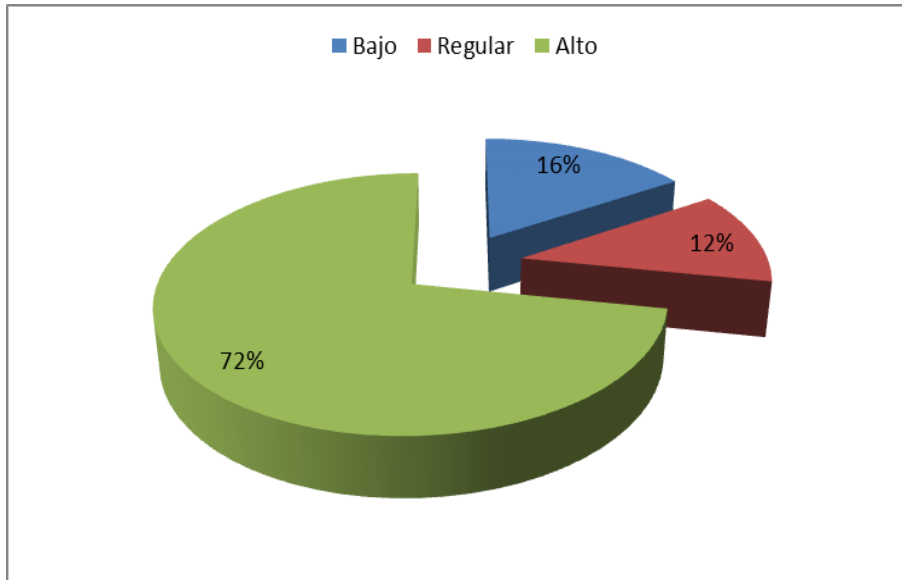


Figura 5. Niveles de Satisfacción del usuario en Percepciones.

Se observa en la tabla 9 y tabla 10 que al analizar la satisfacción del usuario el 72% ellos obtuvieron una alta percepción donde en terminos específico realza actitudes como la confianza que les da la Municipalidad Provincial de Huaura, al igual que el brinda sus servicios en el momento adecuado.

Tabla 11

Porcentaje de Satisfacción del Usuario de los Ítems de la dimensión de quejas

Características de la Dimensión Etiqueta de quejas	Siempre		Casi siempre		A veces		Casi nunca		Nunca	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
17. ¿La Municipalidad te da una solución rápida a tus quejas?	91	28,1	140	43,2	50	15,4	31	9,6	12	3,7
18. ¿La Municipalidad te facilita el poder presentar tus quejas?	96	29,6	74	22,8	67	20,7	71	21,9	16	4,9
19. ¿La Municipalidad cuenta con vías electrónicas para que sus usuarios presentes sus quejas?	116	35,8	63	19,4	66	20,4	55	17,0	24	7,4
20. ¿Presentas tus quejas a la Municipalidad por las vías electrónicas?	96	29,6	134	41,4	48	14,8	34	10,5	12	3,7

Tabla 12

Niveles de Satisfacción del usuario en quejas

	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	62	19
Válidos Regular	58	18
Alto	204	63
Total	324	100,0

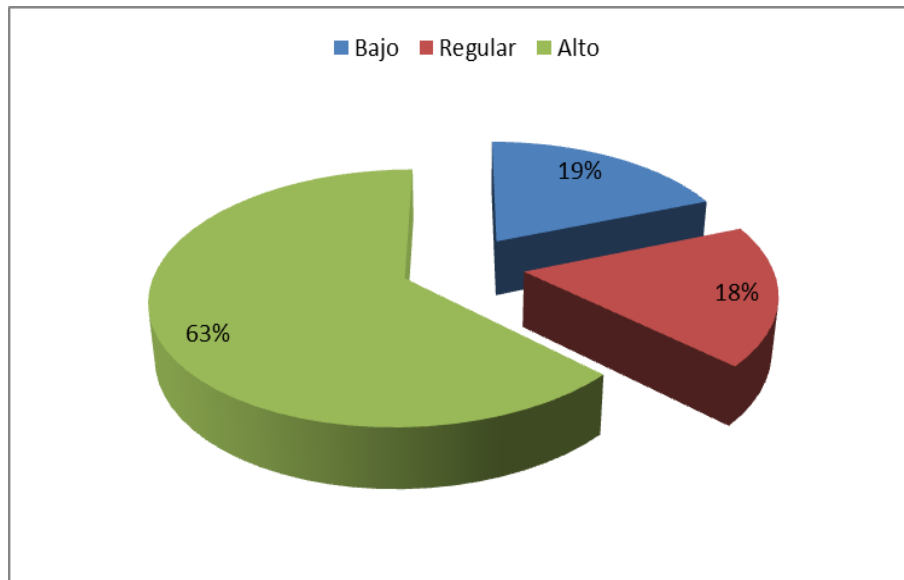


Figura 7. Niveles de Satisfacción del usuario en quejas.

Se observa en la tabla 11 y tabla 12 que al analizar la satisfacción del usuario el 63% ellos obtuvieron una alta satisfacción donde en terminos específico realza actitudes como la solución rápida a sus quejas, así como el servicio de las vías electrónicas para que sus usuarios presenten sus quejas.

D. Comprobación de Hipótesis

Con la información estadística presentada anteriormente del cuestionario aplicado al usuario de la Municipalidad Provincial de Huaura, se efectuará a la comprobación de las hipótesis planteadas.

Hipótesis Específica 01

Ho: La etiqueta de conducta no se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Provincial de Huaura, periodo 2016.

Ha: La etiqueta de conducta se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Provincial de Huaura, periodo 2016.

Tabla 13

Correlación de Pearson entre Protocolo de atención en la etiqueta de conducta y la satisfacción del usuario

		Etiqueta de conducta	Satisfacción de usuarios
Etiqueta de conducta	Correlación de Pearson	1	,450**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	324	324
Satisfacción de usuarios	Correlación de Pearson	,450**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	324	324

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

El análisis de correlación determina la existencia de una relación directa y significativa entre los aspectos que conforman la etiqueta de conducta y la satisfacción del usuario, se aprecia un coeficiente de correlación $r = .450$ con un nivel de significancia. $0,000 < 0,05$, lo que conlleva a rechaza la H_0 .

Hipótesis Especifica 02

Ho: La atención de reclamos no se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Provincial de Huaura, periodo 2016.

Ha: La atención de reclamos se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Provincial de Huaura, periodo 2016.

Tabla 14

Correlación de Pearson entre Protocolo de atención en la atención de reclamos y la satisfacción del usuario

		Atención a reclamos	Satisfacción de usuarios
Atención a reclamos	Correlación de Pearson	1	,425**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	202	202
Satisfacción de usuarios	Correlación de Pearson	,425**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	202	324

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

El análisis de correlación determina la existencia de una relación directa y significativa entre los aspectos que conforman la atención a reclamos y la satisfacción del usuario, se aprecia un coeficiente de correlación $r = .425$ con un nivel de significancia. $0,000 < 0,05$, lo que conlleva a rechazar la H_0 .

Hipótesis General

H_0 : El protocolo de atención al ciudadano no se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Provincial de Huaura, periodo 2016.

Ha: El protocolo de atención al ciudadano se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Provincial de Huaura, periodo 2016.

Tabla 15

Correlación de Pearson entre Protocolo de atención y la satisfacción del usuario 2016

		Protocolo de atención	Satisfacción de usuarios
Protocolo de atención	Correlación de Pearson	1	,451**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	202	202
Satisfacción de usuarios	Correlación de Pearson	,451**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	202	324

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

El análisis de correlación determina la existencia de una relación directa y significativa entre los aspectos que conforman el protocolo de atención y la satisfacción del usuario, se aprecia un coeficiente de correlación $r = .451$ con un nivel de significancia. $0,000 < 0,05$, lo que conlleva a rechazar la H_0 .

4.2. Discusión

Toda institución pública tiene la obligación de contar con un protocolo de atención con la finalidad de estandarizar la atención que se brinda a los

ciudadanos cuidando que se cumpla las políticas de calidad establecidas para abrir paso a la satisfacción del usuario

Martínez (2014) realizó la investigación titulada “Calidad de atención al cliente en las agencias de Chiclayo para una entidad de micro finanzas” expuso los protocolos describen el proceso en la atención del usuario para mejorar la rapidez y hacer menos costoso el proceso de atención, tanto para el usuario como para la organización municipal, por lo que partiendo de la investigación el 52% de los usuarios calificaron en un nivel alto las actitudes que corresponde sobre todo en como que el personal mantienen contacto visual y muestran interés por el requerimiento que se les solicita, asimismo mantienen una conducta adecuada durante y al terminar la gestión de lo solicitado despidiéndose así con una calidad sonrisa. Y concordancia a la atención de reclamos el 65% de los usuarios lo calificaron con un nivel alto en eficiencia ya que al momento de acoger sus reclamos el personal los escucha de manera atenta y dan solución adecuada y oportuna dando así una buena percepción de la atención brindada por la Municipalidad de Provincial de Huaura

Por otra parte, Sánchez (2012) realizó la investigación titulada “Satisfacción de los usuarios de consulta externa en una Institución de Seguridad Social en Guadalupe, Nuevo León” expuso que La satisfacción de usuarios es considerada como el cumplimiento o realización de una necesidad, deseo o gusto con el servicio recibido apreciada como relevante: como cuáles son los aspectos de los servicios que necesitan de cambios para mejorar la satisfacción. En la investigación resulto que según las expectativas del 60% de los usuarios con respecto al personal lo calificaron a niveles altos ya que han tenido experiencias

positivas de la organización, al igual que de terceras personas han escuchado resultados positivos sobre la atención y en concordancia con la percepción el 72% de los usuarios sobresaliendo actitudes de la confianza por parte de usuario, así como acceder a la información que necesita de manera rápida dentro de la Municipalidad.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- Existe una relación significativa moderada ($r = 0,450$; $p = 0,000$) entre la etiqueta de conducta y satisfacción del usuario, es decir que el personal para tener ambiente equilibrado y armónico para el usuario es indispensable la presencia de la cortesía y el respeto tales como el saludo, una calida sonrisa o hacer sentir importante al usuario.
- Existe una relación significativa moderada ($r = 0,425$; $p = 0,000$) entre la atención de reclamos y satisfacción del usuario, es decir que el personal al momento de recepcionar el reclamo manifiestan actitudes como el saber escuchar atentamente, dar solución adecuada se dará como resultado una adecuada satisfacción.

Por lo expuesto anteriormente:

- El protocolo de atención al ciudadano se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Provincial de Huaura, periodo 2016.

5.2. Recomendaciones

- Intercambiar con los usuarios frases o palabras como buenos días, por favor, señor, señora, gracias, acompáñeme por aquí, es un gusto servirle, etc, en medio de la atención que prestan a los usuarios.
- Aumentar la habilidad de las empresas para resolver los reclamos de manera consistente, sistemática y responsable para satisfacción del reclamante y de la organización municipal. Asimismo, incrementar la habilidad de la organización para identificar tendencias y eliminar causas raíces de los reclamos y suministrar una base para la continua revisión y análisis del proceso de reclamos, la solución de los reclamos y la mejora de los procesos.
- Implementar un Manual de Protocolo de Atención al Usuario, el cual todo el personal tendrá el deber de leerlo y aplicarlo, con una supervisión permanente. Realizar capacitaciones al personal sobre el Buen Uso y Los beneficios del Protocolo de Atención al Usuario para el bienestar de la empresa.

CAPÍTULO VI

FUENTES DE INFORMACIÓN

6.1 Fuentes bibliográficas

Ávalos, M. I. (2010). *La evaluación de la calidad en la atención primaria a la salud. Consideraciones teóricas y metodológicas*. Horizonte Sanitario.

Cantú, H. (2011). *Desarrollo de una Cultura de Calidad*. (4ª Ed.). México: Mc Graw Hill Interamericana Editores.

Chiavenato I., (2011). *Administración de Recursos Humanos*. (9ª Ed.) México, D.F., México: Mc Graw- Hill/Interamericana Editores.

Chiavenato, I. (2015). *Comportamiento Organizacional*. (3ª Ed.). México: Mc Graw Hill Educación.

Ferrell, O. & Hartline M. (2012). *Estrategia de Marketing*. (5ª Ed.). México, D.F.: Cengage Learning Editores.

Guízar, R. (2013). *Desarrollo Organizacional. Principios y Aplicaciones*. (4ª Ed.). México: Mc Graw Hill.

Hernández, R.; Fernández, C. & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. (6ª Ed.). México: Mc Graw Hill.

Kotler, P. & Keller, K. (2012). *Dirección del marketing*. (14ª Ed.). México: Pearson Educación.

- Louffat, E. (2012). *Administración del Potencial Humano*. (2ª Ed.). Buenos Aires. Argentina: Cengage Learning.
- Luna, M. (2012). *Marketing Estratégico*. Huacho. Perú: LUNAGRAF.
- Robbins, S. & Judge, T. (2013). *Comportamiento Organizacional*. (15ª Ed.). México: Pearson.
- Schermerhorn, J. (2010). *Administración*. (2ª Ed.). México: Limusa Wiley.
- Schiffman, L. & Lazar, L. (2010). *Comportamiento del consumidor*. (10ª Ed.). México: Pearson Educación.
- Vargas, M & Aldana, L. (2011). *Calidad de Servicio: Concepto y Herramientas*. (2ª Ed.). Bogotá: Ecoe Ediciones: Universidad de La Sabana.
- Velasco, J. (2010). *Gestión de Calidad: Mejora continua y sistemas de gestión – Teoría y Práctica*. (2ª. ed.) España, Madrid: Ediciones Pirámide.

6.2 Fuentes electrónicas

- Centro MAC- Mejor Atención al Ciudadano (2012). Manuales del centro de mejor atención al ciudadano MAC. Recuperado el 25 de mayo del 2016, de <http://www.mac.pe/descargas/RSGP-004-2012-SGP.pdf>
- Huiza, G. (2006). Satisfacción del usuario externo sobre la calidad de atención de salud en el Hospital de la Base Naval. Callao. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Recuperado el 25 de mayo del 2016, de http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/cybertesis/1891/1/Huiza_gg.pdf
- La Secretaría de Gestión Pública (2015). Manual para mejorar la atención a la ciudadanía en las entidades de la administración pública. Recuperado el 25

de mayo del 2016, de <http://www.iiap.org.pe/Upload/Transparencia/TRANSP687.pdf>

Martínez, E. (2014). Calidad de atención al cliente en las agencias de Chiclayo para una entidad de micro finanzas. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Recuperado el 25 de mayo del 2016, de http://tesis.usat.edu.pe/jspui/bitstream/123456789/430/1/TL_Mart%C3%ADn_ez_Reluz_EmilyCeleste.pdf

Palaes, O. (2010). Relación entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente en una empresa de servicios telefónicos. Universidad Nacional Mayor De San Marcos. Recuperado el 25 de mayo del 2016, de http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/cybertesis/1140/1/Pelaez_lo%282%29.pdf

Perdomo, J. (2007). La calidad de atención al cliente del Centro de Negocios Norte del Blanco Casa Propia E.A.P. en Barquisimeto. Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado. Recuperado el 25 de mayo del 2016, de http://bibadm.ucla.edu.ve/edocs_baducla/tesis/P846.pdf

Sánchez, L. (2012). Satisfacción de los usuarios de consulta externa en una institución de seguridad social en Guadalupe, Nuevo León. Universidad Autónoma de Nuevo León. Recuperado el 25 de mayo del 2016, de <http://eprints.uanl.mx/3332/1/1080256485.pdf>

Venegas, D. & Villanueva, L. (2015). Programa de calidad total, para mejorar la calidad de la atención al cliente en la empresa MEL S.A.C. Universidad Privada Antenor Orrego. Recuperado el 25 de mayo del 2016, de http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/711/1/VENEGAS_DIEGO_PROGRAMA_CALIDAD_TOTAL.pdf

ANEXOS

1. Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES Y DIMENSIONES	METODOLOGÍA
<p>Problema General ¿De qué manera el protocolo de atención al ciudadano se relaciona con la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Provincial de Huaura, periodo 2016?</p> <p>Problemas Específicos ¿De qué manera la etiqueta de conducta se relaciona con la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Provincial de Huaura, periodo 2016?</p>	<p>Objetivo General Establecer de qué manera el protocolo de atención al ciudadano se relaciona con la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Provincial de Huaura, periodo 2016.</p> <p>Objetivos Específicos Establecer de qué manera la etiqueta de conducta se relaciona con la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Provincial de Huaura, periodo 2016.</p>	<p>Hipótesis General El protocolo de atención al ciudadano se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Provincial de Huaura, periodo 2016.</p> <p>Hipótesis Específicas La etiqueta de conducta se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Provincial de Huaura, periodo 2016.</p>	<p>Variable 1: PROTOCOLO DE ATENCIÓN</p> <p>Etiqueta de conducta</p> <ul style="list-style-type: none"> - Recomendaciones para el saludo. - Recomendaciones durante el servicio. - Recomendaciones para la despedida. <p>Atención a reclamos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Acogida de reclamo. - Determinar la necesidad – escucha activa. - Búsqueda de la solución. - Percepción que puede tener el ciudadano. 	<p>DISEÑO: No experimental</p> <p>TIPO DE INVESTIGACIÓN: Descriptivo correlacional</p> <p>TÉCNICA: Encuesta</p> <p>INSTUMENTO: Cuestionario</p> <p>POBLACIÓN: Consta de 4220 usuarios de la Municipalidad Provincial de Huaura.</p>

<p>¿De qué manera la atención de reclamos se relaciona con la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Provincial de Huaura, periodo 2016?</p>	<p>Establecer de qué manera la atención de reclamos se relaciona con la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Provincial de Huaura, periodo 2016.</p>	<p>La atención de reclamos se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Provincial de Huaura, periodo 2016.</p>	<p>Variable 2: SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS</p> <p>Expectativas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Experiencias previas. - Recomendación de terceros. - Información. - Confiabilidad hacia la institución. <p>Percepción</p> <ul style="list-style-type: none"> - Confianza. - Rapidez para acceder a información. - Servicio en el momento esperado. <p>Quejas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Solución rápida - Facilidad de poder quejarse. - Uso de vías electrónicas para quejas. 	<p>MUESTRA: Consta de 324 usuarios de la Municipalidad Provincial de Huaura.</p> <p>ESTADÍSTICO DE PRUEBA: Estadística descriptiva de distribución de frecuencias.</p>
--	--	--	---	--

2. Cuestionario sobre protocolo de atención y satisfacción del usuario

El presente cuestionario tiene como propósito fundamental reunir información sobre el protocolo de atención y la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Provincial de Huaura. El cuestionario es anónimo y la información será utilizada únicamente para fines académicos y se garantiza estricta confidencialidad.

I. Por favor marque con una equis (X) en el espacio correspondiente:

a. GENERO

Masculino	
Femenino	

b. Edad

Entre 18 y 24 años	
Entre 25 y 31 años	
Entre 32 y 45 años	
De 45 años a mas	

II. Instrucciones

En el siguiente cuadro marcar con una equis "X" según corresponda teniendo en cuenta la escala de calificación que aparece en la parte superior derecha del cuadro.

ITEM	Siempre	Casi Siempre	A veces	Casi Nunca	Nunca
PROTOCOLO DE ATENCIÓN					
DIMENSIÓN: ETIQUETA DE CONDUCTA					
1. ¿Los trabajadores de la Municipalidad muestran una conducta adecuada al momento de saludarlo?					
2. ¿Los trabajadores de la Municipalidad muestran una conducta adecuada durante le brinda su servicio?					

3. ¿Los trabajadores de la Municipalidad muestran una conducta adecuada al terminar la gestión con el ciudadano?					
4. ¿Los trabajadores de la Municipalidad se despiden de usted con una sonrisa cálida?					
5. ¿Los trabajadores de la Municipalidad le muestra que su presencia ha sido importante para ellos?					
DIMENSIÓN: ATENCIÓN A RECLAMOS					
6. ¿Los trabajadores de la Municipalidad acogen sus reclamos?					
7. ¿Los trabajadores de la Municipalidad escuchan de manera atenta su reclamo?					
8. ¿Los trabajadores de la Municipalidad buscan dar una solución adecuada para su reclamo?					
9. ¿Tiene una buena percepción de la atención brindada por la Municipalidad Provincial de Huaura?					
SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS					
DIMENSIÓN: EXPECTATIVAS					
10. ¿Has tenido experiencias positivas anteriormente con las Municipalidad Provincial de Huaura?					
11. ¿Terceras personas te han hablado positivamente de la Municipalidad Provincial de Huaura?					
12. ¿Manejas una información útil de la Municipalidad Distrital de Huaura?					
13. ¿La Municipalidad Provincial de Huaura maneja una imagen que brinda confiabilidad a sus usuarios?					
DIMENSIÓN: PERCEPCIÓN					
14. ¿Tienes confianza en la Municipalidad Provincial de Huaura?					
15. ¿Accedes a la información que necesitas de la					

Municipalidad de una manera rápida?					
16. ¿La Municipalidad te brinda sus servicios en el momento adecuado?					
DIMENSIÓN: QUEJAS					
17. ¿La Municipalidad te da una solución rápida a tus quejas?					
18. ¿La Municipalidad te facilita el poder presentar tus quejas?					
19. ¿La Municipalidad cuenta con vías electrónicas para que sus usuarios presentes sus quejas?					
20. ¿Presentas tus quejas a la Municipalidad por las vías electrónicas?					

JURADO EVALUADOR

Dra. FLOR DE MARÍA GARIVAY TORRES
PRESIDENTA

Mg. POLICARPO D. MÁRQUEZ VALENCIA
SECRETARIO

Mg. FELIX GIL CARO SOTO
VOCAL

Dr. LUIS ALBERTO BALDEOS ARDÍAN
ASESOR