



UNIVERSIDAD PRIVADA TELESUP
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
CONTABLES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN,
FINANZAS Y NEGOCIOS GLOBALES

TESIS

“CALIDAD DE SERVICIO Y SU INFLUENCIA EN LA
SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN EL AREA DE MESA DE
PARTES. MUNICIPALIDAD DE HUARAL - 2021”

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN, FINANZAS Y NEGOCIOS
GLOBALES

AUTOR:

Bach. JULIA INES DIAZ GONZALES

DNI 16001959

LIMA - PERÚ

2022

ASESORA DE TESIS

Dra. TERESA GIOVANNA CHIRINOS GASTELÚ
DNI 07971242 <https://orcid.org/0000-0001-5143-1677>

JURADO EXAMINADOR

Dr. FERNANDO LUIS TAM WONG
DNI 07977890 <https://orcid.org/0000-0002-5678-0056>
Presidente

Mg. FRANCISCO EDUARDO DIAZ ZARATE
DNI 09725143 <https://orcid.org/0000-0002-1847-9545>
Secretario

Mg. IRVING JOSE SANTOS CARRERA
DNI 45245600 <https://orcid.org/0000-0002-6869-4809>
Vocal

DEDICATORIA

A mi hijo Jose Carlos, por ser mi fuente de inspiración y motivo que impulsa a trazarme metas y a persistir en ellas.

A mi hermano Frido Leonardo, por alentarme a conseguir este objetivo con la convicción de que no es suficiente trazarse metas

Lo importante es alcanzarlas.

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento a la institución; y a todos los que la conforman, quienes de una y otra manera impartieron sus conocimientos y colaboraron desde el inicio hasta la culminación de esta investigación.

A mi asesora, por el apoyo brindado y el tiempo dedicado a escuchar mis dudas y orientar mis ideas.

A mis padres, por aleccionarme que en la vida no se tiene lo que se quiere, sino lo que se trabaja.

RESUMEN

El objetivo principal de este trabajo de investigación titulado “Calidad de Servicio y su Influencia en la Satisfacción del Usuario en el Área de Mesa de Partes. Municipalidad de Huaral-2021”, es determinar como la calidad de servicio influye en la satisfacción del usuario en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral-2021. Para lograr este objetivo se analizaron las variables de estudio basadas en los fundamentos teóricos, los antecedentes nacionales e internacionales. Siendo la metodología de investigación de enfoque cuantitativo, la tipología aplicada fue de nivel descriptivo correlacional y el diseño fue no experimental transaccional. Con respecto a su población estimada asciende a un total de 35, se tomó como muestra no probabilística intencional a 20 usuarios; para tal efecto se utilizó la encuesta como técnica de recolección de datos, y un cuestionario de 20 interrogantes como su instrumento. Se analizaron los datos mediante el programa Excel, SPSS, y se obtuvo resultados con los que se pudo determinar como la calidad de servicio influye en la satisfacción del usuario en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral-2021, al obtenerse estadísticamente una relación de Pearson = 0,989, correlación positiva alta y una significancia de p valor = 0,000 < 0.05, se rechazó la hipótesis de estatus quo, concluyendo que ambas variables de estudio están correlacionadas de manera significativa, confirmando que existe una correlación alta y significativa entre las variables calidad de servicio y la satisfacción del usuario en el área de mesa de la municipalidad de Huaral-2021.

Según los antecedentes teóricos de estudios analizados, y los datos estadísticos indicados se llegó a la conclusión que la calidad de servicio influye en la satisfacción del usuario; existiendo una relación directa entre la calidad y la satisfacción del usuario.

Palabras clave: calidad de servicio, satisfacción al usuario.

ABSTRACT

The main objective of this research work entitled "Quality of Service and its Influence on User Satisfaction in the Parts Table Area Municipality of Huaral-2021", is to determine how the quality of service influences in user satisfaction in the table area of parts of the municipality of Huaral-2021. To achieve this objective, the study variables were analyzed based on the theoretical foundations, the national and international background. Being the research methodology used in the present work of quantitative approach, of applied typology of correlational descriptive level and non-experimental transactional design. With respect to its estimated population amounts to a total of 35, it was taken as an intentional non-probabilistic sample to 20 users; for this purpose, the survey was used as a data collection technique data, and a questionnaire of 20 questions as its instrument. Were analyzed the data through the Excel program, SPSS, and results were obtained with which It was possible to determine how the quality of service influences the satisfaction of the user in the table area of parts of the municipality of Huaral-2021, at statistically obtain a Pearson ratio = 0.989, correlation high positive and a significance of p value = 0.000 < 0.05, the hypothesis was rejected status quo, concluding that both study variables are significantly correlated, confirming that there is a high and significant correlation between the variables quality of service and the user satisfaction in the table area of the municipality of Huaral-2021.

According to the theoretical background of the analyzed studies, and the data indicated statistics, it was concluded that the quality of service influences in user satisfaction; There is a direct relationship between quality and user satisfaction.

Keywords: service quality, user satisfaction.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA	i
ASESORA DE TESIS	ii
JURADO EXAMINADOR	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
ÍNDICE DE CONTENIDOS	viii
ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE FIGURAS	xiii
INTRODUCCION	xiv
I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	16
1.1. Problema de investigación	16
1.2. Formulación del problema	18
1.2.1. Problema general	18
1.2.2. Problemas específicos.....	18
1.3. Justificación de estudio	18
1.3.1. Justificación teórica	19
1.3.2. Justificación práctica.....	19
1.3.3. Justificación metodológica	19
1.3.4. Justificación social	19
1.3.5. Justificación económica.....	20
1.4. Objetivos de la investigación	20
1.4.1. Objetivo general.....	20
1.4.2. Objetivos específicos.....	20
II. MARCO TEORICO	21
2.1. Antecedentes de la investigación	21
2.1.1. Antecedentes nacionales.....	21
2.1.2. Antecedentes internacionales.....	24
2.2. Bases teóricas de las variables	27
2.2.1. Calidad de servicio	27

2.2.2. Satisfacción del usuario	33
2.3. Definición de términos básicos	39
III. MARCO METODOLOGICO.....	43
3.1. Hipótesis de la investigación	43
3.1.1. Hipótesis general	43
3.2. Variables de estudio	43
3.2.1. Definición conceptual.....	43
3.2.2. Definición Operacional.....	44
3.2.3. Variables, dimensión e indicadores	45
3.3. Tipo y nivel de la investigación	46
3.3.1. Tipo de investigación	46
3.3.2. Nivel de investigación	46
3.4. Diseño de la investigación	47
3.5. Población y muestra de estudio.....	47
3.5.1. Población	47
3.5.2. Muestra.....	48
3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	48
3.6.1. Técnicas de recolección de datos.....	48
3.6.2. Instrumento de recolección de datos	49
3.7. Métodos de análisis de datos	51
3.8. Aspectos éticos	52
IV. RESULTADOS	53
4.1. Resultados descriptivos de los instrumentos calidad de servicio y la satisfacción del usuario.	53
4.1.1. Presentación de la estadística descriptiva del instrumento la calidad de servicio.	53
4.1.2. Presentación de la estadística descriptiva del instrumento la satisfacción del usuario.....	57
4.2. Presentación de los resultados inferenciales de los instrumentos.	62
4.2.1. Exhibición del resultado de la inferencia general.....	62
4.2.2. Exhibición del resultado de las inferencias específicas.	64
V. DISCUSIÓN.....	70
5.1. Análisis de discusión de resultados.....	70

VI. CONCLUSIONES	77
VII. RECOMENDACIONES.....	78
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	79
Anexo 1. Matriz de consistencia	85
Anexo 2. Matriz de operacionalización	86
Anexo 3. Instrumentos	87
Anexo 4. Validación de Instrumentos.....	90
Anexo 5. Matriz de datos	95
Anexo 6. Propuesta de valor.....	97
Anexo 7. Reporte antiplagio menor a 30%	98
Anexo 8. Autorización del depósito de tesis al repositorio	99

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Precisión de Alfa de Cronbach del promedio del total de las preguntas del instrumento la calidad de servicio.	49
Tabla 2.	Precisión de Alfa de Cronbach del promedio del total de las preguntas del instrumento la satisfacción del usuario.	50
Tabla 3.	Resultado de la validación del cuestionario de calidad de servicio.	50
Tabla 4.	Resultado de la validación del cuestionario de satisfacción del usuario.....	50
Tabla 5.	Alta confiabilidad de Alfa de Cronbach del instrumento calidad de servicio.	51
Tabla 6.	Alta confiabilidad de Alfa de Cronbach del instrumento satisfacción del usuario.....	51
Tabla 7.	Representación proporcional de la variable calidad de servicio.	53
Tabla 8.	Representación proporcional de la dimensión elementos tangibles. ...	54
Tabla 9.	Representación proporcional de la dimensión la capacidad de respuesta.....	55
Tabla 10.	Representación proporcional de la dimensión la empatía.	56
Tabla 11.	Representación proporcional de la variable satisfacción del usuario. .	57
Tabla 12.	Representación proporcional de la dimensión Valor percibido por el usuario.....	58
Tabla 13.	Representación proporcional de la dimensión mejora de servicio.....	59
Tabla 14.	Representación proporcional de la dimensión Expectativas.	60
Tabla 15.	La evidencia de la normalidad.....	61
Tabla 16.	Correlación de Pearson entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021.....	62
Tabla 17.	Correlación de Pearson entre los elementos tangibles y la satisfacción del usuario en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021.....	64
Tabla 18.	Correlación de Pearson entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021.....	66

Tabla 19. Correlación de Pearson entre la empatía y la satisfacción del usuario en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021. ... 68

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Representación gráfica de la variable calidad de servicio por niveles según la encuesta.	53
Figura 2. Representación gráfica de la dimensión elementos tangibles por niveles según la encuesta.	54
Figura 3. Representación gráfica de la dimensión la capacidad de respuesta por niveles según la encuesta.	55
Figura 4. Representación gráfica de la dimensión la empatía por niveles según la encuesta.	56
Figura 5. Representación gráfica de la variable la satisfacción del usuario por niveles según la encuesta.	57
Figura 6. Representación gráfica de la dimensión valor percibido por el usuario por niveles según la encuesta	58
Figura 7. Representación gráfica de la dimensión mejora de servicio por niveles según la encuesta	59
Figura 8. Representación gráfica de la dimensión expectativa por niveles según la encuesta	60
Figura 9. Matriz de tendencia de correlación de las variables.	63
Figura 10. Matriz de tendencia de correlación de la dimensión elementos tangibles y la variable satisfacción del usuario.	65
Figura 11. Matriz de tendencia de correlación de la dimensión capacidad de respuesta y la variable satisfacción del usuario.	67
Figura 12. Matriz de tendencia de correlación de la dimensión la empatía y la variable satisfacción del usuario.	69

INTRODUCCION

La calidad del servicio siempre ha sido un tema imperativo dentro de las organizaciones, no solo en comercializadoras de productos sino también en prestadoras de servicio, las cuales tienen como objetivo elevar su productividad; motivo por el cual establecen estrategias considerando al usuario, el eje más importante en este proceso. Conocedores que la calidad está directamente relacionada con el grado de satisfacción del usuario; y conscientes de que la calidad de servicio comprende muchos factores no solo depende del personal que brinda el servicio, factores que en su conjunto causaran un impacto total en el servicio final. Con ese propósito se planteó como objetivo determinar como la calidad de servicio influye en la satisfacción del usuario de la mesa de partes de la municipalidad de Huaral - 2021.

En ese sentido, se planteó como hipótesis que la calidad de servicio influye en la satisfacción del usuario en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral - 2021, la cual fue confirmada con los datos estadísticos determinantes tal y como se evidencia en la parte de los resultados de esta investigación.

Este trabajo de investigación se ha dividido en siete capítulos. En el primero, se ubica el planteamiento del problema de investigación, y su formulación; la justificación de estudio y los objetivos de la investigación. En el segundo capítulo, ubicamos el marco teórico que consta de los antecedentes de la investigación a nivel nacional e internacional, se consideran estudios realizados previos a nuestra investigación y las bases teóricas de acuerdo a cada una de las variables de estudio. El tercer capítulo comprende métodos y material de estudio, se considera las hipótesis de investigación, variables, tipo y nivel de investigación, diseño de estudio, población y muestra, técnicas e instrumentos de recolección de datos, métodos de análisis de datos y aspectos éticos. En el cuarto capítulo se presenta los resultados que incluyen cuadros estadísticos con sus respectivas interpretaciones. En el quinto capítulo desarrollamos el análisis de los resultados y la contratación de la hipótesis, para finalmente realizar la discusión, de acuerdo a las hipótesis de estudio y los antecedentes consignados. En el capítulo sexto, se presentan las conclusiones y por último; en el capítulo séptimo, ubicamos las

recomendaciones. En la parte final, se consignan las referencias bibliográficas y los anexos tales como: la matriz de consistencia, matriz operacional, instrumentos, matriz de datos y propuesta de valor.

I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Problema de investigación

Las empresas, actualmente en el mundo para ser exitosas o tener niveles altos de productividad consideran de mucha relevancia la calidad del servicio, por el simple hecho de que los clientes exigen siempre lo mejor en su atención. La calidad de servicio se genera con la satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente o usuario consumidor no solo ante prestadoras de servicios, sino también ante empresas productoras y comercializadoras de bienes; al respecto (Hernández, Barrios, & Martínez, 2018, pág. 180) señalan que “la calidad resulta hoy día una estrategia para impulsar la competitividad empresarial que permite, desde una perspectiva integral, observar la organización como un conjunto de procesos interrelacionados cuyo fin último es, entre otros, lograr la satisfacción del cliente.”

El perfeccionamiento y aplicación de estrategias se está convirtiendo en estos finales de tiempo en un aliciente de cambio para muchas instituciones públicas de los países más representativos de Europa o América del Norte; considerando que la calidad de servicio que brinda la gestión de los gobiernos municipales en los diferentes países es deficiente, dejándose muchas veces relegados los principios fundamentales y la razón de ser de la gestión pública, la cual en esencia consiste en satisfacer las necesidades del usuario con un enfoque de eficiencia y competencia al ciudadano.

En lo que concierne a América Latina, según la encuesta realizada por la Corporación Latinobarómetro 2013, se detecta una mayor disposición a protestar citado en Mattar & Cuervo, (2017, p. 25) “Este desarrollo de la participación habla de un sistema político con dificultades para entender las expectativas de la población y la dificultad de representarlos”. En ese sentido es importante plantear estrategias que establezcan el desarrollo y transformación de los gobiernos locales con la función de mejorar la calidad de vida de la población. Las deficiencias se dan en la mayoría de municipalidades del sur de América Latina, pero la innovación permitirá cubrir esa brecha.

En el Perú, según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI,

2018), existen 1643 municipalidades, que por su propia naturaleza, están enfocadas en la gestión directa y autónoma de los recursos que permitan implementar nuevas políticas y servicios en el sector de vivienda, turismo, salud, ambiente, por su mayor acercamiento con la población; sin embargo, existen deficiencias sobre todo en los lugares más alejados con menos recursos presupuestario y de personal con poca educación en gestión pública, generando insatisfacción por parte de los pobladores.

Según, Gobena (2019) citado en Castillo, Cárdenas y Palomino (2020), el trabajador municipal es quien brinda y abandera la calidad de servicios, porque es quien brinda las condiciones para que el ciudadano obtenga una experiencia satisfactoria, permitiendo su acceso continuo. No obstante, los gobiernos locales presentan deficiencias, características de entidades del estado; se observa en los usuarios frustración al no ser atendidos como ellos esperan, (Naser, Ramirez y Rosales, 2017 p.33) afirma que “los ciudadanos hoy están más y mejor informados, son mucho más exigentes en cuanto al funcionamiento de las instituciones públicas y demandan la provisión de servicios de calidad de manera transparente, eficiente y oportuna”.

En ese contexto, la municipalidad provincial de Huaral se encuentra inmersa a esta realidad, la falta de capacitación del servidor público, el poco compromiso y escaso conocimiento sobre una atención de calidad, y los aspectos que abarca en su conjunto podría contribuir a dañar la imagen institucional; asimismo, Valls, Román, Chica y Valls (2017) sostiene, “un buen servicio puede constituir un valor agregado y una fuente de diferenciación de los productos. Por tanto, no se deben establecer diferencias en la gestión de productos tangibles y servicios; si bien el servicio posee sus peculiaridades: cualquier producto tangible (televisor, ordenador, cosmético, alimento) a pesar de su innegable naturaleza física, constituye un servicio congelado; que se activa cuando el cliente lo usa”. Por lo que en la búsqueda de contribuir en lo que respecta la mejora del servicio, mediante la aplicación de estrategias y acciones; se considera conveniente la realización de la presente investigación: calidad del servicio y su influencia en la satisfacción del usuario en el área de mesa de partes de la Municipalidad de Huaral-2021, con el propósito de conocer la influencia existente entre las variables de estudio.

1.2. Formulación del problema

Por lo expuesto, se percibe la importancia de conocer la influencia de la calidad de servicio en la satisfacción del usuario, motivo por el cual se plantea la siguiente interrogante:

1.2.1. Problema general

PG. ¿Cómo la calidad de servicio influye en la satisfacción del usuario en el área de mesa de partes, Municipalidad de Huaral - 2021?

1.2.2. Problemas específicos

PE 1. ¿De qué manera los elementos tangibles influyen en la satisfacción del usuario en el área de mesa de partes, Municipalidad de Huaral - 2021?

PE 2. ¿De qué manera la capacidad de respuesta influye en la satisfacción del usuario en el área de mesa de partes, Municipalidad de Huaral - 2021?

PE 3. ¿De qué manera la empatía influye en la satisfacción del usuario en el área de mesa de partes, Municipalidad de Huaral - 2021?

1.3. Justificación de estudio

La calidad del servicio en las municipalidades es un tema de interés e impacto en la actualidad; repercute en la satisfacción de los usuarios con los servicios que reciben de los gobiernos locales; identificar y analizar la calidad del servicio permite emprender un proceso de mejora continua que tiene efectos positivos en los niveles de satisfacción de los usuarios que acuden y gestionan un servicio, por lo que es importante que se tenga en cuenta el factor de la calidad tanto en el servicio como en el producto. Un buen servicio puede constituir un valor agregado que contribuye a fortalecer la imagen institucional. Considerando que el capital humano es fuente de generación y transformación de recursos y el activo más importante de las organizaciones; es necesario disponer de información adecuada sobre los usuarios, que contengan aspectos relacionados con sus necesidades y atributos en los que se fijan para determinar como la calidad de servicio influye en la satisfacción del usuario en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral y con esto establecer o direccionar estrategias para dirigir

el accionar de los colaboradores hacia la búsqueda de calidad.

1.3.1. Justificación teórica

La realización de esta investigación permite llenar vacíos teóricos en relación a la comprensión de las variables calidad de servicio y satisfacción del usuario, mostrando además bases científicas que sustenten la existencia de una relación positiva entre las mismas, sirviendo como base para futuros investigadores que deseen profundizar en el análisis de las variables de estudio. En ese sentido la presente investigación contribuirá a enriquecer nuevas investigaciones y sobretodo podrá ser aplicado a una nueva población.

1.3.2. Justificación práctica

La realización de la presente investigación contribuye a que los funcionarios de la Municipalidad Provincial de Huaral a través de los datos recogidos y análisis realizados mejoren la calidad de atención en el área de mesa de partes, implementando estrategias que permitan un mayor nivel de satisfacción de los usuarios que acuden a dicha institución.

1.3.3. Justificación metodológica

Los datos obtenidos y sus análisis correspondientes, demostrados y por su confiabilidad en lo que respecta la calidad y satisfacción al usuario en cada una de sus variables, constituyen un aporte de investigación los cuales podrán ser utilizados en futuras investigaciones que usarían metodologías compatibles, posibilitando su aplicación en otras instituciones.

1.3.4. Justificación social

El aporte de este trabajo de investigación ofrece soluciones de mejoras, según sean las demandas de la sociedad; su aplicación podría constituir una alternativa que brinde soluciones mediante un proceso de mejora continua en la administración pública de la municipalidad de Huaral.

1.3.5. Justificación económica

La investigación realizada se enfoca a brindar un buen servicio de calidad que cubra las expectativas del usuario. En lo que respecta la justificación económica, su posible aporte se ha considerado, apelando a la frase -calidad no cantidad; de tal modo que su aplicación permitiría contar con un número determinado de colaboradores los suficientes que proporcionen un buen servicio de calidad con atención motivada al cumplimiento de las obligaciones contraídas con la institución; contar con el personal adecuado, conlleva a menor gasto en personal, repercutiendo favorablemente en el aspecto económico para la entidad.

1.4. Objetivos de la investigación

Esta investigación pretende determinar cómo la calidad de servicio influye en la satisfacción del usuario en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral - 2021.

1.4.1. Objetivo general

OG. Determinar como la calidad de servicio influye en la satisfacción del usuario en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral-2021.

1.4.2. Objetivos específicos

OE 1. Determinar de qué manera los elementos tangibles influyen en la satisfacción del usuario en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral - 2021

OE 2. Determinar de qué manera la capacidad de respuesta influye en la satisfacción del usuario en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral - 2021?

OE 3. Determinar de qué manera la empatía influye en la satisfacción del usuario en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral - 2021?

II. MARCO TEORICO

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Antecedentes nacionales

Rivera (2018) en su trabajo de investigación “Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa Consorcio Fredy-2017” para optar el grado académico de Licenciada en Administración de Empresas, en la Universidad Autónoma del Perú; objetivo, determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en los clientes de la empresa Consorcio Fredy en los Olivos; metodología utilizada: el tipo de investigación fue no experimental de corte transversal con un diseño descriptivo correlacional, la población estuvo conformada por 90 clientes, los datos se obtuvieron de manera censal. Los instrumentos fueron sometidos rígidamente a criterios de validez y confiabilidad mediante el estadístico alfa de Cronbach, 0.956 para el cuestionario de calidad de servicio y 0.944 para el cuestionario de satisfacción del cliente. En la prueba de hipótesis se obtuvo un Rho de Spearman 0.783, con un p valor de 0.000. Resultado: se concluye que existe una correlación muy fuerte entre calidad de servicio y satisfacción del cliente en los clientes de la empresa Consorcio Fredy; aporte: con referencia a los resultados obtenidos, la alta dirección deberá seguir enfocada a la calidad del servicio mediante capacitación constante a su personal; de esa manera permitirá conservar los clientes actuales y futuros ofreciendo productos de calidad y brindando un buen servicio.

Yucra & Sanchez (2019) en su trabajo de investigación “La calidad de servicio y la satisfacción del usuario en la municipalidad distrital de Las Piedras-, 2018”, para optar el grado académico de Licenciada en Administración y Negocios Internacionales, Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios; objetivo: determinar la relación que puede existir entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios que se encuentran en la municipalidad de las Piedras-2018; metodología utilizada: el tipo de investigación que se empleo fue de tipo descriptiva explicativa, y de corte correlacional, siendo la población de 356 y la muestra elegida probabilísticamente sumó 122 usuarios que utilizaron los servicios de la municipalidad de las Piedras. Resultado: la calidad de servicio tiene relación con la

satisfacción del usuario en la municipalidad distrital de las Piedras-2018, es decir que falta incidir en aspectos como la fiabilidad, sensibilidad, seguridad, empatía y los elementos tangibles brindados por esta institución para el logro de la calidad en el servicio brindado a los usuarios. La fiabilidad tiene relación con la satisfacción de los usuarios en la municipalidad distrital de las Piedras-2018. Es decir que la entidad no cumple satisfactoriamente con sus servicios que brinda, no otorga un servicio fiable y cuidadoso hacia los usuarios. Aporte: La institución en pleno deberá emplear estrategias de mejoras y considerar aspectos como el abastecimiento de materiales y capacitación al personal que labora en el Municipio, para mejorar la satisfacción de los usuario.

Arrestegui (2020) en su trabajo de investigación: “Calidad de servicio y satisfacción del cliente en una empresa de transporte terrestre interprovincial de pasajeros del distrito de la Victoria, 2020” para optar el título profesional de Licenciado en Administración en la Universidad de San Martín de Porres; objetivo determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en una empresa de transporte terrestre interprovincial de pasajeros ubicado en el distrito de La Victoria, durante el periodo 2020; metodología utilizada: La investigación utilizó un enfoque cuantitativo de alcance descriptivo correlacional, siendo una investigación aplicada, tomando como unidad de análisis una muestra de 67 clientes que frecuentan los servicios de una empresa de transporte terrestre interprovincial en el distrito de La Victoria. La técnica utilizada fue una encuesta y el instrumento un cuestionario estructurado conformado por 37 preguntas con escala de Likert de cinco puntos. Resultados: Los resultados de la investigación en la hipótesis general determinaron que existe una relación positiva entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en una empresa de transporte terrestre interprovincial de pasajeros del distrito de La Victoria durante el periodo 2020. Aporte: la empresa de transporte terrestre interprovincial en el distrito de La Victoria, de manera constante deberá seguir concientizando e innovando planes de acción, motivando a sus trabajadores para seguir ofreciendo un buen servicio de atención al cliente, desde el momento en que el cliente ingrese a las instalaciones hasta la finalización del servicio.

Molina (2022) en su trabajo de investigación “Calidad de servicio y

satisfacción de los usuarios en la sub gerencia de Desarrollo económico, social y medio ambiente de la municipalidad distrital de Locroja, provincia de Churcampa, región Huancavelica-2021” para optar el grado académico de Licenciada en Administración, en la Universidad Continental; objetivo de estudio: o determinar la calidad de servicio y su relación con la satisfacción de los usuarios en la Sub Gerencia de Desarrollo Económico, Social y Medio Ambiente de la Municipalidad distrital de Locroja, Provincia de Churcampa, Región Huancavelica, 2021, metodología utilizada: estudio de investigación es de enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo, no experimental, de cortes transeccional correlacional para hallar la muestra se aplicó la formula poblaciones finitas, llegando a una conclusión que el tamaño de muestra es de 178 usuarios con una base de población de 330 usuarios que concurren a la municipalidad distrital de Locroja, para el procesamiento de datos se realizó con el programa Microsoft Excel y en el programa estadístico SPSS Versión 25, El instrumento del cuestionario de la variable calidad de servicio es de 22 ítems y de la Satisfacción de usuario es de igual forma de 22 ítem. Resultado; se llegó a una conclusión que, si Existe relación directa entre la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios en la Sub Gerencia de Desarrollo Económico, Social y Medio Ambiente de la municipalidad distrital de Locroja, Provincia de Churcampa, región Huancavelica-2021, donde se obtuvo el valor significancia bilateral de 0.000 que es menor de 0.05 y grado de Correlación de Pearson es altamente confiable por que arroja un resultado de ambas variables de 0.814, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula. Aporte: El estudio realizado permitió determinar la calidad de servicio por área de atención a fin de implementar estrategias que permitan optimizar el servicio.

Mori 2022) en su trabajo de investigación “Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en el área de administración de la municipalidad provincial de Lamas, 2020”- para optar el grado académico de Licenciado en Administración, en la Universidad Señor de Sipán; objetivo: determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios en el área de administración en una municipalidad en Lamas-2020; metodología utilizada: La metodología utilizada fue de tipo aplicado, con visión de tipo cuantitativo, y un nivel de estudio correlacional, se eligió un diseño no experimental y para la recolección de datos se escogió el corte transversal. Se logró recolectar data de 52 usuarios de la municipalidad,

quienes estuvieron conformes con la entrega de data relevante para este estudio a través de encuestas. Los resultados según el estadístico rho de Spearman muestran que existe correlación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción de usuarios (significación asintótica bilateral menor a 0.05). En cuanto al grado de correlación, este es fuerte y positivo (coeficiente de correlación igual a 0.532). Resultado: Los resultados según el estadístico rho de Spearman muestran que existe correlación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción de usuarios (significación asintótica bilateral menor a 0.05). En cuanto al grado de correlación, este es fuerte y positivo (coeficiente de correlación igual a 0.532) concluyendo que existe relación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios. Aporte: la alta dirección deberá optar por medidas que conlleven al cumplimiento de objetivos institucionales, implementando planes y estrategias, ya sea capacitaciones u otros programas de operativo institucional, que sirva de empoderamiento de capacidades al personal y la vez sea reflejado en una prestación de servicios de calidad a los usuarios.

2.1.2. Antecedentes internacionales

Torres (2018) en su trabajo de investigación: “El nivel de satisfacción del cliente en el restaurante el Kioskito, Tejupilco, Mexico-2016” para obtener el título profesional de Licenciado en Administración, en la Universidad Autónoma del Estado de México; objetivo: mostrar el nivel de satisfacción que tienen los clientes de acuerdo a lo que el restaurante ofrece, con el fin de que la organización conozca más acerca de las perspectivas que los clientes tienen, conocer las deficiencias y hacer mejoras para poder incrementar la satisfacción del cliente y la fidelidad de los mismos; metodología utilizada: El presente trabajo de investigación según su propósito es de tipo aplicada, de acuerdo a su nivel la investigación es de tipo descriptiva y su estudio tiene una metodología mixta, ya que incluye un enfoque cualitativo y cuantitativo debido a que recolecta datos para comprender el fenómeno, su diseño será no experimental, y es una investigación transversal porque se analizará la satisfacción del cliente solo en el año 2016. Conclusión: los datos arrojados en cuanto al servicio, se encuentra la atención recibida del personal, el tiempo de espera al servir la orden y el servicio de meseros, los datos arrojados se descubrieron que los clientes se encuentran satisfechos con el

servicio, 85% pero existe un 10% de poco satisfecho es por ello que se recomienda capacitar a los meseros y a todo el personal para que brinden un mejor servicio; aporte: este estudio permite conocer las debilidades de la empresa por lo que los directivos una vez identificado el problema deberán aplicar y reforzar con medidas que ataquen el declive de la empresa innovando con medidas que impulsen al crecimiento de una mejor atención.

Sarabia & Simba (2018) en su trabajo de investigación: “Evaluación de la satisfacción y calidad del servicio al cliente mediante el modelo Servqual en la distribuidora K-Centro Pika.” Universidad: Universidad Técnica de Cotopaxi-Ecuador; para optar el grado profesional de Ingenieras Comerciales. Objetivo, evaluar la calidad del servicio en la Distribuidora K-Centro Pika; Metodología utilizada: en esta investigación la metodología aplicada fue cualitativa, además la investigación fue de tipo descriptiva, explicativa, donde fue necesario la recolección y el análisis de datos. Para determinar los resultados se utilizó el modelo Servqual que permite medir las expectativas y percepciones de los clientes en base a 5 dimensiones que son: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles. Conclusión: se determinó que en la Distribuidora K- Centro Pika existe un nivel de calidad de servicio satisfactorio en cada una de las dimensiones evaluadas. También se logró identificar como mayor debilidad la capacidad de respuesta, en donde los clientes manifestaron su inconformidad, aspectos por los cuales se genera la deficiencia que existe entre calidad percibida y la calidad esperada imposibilitando alcanzar un nivel totalmente satisfactorio. Aporte: Con esta evaluación referente a la satisfacción del cliente permitirá a la empresa adoptar nuevas acciones de mejora internas en beneficio de los clientes viéndose reflejado en los ingresos de la empresa.

Cárdenas (2019) en su trabajo de investigación: “Análisis de la calidad del servicio de atención al cliente en café lúcuma para un plan de mejora” para obtener el título de Licenciado en Hotelería y Turismo, Universidad de Guayaquil-Ecuador; objetivo: el objetivo principal de esta investigación es determinar la calidad del servicio al cliente que existe en Café Lúcuma de Riocentro los Ceibos de Guayaquil; la metodología de la investigación se basó en un enfoque mixto en lo cuantitativo, se calificó con puntuaciones de percepción y expectativa respecto a

cada característica del servicio evaluado y la obtención de la información se la realizó a través de encuestas dirigidas a los clientes que consumen en Café Lúcumá. Conclusión: una insatisfacción con las dimensiones de respuesta inmediata y empatía. Aporte: Teniendo conocimiento de los principales hechos, la dirección tendrá que proponer un plan de mejora basado en procesos, programa de capacitación y de calidad dirigidas al personal de servicio y con esto crear una ventaja competitiva dentro de la empresa con la finalidad de obtener afluencia de clientes.

Pabón & Palacio (2020) en su trabajo de investigación: “Percepción de la calidad de los servicios de salud desde la satisfacción de los usuarios en el hospital local de Sitionuevo Magdalena, periodo 2017-2019 - Barranquilla” para obtener el título de Administrador de Servicios de Salud, Universidad de la costa. C.U.C-Colombia; objetivo: El objetivo de esta investigación es determinar el nivel de percepción de la calidad de los servicios de salud desde la satisfacción de los usuarios, en la E.S.E Hospital Local de Sitionuevo Magdalena durante los periodos 2017-2019; metodología: la población y la muestra fueron 3185 pacientes que acudieron a la E.S.E Hospital Local de Sitionuevo durante los periodos comprendidos entre 2017-2019: la información se tomó de las bases de datos de la entidad. Para el manejo y análisis de los datos, la información fue tabulada en una base de datos estructurada en un software de Excel y se realizaron análisis descriptivos simples a través de tablas y gráficos de frecuencia absoluta, lo cual permitió calcular las medidas simples de composición y distribución de variables. Conclusión: Se pudo concluir que la percepción de satisfacción de los usuarios del Hospital Local de Sitio Nuevo es, en términos generales buena, se determinó además que el servicio con el índice más alto de satisfacción se encuentra en el laboratorio clínico con un 83,1%, aporte: Con la información obtenida mediante el análisis de este trabajo de investigación se puede implementar estrategias que puedan fortalecer las áreas que demuestren ciertas debilidades.

Fernández (2021) en su trabajo de investigación: “Satisfacción del usuario en consulta externa de la clínica central de montería en el cuarto trimestre del 2021”, para optar el título profesional de Administrador en Salud en la Universidad de córdoba - Colombia; objetivo, determinar el nivel de satisfacción del usuario en el

servicio de consulta externa, de la clínica Central de Montería; metodología utilizada: el tipo de investigación fue un tipo de estudio descriptivo, con enfoque cualitativo. Se procedió con la recolección de información, para lo cual se aplicó el modelo SERVQUAL que evalúa satisfacción del usuario y valora cinco dimensiones. Conclusión: Entre los resultados obtenidos, se evidencia un 65 % de satisfacción ubicándose en el nivel medio en relación al servicio que prestan los enfermeros de la clínica; de igual manera el 15 % de los pacientes en la encuesta realizada manifiestan un nivel de satisfacción alto en la atención del personal administrativo; el 20% restante de los pacientes atendidos en el servicio de consulta externa, manifiestan un nivel de satisfacción bajo. Aporte: Determinado los factores asociados a la calidad que afectan la satisfacción del usuario, se deberá tomar medidas para implementar estrategias que impulsen a mejorar la calidad del servicio en beneficio del usuario.

2.2. Bases teóricas de las variables

2.2.1. Calidad de servicio

La calidad en el servicio se refiere a aplicar un conjunto de estrategias con la finalidad de cubrir las expectativas que tienen los usuarios frente a un servicio; asimismo, comprende diversos aspectos incluyendo factores subjetivos, motivo por el cual, lograr una definición exacta se hace dificultoso ya que se basa en la percepción de los usuarios y el grado en que satisfacen sus expectativas con relación al producto o servicio consumido. Actualmente, existe una relación muy estrecha entre el público consumidor y el personal que ofrece el servicio, esta interacción prioriza la importancia de la calidad de servicio y la capacidad que tiene una empresa o institución para lograr la mayor satisfacción del cliente o usuario, en razón del bien o servicio recibido.

Por su parte, Arenal (2019) manifiesta “un buen vínculo con el cliente es una ventaja competitiva, ya que los servicios y productos pueden tener perfiles uniformes en cuanto a tecnología de avanzada y otras características de comercialización similares, pero el elemento diferenciador que destaca el valor de una empresa es el trato brindado a los clientes”.

De una u otra manera la calidad en el servicio siempre ha sido y es un tema de mucha relevancia dentro de las instituciones y organizaciones, ya que los usuarios exigen atención y un mejor trato al momento de adquirir un determinado producto o servicio. La calidad del servicio involucra conocer las necesidades de los usuarios y superar todas las expectativas que tienen los usuarios con respecto a un servicio. Asimismo, Pizzo (citado en Mateos, 2019, p. 16) manifiesta “calidad en el servicio es el hábito desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes y ofrecerles, en consecuencia, un servicio ágil, adecuado, oportuno, seguro y confiable, aún bajo situaciones imprevistas o ante errores, de tal manera que el cliente se sienta comprendido, atendido y servido personalmente, y sorprendido con mayor valor al esperado, proporcionando mayores ingresos y menores costos para la organización”.

Con la finalidad de evaluar y explicar la calidad de un servicio, se han diseñado distintos modelos o enfoques los cuales sostienen diferentes puntos de vista según sus autores. No obstante, un modelo de mayor aceptación fue el Modelo GAP; este modelo desarrollado por Parasuraman, Berry y Zeithaml. Tal como refiere Sanguesa y Mateo (2019 p.43) se basa en la idea de que el cliente percibe la calidad de un servicio como la diferencia entre lo que espera del mismo y lo que realmente recibe.

2.2.1.1. Calidad

Existen diversas definiciones asociadas al término calidad, generalmente se vincula a las características y aspectos que posee un bien o servicio, el cual hace posible alcanzar las expectativas o satisfacción de las necesidades del usuario.

Al respecto, Alcalde (2019 p.02) sostiene, se puede decir que la calidad es algo que va implícito en los genes de la humanidad; es la capacidad que tiene el ser humano de hacer bien las cosas.

Por su parte, Mateos (2017) manifiesta, la calidad la define, el Diccionario Enciclopédico Espasa, como “propiedad o conjunto de propiedades inherentes a una cosa”.

De igual modo; Sangüesa, Mateo, Ilzarbe (2019) considera que la calidad es una cualidad innata, una característica absoluta y universalmente reconocida.

Se consideran trabajos de calidad aquellos que están por encima de las modas, cuya imagen de calidad perdura inamovible en el tiempo. Ocasionalmente se relaciona la calidad con los trabajos artesanos de precisión, en oposición con la fabricación en masa”.

2.2.1.2. Servicios

Gil J. (2020 p.11) La Real Academia Española define el término servicio – procedente del latín *Servitium* como acción y efecto de servir, como servicio doméstico e incluso como conjunto de ciertos o sirviente. Según afirma el experto en marketing Kotler, “es cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra; son esencialmente intangibles y no dan lugar a la propiedad de ninguna cosa. Su producción puede estar vinculada o no con un producto físico”.

Por su parte; Padilla, Lima & Cedeño (2018) manifiesta que el servicio es cualquier actividad, beneficio o satisfacción que una parte ofrece a otra. Es exclusivamente intangible, su producción puede vincularse o no a un producto físico, es perecedero y no almacenable.

Según Tom Peters (1987) (citado en Gil, 2020, p.9) “el cliente percibe el servicio bajo sus propias condiciones. Es el cliente quien paga la tarifa, o no la paga, por una razón o serie de razones que él determina. Punto. No hay discusión”.

2.2.1.3. Características de los Servicios

Es importante considerar que el término calidad de servicio se define como la satisfacción de las necesidades o expectativas del usuario, es necesario tener en cuenta que los recursos capaces de satisfacer estas necesidades de acuerdo a su contenido son de 2 clases:

- 1) Bienes Tangibles, son objetos físicos, conocidos como productos y son de consistencia material.
- 2) Bienes Intangibles, se refiere a los actos que recibe el usuario a través de los cuales soluciona sus requerimiento o necesidades, se denominan

servicios y su estructura es inmaterial.

Según Martin & Peña (2017) Se puede considerar cuatro características clave presentes en casi la totalidad de los servicios: intangibilidad, caducidad, heterogeneidad e inseparabilidad.

- a) Intangibilidad, por su naturaleza los servicios son intangibles, al estar formados por ideas, conceptos e informaciones que difícilmente se puede experimentar por los sentidos antes de su adquisición o consumo. Esta característica hace imposible que un servicio pueda almacenarse, dificulta la patentabilidad e impide la transmisión de la propiedad.
- b) Inseparabilidad, el rendimiento y su utilización se realizan al mismo tiempo, creando una relación física entre el prestador de servicio y el cliente. Los servicios no se pueden almacenar ni transporta.
- c) Heterogeneidad, se considera heterogénea en razón a que la prestación de cada servicio es diferente, único e irreplicable ya que son percibidos en función a la persona que los ofrece y asimismo, la prestación varía de una persona a otra, incluso siendo la misma persona y el mismo servicio. No existe forma de garantizar uniformidad en los servicios ofrecidos debido a que por su naturaleza su producción y consumo son inmediatos.
- d) Caducidad, son perecederos, significa que no se pueden guardar para un posterior consumo, debido a que por su naturaleza su producción y consumo son inmediatos.

2.2.1.4. Impacto de la Calidad en el Servicio

Cuando se habla de calidad en el servicio, como el conjunto de estrategias aplicadas en busca de mejoras, es importante reconocer la influencia o efecto que puede causar un valor agregado ante los usuarios. La atención al usuario cada día se vuelve mucho más importante. Según Gil (2020 p. 16) es necesario detallar y aclarar algunos elementos que debe cubrir la calidad en los servicios:

- Cubrir los objetivos previstos.
- Su diseño debe estar relacionado con lo que se ofrece.
- Debe solucionar necesidades y peticiones de los clientes.

- El resultado debe estar acorde con las expectativas del usuario.
- Actuar de una forma honesta y comprometerse con lo acordado.
- Promover la iniciativa en las acciones y adelantarse a los deseos del cliente.
- Dar la respuesta adecuada y personalizada cada una de las situaciones en las que nos podamos encontrar.
- Importantísimo, mantener las emociones y gestionarlas en cada momento, dependiendo de la situación para que no afecten al resultado.
- Habilidad analítica para utilizar la información meramente necesaria para cada uno de los escenarios en los que nos encontremos.
- Creatividad para conseguir alternativas que ofrezcan soluciones satisfactorias. Todo ello, precisa de nuevas ideas, ingenio y conseguir salir airoso de situaciones delicadas.
- Cara al público, además intentar regular la primera impresión para no predisponer situaciones y dejarnos llevar por la conversación posterior.
- Resolver todas las inquietudes, quejas y reclamaciones que puedan plantear los clientes para una buena gestión del servicio
- Crear el ambiente adecuado para que todo esto sea posible.
- Escuchar al cliente para poder mejorar los procesos.

2.2.1.5. *Dimensiones de la Calidad del Servicio*

Las Dimensiones de la Calidad del Servicio según Parasuraman (1988) (citado en Valls, Román, Chica y Valls, 2017 p.138) considera, los clientes evalúan la calidad de servicio por medio de 5 componentes:

1. Elementos tangibles:

son los aspectos físicos del servicio. A definición de Gil (2020 p.26) es el conjunto de elementos que componen la organización y que el cliente puede visualizar desde los empleados, la forma de relacionarse en la comunicación, así como el centro de trabajo en el que se desarrolla la actividad.

En el mundo empresarial, los productos tangibles son los bienes físicos que pueden ser fabricados, procesados y entregados; así como la infraestructura y las instalaciones donde se desarrolla la organización; comprende los siguientes

indicadores:

- a) **Infraestructura adecuada:** se considera infraestructura adecuada a las oficinas, almacenes, áreas de producción y atención destinadas a brindar el servicio, las cuales deben ser funcionales y apropiadas. Asimismo, las áreas de inclusión que faciliten el acceso a las personas con discapacidad.
- b) **Conservación de las instalaciones:** la infraestructura debe encontrarse en buen estado de conservación y Preservación teniendo en cuenta el cuidado de los recursos físicos así como ver por el Mantenimiento y cuidado del Servicio que proporcionan estos recursos.
- c) **Calidad de los equipos:** Equipos tecnológicos eficientes y de buena calidad: mobiliario, teléfonos, computadoras y software, internet, multifuncionales, útiles de escritorio, papelería.

2) **Capacidad de Respuesta:**

Es la capacidad para brindar un servicio puntual. Asimismo; González (2017 p.10) manifiesta, la capacidad de respuesta es la rapidez en la prestación del servicio.

La *capacidad de respuesta* al usuario es la rapidez y eficiencia que indica qué tan rápido y adecuadamente la organización hace uso y aplicación de estrategias con respecto a las necesidades del usuario.

Indicadores, corresponde a estrategias de:

- a. **Actitud y buena disposición** por parte del personal que ofrece el servicio.
- b) **El servicio oportuno**, involucra un buen servicio dentro del tiempo considerado por el usuario, en su momento y con la calidad esperada.
- c) **La información** brindada deberá ser veraz y correcta.

3) **Empatía:**

Es la atención personalizada y cuidadosa a clientes. Gil (2020 p.26) es la habilidad social clave para entender los deseos, sentimientos y emociones partiendo de un profundo autoconocimiento personal que nos ayude a ponernos en

el lugar de la otra persona de tal forma que esta fusión ayude a ofrecer la máxima confianza en todo el proceso.

La *empatía* es la habilidad que pueden tener las organizaciones, las cuales asumidas por su personal, demuestran la posición de ubicarse en el lugar de otros. Está relacionada con sus indicadores:

- a) **Horarios adecuados**, adecuando horarios flexibles de atención al público
- b) **Interés institucional** y apoyo que demuestra el personal en su conjunto al momento de brindar un servicio a los usuarios.
- c) **La atención individualizada** demuestra profesionalismo y dedicación por parte del servidor, el usuario espera y confía que el servidor lo va a escuchar y atender sus requerimientos; se da a través de la comunicación y los recursos disponibles.
- d) **La amabilidad**, es una conducta que demuestra un alto grado de empatía y consideración hacia los demás; permite a las personas comportarse con educación y respeto.

4) **Confiabilidad:**

Es la capacidad de ofrecer un servicio de una manera exacta, segura y consciente.

Seguridad: conocimiento y cortesía de empleados, así como la habilidad para transmitir seguridad.

2.2.2. Satisfacción del usuario

Actualmente los usuarios y público consumidor al adquirir un producto lo hacen previo análisis y comparación de sus características frente a otros productos adquiridos con anterioridad; conocedoras de esto, las organizaciones centran su atención en ofrecer no solo un producto o servicio determinado, sino lo hacen con la intención de garantizar la satisfacción y expectativas del usuario.

Olivier (1980) (citado en Valls, Román, Chica y Valls, 2017 p.139) establece que la satisfacción (o insatisfacción) de un cliente viene determinada por la impresión que este experimenta después de una compra. Como resultado de la

disconformidad, positiva o negativa, entre las expectativas del cliente y los sentimientos derivados de su experiencia.

Según Engel, Blackwell y Miniard, (2005) (citado en Baquero, 2021 p.11) “la satisfacción es definida como la respuesta del consumidor a una evaluación de la discrepancia percibida entre los espectadores y lo recibido sobre un producto después de su consumo”.

Asimismo; existen 2 tipos de comportamiento post consumo, según (Monfor, Oliveira y Montovani (2013) (citado en Baquero, 2021 p. 11): la satisfacción, si el producto coincide o supera sus expectativas. En este caso va a fortalecer los criterios que le guiaron a dicha elección, a la vez que mejorara sus actitudes hacia el producto y desarrollara procesos de lealtad y fidelización. La insatisfacción: si el consumidor considera que el producto en cuestión no ha cumplido con sus expectativas iniciales. En este caso, revisara sus criterios de selección, realizara alguna queja o reclamación y dejara de consumir dicho producto.

Para Kotler (2003) (citado en Mateos, 2017 p.46) “la satisfacción del cliente mide lo bien que se alcanzan las expectativas del cliente” y la fidelidad “mide el grado de posibilidad de que un cliente regrese”.

La satisfacción de los clientes es el resultado de ofrecer los bienes y servicios que se ajustan o exceden a sus necesidades.

2.2.2.1. Usuario

Usuario es la entidad o persona que habitualmente hace uso de un producto; de manera que toda organización que quiera prosperar y mantenerse en la prestación de un bien o servicio, debe adaptar sus servicios a las necesidades y demandas de sus usuarios.

Según, López (2020 p.5) usuario es aquella persona física que utiliza o disfruta de un servicio que ofrece una empresa o entidad pública o privada, para su uso personal. En este acto de uso o disfrute del servicio puede existir una transacción económica o puede realizarse sin que medie pago alguno, cuando el servicio tiene carácter gratuito. El concepto de usuario se identifica más con la utilización de algún servicio público o privado concreto.

Asimismo; Padilla, Lima & Cedeño (2018) define el termino usuario como el que usa ordinariamente una cosa. Se dice de la persona que posee derecho de utilizar un bien que no es de su propiedad. Cliente fijo.

Por lo antes expuesto cabe resaltar la importancia de causar una experiencia satisfactoria en el usuario, de esa interacción del usuario con respecto al producto o servicio y del grado en que podamos cubrir sus expectativas, dependerá el éxito de nuestros objetivos.

2.2.2.2. Satisfacción

La RAE (2020) define a la satisfacción como el acto con que se tranquiliza y contesta por completo a un descontento.

Por su parte; Padilla, Lima & Cedeño (2018 p.21) define la satisfacción como la utilidad que hace valioso un objeto para el que lo recibe. Es lo que brinda un producto o servicio para cumplir las expectativas del consumidor.

2.2.2.3. Elementos que generan la satisfacción del usuario

Son múltiples y variados los elementos que generan la satisfacción del usuario. Generalmente devienen del buen trato, educación y cortesía. A continuación, según Mateos (2019), se muestran algunas especialmente significativas:

- Cortesía y amabilidad de los empleados
- Dedicación del tiempo oportuno para cada cliente.
- Eficacia en la resolución del conflicto.
- Amabilidad y trato recibidos.
- Tiempos de espera de recepción de los servicios.
- Disposición de la organización para resolver problemas.
- Rápidos en la entrega de servicios.

2.2.2.4. Dimensiones de la satisfacción del usuario

En la actualidad las empresas y organizaciones prestadoras de productos y servicios emplean sinnúmeros de estrategias con la finalidad de alcanzar la mejor posición en el mercado, y ocupar un lugar relevante en lo que respecta toda

actividad comercial frente al usuario con relación a un producto. Lograr este objetivo va a depender de la forma en que el usuario valore el resultado de sus expectativas concernientes al servicio y el valor real que recibe de este.

Para Ruiz (2019 p.102) la definición del nivel de satisfacción del cliente sería: el nivel de satisfacción de una persona es el resultado de comparar su percepción sobre los beneficios de un producto en relación con las expectativas de beneficio que esperaba recibir el usuario”.

Según, Carrasco (2017 p. 148) La satisfacción del cliente está directamente relacionada con los conceptos de calidad del servicio, de expectativas y de percepción. Esta relación está definida por el modelo ACSI (American Customer Satisfaction Index)

1) **Valor percibido por el usuario:**

Carrasco (2017 p. 149) define como: la relación entre la calidad obtenida y el precio pagado. Cuando la compra se ha realizado, el cliente hace un balance entre lo que esperaba lo que ha recibido. Si ese balance es negativo, el cliente se sentirá insatisfecho y, probablemente, no vuelva a repetir la compra. Según (Mateo 2017 p.56) para mejorar ese valor percibido por los clientes, debemos actuar sobre varios factores considerados como indicadores: comunicación, orientación, accesibilidad.

- a) **Comunicación:** Al respecto, Medranda y Valbuena (2020 p.19) manifiestan que la comunicación ha sido y es arte esencial de la vida y del desarrollo humano y social. Hamelink (s.f) comenta que, desde que los humanos somos seres socialmente interactivos, la comunicación social es una fuerza de conducción de la supervivencia. Sin comunicación social no habría habido un proceso de evolución natural, es más, tanto la sociedad como la comunicación evolucionan a la par.
- b) **Orientación:** La orientación al cliente es una actitud y predisposición permanente orientada a identificar las necesidades de los usuarios con la intención de satisfacer sus requerimientos y necesidades.
- c) **Accesibilidad:** Mateo (2017) Entendemos por accesibilidad la facilidad para

obtener el servicio.

2) **Expectativas:**

Carrasco (2017 p. 148) Las expectativas son una medida anticipada de la calidad que el cliente espera recibir por los productos y servicios de la empresa. Según (Mateo 2017 p.55) Una expectativa es lo que se considera lo más probable que suceda. Las expectativas guardan estrecha relación con la calidad del servicio, en su conjunto; al momento de adquirir un producto o servicio el usuario espera satisfacer una necesidad, espera la solución a un problema de necesidad o carencia de algo, y esto va acompañado o influenciado por el tiempo y la celeridad en la atención. Sus indicadores: (calidad, solución a problemas, responsabilidad, celeridad en la atención)

- a) **Calidad:** Sánchez (2019, p. 9) es el objetivo de las actividades que se realizan en una empresa y es el cliente el que percibe el resultado global.
- b) **Solución de problemas:** la solución de problemas es la etapa final de un proceso; consiste en generar opciones o posibles mecanismos a seguir para hacer cambios alrededor de una situación que genera cierto malestar o inconformidad.
- c) **Responsabilidad:** la responsabilidad es una cualidad que existe en la conciencia de cada persona, mediante la cual el individuo se siente obligado a cumplir sus obligaciones asumiendo las consecuencias de sus actos.
- d) **Celeridad en la atención:** la celeridad en la atención involucra gestionar e incentivar el uso de tecnologías de la información y las comunicaciones, con la finalidad de satisfacer las necesidades del usuario en un menor tiempo determinado.

3) **Mejora del servicio:**

Mateo (2017 p.57) sostiene; el proceso de mejora comienza por la identificación de los aspectos críticos y de los errores metidos que disminuyen la calidad. Es preciso mantener la perspectiva del cliente. Para ello se requiere evaluar constantemente.

En los servicios especialmente percepción de calidad por parte de los usuarios, se ve fuertemente influida por los tiempos de espera. La disminución de los tiempos de espera y la gestión de los mismos es un factor fundamental para la mejora del servicio. Asimismo; Carrasco (2017 p. 149) manifiesta, la calidad percibida, es la impresión personal que siente el cliente acerca de todos los elementos del servicio. (p. 151) La calidad se fundamenta en los principios de prevención y de mejoras continuas. Esto significa que la calidad es un sistema continuado de gestión cuyo objetivo es prevenir y detectar errores, y tomar las medidas oportunas para corregirlas. De este modo, la calidad se representa como un ciclo de acciones preventivas y correctivas, conocido como “Ciclo de Deming”. Elementos importantes de identificación, considerados sus indicadores:

- a) **Costo de servicio:** para López y Gómez (2018), costo está representado por la suma de los recursos expresados en términos monetarios que se invierten para poder producir un bien o prestar un servicio que genere beneficios económicos futuros y este se recupera en el momento de la venta de los productos o servicios.

El costo muchas veces se confunde con el gasto; sin embargo, tiene una diferencia muy específica, se considera costo cuando se realiza la inversión inicial y en el momento en que se recupera la inversión por medio de la venta del producto es cuando se convierte en gasto; es decir, que cuando dicha inversión inicial (costo) cumplió su objetivo, que es generar ingresos a la empresa, entonces se convierte en gasto.

- b) **Ventajas:** para, Gil (2020 p. 50) ventajas es aquello que aporta al cliente. Significa, el beneficio o la condición que lo vuelve superior a algo en comparación de otros productos en favor del usuario que lo adquiere.
- c) **Tiempo:** es importante disponer del tiempo adecuado, justo y necesario de atención al usuario para no causar insatisfacción. Manejar los tiempos adecuados es posible utilizando métodos para mejorar la efectividad y así acercarse a un servicio que satisfaga al usuario.

2.3. Definición de términos básicos

Accesibilidad. Figini y Arch. (2021, p.15) define; es la facilidad que ofrecen los espacios y elementos para que puedan ser usados por o todas las personas que lo deseen, con discapacidad o sin ella.

Atributos. Según, Gil (2020 p.50) define atributos como los rasgos y objetivos del producto o servicio.

Beneficios. Gil (2020 p.50) define beneficios como las motivaciones que cubre para el cliente.

Calidad. Sánchez (2019, p. 9) es el objetivo de las actividades que se realizan en una empresa y es el cliente el que percibe el resultado global.

Capacidad de respuesta. González (2017 p.10) rapidez en la prestación del servicio.

Celeridad. Dillon (2021 p.57) celeridad es sinónimo de rapidez, diligencia, prontitud...la celeridad obliga a las administraciones públicas a cumplir sus objetivos y fines de satisfacción de los intereses públicos, a través de los diversos mecanismos, de la forma más expedita, rápida y acertada posible para evitar retardos indebidos.

Cliente. Padilla, Lima & Cedeño (2018) define como la persona que requiere o utiliza los servicios de un profesional, quien compra aun comerciante especialmente el que lo hace habitual.

Comodidad. Gil (2020 p.46) relacionado con el uso del producto y el grado de utilidad de este para el cliente.

Competencia. González (2017 p.10) define competencia como la aptitud o capacidad para llevar a cabo una tarea.

Comunicación. Sánchez (2019, p. 99) es una actividad propia del ser humano que consiste en la respuesta en común de mensajes, a través de diversos medios.

Confianza. Gil (2020 p.47) es un conjunto de formas de hacer que marcan la diferencia de la empresa y por parte del vendedor.

Consumidor. Padilla, Lima & Cedeño (2018) define consumidor como; quien consume, especialmente una cosa. Se dice de la persona genérica a quien se dirige una oferta.

Cortesía. González (2017 p.10) comportamiento atento y afable acto en el que se demuestra atención y cordialidad hacia las personas.

Costo. Para López y Gómez (2018), costo está representado por la suma de los recursos expresados en términos monetarios que se invierten para poder producir un bien o prestar un servicio que genere beneficios económicos futuros y este se recupera en el momento de la venta de los productos o servicios.

Credibilidad. Según González (2017 p.10) afirma que la credibilidad, son los componentes objetivos y subjetivos que definen la capacidad de ser creído: responsabilidad, confianza, previsibilidad.

Descripción. Reyes (2022, p.18) explicación de forma detallada y ordenada de cómo son ciertas personas, lugares, objetos, entre otros. Una descripción equivale a un retrato escrito o hablado de una persona, animal o cosa, leer o escuchar una descripción es ver una fotografía de lo que se describe.

Deseo. Según; Padilla, Lima & Cedeño (2018) Son las formas que adoptan las necesidades al ser moldeadas por la cultura y la individualidad del hombre. Se describen en función del objeto culturalmente definidos que cubren las exigencias del individuo. Es la forma que expresa la voluntad de satisfacer una necesidad de acuerdo con las características personales del individuo, los factores culturales, sociales, económicos y ambientales. Forma que adoptan las necesidades humanas de acuerdo con su cultura y personalidad del individuo.

Empatía. Mateos (2019, p.12) define empatía como la capacidad de implicarse en la respuesta hacia el cliente, de ponerse realmente en la posición del mismo y entender su frustración.

Expectativa. Mateos (2019, p.12) es la posibilidad razonable de que un acontecimiento suceda. No se trata de una simple ilusión, sino de un hecho probable con fundamento.

Explicación. Reyes (2022, p.18) Se refiere a encontrar las razones del fenómeno, esta se puede extraer del contexto simultáneo, a partir del pasado, o en función del futuro, en orden casual de causa-efecto.

Fiabilidad. González (2017 p.10) define fiabilidad como la probabilidad de buen funcionamiento de algo.

Fidelización. López (2020 p.12) es el conjunto de acciones y estrategias encaminadas a que el cliente esporádico que haya adquirido un bien o contratado un servicio con anterioridad, siga haciéndolo hasta que este se convierta en habitual.

Imagen percibida. López (2020 p.13) es la que crean los consumidores en su memoria a partir del análisis de la identidad de marca. Dada la definición establecida para este concepto, se puede considerar que los términos de imagen de marca e imagen percibida son análogos.

Necesidad. Por su parte; Padilla, Lima & Cedeño (2018) define la necesidad como la carencia de un bien básico son vivencias subjetivas al carecer de algo que impulsa al hombre a actuar. Estado de privación que siente una persona.

Por define la necesidad como la carencia de un bien básico, son vivencias subjetivas al carecer de algo que impulsa al hombre a actuar. Estado de privación que siente una persona.

Observación. Reyes (2022, p.18) Es la etapa en la que se entra en contacto con el objeto o fenómeno que nos llama la atención y cuyos orígenes desconocemos, captando a nivel superficial los elementos o factores que aparentan relevantes, explicarnos los orígenes que en ella se ubica el conocimiento vulgar, lo que a su vez se traduce en conjeturas (hipótesis o suposiciones primarias).

Precio. Padilla, Lima & Cedeño (2018) define como, la cantidad de dinero que el consumidor está dispuesto a pagar para obtener un producto o servicio determinado.

Predicción. Reyes (2022, p.18) Hacer inferencias a futuro sobre cómo va a manifestarse u ocurrir un fenómeno dado en ciertas condiciones. La teoría proporciona conocimiento de los elementos que están relacionados con el

fenómeno sobre el cual se habrá de efectuar la predicción.

Procesos. Alcalde (2019 p.90) es una secuencia de tareas o actividades interrelacionadas que tiene como fin producir un determinado resultado (producto o servicio) a partir de unos elementos de entrada y que se vale para ello de unos ciertos recursos. Ejemplo de procesos pueden ser: facturación, mecanizado, diseño, instalación, etc.

Producto. Según; Padilla, Lima & Cedeño (2018) producto puede ser cualquier cosa que se ofrece a un mercado para su obtención, adquisición, uso o consumo para satisfacer una necesidad o deseo. Es un conjunto de atributos tangibles que incluye embalaje, color, precio, prestigio y servicio del fabricante; el cual se ofrece en un mercado y el comparador puede aceptarlo para su atención, adquisición, uso o consumo para satisfacer una necesidad o deseo.

Rapidez. Gil (2020 p.46) el tiempo de adquisición y poder utilizarlo para comprobar su calidad.

III. MARCO METODOLOGICO

3.1. Hipótesis de la investigación

3.1.1. Hipótesis general

HG 1. La calidad de servicio influye en la satisfacción del usuario en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral - 2021.

3.1.2. Hipótesis específicas

HE 1. Los elementos tangibles influyen en la satisfacción del usuario en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral - 2021.

HE 2. La capacidad de respuesta influye en la satisfacción del usuario en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral - 2021.

HE 3. La empatía influye en la satisfacción del usuario en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral - 2021.

3.2. Variables de estudio

Variable es una característica, atributo, cualidad que puede estar presente o no en individuos, grupos o sociedades, las cuales pueden presentarse en modalidades o matices diferentes, así como también en magnitudes o medidas diferentes. Son cosas que son susceptibles de ser modificadas. Asimismo, está constituida por toda la información que se pueda obtener al respecto, con la intención de responder las interrogantes materia de investigación.

Las variables utilizadas para este estudio de investigación son: Calidad de Servicio y Satisfacción del Usuario

3.2.1. Definición conceptual

Variable X: Calidad de servicio

Según Pizzo (citado en Mateos, 2019, p. 16) "calidad en el servicio es el hábito desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes y ofrecerles, en consecuencia, un servicio ágil, adecuado, oportuno, seguro y confiable, aún bajo situaciones

imprevistas o ante errores, de tal manera que el cliente se sienta comprendido, atendido y servido personalmente, y sorprendido con mayor valor al esperado, proporcionando mayores ingresos y menores costos para la organización”.

Variable Y: Satisfacción del usuario

Según Sharma (1999) (citado en Valls, Román, Chica y Valls, 2017 p.155) la satisfacción del usuario se basa en la satisfacción acumulada de todas las experiencias previas al consumo a lo largo del tiempo, representando el resultado de un proceso de aprendizaje en el que el consumidor aprende o recuerda sus satisfacciones basándose en las transacciones anteriores.

3.2.2. Definición Operacional

Según Espinoza (2019) (citado en Huairé, Marquiza, Horna, Llanos, Herrera, Rodríguez, Villamar 2022 p. 55) Definición operacional, implica procedimientos o indicaciones que se deben seguir para captar la mayor información posible sobre el problema que permite tener una mayor comprensión del medio o contexto en el que se está evaluando. En ese sentido, está en relación con la pregunta, los objetivos, la técnica y los instrumentos de recolección de datos.

Variable	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítem	Escala de medición
Calidad de Servicio	Medición de las variables de estudio, aplicando el método estadístico recabando toda la información posible mediante la encuesta aplicada a los funcionarios públicos, servidores y usuarios del área de la mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021.	Elementos Tangibles	Infraestructura adecuada	1	Ordinal (Likert) 1.NUNCA 2.CASI NUNCA 3.ALGUNAS VECES 4.CASI SIEMPRE 5.SIEMPRE
			Conservación de las instalaciones	2	
			Calidad de los equipos	3	
		Capacidad de Respuesta	Actitud y disposición	4	
			Servicio oportuno	5	
			Información	6	
		Empatía	Horarios adecuados	7	
			Interés institucional por el usuario	8	
			Atención individualizada	9	
			Amabilidad	10	
Satisfacción del Usuario		Valor percibido por el usuario	Comunicación	1	Ordinal (Likert) 1.NUNCA 2.CASI NUNCA 3.ALGUNAS VECES 4.CASI SIEMPRE 5.SIEMPRE
			Orientación	2	
			Accesibilidad	3	
		Expectativas	Calidad	4	
			Solución de problemas	5	
			Responsabilidad	6	
			Celeridad en la atención	7	
		Mejora del servicio	Costo del servicio	8	
			Ventajas	9	
			Tiempo	10	

3.2.3. Variables, dimensión e indicadores

Se puede considerar que una variable es todo aquello que posee características o cualidades y es capaz de medición. De igual modo, se considera que es una entidad abstracta que puede adquirir distintos valores en un mismo sujeto en diferentes momentos la cual puede sufrir cambios; asimismo, está constituida por toda la investigación y recolección de datos capaz de contestar las preguntas de análisis de su estudio.

Para, Rodríguez, Breña y Esenarro (2021 p. 33) Las variables son entidades abstractas que toman diversos valores o modalidades. Son atributos de los objetos de estudio abstracto o concreto. Su naturaleza variante se determina por las condiciones de contorno espacio-temporales que caracterizan a las unidades de análisis. Son ejemplos de variables la temperatura, el peso, la presión, el grado militar, la actitud y el coeficiente intelectual. Por otro lado, si las entidades, objeto de estudio no son pasibles de tomar diferentes valores, serán referidas como constantes. Una variable es un objeto, evento, idea, sentimiento, período de tiempo o cualquier otro suceso o evento susceptible de medición. Es algo que además de poder cambiar (como el género y la edad), son típicamente el foco de un estudio. Los atributos son los subvalores de una variable (p. 43).

Por su parte; Escobar y Bilbao (2020 p.35) manifiesta, una dimensión es un elemento integrante de una variable, que resulta de su análisis o descomposición una vez que han salido establecidas las dimensiones de la variable, todavía faltan los elementos, indicios o evidencias que demuestren como se manifiesta o comporta dicha variable o dimensión. Estos elementos son los indicadores.

Un indicador es un indicio, señal o unidad de medida que permite estudiar o cuantificar una variable o sus dimensiones.

En cuanto a indicadores, Reyes (2022 p.31) señala, los indicadores son unidades de medición, los cuales se operacionalizan en las variables, sirven para expresar cuantitativamente los objetivos y tareas, y son los indicadores los encargados de esa concreción. En el lenguaje común, se refiere a datos esencialmente cuantitativos, que permiten conocer cómo se encuentran las cosas en relación con algunos aspectos de la realidad. Los indicadores pueden ser

medidas, números, hechos, opiniones o percepciones que señalen condiciones o situaciones específicas, deberá reflejar adecuadamente la naturaleza, peculiaridades y anexos de los procesos que se originan en la actividad económica.

3.3. Tipo y nivel de la investigación

3.3.1. Tipo de investigación

La presente investigación es de tipo aplicada. Según Matilla, Cuenca, Marca y Oliveira (2018) Es un tipo de investigación original emprendida con el objeto de adquirir nuevos conocimientos, aunque dirigido a un fin práctico. Este tipo de investigación se emprende para determinar los posibles usos de los resultados de la investigación básica o para determinar nuevos métodos o formas de alcanzar objetivos específicos predeterminados. La investigación aplica considerar todos los conocimientos existentes y profundizar en ellos, y, a continuación, desarrolla ideas y las convierte en algo operativo en un intento perseverante de solucionar problemas específicos.

3.3.2. Nivel de investigación

En el presente trabajo de investigación se utilizó un diseño de alcance descriptivo correlacional. Descriptivo, porque se utiliza para descubrir nuevos hechos y significados de una investigación; y correlacional, porque se realiza con la intención de hallar explicaciones mediante el estudio de relaciones entre variables en marcos naturales, sin que exista la manipulación entre ellas. Al respecto; Grove y Gray (2019 p.207) expresan, el propósito de un diseño de correlación descriptivo es describir las variables y analizar las relaciones entre ellas. Su uso facilita la identificación de muchas interrelaciones en una situación. El estudio puede analizar las variables en una situación que ya se ha producido o que se está produciendo en la actualidad. Los investigadores no intentan controlar ni manipular la situación. Como en los estudios descriptivos, las variables deben identificarse con claridad y deben definirse conceptual y operacionalmente.

3.4. Diseño de la investigación

La presente investigación tiene un diseño no experimental transaccional. Según, Hernández, Ramos, Placencia, Indacochea, Quimis y Moreno, (2018 p.87) En este tipo de diseño no se manipulan deliberadamente las variables; es decir, se estudian los fenómenos tal como se desarrollan en su contexto natural, describiendo o analizando las variables y la relación que puedan existir entre ellas, pero sin provocar por parte del investigador cambio alguno.

Los diseños no experimentales, pueden clasificarse por su dimensión temporal, o sea las veces que en el tiempo se recolectarán los datos en transaccionales o transversales y longitudinales.

Los diseños transaccionales se emplean cuando el método o métodos o técnicas a emplear, se aplican una sola vez en un solo momento, en tiempo único. Lo cual se configura en el presente gráfico:

Dónde:

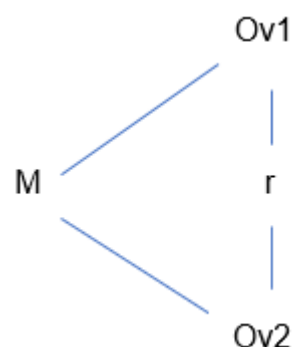
M: Muestra

O: Observación

V1: Calidad de servicio

V2: Satisfacción al usuario

r: nivel de relación o impacto entre las variables



3.5. Población y muestra de estudio

3.5.1. Población

García (2019 p.117) define población como el universo o “el todo”, agregado a la totalidad de elementos que tienen un cierto carácter común, acerca de los cuales se desea extraer información. O dicho de otro modo, es el conjunto completo de donde se toma la muestra. Resulta fundamental definir con precisión la población de que se trata y se parte.

En el presente trabajo de investigación, nuestra población está conformada por 35 personas, constituidos por funcionarios públicos, servidores y usuarios de la mesa de partes de la municipalidad de Huaral.

3.5.2. Muestra

Según (montesinos 2017) (citado en Hnaire, Marquiza, Horna, Llanos, Herrera, Rodríguez y Villamar 2022 p.75) nos dice, la muestra es un subgrupo de la población elegida. Una muestra debe ser representativo; es decir, debe mostrar las características típicas que poseen los elementos de toda la población.

En la presente investigación se utilizó como estrategia de muestreo, el no probabilístico intencional.

Muestreo no probabilístico intencional, según Hernandez, Fernandez y Baptista (2014 p.176) definen, “la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o los propósitos del investigador”.

En el presente trabajo de investigación nuestra muestra se realizó a un grupo de 20 colaboradores, integrados por funcionarios públicos, servidores y usuarios de la mesa de partes de la municipalidad de Huaral.

3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Según, Hnaire, Marquiza, Horna, Llanos, Herrera, Rodríguez y Villamar (2022 p. 90) La técnica comprende, procedimientos y actividades que le permiten al investigador obtener la información y dar respuesta a su pregunta de investigación. Y los instrumentos son los medios, herramientas o recursos utilizados para obtener o registrar la información para lo cual se aplica una técnica específica.

3.6.1. Técnicas de recolección de datos

La técnica empleada en este proceso de investigación fue la encuesta. La encuesta es una herramienta muy utilizada en el proceso de investigación, para su realización utiliza cuestionarios como medios de recolección de información. Según, Hnaire, Marquiza, Horna, Llanos, Herrera, Rodríguez y Villamar (2022 p. 91) manifiesta, esta técnica de recolección de datos conduce al contacto con las unidades de observación a través de cuestionarios previamente establecidos.

Asimismo; sostiene, La técnica de recopilación de información se divide en tres grandes categorías: instrumentos, estrategias y medios audiovisuales (2022

p. 90).

En el presente estudio de investigación, la encuesta fue elaborada teniendo en cuenta los indicadores establecidos para cada una de las variables de estudio, la misma que está dirigida a los funcionarios públicos, servidores y usuarios del área de la mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021, con el objetivo de conocer su opinión y obtener resultados.

3.6.2. Instrumento de recolección de datos

El instrumento aplicado en esta investigación, fue el cuestionario. El cual fue elaborado siguiendo una configuración estructural, de acuerdo a las variables de estudio sujetas a medición y los indicadores correspondientes.

Moya (2020) manifiesta que el cuestionario es una técnica de recogida de datos que consiste en un conjunto de preguntas muy estructuradas y organizadas sobre un tema. Muchas veces, el proceso diagnóstico requiere la recogida de información de grupos numerosos. En estos casos, los cuestionarios, autoadministrados resultan una estrategia mucho más efectiva que otras de carácter individual.

El cuestionario aplicado a la unidad muestral considerada en el estudio, estuvo constituido por 20 preguntas, 10 por cada variable Calidad de servicio y Satisfacción al usuario respectivamente.

Asimismo; fue sometido a una prueba piloto tal como se aprecia a continuación:

Prueba piloto de la confiabilidad de Alfa de Cronbach del instrumento calidad de servicio y la satisfacción del usuario.

Tabla 1.

Precisión de Alfa de Cronbach del promedio del total de las preguntas del instrumento la calidad de servicio.

Estadísticas de fiabilidad		
Alfa de Cronbach basada en elementos		
Alfa de Cronbach	estandarizados	N de elementos
,941	,941	10

Tabla 2.

Precisión de Alfa de Cronbach del promedio del total de las preguntas del instrumento la satisfacción del usuario.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach basada en elementos		
Alfa de Cronbach	estandarizados	N de elementos
,936	,937	10

Validez del contenido

Se estima que para que un instrumento de medición sea considerado preciso en sus mediciones debe contar con 2 características técnicas: la validez y la fiabilidad. Para determinar la validez de contenido del instrumento materia de este estudio, se sometió a un proceso de juicio de dos especialistas.

En la investigación, la validez de contenido se probó mediante el juicio de los siguientes expertos, metodólogo y temático:

Tabla 3.

Resultado de la validación del cuestionario de calidad de servicio.

Validador	Resultado de aplicabilidad
Dra. Teresa Giovanna Chirinos Gastelú	Aplicable
Mg. Juan Wilmer Chirinos Gastelú	Aplicable

Tabla 4.

Resultado de la validación del cuestionario de satisfacción del usuario.

Validador	Resultado de aplicabilidad
Dra. Teresa Giovanna Chirinos Gastelú	Aplicable
Mg. Juan Wilmer Chirinos Gastelú	Aplicable

Nivel de confiabilidad

Sambrano (2020 p.49) sostiene, “La confiabilidad mide el grado de repetibilidad o reproducibilidad de los resultados obtenidos en el estudio en iguales condiciones. Se refiere al grado de precisión o exactitud de la medida y en la metodología cuantitativa se mide a través de indicadores estadísticos, como, por ejemplo, el índice de consistencia interna alfa de Cronbach”.

La información recolectada en el instrumento aplicado, fueron sometidos a la prueba de confiabilidad mediante el coeficiente de confiabilidad alfa de Cronbach, debido a las respuestas contenidas en una escala tipo Likert; cuyo reporte de resultado se presenta en la tabla siguiente:

Tabla 5.

Alta confiabilidad de Alfa de Cronbach del instrumento calidad de servicio.

Estadísticas de fiabilidad			
Alfa de cuestionario de Cronbach basada en			
Alfa de Cronbach	elementos estandarizados		N de elementos
,954		,954	10

Según se puede apreciar en la tabla 5, el grado de consistencia que genera como resultado de haber aplicado el instrumento calidad de servicio, determina: *Alta* confiabilidad de Alfa de Cronbach del instrumento calidad de servicio.

Tabla 6.

Alta confiabilidad de Alfa de Cronbach del instrumento satisfacción del usuario.

Estadísticas de fiabilidad			
Alfa de Cronbach basada en elementos			
Alfa de Cronbach	estandarizados		N de elementos
,952		,952	10

Según se puede apreciar en la tabla 6, el grado de consistencia que genera como resultado de haber aplicado el instrumento calidad de servicio, determina: *Alta* confiabilidad de Alfa de Cronbach del instrumento satisfacción del usuario.

3.7. Métodos de análisis de datos

En esta investigación se aplicará el método inductivo, a razón de lo manifestado por Rodríguez (2020 p. 45), “se basa en la aplicación de aspectos particulares a algo más general, además de ser un procedimiento de sistematización que, a partir de resultados particulares, intenta buscar posibles relaciones generales. Se basa en la observación y la experimentación”.

Asimismo; en esta investigación se ha aplicado el método estadístico, el cual permitió dar mayor consistencia y ver la correlación entre las variables de estudio.

Este método se encarga no solo de la consecución de datos, sino de la manera en que los datos conforman una evidencia firme que permita llegar a una conclusión válida.

3.8. Aspectos éticos

La presente investigación ha sido elaborada responsablemente dentro de los cánones éticos y conductas establecidas para la realización de trabajos de investigación; de igual modo, se ha respetado los lineamientos establecidos por la Casa de Estudios, desenvolviéndose en un ambiente de respeto al momento de recabar la información; asimismo, los datos consignados son reales y en lo que concierne la participación de los colaboradores participes en la aplicación de las encuestas se acató la confidencialidad de cada personaje involucrado. Se ha considerado brindar una información real profundizando los conocimientos, la comprensión y mejora del servicio en beneficio y progreso de la sociedad.

IV. RESULTADOS

4.1. Resultados descriptivos de los instrumentos calidad de servicio y la satisfacción del usuario.

4.1.1. Presentación de la estadística descriptiva del instrumento la calidad de servicio.

Tabla 7.

Representación proporcional de la variable calidad de servicio.

Calidad de servicio en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	11	31,43	31,43	31,43
	Medio	12	34,29	34,29	68,58
	Alto	12	34,29	34,29	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

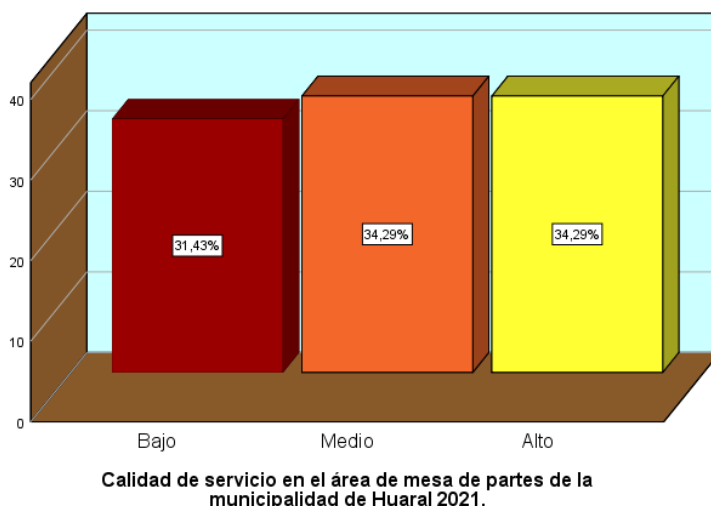


Figura 1. Representación gráfica de la variable calidad de servicio por niveles según la encuesta.

Existe suficiente evidencia descriptiva según la tabla 7 y el gráfico 1, donde se observa los resultados de la encuesta realizada a los servidores públicos de la municipalidad de Huaral, el 34.29 % que hacen un total de doce (12) personas encuestados opinaron que la calidad de servicios que se brinda en la mesa de partes de la municipalidad de Huaral es de nivel alto, el 34.29% de los encuestados según la evidencia precisaron que el nivel es medio, y el 31.43% de los servidores públicos encuestados opinaron que la calidad de servicios en atención a los usuarios en la área

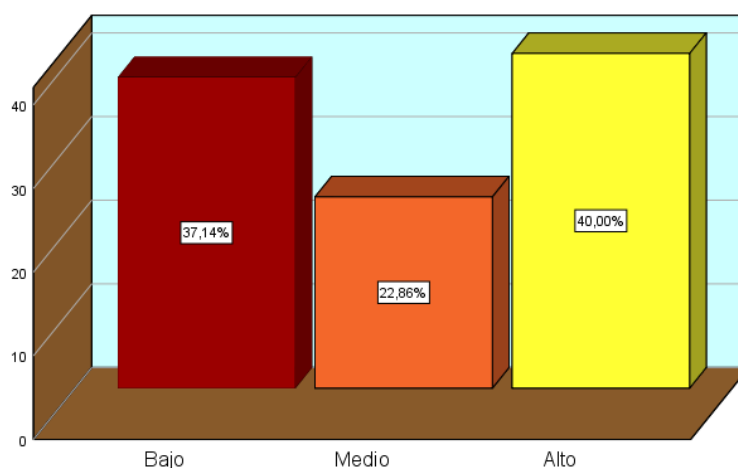
de mesa de partes de la municipalidad de Huaral es de nivel bajo.

Tabla 8.

Representación proporcional de la dimensión elementos tangibles.

Elementos tangibles en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	13	37,14	37,14	37,14
	Medio	8	22,86	22,86	62,86
	Alto	14	40,0	40,0	100,0
	Total	35	100,0	100,0	



Elementos tangibles en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021.

Figura 2. Representación gráfica de la dimensión elementos tangibles por niveles según la encuesta.

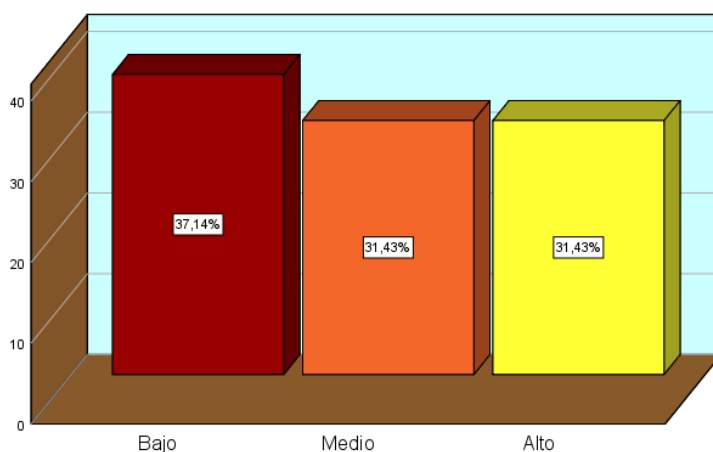
Existe suficiente evidencia descriptiva según la tabla 8 y el gráfico 2, donde se observa los resultados de la encuesta realizada a los servidores públicos de la municipalidad de Huaral, el 40 % que hacen un total de catorce (14) personas encuestados opinaron que los elementos tangibles en la área de la mesa de partes de la municipalidad de Huaral es de nivel alto, el 37.14 % de los encuestados según la evidencia precisaron que el nivel es bajo, y el 22.86% de los servidores públicos encuestados opinaron que los elementos tangibles en atención a los usuarios en la área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral es de nivel medio.

Tabla 9.

Representación proporcional de la dimensión la capacidad de respuesta.

Capacidad de respuesta en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	13	37,14	37,14	37,14
	Medio	11	31,43	31,43	62,86
	Alto	11	31,43	31,43	100,0
	Total	35	100,0	100,0	



Capacidad de respuesta en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021.

Figura 3. Representación gráfica de la dimensión la capacidad de respuesta por niveles según la encuesta.

Existe suficiente evidencia descriptiva según la tabla 9 y el gráfico 3, donde se observa los resultados de la encuesta realizada a los servidores públicos de la municipalidad de Huaral, el 37.14 % que hacen un total de trece (13) personas encuestados opinaron que la capacidad de respuesta en la área de la mesa de partes de la municipalidad de Huaral es de nivel bajo, el 31.43 % de los encuestados según la evidencia precisaron que el nivel es medio, y el 31.43 % de los servidores públicos encuestados opinaron que la capacidad de respuesta en atención a los usuarios en la área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral es de nivel alto.

Tabla 10.

Representación proporcional de la dimensión la empatía.

Empatía en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	13	37,1	37,1	37,1
	Medio	9	25,7	25,7	62,9
	Alto	13	37,1	37,1	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

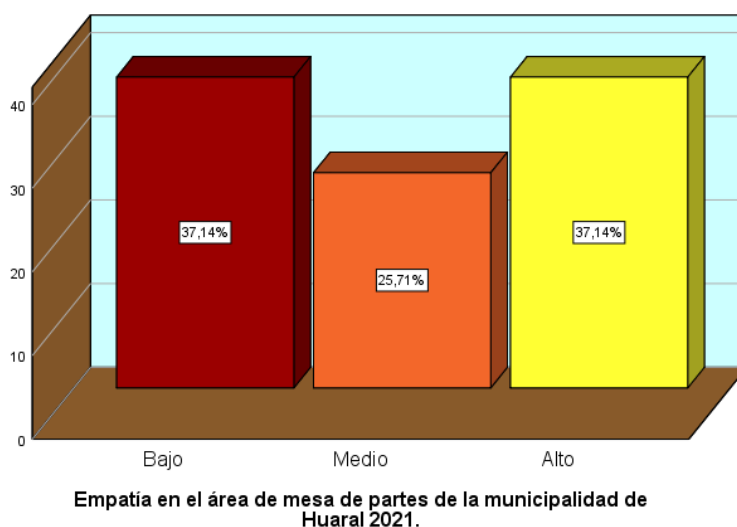


Figura 4. Representación gráfica de la dimensión la empatía por niveles según la encuesta.

Existe suficiente evidencia descriptiva según la tabla 10 y el gráfico 4, donde se observa los resultados de la encuesta realizada a los servidores públicos de la municipalidad de Huaral, el 37.14 % que hacen un total de trece (13) personas encuestados opinaron que la atención con empatía en la área de la mesa de partes de la municipalidad de Huaral es de nivel bajo, el 37.14 % de los encuestados según la evidencia precisaron que el nivel es alto, y el 25.71 % de los servidores públicos encuestados opinaron que el trato con empatía en atención a los usuarios en la área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral es de nivel medio.

4.1.2. Presentación de la estadística descriptiva del instrumento la satisfacción del usuario.

Tabla 11.

Representación proporcional de la variable satisfacción del usuario.

Satisfacción del usuario en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	11	31,43	31,43	31,43
	Medio	12	34,29	34,29	68,58
	Alto	12	34,29	34,29	100,0
Total		35	100,0	100,0	

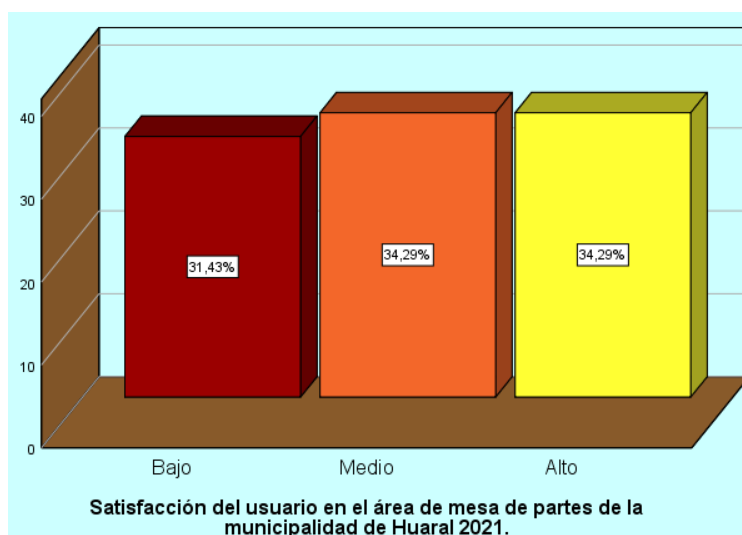


Figura 5. Representación gráfica de la variable la satisfacción del usuario por niveles según la encuesta.

Existe suficiente evidencia descriptiva según la tabla 11 y el gráfico 5, donde se observa los resultados de la encuesta realizada a los servidores públicos de la municipalidad de Huaral, el 34.29 % que hacen un total de doce (12) personas encuestados opinaron que la atención genera satisfacción de los usuarios en la área de la mesa de partes de la municipalidad de Huaral es de nivel alto, el 34.29 % de los encuestados según la evidencia precisaron que el nivel es medio, y el 31.43 % de los servidores públicos encuestados opinaron que el trato genera satisfacción de los usuarios en atención de la área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral es de nivel medio.

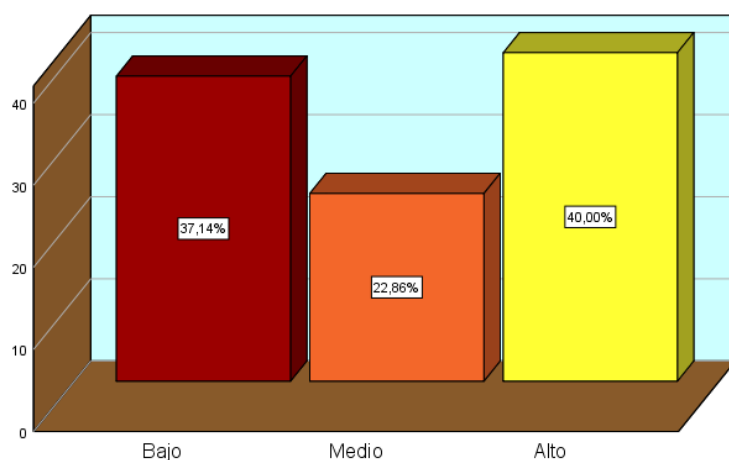
Tabla 12.

Representación proporcional de la dimensión Valor percibido por el usuario.

Valor percibido por el usuario en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral

2021.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	13	37,1	37,14	37,14
	Medio	8	22,9	22,86	62,86
	Alto	14	40,0	40,0	100,0
	Total	35	100,0	100,0	



Valor percibido por el usuario en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021.

Figura 6. Representación gráfica de la dimensión valor percibido por el usuario por niveles según la encuesta

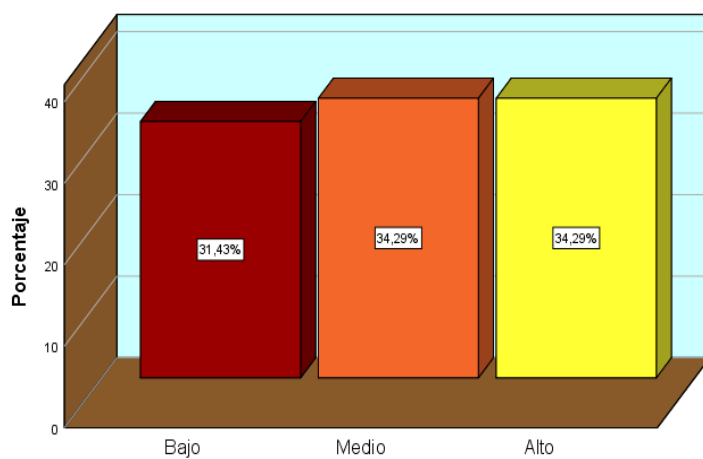
Existe suficiente evidencia descriptiva según la tabla 12 y el gráfico 6, donde se observa los resultados de la encuesta realizada a los servidores públicos de la municipalidad de Huaral, el 40 % que hacen un total de catorce (14) personas encuestados opinaron que la atención percibió un valor por parte de los usuarios en la área de la mesa de partes de la municipalidad de Huaral es de nivel alto, el 37.14 % de los encuestados según la evidencia precisaron que el nivel es bajo, y el 22.86 % de los servidores públicos encuestados opinaron que el trato logro un valor percibido por los usuarios en atención a los usuarios en la área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral es de nivel medio.

Tabla 13.

Representación proporcional de la dimensión mejora de servicio.

Mejora del servicio en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	11	31,43	31,43	31,43
	Medio	12	34,29	34,29	68,58
	Alto	12	34,29	34,29	100,0
	Total	35	100,0	100,0	



Mejora del servicio en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021.

Figura 7. Representación gráfica de la dimensión mejora de servicio por niveles según la encuesta

Existe suficiente evidencia descriptiva según la tabla 13 y el gráfico 7, donde se observa los resultados de la encuesta realizada a los servidores públicos de la municipalidad de Huaral, el 34.29 % que hacen un total de doce (12) personas encuestados opinaron que la atención mejoro en calidad de servicio en la área de la mesa de partes de la municipalidad de Huaral por lo tanto el nivel alto, el 34.29 % de los encuestados según la evidencia precisaron que el nivel es medio, y el 31.43 % de los servidores públicos encuestados opinaron que el trato mejoro en calidad de servicio por los usuarios en atención a los usuarios en la área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral es de nivel bajo.

Tabla 14.

Representación proporcional de la dimensión Expectativas.

Expectativas en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	11	31,43	31,4	31,43
	Medio	12	34,29	34,3	68,58
	Alto	12	34,29	34,3	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

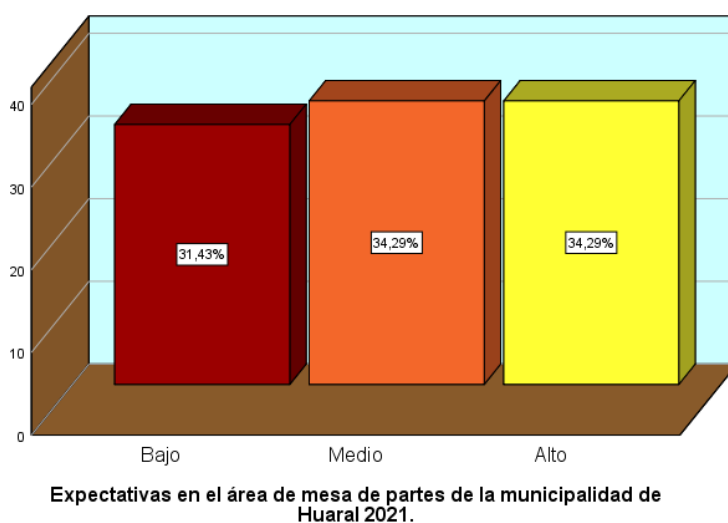


Figura 8. Representación gráfica de la dimensión expectativa por niveles según la encuesta

Existe suficiente evidencia descriptiva según la tabla 14 y el gráfico 8, donde se observa los resultados de la encuesta realizada a los servidores públicos de la municipalidad de Huaral, el 34.29 % que hacen un total de doce (12) personas encuestados opinaron que la atención genera expectativas en calidad de servicio en la área de la mesa de partes de la municipalidad de Huaral por lo tanto el nivel alto, el 34.29 % de los encuestados según la evidencia precisaron que el nivel es medio, y el 31.43 % de los servidores públicos encuestados opinaron que el trato a los usuarios genera expectativas en calidad de servicio a los usuarios en atención a los usuarios en la área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral es de nivel bajo.

La prueba de la distribución de la normalidad de los instrumentos servicio de calidad y la satisfacción del usuario.

Utilizó la prueba de normalidad de Shapiro - Wilk ($n < 50$) demostrar si la data de la muestra tiene una distribución normal y asimismo determinar el tipo de proceso estadístico a utilizar.

Tabla 15.
La evidencia de la normalidad.

	Pruebas de normalidad		
	Shapiro-Wilk		
Calidad de servicio en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021.	,797	35	,000
Elementos tangibles en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021.	,759	35	,000
Capacidad de respuesta en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021.	,789	35	,000
Empatía en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021.	,771	35	,000
Satisfacción del usuario en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021.	,797	35	,000
Valor percibido por el usuario en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021.	,759	35	,000
Expectativas en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021.	,797	35	,000
Mejora del servicio en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021.	,797	35	,000

Se determinó mediante la prueba de normalidad de Shapiro – Wilk que los instrumentos de estudio no cumplen una distribución normal, es decir, que ambas variables son no paramétricas, concluyendo que el proceso de prueba de hipótesis se realizó mediante la Rho de Spearman.

4.2. Presentación de los resultados inferenciales de los instrumentos.

4.2.1. Exhibición del resultado de la inferencia general.

a. Prueba de hipótesis

H1: La calidad de servicio influye en la satisfacción del usuario en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021.

H0: La calidad de servicio no influye en la satisfacción del usuario en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021.

b. Nivel de decisión.

Significancia bilateral > 0.05 ; Se conserva hipótesis nula.

Significancia bilateral < 0.05 ; Se rechaza Hipótesis nula.

c. Estadístico.

Coefficiente de correlación (Pearson).

d. Cálculos.

Tabla 16.

Correlación de Pearson entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021.

		Correlaciones	
		Calidad de servicio en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021.	Satisfacción del usuario en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021.
Calidad de servicio en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021.	Correlación de Pearson	1	,989**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	35	35
Satisfacción del usuario en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021.	Correlación de Pearson	,989**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	35	35

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

Interpretación:

Se determinó estadísticamente una relación de Pearson = 0,989, correlación positiva alta y una significancia de p valor = 0,000 < 0.05, se rechazó la hipótesis de estatus quo, concluyendo que ambas variables de estudio están correlacionadas de manera significativa, determinando que existe una relación significativa entre las variables la calidad de servicio y la satisfacción de usuario en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021.

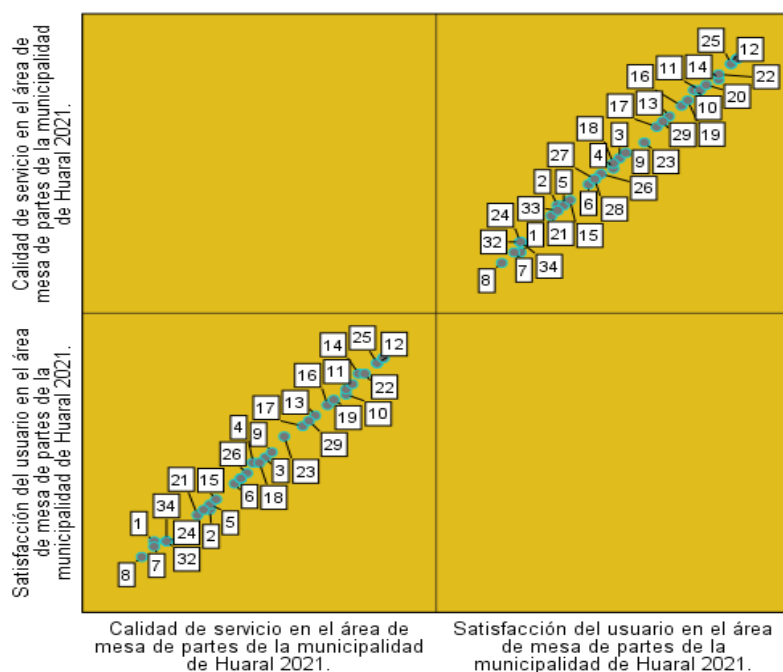


Figura 9. Matriz de tendencia de correlación de las variables.

Análisis:

Se exhibe la evidencia de la matriz de correlación positiva alta de las muestras en el gráfico 9, en la fila uno y columna dos se observa una correlación positiva alta; asimismo existe la interacción de los datos recolectados sobre el comportamiento de los individuos por variables de estudio durante el proceso de la encuesta. En la fila dos y columna uno se aprecia la evidencia con mayor intensidad sobre la dependencia de correlación matricial positiva alta de los instrumentos.

4.2.2. Exhibición del resultado de las inferencias específicas.

a. Prueba de hipótesis específica 1.

H1: Los elementos tangibles influyen en la satisfacción del usuario en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021

H0: Los elementos tangibles no influyen en la satisfacción del usuario en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021

b. Nivel de decisión.

Significancia bilateral > 0.05 ; Se conserva hipótesis nula.

Significancia bilateral < 0.05 ; Se rechaza Hipótesis nula.

c. Estadístico.

Coefficiente de correlación (Pearson).

d. Cálculos.

Tabla 17.

Correlación de Pearson entre los elementos tangibles y la satisfacción del usuario en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021.

		Correlaciones	
		Elementos tangibles en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021.	Satisfacción del usuario en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021.
Elementos tangibles en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021.	Correlación de Pearson	1	,907**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	35	35
Satisfacción del usuario en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021.	Correlación de Pearson	,907**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	35	35

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

Interpretación:

Se determinó estadísticamente una relación de Pearson = 0,907, correlación positiva alta y una significancia de p valor = 0,000 < 0.05, se rechazó la hipótesis de estatus quo, concluyendo que en ambas conceptos de estudio están correlacionadas de manera significativa, determinando que existe una dependencia de relación significativa entre la dimensión elementos tangibles y la variable la satisfacción de usuario en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021.

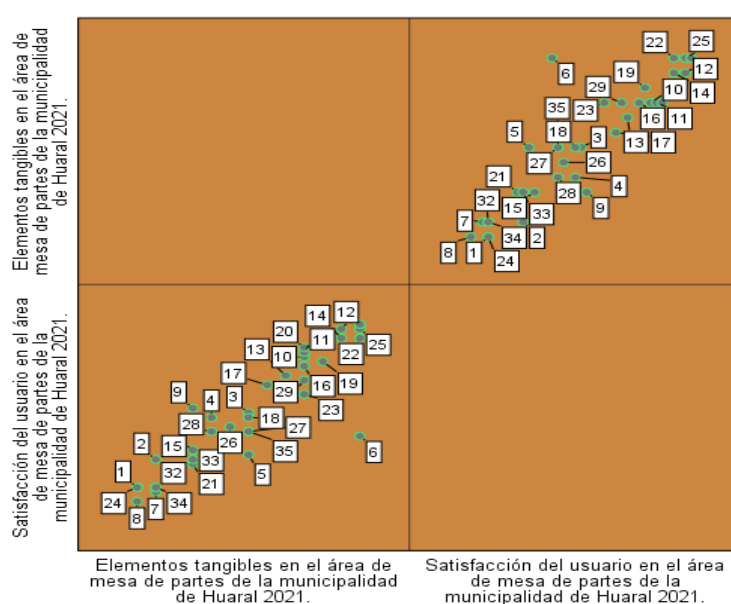


Figura 10. Matriz de tendencia de correlación de la dimensión elementos tangibles y la variable satisfacción del usuario.

Análisis:

Se exhibe la evidencia de la matriz de correlación positiva alta de las muestras en el gráfico 10, en la fila uno y columna dos se observa una correlación positiva alta; asimismo existe la interacción de los datos recolectados sobre el comportamiento de los individuos entre los elementos tangibles y la satisfacción del usuario de estudio durante el proceso de la encuesta. En la fila dos y columna uno se aprecia la evidencia con mayor intensidad sobre la dependencia de correlación matricial positiva alta entre los conceptos.

a. Prueba de hipótesis específica 2.

H2: La capacidad de respuesta influye en la satisfacción del usuario en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021.

H0: La capacidad de respuesta no influye en la satisfacción del usuario en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021

b. Nivel de decisión.

Significancia bilateral > 0.05 ; Se conserva hipótesis nula.

Significancia bilateral < 0.05 ; Se rechaza Hipótesis nula.

c. Estadístico.

Coefficiente de correlación (Pearson).

d. Cálculos.

Tabla 18.

Correlación de Pearson entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021.

Correlaciones

		Capacidad de respuesta en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021.	Satisfacción del usuario en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021.
Capacidad de respuesta en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021.	Correlación de Pearson Sig. (bilateral)	1	,948**
	N	35	35
Satisfacción del usuario en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021.	Correlación de Pearson Sig. (bilateral)	,948**	1
	N	35	35

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

Interpretación:

Se determinó estadísticamente una relación de Pearson = 0,948, correlación positiva alta y una significancia de p valor = 0,000 < 0.05, se rechazó la hipótesis de estatus quo, concluyendo que en ambas conceptos de estudio están correlacionadas de manera significativa, determinando que existe una dependencia de relación significativa entre la dimensión, la capacidad de respuesta y la variable la satisfacción de usuario en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021.

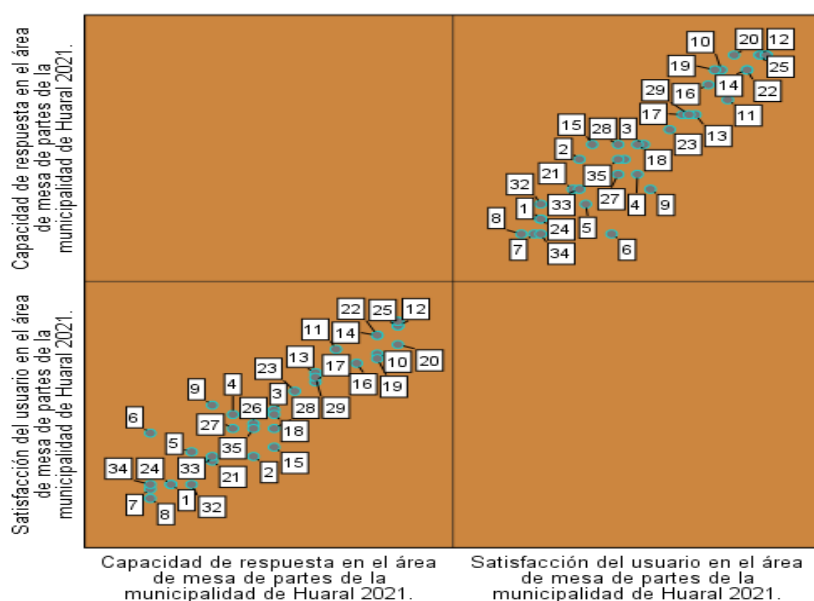


Figura 11. Matriz de tendencia de correlación de la dimensión capacidad de respuesta y la variable satisfacción del usuario.

Análisis:

Se exhibe la evidencia de la matriz de correlación positiva alta de las muestras en el gráfico 11, en la fila uno y columna dos se observa una correlación positiva alta; asimismo existe la interacción de los datos recolectados sobre el comportamiento de los individuos entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario de estudio durante el proceso de la encuesta. En la fila dos y columna uno se aprecia la evidencia con mayor intensidad sobre la dependencia de correlación matricial positiva alta entre los conceptos.

a. Prueba de hipótesis específica 3.

H3: La empatía influye en la satisfacción del usuario en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021.

H3: La empatía no influye en la satisfacción del usuario en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021.

b. Nivel de decisión.

Significancia bilateral > 0.05 ; Se conserva hipótesis nula.

Significancia bilateral < 0.05 ; Se rechaza Hipótesis nula.

c. Estadístico.

Coefficiente de correlación (Pearson).

d. Cálculos.

Tabla 19.

Correlación de Pearson entre la empatía y la satisfacción del usuario en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021.

Correlaciones

		Empatía en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021.	Satisfacción del usuario en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021.
Empatía en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021.	Correlación de Pearson	1	,942**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	35	35
Satisfacción del usuario en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021.	Correlación de Pearson	,942**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	35	35

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

Interpretación:

Se determinó estadísticamente una relación de Pearson = 0,942, correlación positiva alta y una significancia de p valor = 0,000 < 0.05 , se rechazó la hipótesis de estatus quo, concluyendo que en ambas conceptos de estudio están correlacionadas de manera significativa, determinando que existe una dependencia

de relación significativa entre la dimensión la empatía y la variable la satisfacción de usuario en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021.

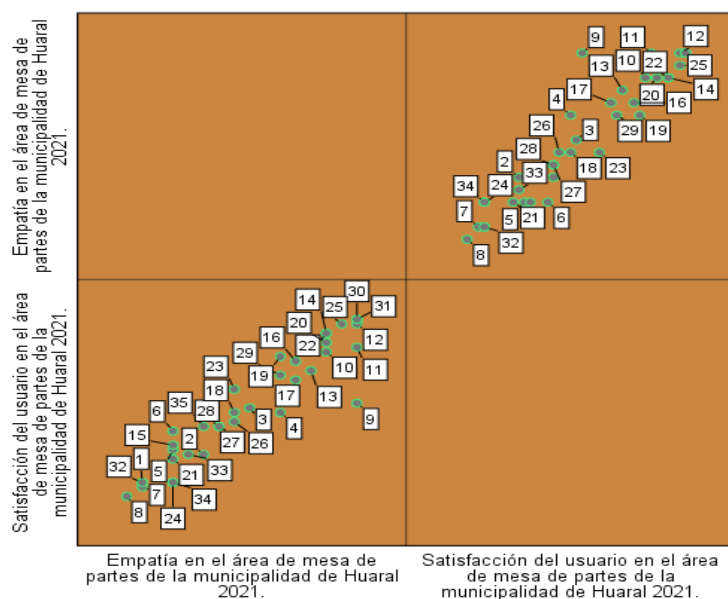


Figura 12. Matriz de tendencia de correlación de la dimensión la empatía y la variable satisfacción del usuario.

Análisis:

Se exhibe la evidencia de la matriz de correlación positiva alta de las muestras en el gráfico 12, en la fila uno y columna dos se observa una correlación positiva alta; asimismo existe la interacción de los datos recolectados sobre el comportamiento de los individuos entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario de estudio durante el proceso de la encuesta. En la fila dos y columna uno se aprecia la evidencia con mayor intensidad la dependencia de correlación matricial positiva alta entre los conceptos.

V. DISCUSIÓN

5.1. Análisis de discusión de resultados

El objetivo de la investigación consistió en determinar como la calidad de servicio influye en la satisfacción del usuario de la mesa de partes de la municipalidad de Huaral – 2021. Para responder ese planteamiento fue preciso establecer el supuesto: La calidad de servicio influye en la satisfacción del usuario en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral – 2021. Para tal efecto, con respecto a la hipótesis general, se determinó estadísticamente una relación de Pearson = 0,989, correlación positiva alta y una significancia de p valor = 0,000 < 0.05, para una población de 35 encuestados, concluyendo que ambas variables de estudio están correlacionadas de manera significativa, determinando que existe una relación significativa entre las variables la calidad de servicio y la satisfacción de usuario en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral - 2021. Este resultado está acorde a lo señalado por Rivera (2018), en cuyo hallazgo señala que existe una correlación muy fuerte entre calidad de servicio y satisfacción del cliente de la empresa Consorcio Fredy –Los Olivos- 2017. De igual modo; cabe señalar también la confirmación en el hallazgo sostenido en la investigación de Arrestegui (2020), quien trabajó con una muestra de 67 clientes y encontró como resultado que existe una relación positiva entre calidad de servicio y la satisfacción del cliente en una empresa de transporte interprovincial de pasajeros del distrito de La Victoria durante el periodo 2020. De igual modo; lo señalado por Molina (2022) quien, con una muestra de 178 encuestados llegó a la conclusión que, si existe relación directa entre la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios en la Sub Gerencia de Desarrollo Económico, Social y Medio Ambiente de la municipalidad distrital de Lacroja, Provincia de Churcampa, región Huancavelica-2021. No obstante el hallazgo de Yucra & Sanchez (2019) en cuyo trabajo de investigación, pese a confirmar que la calidad de servicio tiene relación con la satisfacción del usuario en la Municipalidad Distrital de las Piedras-2018, la entidad no plantea estrategias en mejora de la calidad; es decir, falta incidir en aspectos como la fiabilidad, sensibilidad, seguridad, empatía y los elementos tangibles brindados por esta institución para el logro de la calidad en el servicio brindado a los usuarios por lo que este trabajo de investigación realizado, determinó que la

calidad de servicio influye en la satisfacción del usuario del área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral-2021, al obtener estadísticamente una relación de Pearson = 0,989, correlación positiva alta y una significancia de p valor = 0,000 < 0.05, se rechazó la hipótesis de estatus quo, concluyendo que ambas variables de estudio están correlacionadas de manera significativa, confirmando que existe una correlación alta y significativa entre las variables calidad de servicio y la satisfacción del usuario en el área de mesa de la municipalidad de Huaral-2021.

Se recomienda al área de mesa de partes y las áreas involucradas de la municipalidad de Huaral, capacitar constantemente al personal con la finalidad de aplicar estrategias enfocadas a brindar calidad en el servicio; inculcar y desarrollar su vocación de servicio; así como también considerar los diversos factores que influyen en el desenvolvimiento del individuo, como el grado de instrucción, su formación en valores, principios éticos y el compromiso asumido con la institución.

Con respecto al objetivo específico 1, orientado a determinar de qué manera los elementos tangibles influyen en la satisfacción del usuario en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral – 2021, para cuyo efecto se planteó como supuesto, los elementos tangibles influyen en la satisfacción del usuario en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral – 2021. Se determinó estadísticamente una relación de Pearson=0,907, correlación positiva alta y una significancia de p valor = 0,000 < 0.05. Por lo que se concluye que ambos conceptos de estudio están correlacionados de manera significativa; existiendo una dependencia de relación significativa entre la dimensión elementos tangibles y la variable satisfacción del usuario en la mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021; lo cual quiere decir, que los participantes en este estudio perciben favorablemente los atributos que brinda la institución, se puede afirmar que la mesa de partes de la municipalidad de Huaral identifica las necesidades de los usuarios, lo cual resulta favorable porque permite aplicar posibles estrategias de solución. Este resultado confirma que la institución brinda los servicios necesarios, ofreciendo instalaciones adecuadas y en buen estado, con equipos tecnológicos que permiten la interacción con el usuario.

Este hallazgo discrepa con lo obtenido por Arrestegui (2020), en cuyo estudio planteo determinar la relación entre la tangibilidad y la satisfacción del

cliente en una empresa de transporte terrestre interprovincial de pasajeros ubicado en el distrito de La Victoria, durante el periodo 2020 obteniendo como resultado que el coeficiente de correlacion de Spearman es $r = 0.399$ lo cual indica una correlación con una tendencia positiva y magnitud baja entre la tangibilidad y la satisfacción del cliente; lo cual quiere decir que los elementos tangibles de la empresa de transporte terrestre interprovincial de pasajeros ubicado en el distrito de La Victoria, durante el periodo 2020 , no logra el impacto positivo con respecto a satisfacer las expectativas de los clientes, debido a la falta de equipos modernos e instalaciones adecuadas.

Asimismo; la discrepancia en cuanto al hallazgo de Mori (2022), quien en su estudio de investigación basado en una muestra de 50 usuarios en el área de administración de la municipalidad provincial de Lamas- 2020, señala que la percepción de los usuarios en lo que respecta los elementos tangibles, se encuentra en un nivel de significancia menor, encontrando deficiencias e insatisfacción entre los usuarios beneficiarios del servicio en esa entidad.

En este misma línea de investigación, el estudio de Molina (2022), en su trabajo de investigación calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en la sub gerencia de Desarrollo Económico, Social y Medio Ambiente de la municipalidad distrital de Lurocaja, provincia de Churcampa, región Huancavelica-2021; con respecto al planteamiento de su hipótesis específica, aplicada a una muestra de 178 usuarios, su hallazgo responde a la identificación de limitaciones la institución por lo que las autoridades correspondientes deben tomar consideración y medidas respectivas para mejorar la calidad de servicio con respecto a sus elementos tangibles.

Igualmente, en cuanto al hallazgo de Yucra & Sanchez (2019) en su trabajo de investigación La Calidad de Servicio y la satisfacción del usuario en la municipalidad distrital de Las Piedras - 2018, para lo cual trabajó con una muestra de 122 usuarios, en lo que respecta la dimensión elementos tangibles; los usuarios percibieron la falta de abastecimiento y escasos de materiales, así como la falta de capacitación al personal que labora en esa institución.

Por lo que este trabajo de investigación realizado, determinó que existe una

dependencia de relación significativa entre la dimensión elementos tangibles y la variable satisfacción del usuario en la mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021; al obtenerse estadísticamente una relación de Pearson=0,907, correlación positiva alta y una significancia de p valor = 0,000 < 0.05, se rechazó la hipótesis de estatus quo, concluyendo que en ambos conceptos de estudio están correlacionadas de manera significativa.

Se recomienda al área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral, proponer y gestionar estrategias de interacción mediante el uso y aplicativos tecnológicos que permitan mayor orientación y accesibilidad a consultas por parte del usuario; asimismo, implementar nuevos programas de Software, los cuales permiten mayor agilidad en el sistema de tramite documentario.

Con respecto al objetivo específico 2, orientado a determinar de qué manera la capacidad de respuesta influye en la satisfacción del usuario en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral – 2021, para cuyo efecto se planteó como supuesto, la capacidad de respuesta influye en la satisfacción del usuario en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral – 2021. Se determinó estadísticamente una relación de Pearson = 0,948, correlación positiva alta y una significancia de p valor = 0,000 < 0.05. Por lo que se concluye que ambos conceptos de estudio están correlacionados de manera significativa; determinado que existe una dependencia de relación significativa entre la dimensión capacidad de respuesta y la variable satisfacción del usuario en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021; lo cual reafirma que el servidor público se encuentra identificado con las necesidades del usuario, motivo por el cual al momento de la atención existe presencia de buena actitud y predisposición acompañado de un servicio en el momento oportuno. Trato que permite que el usuario lo perciba y sea reflejado en la muestra analizada.

Este hallazgo coincide con el estudio de Rivera (2018) en su trabajo de investigación calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa Consorcio Fredy-2017 en el cual se confirma una relación muy altamente significativa; lo cual ha permitido conocer las necesidades de su público consumidor, ofrecer alternativas y lograr mantener la calidad de atención en base a la identificación de las necesidades de los usuarios.

Este hallazgo discrepa con lo obtenido por Arrestegui (2020), en cuyo estudio planteo determinar la relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente en una empresa de transporte terrestre interprovincial de pasajeros ubicado en el distrito de La Victoria, durante el periodo 2020; los resultados indicaron que el coeficiente de correlación de Spearman es $r = 0.388$, lo cual indica una correlación con una tendencia positiva y magnitud baja entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente; por lo que se puede observar según las muestras estudiadas, que las percepciones por el servicio no están a la altura de las expectativas de los usuarios, no se brinda la atención esperada en el momento oportuno, causando malestar e incomodidad al usuario.

En esta misma línea de investigación, también se encuentra el hallazgo de Mori (2022) en su trabajo de investigación calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en el área de administración de la municipalidad provincial de Lamas-2020; aplicada a una muestra de 52 usuarios, determino que la calidad del servicio que brinda la institución es muy deficiente en términos de características humanas.

Asimismo, el estudio de Molina (2022), en su trabajo de investigación; con respecto al planteamiento de su hipótesis específica, aplicada a una muestra de 178 usuarios, según el hallazgo obtenido, el cual responde a que existe una relación significativa entre la capacidad de respuesta y satisfacción de los usuarios en la Sub Gerencia de Desarrollo Económico, Social y Medio Ambiente de la municipalidad distrital de Locroja, provincia de Churcampa- región Huancavelica -2021; responde al grado de correlación de Pearson moderadamente confiable ya que arroja un resultado de 0.693 por lo que las autoridades competentes y responsables de los órganos directivos deberán considerar reformular planes y aplicar estrategias que promueven la atención eficiente y en el momento oportuno.

Por lo que este trabajo de investigación realizado, determinó que existe una dependencia de relación significativa entre la dimensión capacidad de respuesta y la variable satisfacción del usuario en la mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021; al obtenerse estadísticamente una relación de Pearson=0,948, correlación positiva alta y una significancia de $p \text{ valor} = 0,000 < 0.05$, se rechazó la hipótesis de estatus quo, concluyendo que ambos conceptos de estudio están correlacionadas de manera significativa.

Se recomienda al área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral, proponer y gestionar estrategias de interacción mediante el uso y aplicación de tecnologías que permitan mayor orientación y accesibilidad a consultas por parte del usuario; asimismo, capacitación constante al personal con la finalidad de aplicar estrategias enfocadas a brindar una atención adecuada y en momento oportuno.

Con respecto al objetivo específico 3, orientado a determinar de qué manera la empatía influye en la satisfacción del usuario en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral – 2021, para cuyo efecto se planteó como supuesto, la empatía influye en la satisfacción del usuario en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral – 2021. Se determinó estadísticamente una relación de Pearson = 0,942, correlación positiva alta y una significancia de p valor = 0,000 < 0.05. Por lo que se concluye que ambos conceptos de estudio están correlacionados de manera significativa; determinado que existe una dependencia de relación significativa entre la dimensión empatía y la variable satisfacción del usuario en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral -2021; lo cual significa que la percepción por parte del usuario con respecto al servicio brindado por parte del personal del área de la mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021, es positivo; significa que el servicio brindado cuenta con la actitud adecuada, trato amable, atención personalizada y sobre todo, el usuario percibe que existe la intención de brindar un mejor servicio por parte de la institución.

Este hallazgo coincide con el estudio de Rivera (2018) en su trabajo de investigación calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa Consorcio Fredy-2017, en el cual se confirma que existe una relación muy altamente significativa mediante un Rho de Spearman de 0,892 a un nivel de significancia de 0,000 menos a 0,05 entre la dimensión empatía y la variable satisfacción a en los clientes; lo cual ha permitido conocer las necesidades de su público consumidor, ofrecer alternativas y mecanismos de mejoras como capacitaciones constantes al personal para mantener y consolidar la buena atención.

Asimismo, el estudio de Molina (2022) con respecto al planteamiento de su hipótesis específica, aplicada a una muestra de 178 usuarios, según el hallazgo obtenido, el cual responde a que existe una relación significativa entre la empatía del personal y la satisfacción de los usuarios en la Sub Gerencia de Desarrollo

Económico, Social y Medio Ambiente de la municipalidad distrital de Locroja, provincia de Churcampa- región Huancavelica -2021; responde que, si existe una relación significativa entre la empatía y la satisfacción de los usuarios de su institución. Pese a ello el personal aún falta ser capacitado con instrucciones enfocadas a brindar un mejor trato al usuario.

De igual forma es importante señalar la investigación de Mori (2022) en su trabajo analizado Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en el área de administración de la municipalidad provincial de Lamas-2020; se confirma la existencia de una relación directa y fuerte entre sus variables investigadas; en lo que respecta la empatía, se encuentra en un nivel de significancia menor, lo que originaría que los usuarios perciban el servicio recibido como deficiente por parte de institución.

En la misma línea de investigación ubicamos a Yucra & Sanchez (2019) en su cuanto a su hipótesis específica señala que existe una correlación positiva moderada entre las dos variables investigadas. Motivo por el cual los usuarios perciben que la institución no se siente plenamente identificada con sus necesidades en lo que se refiere el buen trato, comunicación asertiva y deseos de atender los requerimientos de la población.

Por lo que este trabajo de investigación realizado, determinó que existe una dependencia de relación significativa entre la dimensión empatía y la variable satisfacción del usuario en la mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021; al obtenerse estadísticamente una relación de Pearson=0,942, correlación positiva alta y una significancia de $p \text{ valor} = 0,000 < 0.05$, se rechazó la hipótesis de estatus quo, concluyendo que ambos conceptos de estudio están correlacionadas de manera significativa.

Se recomienda al área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral, incentivar y apelar a la vocación de servicio del personal; mediante estrategias enfocadas a brindar calidad en el servicio. Asimismo, involucrar a las áreas correspondientes con el objetivo de trabajar en conjunto en beneficio de los usuarios, teniendo como finalidad mejorar la percepción por parte de los ciudadanos y generando fortalecer la imagen institucional.

VI. CONCLUSIONES

1. En cuanto al objetivo general, se determinó que la calidad de servicio influye en la satisfacción del usuario del área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral-2021, al obtenerse estadísticamente una relación de Pearson = 0,989, correlación positiva alta y una significancia de p valor = 0,000 < 0.05, se rechazó la hipótesis de estatus quo, concluyendo que ambas variables de estudio están correlacionadas de manera significativa, confirmando que existe una correlación alta y significativa entre las variables calidad de servicio y la satisfacción del usuario en el área de mesa de la municipalidad de Huaral-2021.
2. Con respecto al primer objetivo específico, se determinó que existe una dependencia de relación significativa entre la dimensión elementos tangibles y la variable satisfacción del usuario en la mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021; al obtenerse estadísticamente una relación de Pearson=0,907, correlación positiva alta y una significancia de p valor = 0,000 < 0.05, se rechazó la hipótesis de estatus quo, concluyendo que en ambos conceptos de estudio están correlacionadas de manera significativa.
3. Con respecto al segundo objetivo específico, se determinó que existe una dependencia de relación significativa entre la dimensión capacidad de respuesta y la variable satisfacción del usuario en la mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021; al obtenerse estadísticamente una relación de Pearson=0,948, correlación positiva alta y una significancia de p valor = 0,000 < 0.05, se rechazó la hipótesis de estatus quo, concluyendo que ambos conceptos de estudio están correlacionadas de manera significativa.
4. Con respecto al tercer objetivo específico, se determinó que existe una dependencia de relación significativa entre la dimensión empatía y la variable satisfacción del usuario en la mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021; al obtenerse estadísticamente una relación de Pearson=0,942, correlación positiva alta y una significancia de p valor = 0,000 < 0.05, se rechazó la hipótesis de estatus quo, concluyendo que ambos conceptos de estudio están correlacionadas de manera significativa.

VII. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda al responsable del área de mesa de partes y las áreas involucradas de la municipalidad de Huaral, capacitar constantemente al personal con la finalidad de aplicar estrategias enfocadas a brindar calidad en el servicio. Asimismo; coordinar con las unidades orgánicas responsables priorizar al momento de la elección del personal considerar los diversos factores que influyen en el desenvolvimiento del individuo, como el grado de instrucción, su formación en valores y principios éticos.
2. Se recomienda al área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral, proponer y gestionar en la medida de lo posible la implementación de nuevos programas de Software, los cuales permiten mayor agilidad en el sistema de tramite documentario, de igual forma en lo que respecta la recepción de documentos, proponer el incremento de una ventanilla de atención, así como el destinar una oficina de mayor proporción para mejor atención al ciudadano.
3. Se recomienda al área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral, establecer estrategias de interacción fomentando una cultura tecnológica mediante el uso de herramientas y aplicativos que permitan mayor orientación y accesibilidad a consultas por parte del usuario; asimismo, capacitación constante al personal con la finalidad de aplicar estrategias enfocadas a brindar una atención adecuada y en momento oportuno.
4. Asimismo; se sugiere a las autoridades de la municipalidad de Huaral y trabajadores en general; involucrarse desde las diferentes áreas de la institución a desarrollar un trabajo en conjunto, comprometidos a mejorar la atención con el conocimiento de que las competencias personales influyen en la satisfacción de los usuarios, teniendo como finalidad mejorar la percepción por parte de los ciudadanos y generando fortalecer la imagen institucional.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alcalde P. (2019) *Calidad, Fundamentos, Herramientas y Gestión de la Calidad para Pymes* Copyright 2019 .Madrid (España) :Parainfo S.A
- Arenal C. (2019) *Gestión de la Atención al Cliente –Consumidor.* España: Tutor Formación/Web:<https://editorial.tutorformacion.eso> <https://tutorformacion.es>
- Arrestegui J. (2020) *Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente en una Empresa De Transporte Terrestre Interprovincial de Pasajeros del Distrito de la Victoria, 2020* (Tesis de Pregrado, Universidad de San Martín de Porres)
- Baquero A. (2021) *Enfoque en el cliente como modelo de gestión.* España: Albacete
- Cárdenas G. (2019) *Análisis de la Calidad del Servicio de Atención al Cliente en Café Lúcumá Para un Plan de Mejora.* (Tesis de Pregrado, Universidad de Guayaquil-Ecuador) <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/45978>
- Carrasco S. (2017) *Servicios de Atención Comercial - COPYRIGHT -2017* España: Parainfo S.A
- Castillo R., Cárdenas M. & Palomino G. (2020) *Calidad del servicio municipal Desde la perspectiva del ciudadano. Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, 4(2), 8 98-913.* https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v4i2.130
- Dillon P. (2021) *La Antinomia entre el Principio Dispositivo y el Principio de Celeridad Vulnera la Seguridad Jurídica.* Edi.E-Books del Ecuador. Formato: E-Pub (Libro Electrónico)
- Escobar P. y Bilbao J. (2020) *Investigación y Educación Superior.* EE.UU:Lulu.com
- Fernández D. (2021) *Satisfacción del usuario en consulta externa de la clínica central de montería en el cuarto trimestre del 2021* (Tesis de pregrado Universidad de Córdoba - Colombia). <https://repositorio.unicordoba.edu.co/handle/ucordoba/4943>
- Figini L., Arch M. (2021) *Espacio Libre de Barreras.* Argentina: Buenos Aires: Nobuko

- García J. (2019) Temario Materia Especifica volumen 1 Fisioterapeuta-Servicio Aragonés de Salud. España: Rodio
- Gil J. (2020) Fundamentos de Atención al Cliente. España: Elearning S.L
- Gobena, A. G. (2019). The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction: A Case Study on Nekemte Municipality, Oromia Region, Ethiopia. *Annals of Social Sciences & Managemen studies*, 4(1). <https://doi.org/10.19080/ASM.2019.04.555629>
- González P. (2017) Procesos de Gestión de Calidad en Hostelería y Turismo UF0049: Tutor Formación. Web.www.turotFormacion
- Grove S., Gray J. (2019) Investigación en Enfermería-desarrollo de la práctica enfermera basada en la evidencia. Elsevier-España: S.L.V
- Hernández H., Barrios I., & Martínez D. (2018). Gestión de la calidad: elemento clave para el desarrollo de las organizaciones. *Criterio Libre*, 16(28), 169–185. <https://doi.org/10.18041/1900-642/criteriolibre.2018v16n28.2130>
- Hernández A., Ramos M., Placencia B., Indacochea B., Quimis A. y Moreno L., (2018) Metodología de la Investigación Científica. Manabi: Área de Innovación y Desarrollo. DOI:<http://dx.doi.org/0.17993/ACccyLI.2018.15>
- Hernández R., Fernandez C., Baptista P. (2014) Metodología de la Investigación Científica. Mexico.:Interamericana Editores.
- Huaire I, Marquina R, Horna V, Llanos K, Herrera A., Rodriguez J., Villamar R. Tesis Fácil. El Arte de Dominar El Método Científico. Lima: Analéctica <https://economipedia.com/definiciones/expectativa.html>
- INEI. (2018). Perú Indicadores de Gestión Municipal 2018
- López M. y Gómez X. (2018), Gestión de Costos y Precios. México: Patricia, S.A e-book: 2018.
- López S. (2020) Atención al Cliente, Consumidor y Usuario. Madrid (España): Paraninfo S.A
- Martin M. & Diaz E. (2017) Fundamentos de Dirección de Operaciones en

Empresas de Servicios. Madrid: Esic. www.esic.edu/editorial

Mateos M. (2019) Atención al Cliente y Calidad en el Servicio. COMM002PO. Malaga: Ic Editorial.

Mateo M. (2017) Gestión de Servicio y Atención al Cliente. Lima: Grupo Universitario S.A.C.

Matilla K., Cuenca J., Marca G. y Oliveira A. (2018) Como Hacer un Plan Estratégico de Comunicación. Barcelona: UOC (oberta UOC publishing, SL)

Mattar J. & Cuervo L. (2017) Planificación para el desarrollo en América Latina y el Caribe: enfoques, experiencias y perspectivas. Santiago, Comisión Económica para América Latina y el Caribe.

Medranda N. y Valbuena (2020) Comunicación y ciudad. Ecuador: Universitaria Aybar-Yala

Molina M. (2022) Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en la subgerencia de desarrollo económico, social y medio ambiente de la municipalidad distrital de Locroja, provincia de Churcampa, región Huancavelica-2021 (Tesis de Pregrado, Universidad Continental)

Mori E. (2022) Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en el área de administración de la municipalidad provincial de Lamas, 2020 (Tesis de Pregrado, Universidad Señor de Sipan)

Moya G. (2020) Evaluación y Diagnostico en Logopedia. Barcelona: UOC <http://www.editorialuoca.cat>

Naser A., Ramírez-Alujas A., Rosales D. (2017) (editores), Desde el gobierno abierto al Estado abierto en América Latina y el Caribe, Libros de la CEPAL, N° 144 (LC.PUB.2017/9-P), Santiago, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)

Pabón M. & Palacios K. (2020) "Percepción de la calidad de los servicios de salud desde la satisfacción de los usuarios en el hospital local de Sitio nuevo Magdalena, periodo 2017 - 2019, Barranquilla (Tesis de pregrado, Universidad de la costa. C.U.C- Colombia) <https://repositorio.cuc.edu.co/>

handle/11323/6423

- Padilla, M., Lima, R., & Cedeño, M. (2018). La utilización del comercio electrónico como forma de interacción en la planificación estratégica empresarial: Área de Innovación y Desarrollo S.L. Ecuador: científica.
- Reyes E. (2022 p.18) Metodología de la investigación científica. Page publishing.INC.
- Rivera J. (2018) Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente en la Empresa Consorcio Fredy-2017 (tesis de Pregrado Universidad Autónoma del Perú)
- Rodríguez, Breña Esenarro (2021) Las variables en la Metodología de la Investigación Científica. Edit. Arca de Innovación y Desarrollo S.L DOI: <https://doi.org/10.17993/IngyTec.2021.78>
- Rodríguez Y. (2020) Metodología de la investigación. México. Klik solución educativa.
- Rojas R. (2017) INVESTIGACION- Acción en Facebook Aspectos Humanos en un Comunidad Virtual. México: Mil Libros
- Ruiz E. (2019)ADG050P0 Control de Quejas y Reclamos.España:Elearning
- Salazar, R. N. C., Murrieta, M. C., & Alvarado, G. D. P. P. (2020). Calidad del Servicio municipal desde la perspectiva del ciudadano. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 4(2), 898-913.
- Sambrano J. (2020) Métodos de investigación. Bogotá: alpha.
- Sanguesa M., Mateo R., Ilzarbe L.(2019) Teoría y Práctica de la Calidad. España: Paraninfo.
- Sánchez F. (2019) Calidad Total en las Organizaciones. Editorial Elearning S.L
- Sarabia D. & Simba X. (2018) Evaluación de la Satisfacción y Calidad del Servicio al Cliente Mediante el Modelo Servqual en la Distribuidora K-Centro Pika. (tesis de Pregrado Universidad Técnica de Cotopaxi- Ecuador) <http://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/5887>
- Torres D. (2018) El Nivel de Satisfacción del Cliente en el Restaurante el Kioskito,

Tejupilco, Mexico-2016” (tesis de pregrado - Universidad Autónoma del Estado de México) <http://hdl.handle.net/20.500.11799/95292>

Valls W., Román V., Chica C. y Valls L. (2017) La Calidad del Servicio Ecuador: Mar Abierto.

Yucra R. & Sanchez J. (2019) “La Calidad de Servicio y la satisfacción del usuario en la municipalidad distrital de Las Piedras-2018”. (Tesis de Pregrado Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios)

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	INDICADORES	METODOLOGIA
Problema General:	Objetivo General:	Hipótesis General:	INDEPENDIENTE (X):Calidad de servicio		Tipo de investigación
<p>¿Cómo la calidad de servicio influye en la satisfacción del usuario en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021?</p> <p>Problemas Específicos:</p> <p>1. ¿De qué manera los elementos tangibles influyen en la satisfacción del usuario en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021?</p> <p>2. ¿De qué manera la capacidad de respuesta influye en la satisfacción del usuario en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021?</p> <p>3. ¿De qué manera la empatía influye en la satisfacción del usuario en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021?</p>	<p>Determinar como la calidad de servicio influye en la satisfacción del usuario de la mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021</p> <p>Objetivos Específicos:</p> <p>1. Determinar de qué manera los elementos tangibles influyen en la satisfacción del usuario en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021</p> <p>2. Determinar de qué manera la capacidad de respuesta influye en la satisfacción del usuario en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021</p> <p>3. Determinar de qué manera la empatía influye en la satisfacción del usuario en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021</p>	<p>La calidad de servicio influye en la satisfacción del usuario en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021</p> <p>Hipótesis Secundaria:</p> <p>1. Los elementos tangibles influyen en la satisfacción del usuario en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021</p> <p>2. La capacidad de respuesta influye en la satisfacción del usuario en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021</p> <p>3. La empatía influye en la satisfacción del usuario en el área de mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021</p>	Dimensiones		<p>Aplicada</p> <p>Nivel Descriptivo-Correlacional</p> <p>Diseño: No experimental-Transaccional</p> <p>Método: Cuantitativo</p> <p>Población: 35 colaboradores</p> <p>Muestra: 20 participantes</p> <p>Técnicas de recolección de datos: La encuesta</p>
			X.1 Elementos tangibles	-Infraestructura adecuada -Conservación de las instalaciones -Calidad de los equipo	
			X.2 Capacidad de respuesta	-Actitud y disposición -Servicio oportuno -Información	
			X.3 Empatía	-Horarios adecuados -Interés institucional -Atención individualizada -Amabilidad	
			DEPENDIENTE (Y) Satisfacción del usuario		
			Dimensiones		
			Y.1 Valor percibido por el usuario	- comunicación -Orientación -Accesibilidad	
			Y.2 Expectativas	-Calidad -Solución de problemas - Responsabilidad -Celeridad en la atención	
			Y.3 Mejora del servicio	-Costo de servicio -Ventajas -Tiempo	

Anexo 2. Matriz de operacionalización

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores
Calidad de Servicio	Pizzo (citado en Mateos, 2019, p. 16) “es el hábito desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes y ofrecerles, en consecuencia, un servicio ágil, adecuado, oportuno, seguro y confiable, aún bajo situaciones imprevistas o ante errores, de tal manera que el cliente se sienta comprendido, atendido y servido personalmente, y sorprendido con mayor valor al esperado, proporcionando mayores ingresos y menores costos para la organización”.	Medición de las variables de estudio, aplicando el método estadístico recabando toda la información posible mediante la encuesta aplicada a los funcionarios públicos, servidores y usuarios del área de la mesa de partes de la municipalidad de Huaral 2021.	Elementos tangibles	Infraestructura adecuada
				Conservación de las instalaciones
				Calidad de los equipos
			Capacidad de respuesta	Actitud y disposición
				Servicio oportuno
				Información
			Empatía	Horarios adecuados
				Interés institucional por el usuario
				Atención individualizada
				Amabilidad
Satisfacción del Usuario	Sharma (1999) (citado en Valls, Román, Chica y Valls, 2017 p.155) la satisfacción del usuario se basa en la satisfacción acumulada de todas las experiencias previas al consumo a lo largo del tiempo, representando el resultado de un proceso de aprendizaje en el que el consumidor aprende o recuerda sus satisfacciones basándose en las transacciones anteriores.		Valor percibido por el usuario	Comunicación
				Orientación
				Accesibilidad
			Expectativas	Calidad
				Solución de problemas
				Responsabilidad
				Celeridad en la atención
			Mejora del servicio	Costo del servicio
				Ventajas
	Tiempo			

Anexo 3. Instrumentos

ENCUESTA A USUARIOS

Estimado usuario:

Agradezco anticipadamente su gentil colaboración al brindarnos su opinión; el cual servirá de apoyo en el trabajo de investigación titulado: Calidad de Servicio y su Influencia en la Satisfacción del Usuario en el Área de Mesa de Partes de la Municipalidad de Huaral-2021.

Agradecemos no consignar datos personales, es anónimo y confidencial.

SEXO: M F

Instrucciones:

En las proposiciones se presentan a continuación (5) alternativas de respuesta, responda según su apreciación teniendo en cuenta para todas las preguntas, las veces que acude o solicita información en la mesa de partes de la municipalidad de Huaral:

-Señale con una (x) en la casilla correspondiente a la opinión que se ajuste a su caso en particular.

-asegúrese de marcar una sola alternativa para cada pregunta.

1= Nuca, 2=casi nunca, 3=Algunas veces, 4=Casi siempre, 5=Siempre

VALIDEZ DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE INDEPENDIENTE:

CALIDAD DE SERVICIO

N°	Items					
	DIMENSION: ELEMENTOS TANGIBLES	1	2	3	4	5
1	¿Considera usted que la infraestructura adecuada es un factor importante en la calidad de servicio de la mesa de partes de la municipalidad de Huaral-2021?					
2	¿Considera usted que el buen estado y conservación de las instalaciones influye en la calidad de servicio de la mesa de partes de la municipalidad de Huaral-2021?					

3	¿Considera usted que los equipos que se utilizan son un factor importante en la calidad de servicio de la mesa de partes de la municipalidad de Huaral-2021?					
DIMENSION: CAPACIDAD DE RESPUESTA						
4	¿Considera usted que la actitud y disposición del personal influye en la calidad de servicio de la mesa de partes de la municipalidad de Huaral-2021?					
5	¿Considera usted que el servicio brindado en el momento oportuno influye en la calidad de servicio de la mesa de partes de la municipalidad de Huaral-2021?					
6	¿Considera usted que la información proporcionada es una respuesta que contribuye a la calidad de servicio de la mesa de partes de la municipalidad de Huaral-2021?					
DIMENSION: EMPATIA						
7	¿Considera usted que el horario de atención adecuado es un factor importante en la calidad de servicio de la mesa de partes de la municipalidad de Huaral-2021?					
8	¿Considera usted que el interés institucional por el usuario influye en la calidad de servicio de la mesa de partes de la municipalidad de Huaral-2021?					
9	¿Considera usted que la atención individualizada es una muestra de empatía que influye en la calidad de servicio de la mesa de partes de la municipalidad de Huaral-2021?					
10	¿Considera usted que la amabilidad es un factor importante en la calidad de servicio de la mesa de partes de la municipalidad de Huaral-2021?					

**VALIDEZ DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE
DEPENDIENTE: SATISFACCION DEL USUARIO**

N°						
	DIMENSION: VALOR PERCIBIDO POR EL USUARIO	1	2	3	4	5
11	¿Considera usted que la comunicación es un valor que se da de manera asertiva y contribuye a la a la satisfacción del usuario de la mesa de partes de la municipalidad de Huaral-2021?					
12	¿Considera usted que la orientación brindada contribuye a la satisfacción del usuario de la mesa de partes de la municipalidad de Huaral-2021?					
13	¿Considera usted que la accesibilidad a los servicios satisfacen las necesidades de los usuarios de la mesa de partes de la municipalidad de Huaral-2021?					
	DIMENSION: EXPECTATIVAS					
14	¿Considera usted que la calidad de servicio cumple las expectativas del usuario de la mesa de partes de la municipalidad de huaral-2021?					
15	¿Considera usted que la solución de problemas contribuye a la satisfacción del usuario de la mesa de partes de la municipalidad de Huaral-2021?					
16	¿Considera usted que la responsabilidad es un factor importante en la satisfacción del usuario de la mesa de partes de la municipalidad de Huaral-2021?					
17	¿Considera usted que la celeridad en la atención influye en la satisfacción del usuario de la mesa de partes de la municipalidad de Huaral-2021?					
	DIMENSION: MEJORA DEL SERVICIO					
18	¿Considera usted que el costo de servicio influye en la satisfacción del usuario de la mesa de partes de la municipalidad de Huaral-2021?					
19	¿Considera usted que las ventajas que ofrece el servicio influye en la satisfacción del usuario de la mesa de partes de la municipalidad de Huaral-2021?					
20	¿Considera usted que reducir el tiempo destinado a la atención de un servicio contribuye a la satisfacción del usuario de la mesa de partes de la municipalidad de Huaral-2021?					

Anexo 4. Validación de Instrumentos

Nº	DIMENSIONES / ITEMS	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Variable Independiente: Calidad de Servicio								
Dimensión: Elementos Tangibles								
1	¿Considera usted que la infraestructura adecuada es un factor importante en la calidad de servicio de la mesa de partes de la Municipalidad de Huaral 2021?	X		X		X		
2	¿Considera usted que el buen estado y conservación de las instalaciones influye en la calidad de servicio de la mesa de partes de la Municipalidad de Huaral 2021?	X		X		X		
3	¿Considera usted que los equipos que se utiliza es un factor importante en la calidad de servicio de la mesa de partes de la Municipalidad de Huaral 2021?	X		X		X		
Dimensión: Capacidad de Respuesta								
4	¿Considera usted que la actitud y disposición del personal influye en la calidad de servicio de la mesa de partes de la Municipalidad de Huaral 2021?	X		X		X		
5	¿Considera usted que el servicio brindado en el momento oportuno contribuye a la calidad de servicio de la mesa de partes de la Municipalidad de Huaral 2021?	X		X		X		
6	¿Considera usted que la información proporcionada es una respuesta que contribuye a la calidad de servicio de la mesa de partes de la Municipalidad de Huaral 2021?	X		X		X		
Dimensión: Empatía								
7	¿Considera usted que el horario de atención adecuado es un factor importante en la calidad de servicio de la mesa de partes de la Municipalidad de Huaral 2021?	X		X		X		
8	¿Considera usted que el interés institucional por el usuario influye en la calidad de servicio de la mesa de partes de la Municipalidad de Huaral 2021?	X		X		X		
9	¿Considera usted que la atención individualizada es una muestra de empatía que influye en la calidad de servicio de la mesa de partes de la Municipalidad de Huaral 2021?	X		X		X		

10	¿ Considera usted que la amabilidad es un factor importante en la calidad de servicio de la mesa de partes de la Municipalidad de Huaral 2021?	X		X		X		
Variable Dependiente: Satisfacción del usuario								
Dimensión: Valor percibido por el usuario								
11	¿Considera usted que la comunicación es un valor que se da de manera asertiva y contribuye a la satisfacción del usuario de la mesa de partes de la Municipalidad de Huaral 2021?	X		X		X		
12	¿Considera usted que la orientación brindada contribuye a la satisfacción del usuario de la mesa de partes de la Municipalidad de Huaral 2021?	X		X		X		
13	¿Considera usted que la accesibilidad a los servicios satisfacen las necesidades del usuario de la mesa de partes de la Municipalidad de Huaral 2021?	X		X		X		
Dimensión: Expectativas								
14	¿Considera usted que la calidad de servicio cumple las expectativas del usuario de la mesa de partes de la Municipalidad de Huaral 2021?	X		X		X		
15	¿Considera usted que la solución de problemas contribuye a la satisfacción del usuario de la mesa de partes de la Municipalidad de Huaral 2021?	X		X		X		
16	¿Considera usted que la responsabilidad es un factor importante en la satisfacción del usuario de la mesa de partes de la Municipalidad de Huaral 2021?	X		X		X		
17	¿Considera usted que la celeridad en la atención influye en la satisfacción del usuario de la mesa de partes de la Municipalidad de Huaral 2021?	X		X		X		
Dimensión: Mejora del servicio								
18	¿ Considera usted que el costo de servicio influye en la satisfacción del usuario de la mesa de partes de la Municipalidad de Huaral 2021?	X		X		X		
19	¿ Considera usted que las ventajas que ofrece el servicio influye en la satisfacción del usuario de la mesa de partes de la Municipalidad de Huaral 2021?	X		X		X		

20	¿ Considera usted que reducir el tiempo destinado a la atención de un servicio contribuye a la satisfacción del usuario de la mesa de partes de la Municipalidad de Huaral 2021?	X		X		X		
----	--	---	--	---	--	---	--	--

Observaciones (precisar si hay suficiencia): EXISTE SUFICIENCIA

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

Apellidos y nombres del Juez evaluador. Dr. /Mg:

Dra. Chirinos Gastelu Teresa Giovanna.

DNI: 07971242

Especialidad del evaluador: Dra. En Educación - Metodóloga



.....
Firma del Experto Informante.

Metodóloga

Nº	DIMENSIONES / ITEMS	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Variable Independiente: Calidad de Servicio								
Dimensión: Tangibles								
1	¿Considera usted que la infraestructura adecuada es un factor importante en la calidad de servicio de la mesa de partes de la Municipalidad de Huaral 2021?	X		X		X		
2	¿ Considera usted que el buen estado y conservación de las instalaciones influye en la calidad de servicio de la mesa de partes de la Municipalidad de Huaral 2021?	X		X		X		
3	¿ Considera usted que los equipos que se utiliza es un factor importante en la calidad de servicio de la mesa de partes de la Municipalidad de Huaral 2021?	X		X		X		
Dimensión: Respuesta								
4	¿Considera usted que la actitud y disposición del personal influye en la calidad de servicio de la mesa de partes de la Municipalidad de Huaral 2021?	X		X		X		
5	¿Considera usted que el servicio brindado en el momento oportuno contribuye a la calidad de servicio de la mesa de partes de la Municipalidad de Huaral 2021?	X		X		X		
6	¿Considera usted que la información proporcionada es una respuesta que contribuye a la calidad de servicio de la mesa de partes de la Municipalidad de Huaral 2021?	X		X		X		
Dimensión: Empatía								
7	¿Considera usted que el horario de atención adecuado es un factor importante en la calidad de servicio de la mesa de partes de la Municipalidad de Huaral 2021?	X		X		X		
8	¿Considera usted que el interés institucional por el usuario influye en la calidad de servicio de la mesa de partes de la Municipalidad de Huaral 2021?	X		X		X		
9	¿Considera usted que la atención individualizada es una muestra de empatía que influye en la calidad de servicio de la mesa de partes de la Municipalidad de Huaral 2021?	X		X		X		
10	¿ Considera usted que la amabilidad es un factor importante en la calidad de servicio de la mesa de partes de la Municipalidad de Huaral 2021?	X		X		X		
Variable Dependiente: Satisfacción del usuario								
Dimensión: Valor percibido por el usuario								
11	¿Considera usted que la comunicación es un valor que se da de manera asertiva y contribuye a la satisfacción del usuario de la mesa de partes de la Municipalidad de Huaral 2021?	X		X		X		
12	¿Considera usted que la orientación brindada contribuye a la satisfacción del usuario de la mesa de partes de la Municipalidad de Huaral 2021?	X		X		X		
13	¿Considera usted que la accesibilidad a los servicios satisfacen las necesidades del usuario de la mesa de partes de la Municipalidad de Huaral 2021?	X		X		X		

Dimensión: Expectativas							
14	¿Considera usted que la calidad de servicio cumple las expectativas del usuario de la mesa de partes de la Municipalidad de Huaral 2021?	X		X		X	
15	¿Considera usted que la solución de problemas contribuye a la satisfacción del usuario de la mesa de partes de la Municipalidad de Huaral 2021?	X		X		X	
16	¿Considera usted que la responsabilidad es un factor importante en la satisfacción del usuario de la mesa de partes de la Municipalidad de Huaral 2021?	X		X		X	
17	¿Considera usted que la celeridad en la atención influye en la satisfacción del usuario de la mesa de partes de la Municipalidad de Huaral 2021?	X		X		X	
Dimensión: Mejora del servicio							
18	¿ Considera usted que el costo de servicio influye en la satisfacción del usuario de la mesa de partes de la Municipalidad de Huaral 2021?	X		X		X	
19	¿ Considera usted que las ventajas que ofrece el servicio influye en la satisfacción del usuario de la mesa de partes de la Municipalidad de Huaral 2021?	X		X		X	
20	¿ Considera usted que reducir el tiempo destinado a la atención de un servicio contribuye a la satisfacción del usuario de la mesa de partes de la Municipalidad de Huaral 2021?	X		X		X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): EXISTE SUFICIENCIA

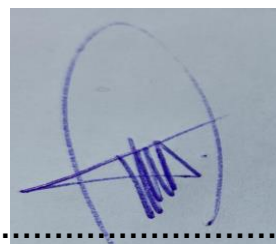
Opinión de aplicabilidad: Aplicable (X) Aplicable después de corregir () No aplicable ()

Apellidos y nombres del Juez evaluador. Dr. /Mg:

Mg. Chirinos Gastelu Juan Wilmer.

DNI: 07966724

Especialidad del evaluador: Mg. En Administración



Firma del Experto Informante.

Anexo 5. Matriz de datos

		Calidad de servicio													
		Elementos tangibles				Capacidad de respuesta				Empatía					
Sexo	Ítems	1	2	3	D 1	4	5	6	D 2	7	8	9	10	D 3	V 1
m	1	1	1	1		1	2	1		2	2	1	1		
m	2	2	1	1		4	2	2		2	2	4	2		
m	3	3	3	3		3	3	3		3	3	3	4		
m	4	4	2	1		1	2	4		4	4	4	3		
m	5	3	3	3		2	2	1		1	1	3	3		
m	6	5	5	5		1	1	1		2	2	2	2		
m	7	2	1	1		1	1	1		2	1	1	2		
m	8	1	1	1		1	1	1		2	1	1	1		
m	9	2	2	2		2	2	2		5	5	5	5		
m	10	4	4	4		4	5	5		5	5	4	4		
m	11	4	4	4		4	4	4		5	5	5	5		
f	12	4	5	5		5	5	5		5	5	5	5		
f	13	5	5	1		1	5	5		2	5	5	5		
f	14	5	4	5		5	4	5		5	5	5	3		
f	15	2	2	2		3	3	3		2	2	2	2		
m	16	5	4	3		5	5	3		5	3	4	4		
f	17	3	3	4		3	5	3		5	5	5	1		
f	18	3	3	3		3	3	3		3	3	3	3		
f	19	4	4	5		5	5	4		3	4	5	3		
f	20	4	4	4		5	5	5		4	4	5	5		
f	21	2	2	2		2	2	2		2	2	2	2		
f	22	5	5	5		5	4	5		4	5	5	4		
f	23	3	4	5		4	3	3		5	4	1	2		
f	24	1	1	1		2	1	1		2	2	2	2		
f	25	5	5	5		5	5	5		4	5	5	5		
f	26	2	3	3		2	2	4		3	3	3	3		
f	27	3	3	3		1	3	3		4	3	3	1		
m	28	2	2	3		2	2	5		5	2	2	2		
m	29	4	4	4		4	4	3		3	4	4	4		
f	30	5	5	5		5	5	5		5	5	5	5		
f	31	5	5	5		5	5	5		5	5	5	5		
f	32	1	2	1		2	2	1		1	1	2	2		
f	33	3	2	1		1	2	3		2	2	2	3		
f	34	1	1	2		1	1	1		2	2	2	2		
f	35	3	3	3		2	3	3		2	2	3	3		

Satisfacción del usuario														
Ítems	Valor percibido por el usuario				Expectativas					Mejora del servicio				V 2
	11	12	13	D 1	14	15	16	17	D 2	18	19	20	D 3	
1	1	1	2		1	1	1	2		3	2	1		
2	1	1	1		2	2	4	2		2	4	2		
3	3	3	3		3	3	3	3		3	3	4		
4	2	1	3		4	4	1	4		4	4	3		
5	3	3	3		2	1	2	1		1	3	3		
6	5	5	5		1	1	1	2		2	2	2		
7	1	1	2		1	1	1	2		1	2	2		
8	1	1	1		1	1	1	3		1	1	1		
9	2	2	2		2	2	2	5		5	5	5		
10	4	4	4		5	5	4	5		4	4	4		
11	4	4	4		4	4	4	5		5	5	5		
12	5	5	4		5	5	5	5		5	5	5		
13	5	1	5		5	5	1	2		5	5	5		
14	5	5	5		4	5	5	5		5	5	3		
15	2	2	2		3	3	3	2		2	2	2		
16	3	5	4		5	3	5	4		5	3	4		
17	4	3	3		5	3	3	1		5	5	5		
18	3	3	3		3	3	3	3		3	3	3		
19	5	4	4		5	4	5	3		3	4	5		
20	4	4	4		5	5	5	5		4	4	5		
21	2	2	2		2	2	2	2		2	2	2		
22	5	5	5		4	5	5	4		4	5	5		
23	5	4	4		3	3	4	2		5	4	1		
24	1	1	1		1	1	2	2		2	2	2		
25	5	5	5		5	5	5	5		4	5	5		
26	3	2	3		2	4	2	3		3	3	3		
27	3	3	3		3	3	1	1		4	3	3		
28	3	2	2		2	5	2	2		5	2	2		
29	4	4	4		4	3	4	4		3	4	4		
30	5	5	5		5	5	5	5		5	5	5		
31	5	5	5		5	5	5	5		5	5	5		
32	1	1	2		2	1	2	2		1	1	2		
33	1	3	2		2	3	1	3		2	2	2		
34	2	1	1		1	1	1	2		2	2	2		
35	3	3	3		3	3	2	3		2	2	3		

Anexo 6. Propuesta de valor

La presente investigación tiene como objetivo principal determinar como la calidad de servicio influye en la satisfacción del usuario; determinándose como resultado que existe una relación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario. En lo que respecta la atención del usuario de la mesa de partes de la municipalidad de Huaral, se detectaron algunas debilidades, para cuyo fortalecimiento plantearé algunas propuestas de valor.

Con respecto a las debilidades detectadas mencionaremos las siguientes:

El sistema de trámite documentario se desarrolla en base a un programa desactualizado y deficiente lo cual conlleva a cierta limitación en lo que respecta brindar una información actualizada sobre la ubicación real de los documentos.

- Percepción de poco compromiso por parte de las autoridades competentes, que impide asumir nuevos procedimientos y estrategias involucradas en una mejora continua; así como capacitaciones que refuercen y desarrollen el talento humano.

Propuestas de valor:

- Plantear y gestionar la implementación de un eficiente programa de Software, así como mecanismos de innovación tecnológica que fortalezca el sistema de trámite documentario con equipos apropiados.
- Capacitar y concientizar al personal mediante estrategias y planes, utilizando las herramientas de una formación específica que contribuyan al desarrollo profesional; desarrollar el talento humano en base a conocimientos y estímulos que se reflejan en las actividades diarias en el trabajo, mediante compromiso, responsabilidad y eficiencia.

Anexo 7. Reporte antiplagio menor a 30%



CERTIFICADO DE ANÁLISIS
magister

TESIS- CALIDAD DE SERVICIO -JULIA INES DIAZ GONZALES Compilatio

17%
Similitudes

5% Texto entre comillas
2% similitudes entre comillas
0% Idioma no reconocido

Nombre del documento: TESIS- CALIDAD DE SERVICIO - JULIA INES DIAZ GONZALES Compilatio.docx
Tamaño del documento original: 1,9 Mo

Depositante: Teresa Chirinos Gastelu
Fecha de depósito: 5/10/2022
Tipo de carga: interface
fecha de fin de análisis: 6/10/2022

Número de palabras: 23.818
Número de caracteres: 165.299



Ubicación de las similitudes en el documento:



Fuentes principales detectadas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	 alicia.concytec.gob.pe Metadatos: Calidad de servicio y satisfacción del usuario del... https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UCV_5be6245d56a22209d384258a18fd2a/Details 5 fuentes similares	2%		Palabras idénticas : 2% (696 palabras)
2	 TESIS FREDY YUPANQUI MUÑOZ -CUSCO (1).docx TESIS FREDY YUPANQUI ... #602fca El documento proviene de mi grupo 3 fuentes similares	2%		Palabras idénticas : 2% (720 palabras)
3	 Tesis_Adolfo_Becker_Matos_Toribio.docx Tesis_Adolfo_Becker_Matos_Tori... #344179 El documento proviene de mi grupo 32 fuentes similares	2%		Palabras idénticas : 2% (477 palabras)
4	 repositorio.utc.edu.ec Evaluación de la satisfacción y calidad del servicio al cliente ... http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/5887/6/T-000843.pdf.bt 19 fuentes similares	2%		Palabras idénticas : 2% (400 palabras)
5	 repositorio.usmp.edu.pe https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7493/arrestegui_glv.pdf?sequence=1 12 fuentes similares	2%		Palabras idénticas : 2% (402 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	 Untitled #f95494 El documento proviene de mi grupo	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (35 palabras)
2	 TESIS MONICA TELESUP resumen.docx FORTALECIMIENTO DE CAPACIDAD... #016c06 El documento proviene de mi grupo	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (20 palabras)
3	 TESIS de Percy Ureta Sierra y Aymee Betty Salazar Mateo.docx GESTIÓN ... #769858 El documento proviene de mi grupo	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (12 palabras)
4	 www.eumed.net CALIDAD EN LOS SERVICIOS DE TRANSPORTE https://www.eumed.net/ce/2010a/cmcd.htm	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (15 palabras)
5	 educandoencalidad.blogspot.com La Calidad es un Valor https://educandoencalidad.blogspot.com/	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (14 palabras)

Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas)

Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

- 1  <https://editorial.tutorformacion.eso>
- 2  <https://tutorformacion.es>
- 3  <https://doi.org/10.37811/cl>
- 4  <https://doi.org/10.19080/ASM.2019.04.555629>
- 5  <https://doi.org/10.18041/1900-642/criterialibre.2018v16n28.2130>

Anexo 8. Autorización del depósito de tesis al repositorio



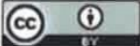
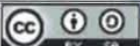
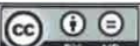
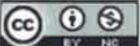

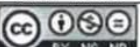
Formulario de autorización de depósito de tesis en el Repositorio Digital de Tesis UPTelesup

Datos del Autor			
Nombre y Apellidos:	JULIA INES DIAZ GONZALES		
DNI:	16001959	Teléfono:	933585512
E-Mail:	juliainesdiazgonzales@gmail.com		
Datos de la Investigación			
<input type="checkbox"/>	Artículo de Investigación		
<input type="checkbox"/>	Trabajo de Investigación		
<input checked="" type="checkbox"/>	Tesis		
Título:	CALIDAD DE SERVICIO Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCION DEL USUARIO EN EL AREA DE MESA DE PARTES. MUNIC. HUARAL 2021.		
Asesor:	TERESA GIOVANNA CHIRINOS GASTELU		
Año:	2022	Carrera Profesional:	Adm. Finanzas y Neg. Globales
Licencias			
<p>A. Licencia estándar:</p> <p>Bajo los siguientes términos, autorizo el depósito de mi Artículo / Trabajo de Investigación / Tesis en el Repositorio Digital de la Universidad Privada Telesup. Con esta autorización de depósito de mi Artículo / Trabajo de Investigación / Tesis, otorgo a la Universidad Privada Telesup una licencia no exclusiva para reproducir (en cualquier tipo de soporte y en más de un ejemplar, sin modificar su contenido, solo con propósitos de seguridad, respaldo y preservación), distribuir, comunicar al público, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público mi Trabajo de Artículo / Trabajo de Investigación / Tesis (incluido el resumen), en formato físico o digital, en cualquier medio, conocido o por conocerse, a través de los diversos servicios provistos por la Universidad, creados o por crearse, tales como el Repositorio Digital de Tesis UPT, Colección de Tesis, entre otros, en el Perú y en el extranjero, por el tiempo y veces que considere necesarias, y libre de remuneraciones.</p> <p>Declaro que el presente Artículo / Trabajo de Investigación / Tesis es una creación de mi autoría y exclusiva titularidad, o coautoría con titularidad compartida, y me encuentro facultado a conceder la presente licencia y, asimismo, garantizo que dicha tesis no infringe derechos de autor de terceras personas.</p> <p>La Universidad Privada Telesup consignará el nombre del/los autor/es de la tesis, y no le hará ninguna modificación más que la permitida en la presente licencia.</p> <p>Autorizo su publicación (marque con una X):</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Si, autorizo que se deposite inmediatamente.</p> <p><input type="checkbox"/> Si, autorizo que se deposite a partir de la fecha (dd/mm/aa):</p> <p><input type="checkbox"/> No autorizo.</p>			
 Firma		19 / 12 / 2022 Fecha	
Opcional			

* Lo siguiente es OPCIONAL, pero es importante porque el licenciamiento Creative Commons fija las condiciones de uso de su tesis en la Web. Si desea obviar esta parte, vaya a la última hoja del formulario, coloque su firma y fecha para completar su autorización.

B. Licencia Creative Commons: Otorgamiento de una licencia Creative Commons

Si usted concede una licencia Creative Commons sobre su tesis, mantiene la titularidad de los derechos de autor de ésta y, a la vez, permite que otras personas puedan reproducirla, comunicarla al público y distribuir ejemplares de ésta, siempre y cuando reconozcan la autoría correspondiente, bajo las condiciones siguientes:

MARQUE	TIPO LICENCIA	DESCRIPCIÓN
	 Reconocimiento CC BY	Esta licencia permite a otros distribuir, mezclar, ajustar y construir a partir de su obra, incluso con fines comerciales, siempre que le sea reconocida la autoría de la creación original. Esta es la licencia más servicial de las ofrecidas. Recomendada para una máxima difusión y utilización de los materiales sujetos a la licencia.
	 Reconocimiento- CompartirIgual CC BY-SA	Esta licencia permite a otros re-mezclar, modificar y desarrollar sobre tu obra incluso para propósitos comerciales, siempre que te atribuyan el crédito y licencien sus nuevas obras bajo idénticos términos. Cualquier obra nueva basada en la tuya, lo será bajo la misma licencia, de modo que cualquier obra derivada permitirá también su uso comercial.
	 Reconocimiento- SinObraDerivada CC BY-ND	Esta licencia permite la redistribución, comercial y no comercial, siempre y cuando la obra no se modifique y se transmita en su totalidad, reconociendo su autoría.
	 Reconocimiento- NoComercial CC BY-NC	Esta licencia permite a otros entremezclar, ajustar y construir a partir de su obra con fines no comerciales, y aunque en sus nuevas creaciones deban reconocerle su autoría y no puedan ser utilizadas de manera comercial, no tienen que estar bajo una licencia con los mismos términos.
	 Reconocimiento- NoComercial- CompartirIgual CC BY-NC-SA	Esta licencia permite a otros entremezclar, ajustar y construir a partir de su obra con fines no comerciales, siempre y cuando le reconozcan la autoría y sus nuevas creaciones estén bajo una licencia con los mismos términos.
X	 Reconocimiento- NoComercial- SinObraDerivada CC BY-NC-ND	Esta licencia es la más restrictiva de las seis licencias principales, sólo permite que otros puedan descargar las obras y compartirlas con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se pueden cambiar de ninguna manera ni se pueden utilizar comercialmente.


Firma

19-12-2022.
Fecha