



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**TESIS
MODELO DE GESTIÓN Y NIVEL DE
SATISFACCIÓN DE USUARIOS DEL ÁREA DE
PROGRAMAS SOCIALES DE LA MUNICIPALIDAD
PROVINCIAL DE HUALGAYOC**

**PARA OPTAR TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

Autor (es):

Bach. Blanco Blanco, Liliana Elita.

Bach. Soto Leiva, Carmela.

Asesor:

MBA. Rivera Tantachuco, Ricardo.

Línea de Investigación:

Talento Humano y Comportamiento Organizacional

Pimentel – Perú

2019



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**TESIS
MODELO DE GESTIÓN Y NIVEL DE
SATISFACCIÓN DE USUARIOS DEL ÁREA DE
PROGRAMAS SOCIALES DE LA MUNICIPALIDAD
PROVINCIAL DE HUALGAYOC**

Autor (es):

Bach. Blanco Blanco, Liliana Elita.

Bach. Soto Leiva, Carmela.

Asesor:

MBA. Rivera Tantachuco, Ricardo.

Línea de Investigación:

Talento Humano y Comportamiento Organizacional

Pimentel – Perú

2019



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**TESIS:
MODELO DE GESTIÓN Y NIVEL DE
SATISFACCIÓN DE USUARIOS DEL ÁREA DE PROGRAMAS
SOCIALES DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE
HUALGAYOC**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

**Autor (a):
Bach. Blanco Blanco, Liliana Elita.
Bach. Soto Leiva, Carmela.**

**Pimentel – Perú
2019**

TESIS

MODELO DE GESTIÓN Y NIVEL DE SATISFACCIÓN DE USUARIOS DEL ÁREA DE PROGRAMAS SOCIALES DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE HUALGAYOC

Asesor (a): MBA. Rivera Tantachuco Ricardo
Nombre Completo Firma

Presidente (a): Dra. Delgado Wong Sofía Irene
Nombre completo Firma

Secretario (a): Mag. Reyes Reyes Carla Angélica
Nombre Completo Firma

Vocal (a): Mag. García Yovera Abraham José
Nombre Completo Firma

Dedicatoria

Como muestra de mi gratitud dedico este informe en primer lugar a Dios por iluminarme siempre en el sendero del saber, por ser nuestro creador, amparo y fortaleza

A mis padres y mis hermanos por su apoyo moral, que me brindan para poder así continuar con mis propósitos y por la confianza que depositan en mi persona para que de esta manera pueda continuar adelante con mis estudios y ser un buen profesional en el campo laboral

Liliana

Primero agradecer a Dios que me da la vida y salud para poder realizar todos mis objetivos y estar preparada ante los cambios que se presentan durante mi vida. Asimismo, a mi familia, por el inmenso apoyo incondicional a lo largo de mi Carrera Profesional.

Carmela

Agradecimiento

En el presente trabajo de investigación en primer lugar le damos las Gracias a Dios por bendecirnos para llegar hasta donde hemos llegado, porque se hizo realidad nuestro sueño anhelado.

A los directivos de la Universidad Señor de Sipán, por darnos la oportunidad de estudiar y ser profesionales. Al director de la Escuela Profesional de Administración de Empresas por todo el esfuerzo y dedicación; a los docentes, quienes, con sus conocimientos, su experiencia, su paciencia y su motivación, nos han impulsado a terminar nuestros estudios con éxito.

También, va nuestro agradecimiento a usted. MBA. Ricardo Rivera Tantachuco, por su apoyo incondicional, quien nos guio en encaminar nuestro trabajo de investigación por sus sugerencias y sus consejos, que nos ayudó a formarnos como personas e investigadores, además, apoyar al desarrollo de este trabajo de investigación; a todos los docentes quienes conforman este curso de titulación de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, quienes dieron todo el empeño para que este curso de titulación se desarrolle con normalidad.

A nuestros padres y hermanos por su apoyo incondicional en todo momento, quienes día a día nos dieron la motivación para seguir adelante, quienes nos dieron las fuerzas, el aliento y fueron el pilar fundamental para el desarrollo de este trabajo de investigación.

Son muchas las personas que han formado parte de este trabajo de investigación, las cuales nos encantaría agradecerles su amistad, consejos, apoyo, ánimo y compañía en los momentos más difíciles de nuestras vidas. Para ellos: Muchas gracias y que Dios los bendiga.

Liliana / Carmela

Resumen

La presente investigación tiene como propósito, proponer un modelo de Gestión de calidad de servicio que incremente el nivel de satisfacción de los usuarios del Área de Programas Sociales en la Municipalidad Provincial de Hualgayoc – Bambamarca, con una investigación cuantitativa y con diseño no experimental, las muestras obtenidas tiene como unidades muestrales a 100 colaboradores de la empresa y 369 usuarios de los programas sociales, el abordaje metodológico es del tipo descriptivo propositivo, las técnicas utilizadas es la encuesta y el instrumento aplicado es un cuestionario con pregunta de múltiple respuesta, se concluye que la gestión del servicio en el área de programas sociales es regular y al mismo tiempo buena, y el factor más débil del servicio al usuario es la fiabilidad, y la satisfacción del usuario respecto al servicio es moderada y alta, así mismo las percepciones del usuario son más altas a las expectativas respecto al servicio en el área de programas sociales de la Municipalidad de Hualgayoc.

Palabras claves: *Gestión, calidad del servicio y satisfacción del usuario.*

Abstract

The present research aims to propose a model of Quality of Service Management that increases the level of satisfaction of the users of the social programs area of the Provincial Municipality of Hualgayoc - Bambamarca, the type of research is quantitative and the design is not experimental, the samples obtained have as sample units 100 employees of the company and 369 users of social programs, the methodological approach is of the descriptive type proposition, the techniques used is the survey and the instrument applied is a questionnaire with multiple response questionnaire , it is concluded that the management of the service in the area of social programs is regular and at the same time good, and the weakest factor of the service to the user is reliability, and the satisfaction of the user regarding the service is moderate and high, perceptions of the user are higher to the expectations of this respect to the service in the area of social programs of the municipality of Hualgayoc

Keywords: *Management, quality of service and user satisfaction.*

Índice

I.	INTRODUCCIÓN	15
1.1.	Situación Problemática.....	16
1.2.	Trabajos previos.....	19
1.2.1.	Nivel Internacional.....	19
1.2.2.	Nivel Nacional.....	23
1.3.	Teorías relacionadas al tema.....	27
1.3.1.	Modelo de Gestión.....	27
1.3.2.	Calidad de servicio.....	30
1.3.3.	Modelo Servqual.....	34
1.3.4.	Dimensiones del Modelo Servqual.....	36
1.3.5.	Satisfacción al cliente.....	36
	Definición de términos básicos.....	42
1.4.	Formulación del problema.....	43
1.5.	Justificación e importancia del estudio.....	43
1.6.	Hipótesis.....	45
1.6.1.	Variables.....	45
1.7.	Objetivos.....	45
1.7.1.	Objetivo General.....	45
1.7.2.	Objetivos específicos.....	45
II.	MATERIAL Y MÉTODO	46
2.1.	Tipo y Diseño de Investigación.....	46
2.1.1.	Tipo de investigación.....	46
2.1.2.	Diseño de investigación.....	46
2.2.	Población y Muestra.....	47
2.2.1.	Población.....	47

2.2.2. Muestra.....	47
2.3. Variables: Operacionalización.....	48
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	50
2.4.1. Métodos.....	50
2.4.2. Abordaje Metodológico.....	50
2.4.3. Técnicas de recolección de datos.....	50
2.4.4. Instrumentos de recolección de datos.....	50
2.5. Procedimiento de análisis de datos.....	51
2.6. Principios Éticos.....	51
2.7. Criterios de rigor científico.....	51
III. RESULTADOS.....	52
3.1. Gestión de calidad del servicio.....	52
3.1.1. Dimensión Elementos tangibles.....	52
3.1.2. Dimensión Fiabilidad.....	55
3.1.3. Dimensión Capacidad de respuesta.....	57
3.1.4. Dimensión Seguridad.....	60
3.1.5. Dimensión Empatía.....	64
3.2 Satisfacción al Cliente.....	66
3.2.1 Dimensión Rendimiento percibido.....	66
3.2.2 Dimensión Expectativas.....	76
3.3 Dimensiones por variable de investigación.....	85
3.3.1 Dimensiones de gestión de calidad de servicio (Agrupado).....	85
3.3.2 Dimensiones de satisfacción del cliente (Agrupado).....	86
3.4. Discusión de resultados.....	87
3.5 Propuesta.....	90
3.5.1 Fundamentación.....	90
3.5.2 Descripción de la propuesta.....	91
3.5.3 Resumen Ejecutivo.....	92
3.5.4 Objetivo General.....	93
3.5.5 Objetivos Específicos.....	93

3.5.6	Justificacion.....	93
3.5.7	Desarrollo de Actividades.	94
3.5.8	Cronograma de Actividades.	96
3.5.9	Presupuesto de Actividades.....	97
IV.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	99
4.1	Conclusiones.	99
4.2	Recomendaciones.....	100
V.	REFERENCIAS	101
VI.	ANEXOS.....	103

Índice de tablas

Tabla 1	Operacionalización de Modelo de Gestión	48
Tabla 2	Operacionalización de satisfacción del usuario	49
Tabla 3	¿Los ambientes de atención al usuario son cómodos?	52
Tabla 4	¿Los equipos con los que cuenta apoya para brindar un buen servicios los usuarios?	53
Tabla 5	¿Su presentación es formal para atender a los usuarios?	54
Tabla 6	¿Es eficiente el servicio que brinda?	55
Tabla 7	¿Las promesas ofrecidas son cumplidas?	56
Tabla 8	¿Se orienta correctamente al usuario acerca del servicio brindado?	57
Tabla 9	¿Cuentan con un protocolo de atención al usuario?	58
Tabla 10	¿La atención hacia el usuario es rápida?	59
Tabla 11	¿Tiene usted pleno conocimiento de los elementos que contemplan el servicio que está otorgando a los usuarios?	60
Tabla 12	¿Se ha asignado personal especial para la prestación del servicio?	61
Tabla 13	¿Los usuarios tienen la creencia de que sus peticiones serán atendidas?	62
Tabla 14	¿Cree usted que genera confianza al atender a los usuarios?	63
Tabla 15	¿La atención brindada hacia los usuarios es personalizada?	64
Tabla 16	¿Utiliza un lenguaje claro y entendible al atender a los usuarios?	65
Tabla 17	¿Realiza preguntas a los usuarios para identificar si ha entendido lo señalado?	66
Tabla 18	¿Cómo se siente con la atención recibida en el área de programas sociales?	67
Tabla 19	¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la atención brindada por el personal del área de programas sociales?	68
Tabla 20	¿Referente a la diversidad de servicios que otorga el área de programas sociales usted se encuentra?	69
Tabla 21	¿En cuanto a si los ambientes fueron cómodos para su atención usted se considera?	70
Tabla 22	¿Con respecto a la higiene y limpieza del área de programas sociales, Ud. se encuentra?	71

Tabla 23	¿Al comunicarse con los trabajadores del área de programas sociales se siente?	72
Tabla 24	¿Al comunicarse con el jefe del área de programas sociales se siente?	73
Tabla 25	¿En cuanto al profesionalismo del personal del área de programas sociales al atenderlo usted se considera?	74
Tabla 26	¿En cuánto a la presentación del personal usted se encuentra?	75
Tabla 27	¿Cómo se encuentra en lo referente a la confianza que le brinda el personal del área de programas sociales?	76
Tabla 28	¿El servicio brindado es oportuno?	77
Tabla 29	¿En cuánto a la solución de quejas y reclamos usted se siente?	78
Tabla 30	¿En referencia a la calidad de servicio usted se encuentra?	79
Tabla 31	¿En cuánto a la rapidez con que se le atiende usted se considera?	80
Tabla 32	¿Referente a la satisfacción de sus necesidades usted se encuentra?	81
Tabla 33	¿En cuánto a la accesibilidad de los servicios del área de programas sociales usted se considera?	82
Tabla 34	Gestión de la calidad del servicio (agrupado)	83
Tabla 35	Nivel de satisfacción del usuario (agrupado)	84
Tabla 36	Dimensiones de gestión de calidad de servicio (Agrupado)	85
Tabla 37	Dimensiones de satisfacción del cliente (Agrupado)	86
Tabla 38	Cronograma	96
Tabla 39	Presupuesto	97

Índice de figuras

Figura 1: ¿Los ambientes de atención al usuario son cómodos?	52
Figura 2: ¿Los equipos con los que cuenta apoya para brindar un buen servicio a los usuarios?	53
Figura 3: ¿Su presentación es formal para atender a los usuarios?	54
Figura 4: ¿Es eficiente el servicio que brinda?.....	55
Figura 5: ¿Las promesas ofrecidas son cumplidas?	56
Figura 6: ¿Se orienta correctamente al usuario acerca del servicio brindado?	57
Figura 7: ¿Cuentan con un protocolo de atención al usuario?	58
Figura 8: ¿La atención hacia el usuario es rápida?	59
Figura 9: ¿Tiene usted pleno conocimiento de los elementos que contemplan el servicio que está otorgando a los usuarios?.....	60
Figura 10: ¿Se ha asignado personal especial para la prestación del servicio?	61
Figura 11: ¿Los usuarios tienen la creencia de que sus peticiones serán atendidas?	62
Figura 12: ¿Cree usted que genera confianza al atender a los usuarios?.....	63
Figura 13: ¿La atención brindada hacia los usuarios es personalizada?	64
Figura 14: ¿Utiliza un lenguaje claro y entendible al atender a los usuarios?.....	65
Figura 15: ¿Realiza preguntas a los usuarios para identificar si ha entendido lo señalado?	66
Figura 16: ¿Cómo se siente con la atención recibida en el área de programas sociales? 67	
Figura 17: ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la atención brindada por el personal del área de programas sociales?	68
Figura 18: ¿Referente a la diversidad de servicios que otorga el área de programas sociales usted se encuentra?	69
Figura 19: ¿En cuanto a si los ambientes fueron cómodos para su atención usted se considera?	70

Figura 20: ¿Con respecto a la higiene y limpieza del área de programas sociales, Ud. se encuentra?	71
Figura 21: ¿Al comunicarse con los trabajadores del área de programas sociales se siente?.....	72
Figura 22: ¿Al comunicarse con el jefe del área de programas sociales se siente?.....	73
Figura 23: ¿En cuanto al profesionalismo del personal del área de programas sociales al atenderlo usted se considera?	74
Figura 24: ¿En cuánto a la presentación del personal usted se encuentra?	75
Figura 25: ¿Cómo se encuentra en lo referente a la confianza que le brinda el personal del área de programas sociales?	76
Figura 26: ¿El servicio brindado es oportuno?	77
Figura 27: ¿En cuánto a la solución de quejas y reclamos usted se siente?	78
Figura 28: ¿En referencia a la calidad de servicio usted se encuentra?	79
Figura 29: ¿En cuánto a la rapidez con que se le atiende usted se considera?	80
Figura 30: ¿Referente a la satisfacción de sus necesidades usted se encuentra?.....	81
Figura 31: ¿En cuánto a la accesibilidad de los servicios del área de programas sociales usted se considera?	82
Figura 32: Gestión de la calidad del servicio (agrupado)	83
Figura 33: Nivel de satisfacción de usuarios (agrupado)	84
Figura 34: Dimensiones de modelo de gestión (Agrupado).....	85
Figura 35: Dimensiones del nivel de satisfacción de usuarios (Agrupado).....	86
Figura 36: Municipalidad Provincial Hualgayoc - Bambamarca	90

I. INTRODUCCIÓN

El presente informe de investigación denominado Modelo de gestión de la eficacia del servicio y la satisfacción del beneficiario del área de programas sociales de la Municipalidad Provincial de Hualgayoc. Ya que actualmente, la preocupación del sector público es ponerse a la par con el sector privado en cuanto al servicio al usuario, ya que desde muchos años atrás los diferentes usuarios vienen quejándose del mal servicio que brinda las instituciones públicas, especialmente áreas como los programas sociales que día a día está en interacción con los distintos usuarios ya que cada tipo de programa social tiene un particular usuario que requiere un tratamiento personalizado que cubra sus expectativas en cuanto al servicio recibido. La complacencia del beneficiario en este tema depende siempre de la calidad de los servicios además de una sus expectativas. Un consumidor se encuentra orgulloso cuando los bienes cubren o exceden sus deseos. Si el beneficio es bajo, es porque recibe un escaso servicio. El servicio de calidad es un fin continuo para compensar las penurias, ansiedades y obligaciones de la ciudadanía.

La investigación se desarrolló a través de los siguientes capítulos:

Capítulo I: Se describe la realidad problemática y formula el problema de la investigación, los objetivos, las delimitaciones, la justificación e importancia y las limitaciones.

Capítulo II: Comprende el marco teórico referencial, se describe los antecedentes de la investigación, las bases teóricas científicas, estado de arte y finalmente se presenta la definición de términos básicos.

Capítulo III: Se presenta el marco metodológico de la investigación, describiendo el tipo y diseño de investigación, la población identificando la muestra, la hipótesis, operacionalización, los métodos, técnicas con el instrumento tanto de recopilación como de procesamiento, descripción estadística, criterios éticos y de rigor científico.

Capítulo IV: Se presenta los resultados obtenidos en investigación, haciendo un análisis e interpretación de los mismos a través de tablas y figuras, asimismo, se presenta una discusión de resultados, Capítulo V: Propuesta de investigación, Capítulo VI: Conclusiones y recomendaciones; finalmente, se presenta las referencias y anexos.

1.1.Situación Problemática.

Razcon (2017), en su relato: “Servicio al cliente, de lo tradicional a lo excepcional”, En cualquier tipo de negocio, sin importar si es grande o pequeño, lo que detona una venta y provoca que los clientes regresen es principalmente el servicio al cliente.

Claro que el producto es también muy importante a la hora de atraer y retener clientes, pero el servicio al cliente puede hacer que aunque no se tenga el mejor producto se logren buenos resultados.

Ya reconocida la importancia del servicio al cliente es importante saber cómo pulirlo, perfeccionarlo para hacer que los clientes obtengan la mejor experiencia al recibir un producto o servicio. Esto porque el servicio al cliente tradicional ya no da el ancho en un mercado tan competitivo, donde se ve la atención recibida por encima del precio o del producto.

Gonzales (2012), en su artículo, El Total Quality Management (TQM), o Gestión de la calidad total, consiste en aplicar el concepto de “Calidad Total” a los sistemas de gestión de la empresa. Con ello lo que se pretende es integrar la calidad en todos los procesos de la organización.

La implantación de un sistema TQM sirve para ayudar a la organización a conseguir el máximo de eficiencia y flexibilidad en todos sus procesos, enfocándola hacia la obtención de los objetivos a corto y medio plazo.

Dentro de este concepto agrupamos términos como “satisfacción al cliente”, aplicándose tanto a la organización como al propio producto o servicio. Lo que se pretende es obtener beneficios para todos los miembros dentro de la organización, por ello no se basa únicamente en la idea de vender un producto sino en ampliar el abanico de acción, introduciendo aspectos como la mejora de condiciones de trabajo, formación del personal, empowerment (*empoderamiento*) de empleados.

Zeithaml (2008), da entender que servicio al cliente es el servicio que se proporciona para apoyar el desempeño de los productos básicos de las empresas. Muy a menudo el servicio al cliente incluye responder preguntas, tomar pedidos y

aspectos relacionados con facturación, manejo de reclamaciones y, quizá, mantenimiento y reparación previamente comprometidos.

Por estudios realizados en países europeos, con relación a la eficacia de atención y al gusto del beneficiario, revelan los resultados de satisfacción que superan el 90% y en el que se puede apreciar aspectos relacionados como trato cordial; además, se puede percibir que los expertos realizan una gran tarea con la finalidad de minimizar la ansiedad del público usuario. Asimismo, se ha registrado algunos casos negativos como el exagerado tiempo que tienen que esperar los usuarios, para poder ser atendido en las ocasiones que concurren a la entidad, en la que no cuenta con la cantidad necesaria de personal sumado a ello la incapacidad para proporcionar una completa atención al usuario.

Los temas de mayor relevancia en los cuales han podido ser materia de observación fueron la preparación profesional, la amabilidad, habilidad para atender las dificultades y/o requerimientos, la forma en que se realiza el trato por parte del personal que se encuentra a cargo. Además, con menos interés, se pudo observar aspectos con el tiempo y la información.

En lo que concierne al país, uno de los principales aspectos que rigen la política sectorial es un derecho ciudadano que el usuario reciba una atención de calidad. Como un indicador para realizar la evaluación de los servicios al usuario es la satisfacción del consumidor, al obtener información relacionada a la calidad en los aspectos de estructura, procesos y resultados.

En lo que concierne a los clientes tanto (internos y externos), la normativa nacional ha establecido que la población vulnerable reciba atención de calidad basada en un enfoque de derechos como la igualdad de género y demás políticas concretas que sirvan para que este tipo de personas puedan gozar de los derechos que por su concisión les corresponde, y de esta forma evitar actos de discriminación, estigma que en la mayoría de ocasiones conlleva a su privación y exclusión y privación de sus derechos conllevando a que sus necesidades y privándoles de recibir atención.

Además, teniendo en consideración los principios de calidad previamente determinados para la prestación de los servicios que les corresponde, a la población vulnerable le corresponde recibir atención mediante un equipo multidisciplinario destinado a garantizar su atención completa que contribuya a mejorar su atención y por ende se obtenga su satisfacción.

La atención al cliente respecto al servicio que presta una institución, en este caso la atención a los usuarios del área de Programas Sociales que proporciona la Municipalidad Provincial de Hualgayoc-Bambamarca, existe disconformidad por parte de los usuarios de dichos programas, por cuestiones de tiempo, atención y percepción de inequidad e injusticia en cuanto a la atención, lo que ocasiona insatisfacción que se manifiestan en reclamos, sugerencias que tienen que solucionar las personas responsables del área de programas sociales de la Municipalidad.

Se identifican vacíos en los procesos de transferencia de la información sobre la modalidad, requisitos y servicios de estos programas. Entre los principales problemas se puede mencionar:

- a) Dificultad en la focalización de espacios.
- b) Debilidad en la selección de usuarios o beneficiarios. Como consecuencia de este indicador se nota que, los usuarios o beneficiarios actuales de los programas sociales no son los que reúnen las condiciones o necesidades más sentidas, como para ser los demandantes reales.

Para la operatividad de los programas sociales, el Estado destina partidas presupuestales no contemplativas en los valores reales, como para atender la demanda poblacional de usuarios potenciales. Es de gran consternación no atender casos de extrema pobreza de beneficiarios por bajos presupuestos asignados, como recursos ordinarios.

Es por esta razón que se ha creído conveniente llevar a cabo la presente investigación con la finalidad de diseñar una propuesta que mejore el nivel de satisfacción de los usuarios del Área de Programas Sociales de la Municipalidad Provincial de Hualgayoc-Bambamarca, 2017.

Martínez (2007), realizó su definición como Servicio al cliente: Conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece una empresa con el fin de que el cliente obtenga el producto o servicio en el momento y lugar adecuado el cual satisfaga sus necesidades y/o expectativas, como consecuencia del precio, la imagen y la reputación de la empresa. Un servicio es cualquier actividad o beneficio que una parte pueda ofrecer a otra. Es esencialmente intangible y no se puede poseer. Su prestación no tiene por qué ligarse necesariamente a un producto físico

1.2.Trabajos previos.

1.2.1. Nivel Internacional.

Torres (2016), en su tesis: “Modelo de gestión estratégica para el sector hotelero de la ciudad de Ambato Model of strategic management for the hotel sector of the city of Ambato”. Tuvo como objetivo proponer un modelo de gestión estratégica para uno de los agentes promotores del turismo: el sector hotelero. Se analizaron los diferentes modelos que se aplican a nivel mundial, con el fin de diseñar un modelo de gestión estratégica que coadyuve tanto al mejoramiento de sus servicios como a la promoción de la ciudad, para atraer turistas nacionales e internacionales.

Los métodos utilizados fueron: el análisis documental, el cuestionario y la entrevista. Se obtuvo información del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Municipalidad de Ambato y de los principales referentes del sector hotelero.

Concluyó que el estado del arte permitió visualizar los trabajos previos que se han realizado en el ámbito del turismo, y que contribuyen con la ejecución de un modelo de gestión estratégica para el sector hotelero de la ciudad de Ambato, desde el punto de vista práctico y metodológico.

López (2016), en la ciudad de Guayaquil, con su tesis: “Evaluación del nivel de satisfacción de clientes para diseñar modelo de gestión de la calidad y seguridad”. Tuvo como objetivo diseñar modelo de gestión de la calidad y seguridad para satisfacción del cliente en las áreas de venta, servicio técnico y mantenimiento de la empresa.

La metodología en esta tesis es descriptiva, explicativa y correlacionada dando respuesta al nivel de satisfacción del usuario que visita la empresa.

Hizo su conclusión que la situación en la que se encontraba la empresa, fue necesario realizar un diagnóstico inicial general de los procedimientos que se venían realizando, con esto se pudo observar y constatar la necesidad de implementar un nuevo Sistema de Gestión de la Calidad y un Sistema de Gestión de Seguridad y Salud Ocupacional.

Macías & Valencia (2015), en su tesis significativa: “Actualización del sistema de gestión de calidad de la empresa: Colectivos del café Ltda. a la norma iso-9001:2015”. Tuvo como objetivo documentar la actualización del sistema de gestión de calidad de la empresa Colectivos del Café Ltda. Con base en la norma ISO-9001:2015.

Se utilizó técnicas metodológicas de investigación, como encuestas, brainstorming, entrevistas y observación, para realizar un análisis interno y externo, y así llegar a un direccionamiento estratégico acorde con las necesidades de la empresa, también se harán entrevistas a expertos en el ámbito del transporte y de los sistemas de calidad, con el fin de actualizar los requerimientos de la norma y ajustarlos a la realidad de la empresa.

Concluyó que la documentación del Sistema de Gestión de Calidad de la empresa Colectivos del Café Ltda constituye el primer paso en la puesta en marcha este tipo de sistema que le permitirá a la empresa una mejora global en todos sus procesos y el cumplimiento de los requisitos del cliente.

Enríquez (2014), en su tesis significativa: “Satisfacción del Cliente del departamento de recaudaciones y cobranzas de la Municipalidad de Ensenada”, La Plata– Argentina. El objetivo de la investigación fue evaluar la escala de complacencia de los clientes o usuarios de la prestación de defensa del consumidor del Municipio de Ensenada en relación a 5 valores: piezas tangibles, seguridad del servicio, la efectividad de solución, confianza y empatía. Este tipo de investigación fue exploratoria y cuantitativa en una muestra de 250 usuarios de los servicios municipales.

Enríquez concluyó que la dimensión capacidad de respuesta es la de mayor consideración para los usuarios, ya que ponderan la actitud y la disposición de los trabajadores municipales para ayudar al usuario y brindarle el servicio correspondiente por sobre todas las demás dimensiones.

Barahona & Silba (2014), en su tesis denominada: “Relación entre gestión de innovación y satisfacción de usuarios de servicios de recreación caso Confa”. Tuvo como objetivo analizar la relación existente entre la gestión de la innovación en el área de recreación y la satisfacción de los usuarios de los servicios de recreación Confa.

En la metodología utilizó el tipo de investigación es descriptivo y relacional, se optó por dar un enfoque cuantitativo, con dos técnicas de recolección de información, una para cada variable: encuesta de satisfacción al usuario medida por escala de Likert y entrevista estructurada de categorías ordinales.

En los resultados: De acuerdo a los modelos de redes neuronales desarrollados, la satisfacción de los usuarios frente a la infraestructura es el principal predictor de la gestión de la innovación de los servicios analizados de Confa. También es el principal predictor de todos los componentes analizados, salvo la gestión del conocimiento, pues este último factor también obtuvo alta puntuación.

Concluyó que la importancia que cobra la gestión de la innovación en las organizaciones ya que a partir de esta se obtienen resultados diferenciales que conllevan a la satisfacción de los usuarios, por ende, al crecimiento futuro y con sostenibilidad.

Carmona (2014), en su trabajo de investigación, denominada: “Modelo de Gobernabilidad basado en COBIT para la Gestión por Procesos Definida en un Espacio Multidimensional”. Tuvo como objetivo definir un modelo de gobernabilidad basado en COBIT para facilitar la gestión por procesos en un espacio multidimensional de la organización.

Realizó una metodología de investigación desarrollado en tres fases. Inicialmente se hizo un análisis del entorno y de la base del conocimiento alrededor de un espacio multidimensional para la gestión por procesos y la gobernabilidad desde un framework basado en SOA (Service Oriented Architecture). Luego, se determinó el espacio de diseño que incluiría los componentes COBIT articulados con el MEM, el framework AUT-SOA y Framework TOGAF. Finalmente, en la última fase se validó el modelo propuesto de gobernabilidad desde un estudio de caso donde se realiza la gestión por procesos sobre uno de los productos que actualmente lidera una compañía de telecomunicaciones. Los resultados obtenidos orientan una nueva forma de evaluar, medir y controlar la gestión por procesos realizada por medio de las intercepciones que se presentan bajo el esquema del espacio multidimensional.

Concluyó que la realización del modelo de gobernabilidad propuesto, permitió realizar un caso de estudio en una organización de telecomunicaciones en Colombia el cual se presenta en el capítulo 5. El desarrollo de la experiencia se centra en la gestión por procesos para la integración y puesta en Capítulo 6 Conclusiones y Trabajos Futuros 200 marcha de venta y compra de internet inalámbrico pos pago por medio de un portal web en la organización.

En el caso de estudio se realizaron las diferentes intercepciones en el nuevo proceso de la organización mostrando los controles que brinda el modelo de gobernabilidad propuesto.

Carrera (2014), en el país de Ecuador, con su tesis: “El marketing de servicios en la satisfacción de los usuarios del gobierno autónomo descentralizado del cantón Patate”.

Tuvo como objetivo general Determinar la incidencia del Marketing de Servicios en la satisfacción de los usuarios del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Patate.

En esta tesis, Carrera utilizó una metodología bajo un enfoque cualitativo-cuantitativo, porque es una investigación de tipo social y se tomarán datos estadísticos.

Concluyó que la estructura organizacional para la unidad administrativa del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena contempla diversos factores de un proceso administrativo estratégico, como son: visión, misión, metas, su estructura orgánica, funciones y demás asignaciones que en ello se plantea con el único objetivo de conseguir las metas para el bienestar individual y colectivo dentro de la entidad pública.

1.2.3. Nivel Nacional.

Sánchez (2018), en su tesis significativa: “Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la Jefatura Regional 3 de la ciudad de Tarapoto - RENIEC, 2018”. Tuvo por objetivo general determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la Jefatura Regional 3 de la ciudad de Tarapoto -RENIEC, 2018. La investigación fue de tipo descriptivo y correlacional, cuya técnica fue la encuesta, donde se aplicó un cuestionario de preguntas a una muestra de 137 usuarios.

Los resultados señalan que el 53% de la población consideran “medio” al nivel de calidad de servicio impartido por la Jefatura Regional 3 de la ciudad de Tarapoto -RENIEC, debido a la baja capacidad que tiene los colaboradores para ayudar al ciudadano que desconoce de los trámites. En cuanto a la satisfacción del usuario, la mayoría de los ciudadanos presentan un nivel medio de satisfacción, debido a las malas conductas impartidas por los colaboradores de la institución.

Llegó a la conclusión, que existe correlación entre el bajo nivel de calidad de servicio impartido por los colaboradores de la de la Jefatura Regional 3 de la ciudad de Tarapoto –RENIEC con la satisfacción del usuario. Asimismo, el valor $p < 0.05$ de significancia, es decir 0.000, por otro lado, se observó que la correlación de Pearson, tuvo un valor positivo y de 0.857, evidenciando una correlación positiva considerable.

Coah & Limachi (2016), en su tesis denominada: “Procesos administrativos y la satisfacción del usuario de la sub gerencia de acondicionamiento territorial y licencias de la municipalidad provincial de Tacna, año 2016”. Tuvo como objetivo, establecer de qué manera afecta los procesos administrativos en la satisfacción de los usuarios de la Sub-gerencia de acondicionamiento territorial y licencias de la Municipalidad Provincial de Tacna, en el año 2016. La metodología implica un trabajo aplicado, con un diseño no experimental, el total muestral fue de 43 usuarios. Aplicándose el instrumento de recolección de datos que estuvo conformado por 12 ítems, para la medición de la satisfacción de los usuarios.

Los resultados obtenidos indicaron que el nivel de satisfacción es de regular con un 69.9% y la percepción que tienen los usuarios en relación a la información proporcionada por los servidores públicos se encuentra en una escala regular, sobre los tiempos en los procesos Administrativos tienen por escala entre malo y regular, la atención al usuario tiene por escala entre bueno y regular, y sobre la infraestructura de la Sub-gerencia se encontró que tiene por escala regular.

Llegaron a la conclusión que el análisis dimensional de la satisfacción permite comprobar que las instalaciones de la Sub-Gerencia para la atención al administrado no son adecuadas ocasionando una incomodidad por parte de los administrados, en el caso de la sala de espera que brinda cada área de la Sub-Gerencia los usuarios consideran que no se cuenta con la comodidad suficiente al momento esperar respuestas por cada tramite que realiza en la institución por lo que causa cierta insatisfacción.

Patricio & Villarreal (2016), en su tesis significativa: “Evaluación del protocolo de atención al ciudadano y su relación con la satisfacción de los usuarios en la municipalidad provincial de Huaura, periodo 2016”. Tuvo como objetivo establecer de qué manera el protocolo de atención al ciudadano se relaciona con la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Provincial de Huaura, periodo 2016.

La presente investigación es de tipo descriptivo - correlacional, porque mide el comportamiento de las variables y la relación que existe entre ellas, mediante procedimientos estadísticos. El diseño de Investigación es no experimental y de corte transversal.

La investigación de diseño no experimental es la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Esto quiere decir que, se trata de estudios donde no se hace variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables.

Llegaron a la conclusión que el protocolo de atención al ciudadano se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Provincial de Huaura, periodo 2016.

Coronel (2016), en su tesis: “Calidad de servicio y grado de satisfacción del cliente en el restaurant Pizza Hut en el centro comercial mega plaza Lima; 2016”. Tuvo como objetivo determinar la calidad del servicio y el grado de satisfacción del cliente en el Restaurant Pizza Hut del centro comercial Mega plaza-lima 2016.

El tipo de investigación que se utilizó para este proyecto de investigación es de tipo descriptiva – correlacional y la hipótesis realizada, existe relación significativa entre calidad de servicio y grado de satisfacción del cliente en el restaurant Pizza Hut en el centro comercial Mega Plaza Lima; 2016.

En cuanto a los métodos y procedimientos de la recolección de datos, se utilizó la encuesta al cliente. Además, se elaboraron fichas bibliográficas de resumen y comentarios textuales que ayudaron a contribuir el marco teórico de la investigación y así poder fundamentar nuestra base teórica. En el Restaurant Pizza Hut, un promedio general de 41.6% de los clientes se encuentran en total acuerdo con el servicio; solo 11% de los clientes se siente en indiferencia o desacuerdo con esta variable en estudio.

Finalmente concluyó para la demostración estadística se concluye que si existe relación significativa entre calidad de servicio y grado de satisfacción del cliente en el restaurant Pizza Hut en el centro comercial Mega Plaza Lima;

donde valor $2,095 \chi = < 16,9190$ $62,263$, con nivel de significancia de $0,000 < 0,05$

Caruajulca (2015), en su tesis denominada: “Modelo de gestión para la eficiencia y calidad de servicio en la atención al usuario en la municipalidad provincial de Rodríguez de Mendoza – Amazonas, 2015”. Tuvo como objetivo determinar un modelo de gestión para la calidad de servicio en atención al usuario en la Municipalidad Provincial de Rodríguez de Mendoza, Amazonas-2015.

Generó resultados determinando que la municipalidad provincial de Rodríguez de Mendoza no cuenta con un plan institucional actualizado donde se establecen ejes estratégicos, objetivos que le permita tener una misión y visión clara.

La institución muestra debilidades y limitaciones administrativas, sobre todo en coordinación horizontal entre unidades componentes de esta, como consecuencia del limitado fortalecimiento de capacidades que contribuyen a la mejora continua.

Llegó a la conclusión que es necesario el Modelo de sistema de gestión de calidad porque permitirá que el personal operativo y administrativo desarrolle con más eficiencia su desempeño laboral.

Ipanaqué (2014), en su tesis denominada: “Calidad de servicio y satisfacción del cliente del servicio de administración tributaria de Trujillo-SATT en el año 2014”. Tuvo como objetivo determinar cómo influye la calidad de servicio y la satisfacción del cliente del servicio de administración tributaria Trujillo SATT -2014.

En cuanto a la metodología Ipanaqué realizó mediante la aplicación de la encuesta, la observación directa y un diseño transaccional descriptivo.

En los resultados el 32.43 % de los encuestados consideran el SATT como organización es regular, la percepción respecto el personal, el 33%

manifestaron sentirse satisfecho; en cuanto a la satisfacción respecto al tiempo que le tomaron para atenderlo es el 42.42%.

Concluyó en función al objetivo específico 1, describir los puntos críticos en el proceso de atención y espera en el actual servicio que brinda el Servicio de Administración Tributaria de Trujillo (SATT).

León (2014), en su tesis denominada: “Perfil del nivel de gestión del dominio adquirir e implementar las tecnologías de información y comunicaciones (TIC) en la municipalidad distrital de Máncora en el año 2014.” Tuvo como objetivo describir el nivel de gestión del dominio. Adquirir e Implementar de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) en la Municipalidad Distrital de Máncora en el año 2014.

El estudio fue de tipo cuantitativo, descriptivo, no experimental y de corte transversal. Para la medición y control de los procesos de estudio se utilizaron encuestas.

Los resultados han demostrado que la Municipalidad Distrital de Máncora, tiene el dominio de Adquisición e Implementación de la TIC en un nivel de madurez 3 – Definido según el marco de referencia COBIT 4.1

Concluyó que el 55% de los empleados encuestados consideró que el proceso Identificar Soluciones Automatizadas de las TIC se encontró en un nivel 2– Repetible, de acuerdo a los niveles de madurez del modelo de referencia COBIT 4.1. Estos resultados no coinciden la hipótesis formulada, la cual indicaba que este proceso se encontraba en el nivel Inicial; por lo que se concluye que la hipótesis planteada para esta variable queda rechazada.

1.3. Teorías relacionadas al tema.

1.3.1. Modelo de Gestión.

Modelo de gestión es un esquema o marco de referencia para la administración de una entidad. Los modelos de gestión pueden ser aplicados tanto en las empresas y negocios privados como en la administración.

Esto quiere decir que los **gobiernos** tienen un modelo de gestión en el que se basan para desarrollar sus políticas y acciones, y con el cual pretenden alcanzar sus objetivos.

El modelo de gestión que utilizan las organizaciones públicas es diferente al modelo de gestión del ámbito privado. Mientras el segundo se basa en la obtención de ganancias económicas, el primero pone en juego otras cuestiones, como el bienestar social de la población.

Para definir el negocio futuro, el modelo de innovación establece varias actividades y funciones principales de la empresa, que deben ser analizadas, incluso cuestionadas a través de preguntas similares a las anteriores, con el fin de esbozar su modelo de negocio o gestión:

a) Gestión empresarial estratégica

Se requiere un nuevo enfoque en la planificación y gestión estratégica de la capacidad de una empresa, para crear productos o servicios innovadores y de valor añadido para sus clientes y para las partes interesadas e inversores. Se debe aclarar cuáles son los objetivos, alcance y qué recursos se necesitan para llevar a cabo este tipo de innovación. ¿Se desea cambiar algunos o todos los elementos del modelo actual? ¿Estos cambios son de carácter incremental o radical? ¿Se quiere iniciar un negocio completamente nuevo? Un equipo “directivo” debe fijar o reconsiderar, si lo considera oportuno, cuál será la visión de la empresa, antes de que la organización comience a realizar los esfuerzos de creatividad y productividad en este proceso de innovación.

b) Gestión de la innovación (rediseño)

El propósito principal de esta etapa es descubrir oportunidades de nuevos mercados, nuevas propuestas de productos a desarrollar y definir formas novedosas de hacer negocio, aparte de la información y evaluación sistemática de los conceptos implicados: análisis del mercado, situación actual, competidores, entorno, tecnología, etc. Debemos generar unas capacidades intelectuales y un potencial de rendimiento en la empresa para renovar su modelo de negocio en intervalos de tiempo más cortos, para aprovechar la

tecnología y las tendencias del mercado con el fin de hacer una diferencia, no sólo en lo que vende, sino en la forma en que hace negocios.

c) Gestión de operación

Sobre la base de los conocimientos adquiridos en el paso 2, se desarrolla una cartera de ideas que incluye formas en que podría innovar su modelo de negocio. Después de una evaluación inicial y priorización, se debe definir las nuevas actividades atendiendo a criterios de optimización de las capacidades que están presentes en estas actividades. Pregunta clave: ¿cómo diseñar y organizar las operaciones de la eficacia, agilidad y capacidad de respuesta y de mejora continua? Debe darse respuesta.

d) Finanzas y control

El proceso de innovación del modelo de negocio empresa debe incluir aspectos

Financieros y conceptos de “flexibilidad financiera”, es decir, el modelo requiere de toda la liquidez posible para mantener el negocio y los fondos para invertir en y capacidades fundamentales que son esenciales para asegurar el futuro de la empresa. Igualmente hay que considerar como elementos de control enfoques que den respuesta a preguntas como: ¿por qué están comprando los clientes y cómo podemos seguir en el negocio? ¿Cómo podemos controlar el rendimiento? ¿Cómo podemos crear suficiente flexibilidad financiera? En este sentido, emplear herramientas que incluyan conceptos y no sólo la gestión de la rentabilidad (precio/costo), sino también relativas al valor añadido (valor/precio).

e) El liderazgo, la organización y la gestión de personas (implementación)

El modelo de innovación tiene que estar orientado a crear una organización más reactiva, inteligente y eficaz, que se adapte al actual entorno de mercado dinámico y exigente (estructuras de equipo y cultura corporativa). Igualmente se requiere incluir en la organización conceptos de proyectos, colaboración y participación, fundamentados en interrelaciones en red más que

como un concepto de jerarquía y autoridad. Todo ello con apoyo del liderazgo adecuado y un programa de gestión de personas.

f) La comunicación externa y marketing

El nuevo enfoque del modelo de negocio requiere algo más que la tradicional vía de comunicación corporativa y marketing, pues debe facilitar la participación y relación con los clientes, accionistas e inversores, a través de eventos, jornadas y presentaciones personales. Pregunta clave: ¿cómo nos relacionamos de manera efectiva con clientes, con el público, con las partes interesadas y los inversores?

g) Valores

El modelo de negocio debe contemplar normas de buen gobierno. Los clientes, los accionistas y los empleados darán mayor valor a formar parte de una empresa que tiene comportamientos en las diferentes esferas (sociedad, empresa, personal). Preguntas claves: ¿para qué estamos en el negocio? ¿Cuáles son nuestros valores? Y ¿cómo podemos preservar y mantener estos valores?

1.3.2. Calidad de servicio

Definiciones de calidad según algunos autores:

Walter A. Shewhart (1938), la calidad es el resultado de la interacción de dos dimensiones:

Dimensión subjetiva (lo que el cliente quiere) y dimensión objetiva (lo que se ofrece).

Kaoru Ishikawa (1949), se refiere al hecho de que un producto o un servicio satisfaga las necesidades o expectativas del usuario o cliente.

Philip B. Crosby (1979), es el ajuste a las especificaciones o conformidad de unos requisitos.

William Edwards Deming (1982), se asocia al grado perceptible de uniformidad y fiabilidad adecuadas a las necesidades del cliente.

Genichi Taguchi (1986), la calidad se relaciona con la menor pérdida posible para la sociedad. Armand V.

Feigenbaum (1990), tiene que ver con las características del producto y servicio provenientes del mercadeo, ingeniería, manufactura y mantenimiento y que están relacionadas directamente con las necesidades del cliente.

Joseph M. Jurán (1993), se refiere al uso y a la satisfacción de las necesidades del cliente. La Sociedad Americana para el Control de Calidad (A.S.Q.C.) Conjunto de características de un producto, servicio o proceso que le confieren su aptitud para satisfacer las necesidades del usuario o cliente.

a) Concepto

La calidad en el servicio no es un tema de conformidad con las especificaciones sino más bien conformidad con las especificaciones de los clientes. La calidad en el servicio adquiere realidad en la percepción, considerando esta como un deseo más que la percepción, ya que esta última implicaría un pensamiento y análisis anterior.

Lo que los clientes desean del desempeño del servicio tiene cinco dimensiones globales que son: **Tangibilidad**, es la parte visible de la oferta del servicio. Influyen en las percepciones sobre la calidad del servicio de dos maneras; primero ofrecen pistas sobre la naturaleza y calidad del servicio, segundo afectan directamente las percepciones sobre la calidad del servicio. Ejemplos, un restaurante con pisos limpios y personal aseado dará mejor impresión que aquel que no tenga estos atributos. **Confiabilidad**, significa llevar a cabo la promesa de servicio de una manera precisa y segura.

Dicho de otra manera, significa mantener su promesa de servicio. **Tiempo de respuesta**, es la prontitud para servir, es la voluntad para atender a los clientes pronto y eficientemente. El tiempo de respuesta implica demostrar al cliente que se aprecia su preferencia y se desea conservarla. **Seguridad**, hace

mención a la actitud y aptitud del personal que combinadas inspiren confianza en los clientes. Cuando los clientes tratan con proveedores de servicios que son agradables y que tienen conocimiento, se les refuerza a seguir siendo clientes de esa organización. La seguridad viene de colocar a la gente adecuada en el puesto adecuado.

Empatía, va más allá de la cortesía profesional. Es la dedicación al cliente, la voluntad de entender las necesidades exactas del cliente y encontrar la manera correcta de satisfacerlas.

Las brechas entre lo que los clientes esperan y el servicio que reciben son: La diferencia entre lo que los clientes desean y lo que la gerencia piensa que desean. La diferencia entre lo que la gerencia cree que los clientes desean y lo que pide a la organización entregar. La diferencia entre las especificaciones de servicio y el nivel de servicio realmente entregado. La diferencia entre el servicio entregado y la comunicación externa acerca del servicio. *Fuente: Berry, L. Leonard, David R. Bennet, Carter W. Brown, Calidad de servicios, una ventaja estratégica para instituciones financieras, Díaz de Santos, Madrid, 1989.*

Stanton (2009), señala que la eficacia y prestación son dos nociones indeliberables cuando se trata de la correlación seguida que instauran las estructuras con los beneficiarios.

La relación de la aptitud del favor que se suministra al consumidor que asiste para restablecer su etapa de fortaleza, requiere de una cadena de ejercicios que desarrollen para reanimar y tranquilizar físicamente, igualmente circunscribe una sucesión de actividades comerciales de agitaciones y miserias, interesando mucho la atención del personal administrativo, tener empatía a las personas, con todos los valores y tecnología adecuada.

Se proponen ciertos conceptos correlacionadas con eficiencia de servicio para generalmente ejecutar la más indicada para la presente tesis:

“La eficiencia se vislumbra como una eficiencia administrativa y las empresas encaminadas hacia el liderazgo, con el afán de servir y de vivir en el

tiempo. La eficiencia no es de características que se mantengan estáticas, es también una forma renovable. Plantean algunos conceptos con respecto a la calidad, para ejecutarlo la más indicada en la presente tesis: “la eficiencia se mejora como un ejemplo de procesos y encaminado por empresas líderes, así como una forma de ser y de vivir”.

La denominada calidad no es una secuencia de características que se mantengan fijas, es una manera que se renueva.

b) Gestión de la calidad de servicio

Kotler (2009), indica que: *“Es el conjunto de actividades que las instituciones de salud de Lima determinan como política de calidad, los objetivos y las responsabilidades proporcionando de forma consistente, una calidad de servicio superior a la de la competencia”*. Una Gestión de la calidad en el servicio implica el establecimiento correcto del procedimiento administrativo.

La clave está en equilibrar o superar las expectativas de los clientes en cuanto al servicio. Si el personal desconoce la calidad del servicio se obtendrá inferiores expectativas en los consumidores, se perderá el interés en acudir a estas organizaciones sean privadas o públicas.

El consumidor es el que determina los niveles de excelencia en el servicio y continuamente al estar empoderado requerirá de más.

La organización debe gestionar la efectividad en sus clientes, minimizando en gran forma la diferencia entre lo real en cuanto a lo real al brindar el servicio y la expectativa del cliente.

Para desterrar errores, se debe desarrollar una cultura férrea y un decidido esfuerzo en factores que el cliente busca para evaluar la Calidad del Servicio.

1.3.3. Modelo Servqual

Matsumoto (2014), menciona que:

“El modelo Servqual se publicó por primera vez en el año 1988, y ha experimentado numerosas mejoras y revisiones desde entonces. El modelo Servqual es una técnica de investigación comercial, que permite realizar la medición de la calidad del servicio, conocer las expectativas de los clientes, y cómo ellos aprecian el servicio. Este modelo permite analizar aspectos cuantitativos y cualitativos de los clientes. Permite conocer factores incontrolables e impredecibles de los clientes. El Servqual proporciona información detallada sobre; opiniones del cliente sobre el servicio de las empresas, comentarios y sugerencias de los clientes de mejoras en ciertos factores, impresiones de los empleados con respecto a la expectativa y percepción de los clientes. También este modelo es un instrumento de mejora y comparación con otras organizaciones”.

Zeithaml (1992), citado por Alcazar (2016), señala que el SERVQUAL usa una serie de ítem múltiples para medir las percepciones que el cliente tiene de la calidad del servicio, su instrumento es un cuestionario que se compone de dos partes: una que consta de 20 preguntas que miden las expectativas de los clientes y otras dos preguntas abiertas para medir la percepción o experiencia de los clientes, los cuales en el caso de la encuesta usan una escala de Likert del 1 al 5. ()

Asimismo, el autor menciona que, para evaluar la calidad del servicio se calcula la diferencia entre las puntuaciones que los clientes dan a los pares de afirmaciones de expectativas y percepciones. Cada una de las dimensiones es representada en la escala SERVQUAL cuya finalidad es que sea un instrumento de diagnóstico para conocer o identificar las áreas de fuerza y debilidad en la prestación de los servicios.

El modelo SERVQUAL introduce y analiza una serie de brechas o “gaps” que pueden ser percibidas por los clientes (GAP 5) o bien producirse internamente en las organizaciones proveedoras de los servicios (GAP del 1-4).

Estos “gaps” son los siguientes:

Gap 1: Indica la discrepancia entre las expectativas de los clientes sobre un servicio concreto y las percepciones o creencias que se forman los directivos sobre lo que espera el consumidor de ese servicio.

Gap 2: Mide la diferencia entre las percepciones de los directivos y las especificaciones o normas de calidad.

Gap 3: calcula la diferencia entre las especificaciones o normas de calidad del servicio y la prestación del mismo.

Gap 4: mide la discrepancia entre la prestación del servicio y la comunicación externa.

Todas las diferencias mencionadas hacen que el servicio suministrado por la organización no cubra las expectativas que los clientes tenían puestas en el, produciéndose el gap 5.

Gap 5: $f(\text{gap } 1, \text{gap } 0, \text{gap } 3, \text{gap } 4)$. Las brechas o diferencias (gaps) entre las percepciones y las expectativas para cada pareja de afirmaciones o puntos, pueden producir tres situaciones: que las percepciones sobrepasen las expectativas, lo que significa altos niveles de calidad; que las percepciones sean inferiores que la expectativa, lo que significa bajo nivel calidad. Del mismo modo, se evalúan las dimensiones para determinar su ponderación según su nivel de importancia para el consumidor.

Asimismo, Alcazar (2016), indica que: “Los ítems individuales del SERVQUAL generalmente son vistos como un esqueleto básico que debería ser suplementado por otros de contenido específico cuando fuera necesario. Valorar la calidad del servicio utilizando SERVQUAL implica englobar el orden de la diferencia entre la calificación asignada por los clientes a los pares de enunciados de expectativa y percepción”.

1.3.4. Dimensiones del Modelo Servqual

Zeithaml, Bitner y Gremler (2009) indican que el modelo Servqual agrupa cinco dimensiones para medir la calidad del servicio:

- a) **Fiabilidad:** Se refiere a la habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa. Es decir, que la empresa cumple con sus promesas, sobre entregas, suministro del servicio, solución de problemas y fijación de precios.
- b) **Sensibilidad:** Es la disposición para ayudar a los usuarios y para prestarles un servicio rápido y adecuado. Se refiere a la atención y prontitud al tratar las solicitudes, responder preguntas y quejas de los clientes, y solucionar problemas.
- c) **Seguridad:** Es el conocimiento y atención de los empleados y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza.
- d) **Empatía:** Se refiere al nivel de atención individualizada que ofrecen las empresas a sus clientes. Se debe transmitir por medio de un servicio personalizado o adaptado al gusto del cliente.
- e) **Elementos tangibles:** Es la apariencia física, instalaciones físicas, como la infraestructura, equipos, materiales, personal.

1.3.5. Satisfacción al cliente.

a) Introducción

El cliente valora el servicio desde diferentes puntos de vista, siendo necesario diversificar los que resultan elocuentemente significativos por el dominio que despliegan en los horizontes de complacencia que se ha experimentado.

Kotler (2009), considera la complacencia del cliente como, el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de confrontar el beneficio percibido de un producto o servicio con sus perspectivas.

b) Dimensiones de la Satisfacción del Cliente

Kotler (2009), menciona que la satisfacción del cliente está conformada por dos elementos:

1. El Rendimiento Percibido: Es el "resultado" que el cliente "descubre" que logró en el producto o servicio que alcanzó. El beneficio descubierto tiene las subsiguientes peculiaridades: Se establece desde el lugar panorámico del cliente, no de la sociedad.

Se basa en las consecuencias que el cliente obtiene con el producto o servicio.

Obedece del estado de grandeza del cliente y de sus raciocinios. Dada su complicación, el "rendimiento percibido" puede ser explícito luego de una total indagación que emprende y acaba en el "cliente".

2. Las Expectativas: Las expectativas son las "esperanzas" que los clientes tienen por obtener algo, en base a estas cuatro situaciones:

Ofrecimientos que hace la misma compañía aproxima de los favores que brindan el producto o servicio. Experiencias de atenciones anteriores.

Dictámenes de influencias, conocidos, acreditados y líderes de opinión.

Por ejemplo, si las expectativas son exageradas desciendes no se encantarán bastantes clientes.

Un fragmento muy atrayente sobre este punto es que la depreciación en los índices de complacencia del cliente no siempre significa una depreciación en la calidad de los productos o servicios.

En todo caso, es de importante monitorear "regularmente" las "expectativas" de los clientes para establecer lo siguiente:

Si están dentro de lo que la empresa puede suministrar.

Si están a la par, por debajo o encima de las expectativas que crea la capacidad.

c) Los Niveles de Satisfacción

Luego de realizada la compra o adquisición de un producto o servicio, los clientes experimentan uno de éstos tres niveles de satisfacción:

Insatisfacción: Se produce cuando el desempeño percibido del producto no alcanza las expectativas del cliente.

Satisfacción: Se produce cuando el desempeño percibido del producto coincide con las expectativas del cliente. Complacencia: Se produce cuando el desempeño percibido excede a las expectativas del cliente.

Por su parte, el cliente satisfecho se mantendrá leal; pero, tan solo hasta que encuentre otro proveedor que tenga una oferta mejor (lealtad condicional). En cambio, el cliente complacido será leal a una marca o proveedor porque siente una afinidad emocional que supera ampliamente a una simple preferencia racional (lealtad incondicional).

Kotler (2009), señala que la satisfacción es la evaluación que realiza el cliente respecto a un servicio y que depende de que el servicio respondiera a sus necesidades y expectativas. Si esto no se cumple se produce la insatisfacción. Coincide que la satisfacción de los clientes es la medida de la calidad en los servicios.

Las emociones de los clientes también pueden afectar el estado de ánimo o la satisfacción en su vida.

Cuando un cliente compra un producto o recibe un servicio y luego éste no llega a cumplir con sus expectativas, entonces quedará insatisfecho, difícilmente volverá a comprar o visitar, y muy probablemente hablará mal de la empresa en frente de otros consumidores.

Kotler (2009), indica que la satisfacción del cliente cuenta con dimensiones como: “La confiabilidad, siendo la capacidad para desempeñar el servicio que se promete de manera segura y precisa, En un sentido más amplio, la confiabilidad significa que la institución cumple sus promesas acerca de la entrega, la prestación del servicio, la solución de problemas y los precios (entregar lo que se promete). De otra forma, la confiabilidad se puede definir también como “Validez, característica principal del servicio que brinda el producto de una manera correcta y eficaz, es decir que la validez se ve como una evaluación más que una característica. Muchos creen que “lealtad y

satisfacción” tienen el mismo significado, por ejemplo: una persona que va a un supermercado y por la gran atención, se sintió satisfecha, es cierto que existe la posibilidad que vuelva a comprar en el mismo lugar.

El cliente es el que decide qué producto quiere comprar, cuándo lo quiere comprar y cuánto tiempo está dispuesto a esperar hasta que se le sirva. La satisfacción del cliente es la parte más importante de la estrategia empresarial.

d) Importancia

Kotler (2009), menciona que la importancia de la satisfacción del cliente en el mundo empresarial reside en que un cliente satisfecho será un activo para la compañía debido a que probablemente volverá a usar sus servicios o productos, volverá a comprar el producto o servicio o dará una buena opinión al respecto de la compañía, lo que conllevará un incremento de los ingresos para la empresa.

Por el contrario, un cliente insatisfecho comentará a un número mayor de personas su insatisfacción, en mayor o menor medida se quejará a la compañía y si su insatisfacción alcanza un determinado grado optará por cambiar de compañía para comprar dicho producto o servicio o en último caso, incluso abandonar el mercado.

Aunque la satisfacción del cliente es un objetivo importante, no es el objetivo final de las sociedades en sí mismo, es un camino para llegar a este fin que es la obtención de unos buenos resultados económicos. Estos resultados serán mayores si los clientes son fieles, ya que existe una gran correlación entre la retención de los clientes y los beneficios. Características que generan la satisfacción del cliente.

“La satisfacción o insatisfacción de un cliente surge a partir de su experiencia con el producto y el servicio que le ofrecemos”.

e) Características

No todos los factores contribuyen de la misma manera a generar esta satisfacción. Dependiendo de cómo influyen se pueden clasificar en:

1. Características básicas: Son las partes del producto cuya presencia no genera satisfacción, pero cuya ausencia genera una gran insatisfacción. Por ejemplo, cuando una persona se compra un coche, el hecho de que el coche tenga cuatro ruedas no genera una satisfacción, porque se da por supuesto que debe ser así. Pero si falta alguna de las cuatro ruedas el cliente estará muy molesto.
2. Características atractivas: Son las partes del producto cuya presencia genera una gran satisfacción, pero si no están presentes el cliente no las va a echar en falta. Siguiendo con el ejemplo del coche, una característica de este tipo es encontrar el depósito de la gasolina lleno cuando el cliente compra su coche nuevo.
3. Características lineales: Entre los dos tipos de características señaladas anteriormente, está estas características que influyen de forma lineal en la satisfacción del cliente, es decir, cuanto mejor se cumplan, mayor es la satisfacción del cliente. Por ejemplo, la satisfacción del cliente con el coche será mayor en la medida en que el motor consuma menos, el ruido sea menor y todo funcione correctamente.

f) Dimensiones de la satisfacción del cliente

Kotler (2009), describe las siguientes dimensiones de la satisfacción:

1. Servicio: “Se refiere al nivel de servicio recibido en aspectos distintos al uso de la herramienta tecnológica, tales como: atención de consultas, solicitudes de pruebas, capacitación brindada, tarifas aplicadas y otros”.
2. Oportunidad/Tiempo de respuesta: Es el grado de rapidez con que reaccionan diferentes sectores ante el requerimiento de los clientes y otorgan servicios en tiempo razonable.
3. Funcionalidad del sistema: Facilidad desarrollada por la tecnología la cual satisface las necesidades de los consumidores.
4. Información: Cuando es satisfecha las necesidades de información por la organización.
5. El prestador del servicio: Nivel de comportamiento del prestador del servicio en la atención al mencionar que, en algunas ocasiones, o tal vez

en la mayoría, la clientela da valor el servicio rápido que se le proporcione.

g) Teorías de la satisfacción del cliente

Kotler (2009), menciona que, “En las ciencias sociales se han efectuado enfoques a la hora de definir el modelo de satisfacción/insatisfacción del cliente y cómo influyen en la satisfacción del cliente los distintos factores, como el coste o el desempeño del producto”.

Se diferencian cuatro teorías que buscan describir la motivación de las personas y que se aplican para identificar la satisfacción de los clientes; pasando a desarrollar de forma breve.

1. Teoría de la Equidad: señala que la complacencia se origina cuando una señalada parte aprecia que el horizonte de las consecuencias conquistadas en alguna medida imparciales, con sus acogidas tales como el precio.
2. Teoría de la Atribución Causal: argumenta que el consumidor ve las consecuencias al adquirir un producto en forma de satisfacción o frustración. La complacencia es señalada por elementos internos como los conocimientos del consumidor al realizar una compra y a elementos externos como la duda de ejecutar la adquisición del producto u otros sujetos o también la suerte.
3. Teoría del Desempeño o Resultado. *“La satisfacción del cliente se halla derechamente conexas con el cometido de los tipos de los productos o servicios vistas por el ejerciente cliente”*. Se precisa como el horizonte de efectividad del beneficio en afinidad con el valor o precio que cancela el cliente. La satisfacción se proveerá de acuerdo al monto, donde el precio es la aptitud vista en correspondencia al precio abonado por el producto y/o servicio.
4. Teoría de las Expectativas: Señala que los consumidores integran sus expectativas respecto al cometido de las tipologías del bien o servicio derivados de ejecutar la compra. Al realizar la compra y usar el producto, el consumidor coteja las perspectivas de las tipologías, utilizando una

codificación “mejor que” o “peor que”. Se origina una discrepancia si el servicio o bien es mayor a lo que se espera, siendo que una discrepancia de denegación se origina cuando el producto es malo. Una ratificación de las perspectivas se origina cuando la función del producto o servicio es como se espera. El gozo en el consumidor se espera que acreciente cuando las discrepancias reales se incrementen.

Definición de términos básicos.

- a) Calidad de servicio: Calidad de Servicio es un concepto que deriva de la propia definición de Calidad, entendida como satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente o, expresado en palabras de J. M. Juran, como aptitud de uso.
- b) Cliente: Elemento que monopoliza las mercancías de un competitivo o de una sociedad o que hace adquisición corrientemente en un negocio.
- c) Control: Dominio o dirección de una colocación o método.
- d) Municipalidades: Son instancias Descentralizadas correspondientes a los niveles de Gobierno Local, que emanan de la voluntad popular. Es una persona Jurídica de derecho público con autonomía Política, Económica y Administrativa en los asuntos de su competencia.
- e) Equidad: Paralelismo o equidad en el prorrateo de una forma entre varios o en el trato de los individuos.
- f) Expectativas: Situación del individuo que espera conseguir algo, Posibilidad de lograr un beneficio.
- g) Gestión: Hace referencia a la acción y a la consecuencia de administrar o gestionar algo. Al respecto, hay que decir que gestionar es llevar a cabo diligencias que hacen posible la realización de una operación comercial o de un anhelo cualquiera
- h) Necesidad: privarse de algo para vivir el cual es necesario como son el alimento o dinero para conseguirlo.
- i) Planeación: Realizar un plan para desarrollar alguna tarea o función.
- j) Producto: Resultado tangible o intangible consecuente de una determinada función.

- k) Producción: Proceso que genera bienes o servicios económicos. Actividad económica para distribuir, producir y consumir, promoviendo satisfacción de las necesidades.
- l) Satisfacción: Placer o bienestar al satisfacer un deseo o necesidad.
- m) Servicio: Personas y recursos encargadas de realizar una labor que satisface necesidades.
- m) Usuario: Es quien usa ordinariamente algo. El término, que procede del latín “usuarius”, hace mención a la persona que utiliza algún tipo de objeto o que es destinataria de un servicio, ya sea privado o público.

1.4. Formulación del problema.

¿En qué manera una propuesta del Modelo de Gestión contribuirá a mejorar el nivel de Satisfacción de los usuarios del Área de Programas Sociales de la Municipalidad Provincial de Hualgayoc?

1.5. Justificación e importancia del estudio.

Esta investigación se justifica porque a través del plan de mejora de la satisfacción de usuarios de programas sociales de la municipalidad provincial, se optimizará la calidad de servicio y la expectativa de los usuarios, generando el positivismo en el desarrollo de la municipalidad.

Justificación teórica.

Se justifica porque el estudio va a generar reflexión y debate académico sobre el conocimiento existente en programas sociales de la Municipalidad Provincial de Hualgayoc- Bambamarca, confrontar una teoría, contrastar resultados o hacer epistemología del conocimiento existente.

Esta investigación busca mostrar la solución de un modelo de gestión, es por eso se resalta que se está haciéndose una justificación teórica.

Justificación Práctica.

Esta investigación: Modelo de Gestión y nivel de satisfacción de usuarios del área de programas sociales de la municipalidad provincial de Hualgayoc, tiene una justificación

práctica, porque su desarrollo va ayuda a resolver un problema o, por lo menos propone estrategias que al aplicarse contribuirían a resolverlo, se va describir o analizar un problema o plantear estrategias que podrían solucionar problemas.

Su justificación es práctica, porque, al igual que en el caso del análisis del sector, la información sirve para actuar sobre la municipalidad, a través de una propuesta para mejorar o realizar cambios que contribuyan a mejorar el nivel de satisfacción de los usuarios.

Justificación Metodológica.

Metodológicamente se justifica porque va proponer un nuevo método o una nueva estrategia para generar conocimiento válido y confiable en esta investigación. Si en un estudio se propone buscar nuevos métodos o técnicas para generar conocimientos, busca nuevas formas de hacer investigación, entonces podemos decir que la investigación tiene una justificación metodológica.

La justificación en la investigación es indispensable, es lo que le da valor al trabajo investigativo.

La justificación en la investigación responde al porqué, del trabajo en estudio y la utilidad o importancia de su realización.

El estudio es de suma **importancia** porque servirá para diagnosticar a profundidad el nivel de satisfacción del usuario según las dimensiones de cada variable, así realizar un análisis concienzudo sobre como poder brindar una mejor atención a los clientes en el área de programas sociales de la Municipalidad Provincial de Hualgayoc- Bambamarca y el cual servirá de base para la propuesta de mejora del servicio. La propuesta de mejora de atención al usuario de la Municipalidad Provincial de Hualgayoc, se realiza para optimizar la atención de los usuarios; por lo que proponen la implementación de la plataforma para la atención a los ciudadanos, para realizar trámites, información y recepción de quejas y reclamos. La propuesta de mejora de atención al usuario de la Municipalidad Provincial de Hualgayoc, se realiza para optimizar la atención a los ciudadanos otorgada. La atención a la ciudadanía se realizará a través de un único número telefónico o central telefónica, desde el cual se deriva la llamada a la respectiva oficina del área que corresponda.

1.6. Hipótesis

La propuesta de un modelo de Gestión incrementará el nivel de satisfacción de usuarios del área de programas sociales de la Municipalidad Provincial de Hualgayoc-Bambamarca.

1.6.1. Variables.

- a) Variable Independiente: Modelo de gestión.
- b) Variable Dependiente: Nivel de satisfacción de usuarios.

1.7. Objetivos.

1.7.1. Objetivo General.

Determinar el grado de relación que existe entre la calidad de servicio con el nivel de satisfacción de los usuarios del área de los programas de la Municipalidad Provincial de Hualgayoc – Bambamarca, 2017.

1.7.2. Objetivos específicos.

- a) Evaluar la gestión de la calidad del servicio brindada por los colaboradores y el nivel de satisfacción de usuarios, del área de los programas de la Municipalidad Provincial de Hualgayoc – Bambamarca, 2017.
- b) Establecer de qué manera el modelo de gestión se relaciona con el nivel de satisfacción de los usuarios, del área de los programas de la Municipalidad Provincial de Hualgayoc – Bambamarca, 2017.
- c) Proponer un modelo de gestión que incremente el nivel de satisfacción de los usuarios del área de programas sociales de la Municipalidad Provincial de Hualgayoc – Bambamarca, 2017.

II. MATERIAL Y MÉTODO

2.1. Tipo y Diseño de Investigación.

2.1.1. Tipo de investigación.

La investigación fue de tipo cuantitativa, en la cual se analizó la problemática, estableciendo las causas del porque se presentan los hechos y condiciones en las que desarrollan para establecer la semejanza entre las variables de estudio.

La metodología cuantitativa según Tamayo (2007), consiste en el contraste de teorías ya existentes a partir de una serie de hipótesis surgidas de la misma, siendo necesario obtener una muestra, ya sea en forma aleatoria o discriminada, pero representativa de una población o fenómeno objeto de estudio. Por lo tanto, para realizar estudios cuantitativos es indispensable contar con una teoría ya construida, dado que el método científico utilizado en la misma es el deductivo.

2.1.2. Diseño de investigación.

Diseño de investigación correlacional: La investigación correlacional es una técnica de diseño de investigación no experimental que ayuda a los investigadores a establecer una relación entre dos variables estrechamente relacionadas. Se requieren dos grupos diferentes para llevar a cabo este método de diseño de investigación.

No hay ninguna suposición al evaluar una relación entre dos variables diferentes y se utilizan técnicas de análisis estadístico para calcular la relación entre ellas.

La correlación entre dos variables se concluye mediante un coeficiente de correlación, cuyo valor oscila entre -1 y +1. Si el coeficiente de correlación es hacia +1, indica una relación positiva entre las variables y -1 indica una relación negativa entre las dos variables.

Descriptiva- propositiva, porque se describió los hechos de la atención que se les brindó a los usuarios del programa social en la señalada municipalidad, y a través de los resultados se propuso una mejora en la calidad de atención.

2.2.Población y Muestra.

2.2.1. Población.

La población estuvo conformada por 100 colaboradores de la empresa y por 9633 usuarios del área de programas sociales de la Municipalidad Provincial de Hualgayoc-Bambamarca

2.2.2. Muestra.

La muestra se escogió de forma no probabilística y probalísticamente; es decir, para la muestra de los colaboradores de la empresa se utilizó la técnica no probabilística por conveniencia es decir se escogió a los 100 colaboradores para conformar la muestra.

La muestra de los usuarios externos se escogió con la técnica probabilística aleatoria simple a través de fórmula de muestreo de población finita.

Se obtuvo la muestra con la siguiente fórmula:

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

Descripción de la fórmula de muestra.

N: Total de Población:	9633
p: Proporción Esperada:	50%
q (1-p) :	50%
e: Nivel de error aceptado:	5%
za: Nivel de confianza 1-a	95% = 1.96

Fuente: equipo de investigación

Niveles de Confianza o Seguridad: 1-a	
1-a	Coefficiente (Za)
90.0%	1.645
95.0%	1.96
97.5%	2.24
99.0%	2.576

Fuente: equipo de investigación

$$n = \frac{9,251.53}{25.04}$$

$$n = 369$$

2.3.Variables: Operacionalización.

Tabla 1

Operacionalización de Modelo de Gestión

V.I	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEMS	INST
Gestión de calidad de servicio	“Conjunto de propiedades, circunstancias, caracteres, atributos, rasgos y demás apreciaciones, inherentes o	Elementos tangibles	Instalaciones físicas	1	C U E S T I O N
			Equipamiento	2	
			Presentación formal del personal	3	
		Fiabilidad	Eficiencia en el servicio	4	

	adquiridas por el objeto valorado que permiten distinguir las peculiaridades del objeto y de su productor (empresa), y estimarlo (valorarlo) respecto a otros objetos de su especie” (Llaguna, 2015)	Capacidad de respuesta	Cumplimiento de lo prometido	5	A R I O	
			Orientación al usuario	6		
				Protocolo de atención		7
				Rápida atención		8
		Seguridad	Conocimiento del servicio prestado	9		
			Prestación del servicio	10		
			Credibilidad	11		
			Confianza	12		
		Empatía	Atención personalizada	13		
			Lenguaje claro	14		
			Retroalimentación	15		

Tabla 2

Operacionalización de nivel de satisfacción de usuarios

V.D.	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEMS	INST
Satisfacción del cliente	“Estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus	Rendimiento percibido	Calidad de atención	1	C U E S T I O N A R
				2	
			Diversidad de servicios	3	
			Infraestructura	4	
				5	
			Comunicación	6	
				7	

	expectativas". Kotler (2009)		Personal	8	I O
				9	
		Expectativas	Confiabilidad	10	
			Capacidad de respuesta	11	
				12	
			Atención	13	
				14	
			Necesidades	15	
			Accesibilidad	16	

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.

2.4.1. Métodos

- a) Análisis: pues se utiliza para analizar detalladamente los datos e información relacionada con la investigación, tanto de la temática de las variables como de los resultados estadísticos que se obtendrán.
- b) Inductivo – deductivo: este permitirá obtener conclusiones relacionado a hechos particulares, deductivo ya que parte de lo general a lo particular, e inductivo pues va de lo particular a lo general.

2.4.2. Abordaje Metodológico.

El abordaje es el descriptivo – propositivo, describiendo las características de una población especial, proponiendo mejorar ante las problemáticas existentes.

2.4.3. Técnicas de recolección de datos.

La técnica utilizada para la recolección de los datos en la investigación fue la encuesta.

2.4.4. Instrumentos de recolección de datos.

El instrumento utilizado es el cuestionario mediante la escala de Likert.

2.5. Procedimiento de análisis de datos.

En primer lugar, se solicitó el permiso a la sub gerente de programas sociales, quién autorizó el recojo de la información a través de la encuesta, aplicándolo a la muestra señalada. El análisis se desarrolló por medio de los programas SPSS y Excel, de los cuales se obtienen tablas y figuras estadísticas, las cuales fueron interpretadas para discutir los resultados y proporcionar las conclusiones.

2.6. Principios Éticos.

- a) Credibilidad, porque los resultados que se obtuvieron son coherentes y verdaderos, realizándolos en la misma institución en la que se ha realizado el estudio.
- b) Consistencia, pues se comparó los resultados con los antecedentes descritos, así como también la validez de los instrumentos han sido valorados por expertos.
- c) Confiabilidad o reflexividad, los hallazgos del trabajo de investigación garantizan la veracidad de la descripción realizada por los que participaron.

2.7. Criterios de rigor científico

Para realizar la investigación se inició con la selección de algunos criterios para concretar la información:

- a) Usuario de programas sociales de la Municipalidad.
- b) Que conozca la problemática de la empresa.
- c) Que tenga como mínimo un año en el puesto.

III. RESULTADOS

3.1.Gestión de calidad del servicio

3.1.1. Dimensión Elementos tangibles

Tabla 3

Ambientes de atención

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	4	4,0	4,0	4,0
Válido De acuerdo	10	10,0	10,0	14,0
Totalmente de acuerdo	86	86,0	86,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Fuente: Municipalidad Provincial de Hualgayoc.

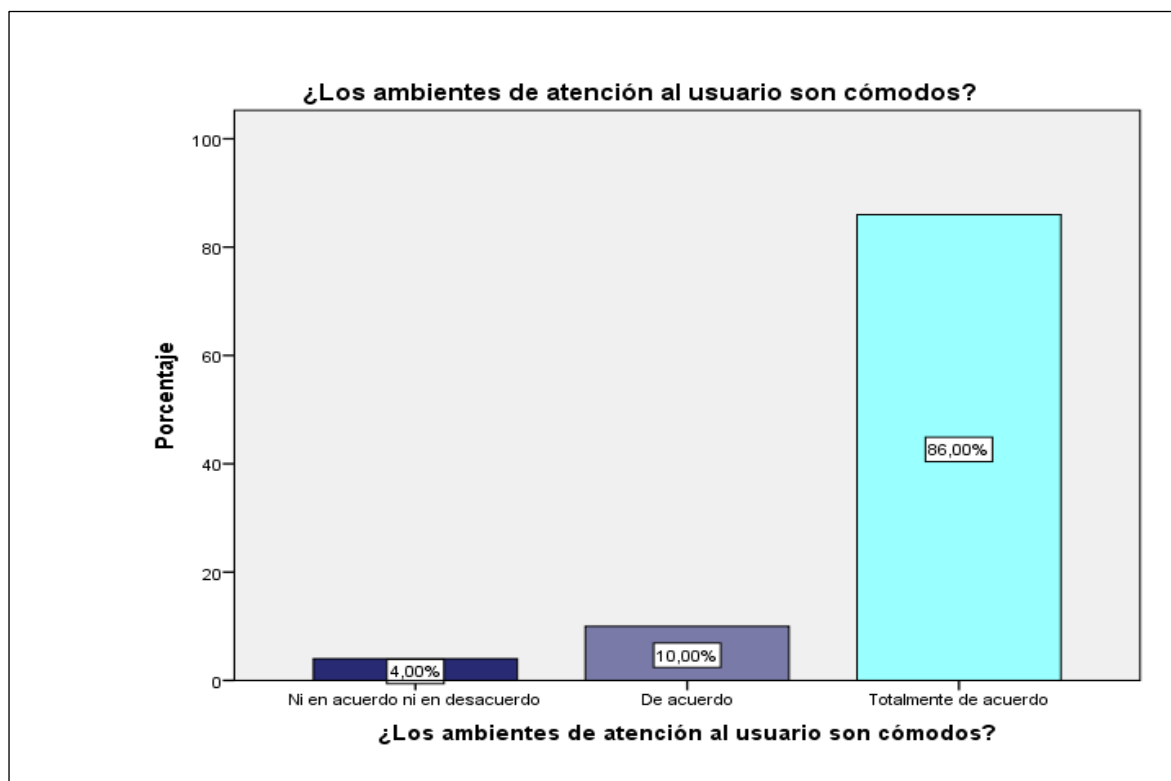


Figura 1: ¿Los ambientes de atención al usuario son cómodos?

Se observa que el mayor porcentaje, 86.00% consideró estar totalmente de acuerdo con los ambientes de atención al usuario en el área de programas sociales y el menor porcentaje 4.00% considero estar ni en acuerdo ni en desacuerdo respecto a los ambientes de atención al usuario del área de programas sociales de la Municipalidad Provincial de Hualgayoc.

Tabla 4

Equipos para el servicio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	6	6,0	6,0	6,0
Válido De acuerdo	74	74,0	74,0	80,0
Totalmente de acuerdo	20	20,0	20,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Fuente: Municipalidad Provincial de Hualgayoc.

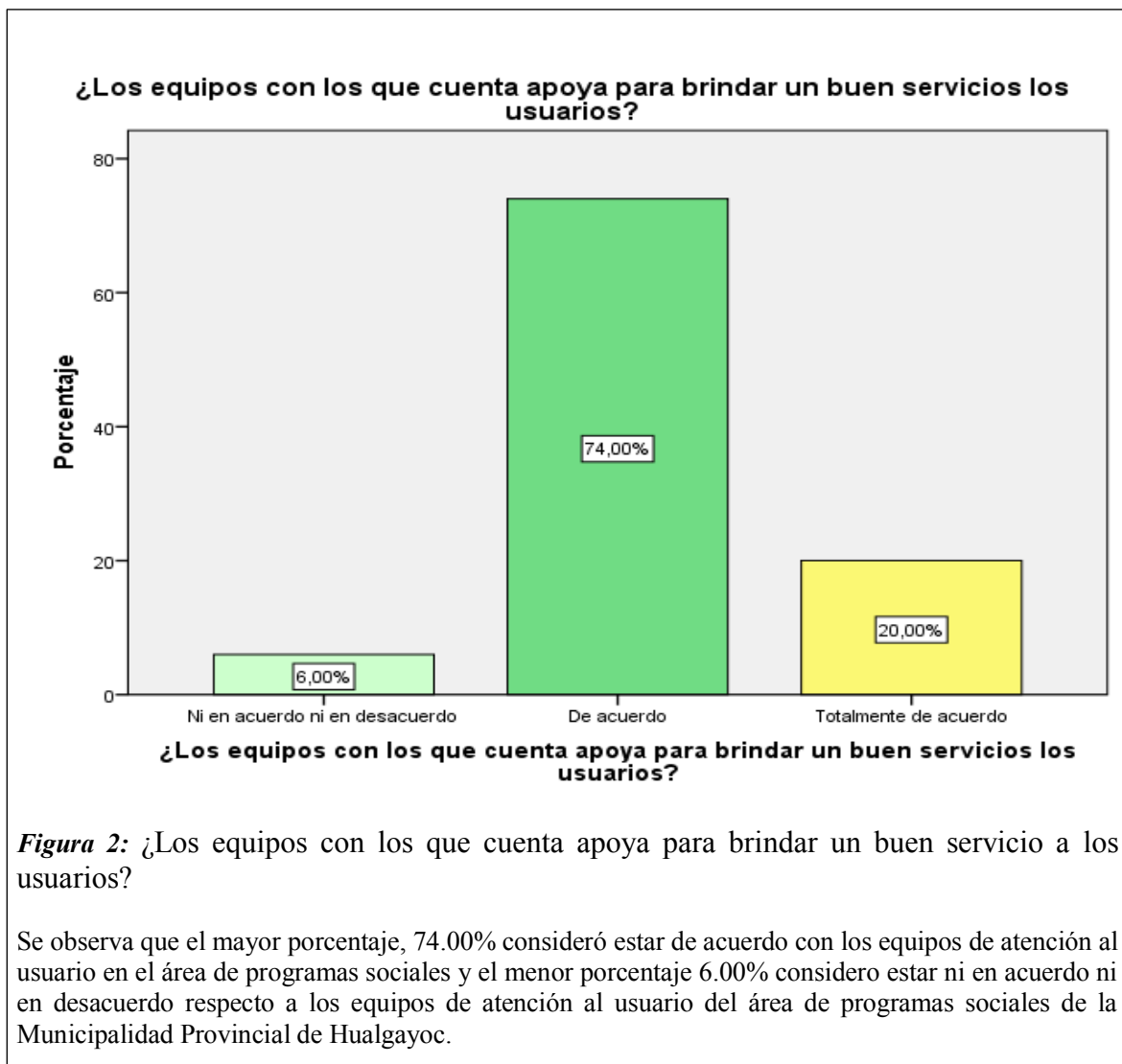


Figura 2: ¿Los equipos con los que cuenta apoya para brindar un buen servicio a los usuarios?

Se observa que el mayor porcentaje, 74.00% consideró estar de acuerdo con los equipos de atención al usuario en el área de programas sociales y el menor porcentaje 6.00% considero estar ni en acuerdo ni en desacuerdo respecto a los equipos de atención al usuario del área de programas sociales de la Municipalidad Provincial de Hualgayoc.

Tabla 5

Formalidad de presentación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	8	8,0	8,0	8,0
De acuerdo	72	72,0	72,0	80,0
Totalmente de acuerdo	20	20,0	20,0	100,0
Válido				
Total	100	100,0	100,0	

Fuente: Municipalidad Provincial de Hualgayoc.

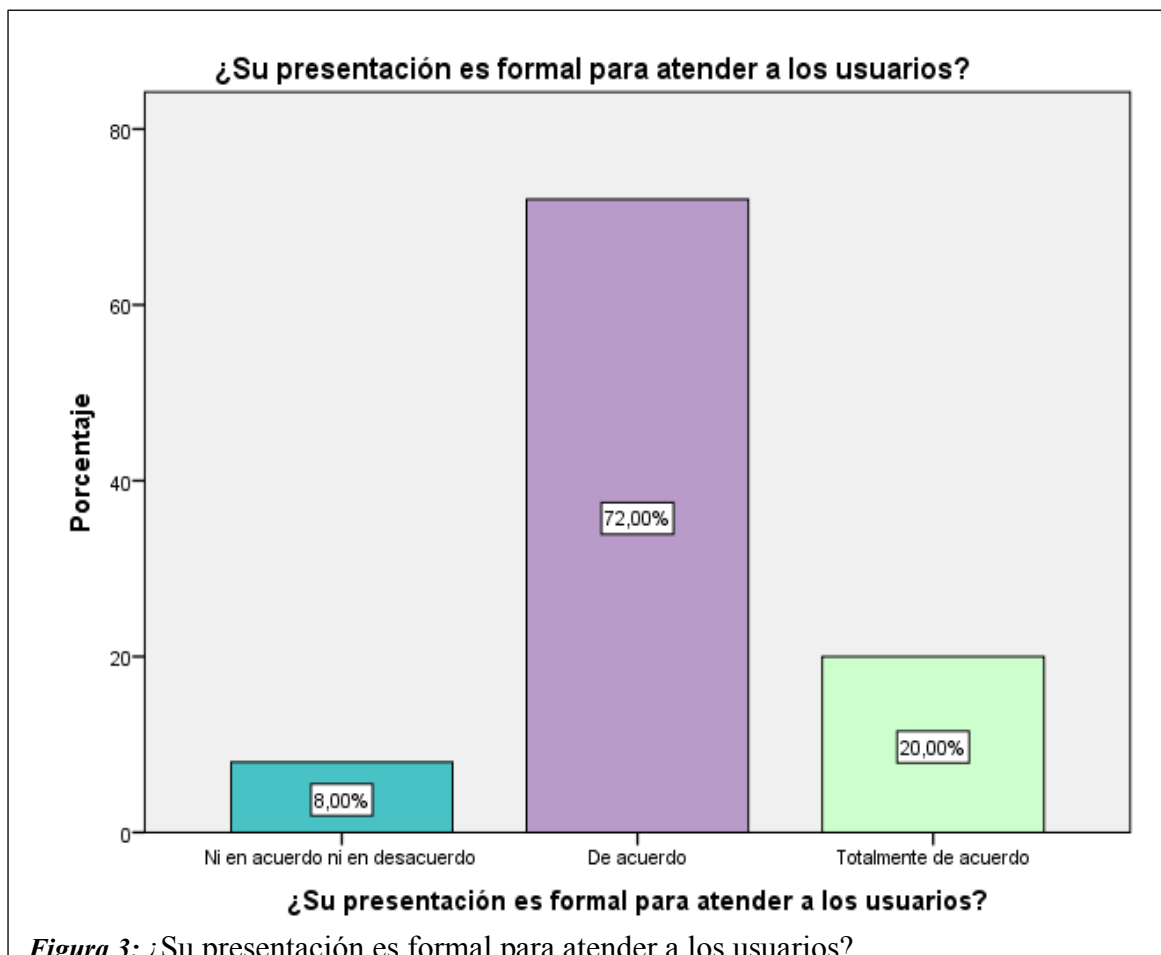


Figura 3: ¿Su presentación es formal para atender a los usuarios?

Se observa que el mayor porcentaje, 72.00% considero estar de acuerdo con la presentación formal del colaborador para atender al usuario en el área de programas sociales y el menor porcentaje 8.00% considero estar ni en acuerdo ni en desacuerdo con la presentación formal del colaborador para atender al usuario del área de programas sociales de la Municipalidad Provincial de Hualgayoc.

3.1.2. Dimensión Fiabilidad

Tabla 6

Eficiencia del servicio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	5	5,0	5,0	5,0
Válido De acuerdo	50	50,0	50,0	55,0
Totalmente de acuerdo	45	45,0	45,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Fuente: Municipalidad Provincial de Hualgayoc.

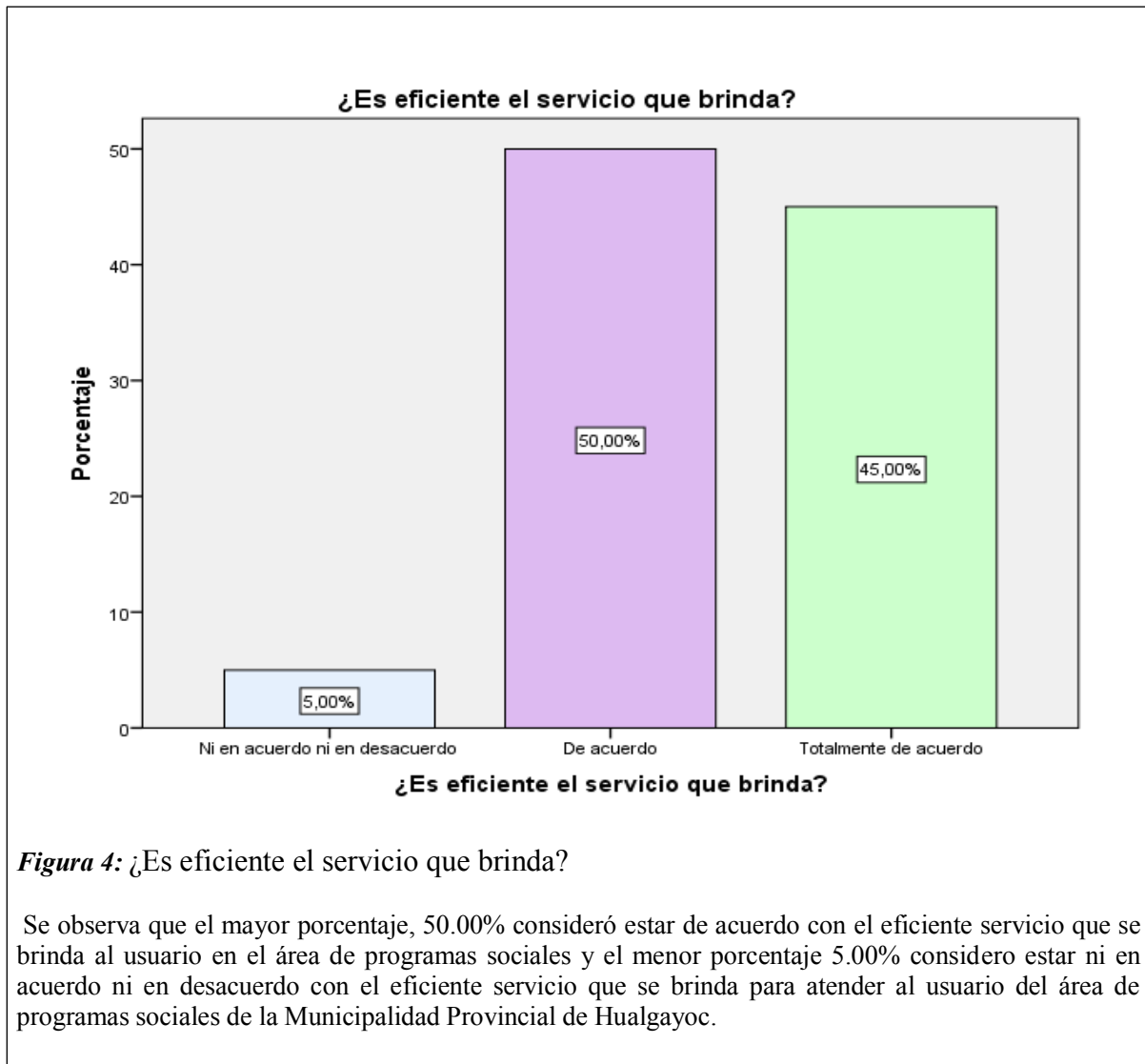


Figura 4: ¿Es eficiente el servicio que brinda?

Se observa que el mayor porcentaje, 50.00% consideró estar de acuerdo con el eficiente servicio que se brinda al usuario en el área de programas sociales y el menor porcentaje 5.00% considero estar ni en acuerdo ni en desacuerdo con el eficiente servicio que se brinda para atender al usuario del área de programas sociales de la Municipalidad Provincial de Hualgayoc.

Tabla 7*Cumplimiento de promesas*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	6	6,0	6,0	6,0
Válido De acuerdo	63	63,0	63,0	69,0
Totalmente de acuerdo	31	31,0	31,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Fuente: Municipalidad Provincial de Hualgayoc.

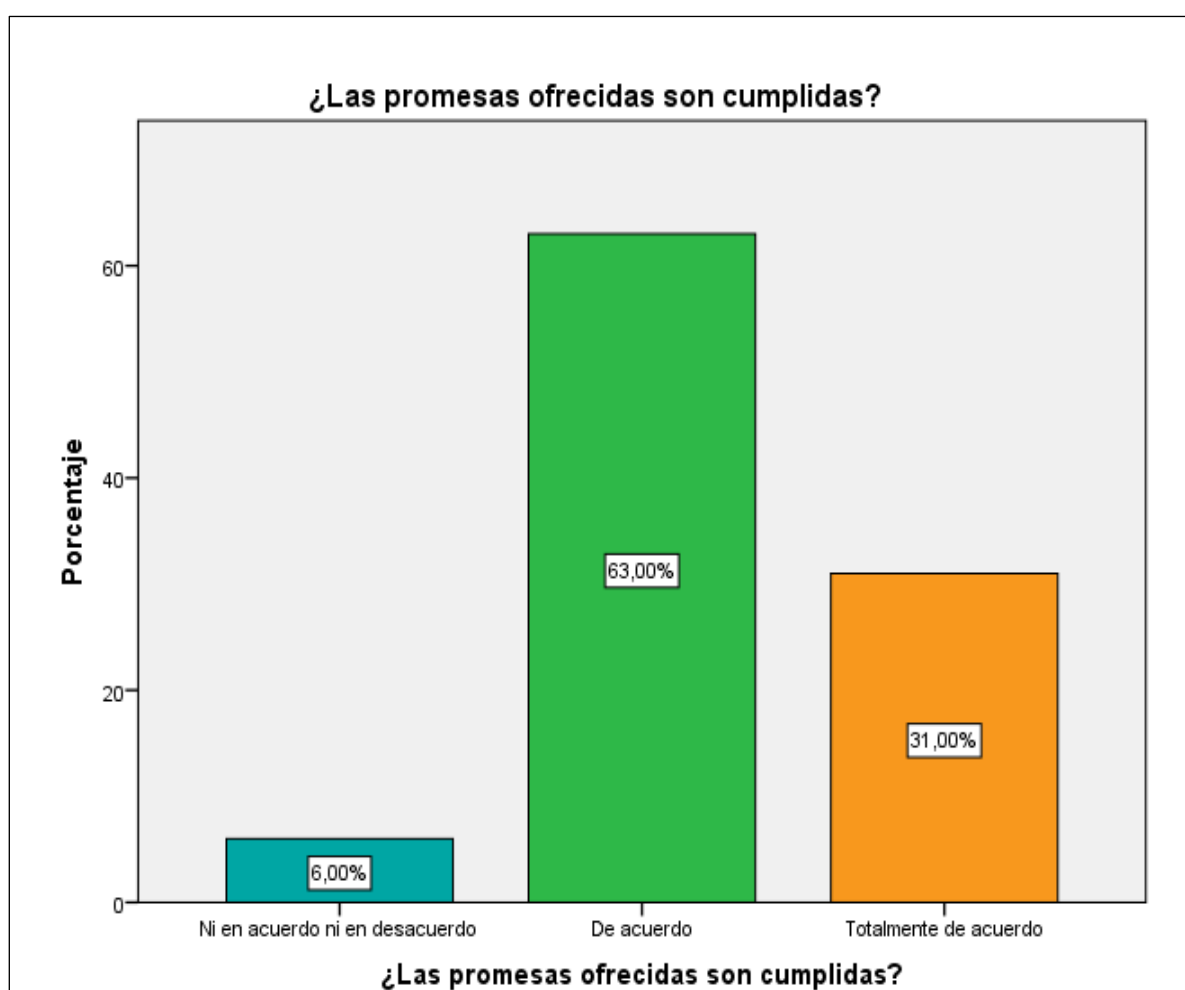


Figura 5: ¿Las promesas ofrecidas son cumplidas?

Se observa que el mayor porcentaje, 63.00% considero estar de acuerdo con las promesas cumplidas al usuario en el área de programas sociales y el menor porcentaje 6.00% considero estar ni en acuerdo ni en desacuerdo con las promesas cumplidas al usuario del área de programas sociales de la Municipalidad Provincial de Hualgayoc.

3.1.3. Dimensión Capacidad de respuesta

Tabla 8

Orientación al usuario

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	4	4,0	4,0	4,0
Válido De acuerdo	44	44,0	44,0	48,0
Totalmente de acuerdo	52	52,0	52,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Fuente: Municipalidad Provincial de Hualgayoc.

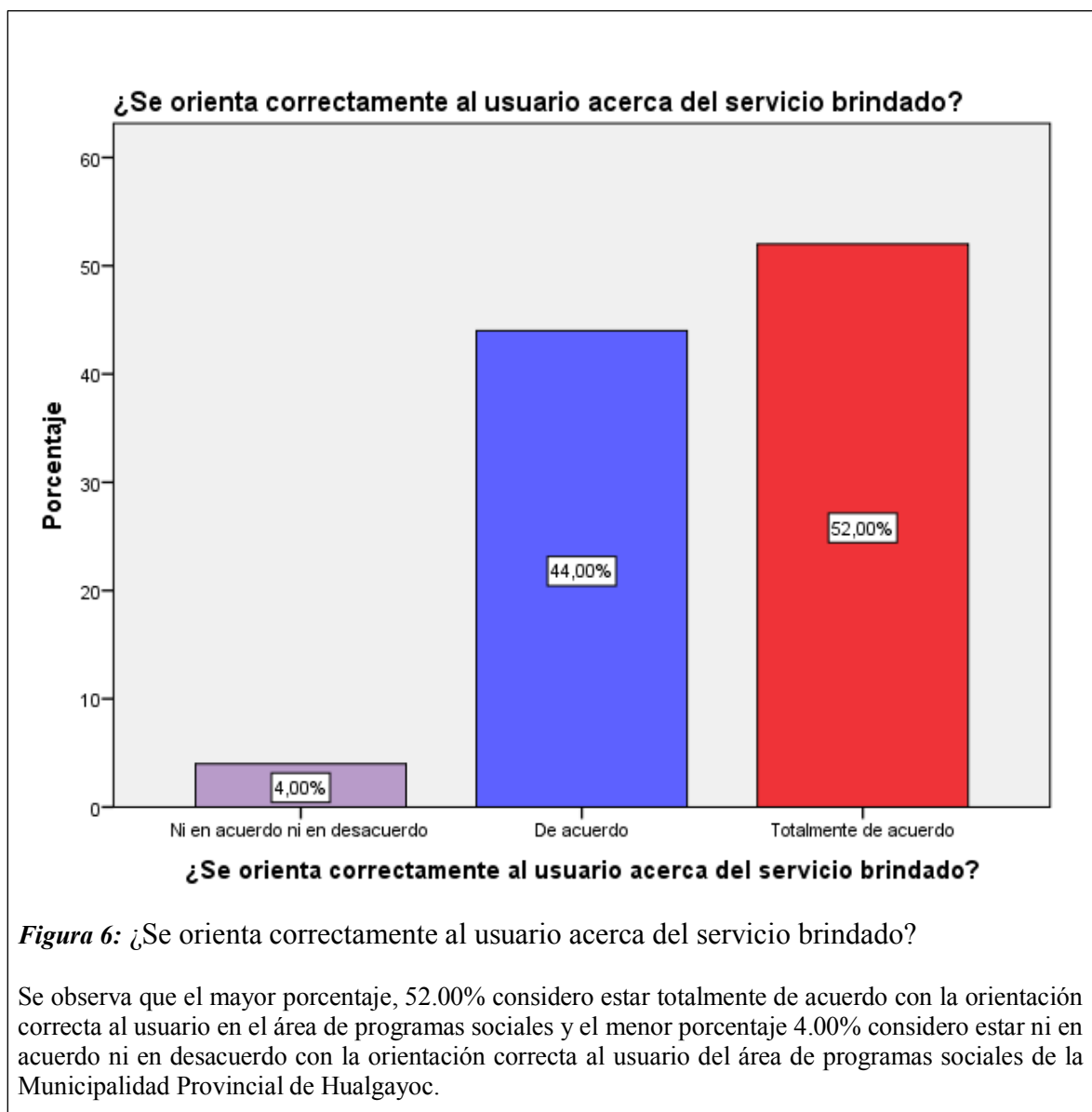


Tabla 9

Protocolo de atención

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	4	4,0	4,0	4,0
Válido De acuerdo	56	56,0	56,0	60,0
Totalmente de acuerdo	40	40,0	40,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Fuente: Municipalidad Provincial de Hualgayoc.

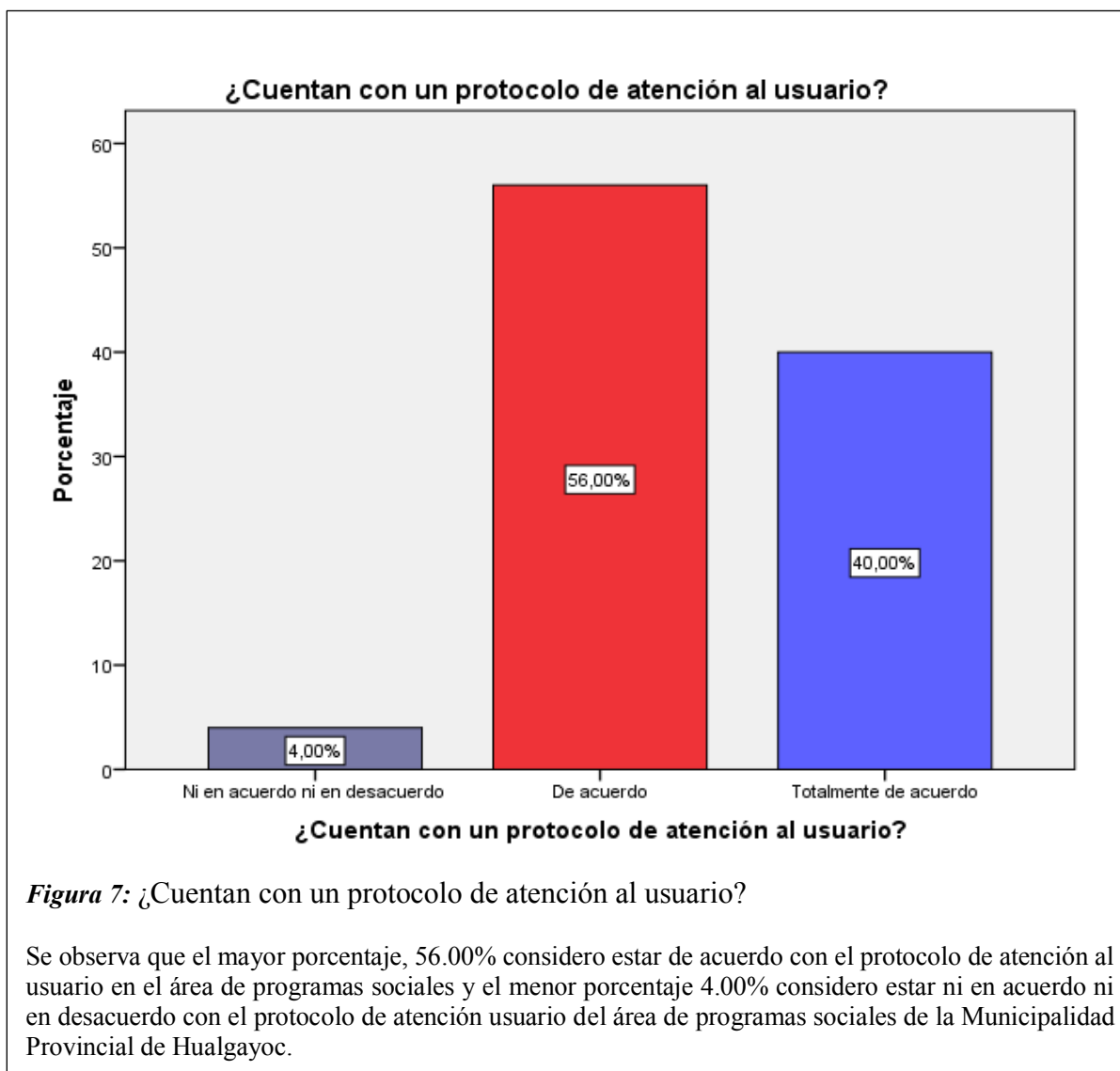


Figura 7: ¿Cuentan con un protocolo de atención al usuario?

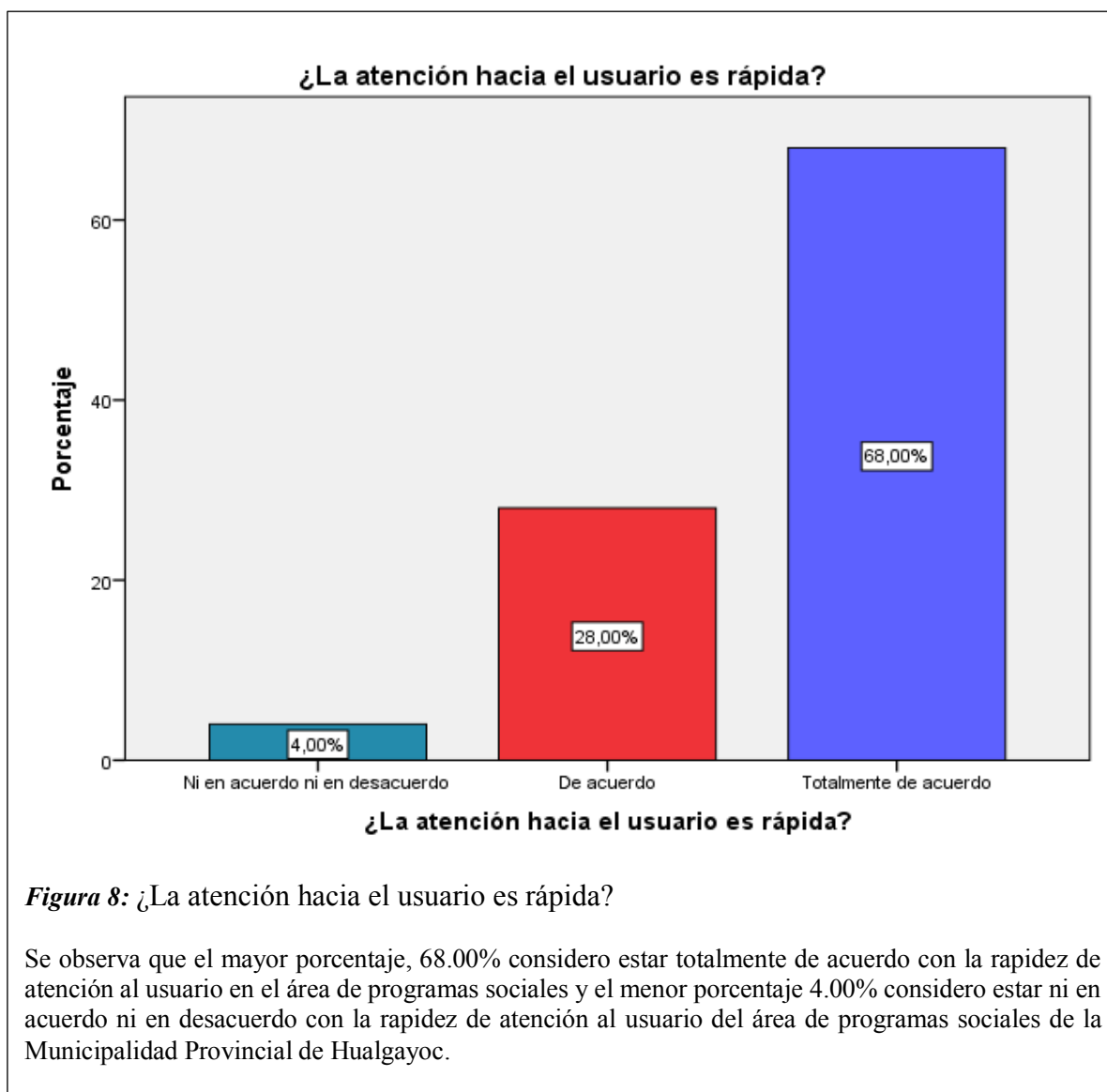
Se observa que el mayor porcentaje, 56.00% considero estar de acuerdo con el protocolo de atención al usuario en el área de programas sociales y el menor porcentaje 4.00% considero estar ni en acuerdo ni en desacuerdo con el protocolo de atención usuario del área de programas sociales de la Municipalidad Provincial de Hualgayoc.

Tabla 10

Rapidez de atención

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	4	4,0	4,0	4,0
Válido De acuerdo	28	28,0	28,0	32,0
Totalmente de acuerdo	68	68,0	68,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Fuente: Municipalidad Provincial de Hualgayoc.



3.1.4. Dimensión Seguridad

Tabla 11

Conocimiento de los elementos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	6	6,0	6,0	6,0
	De acuerdo	62	62,0	62,0	68,0
	Totalmente de acuerdo	32	32,0	32,0	100,0
Total		100	100,0	100,0	

Fuente: Municipalidad Provincial de Hualgayoc.

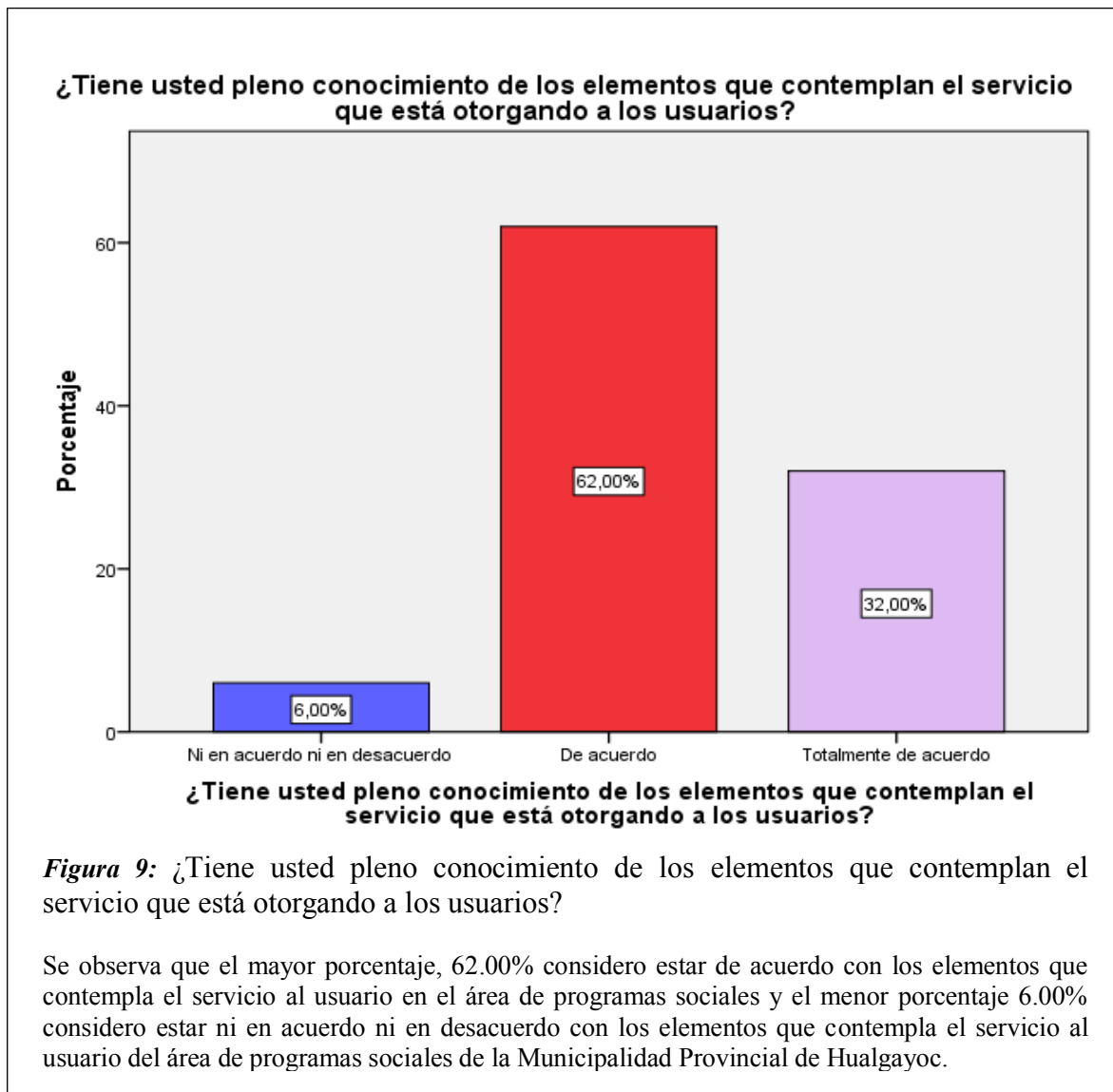


Tabla 12*Asignación de personal especial*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	8	8,0	8,0	8,0
De acuerdo	54	54,0	54,0	62,0
Totalmente de acuerdo	38	38,0	38,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Fuente: Municipalidad Provincial de Hualgayoc.

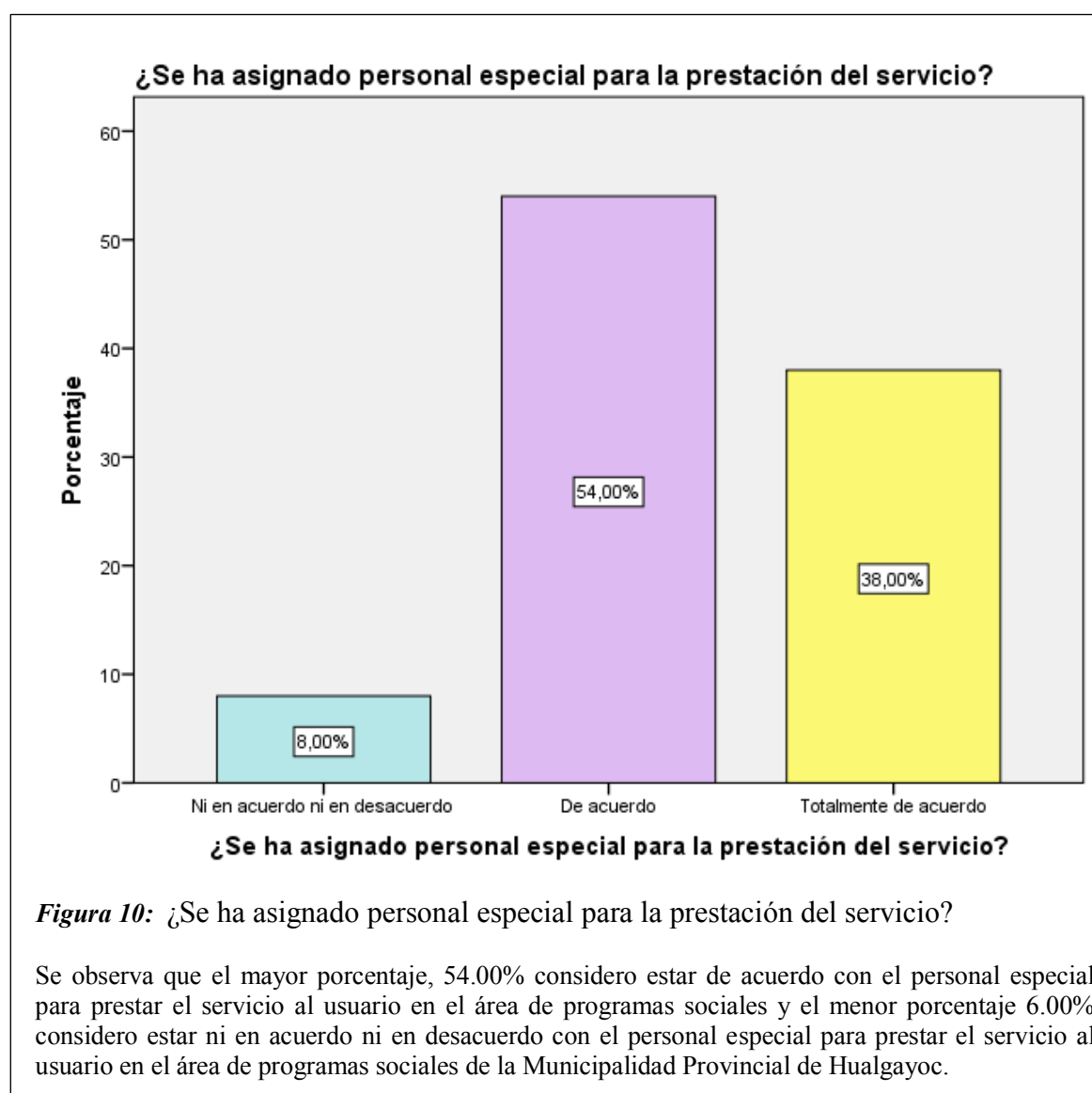


Tabla 13*Credibilidad del usuario*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	8	8,0	8,0	8,0
	De acuerdo	68	68,0	68,0	76,0
	Totalmente de acuerdo	24	24,0	24,0	100,0
Total		100	100,0	100,0	

Fuente: Municipalidad Provincial de Hualgayoc.

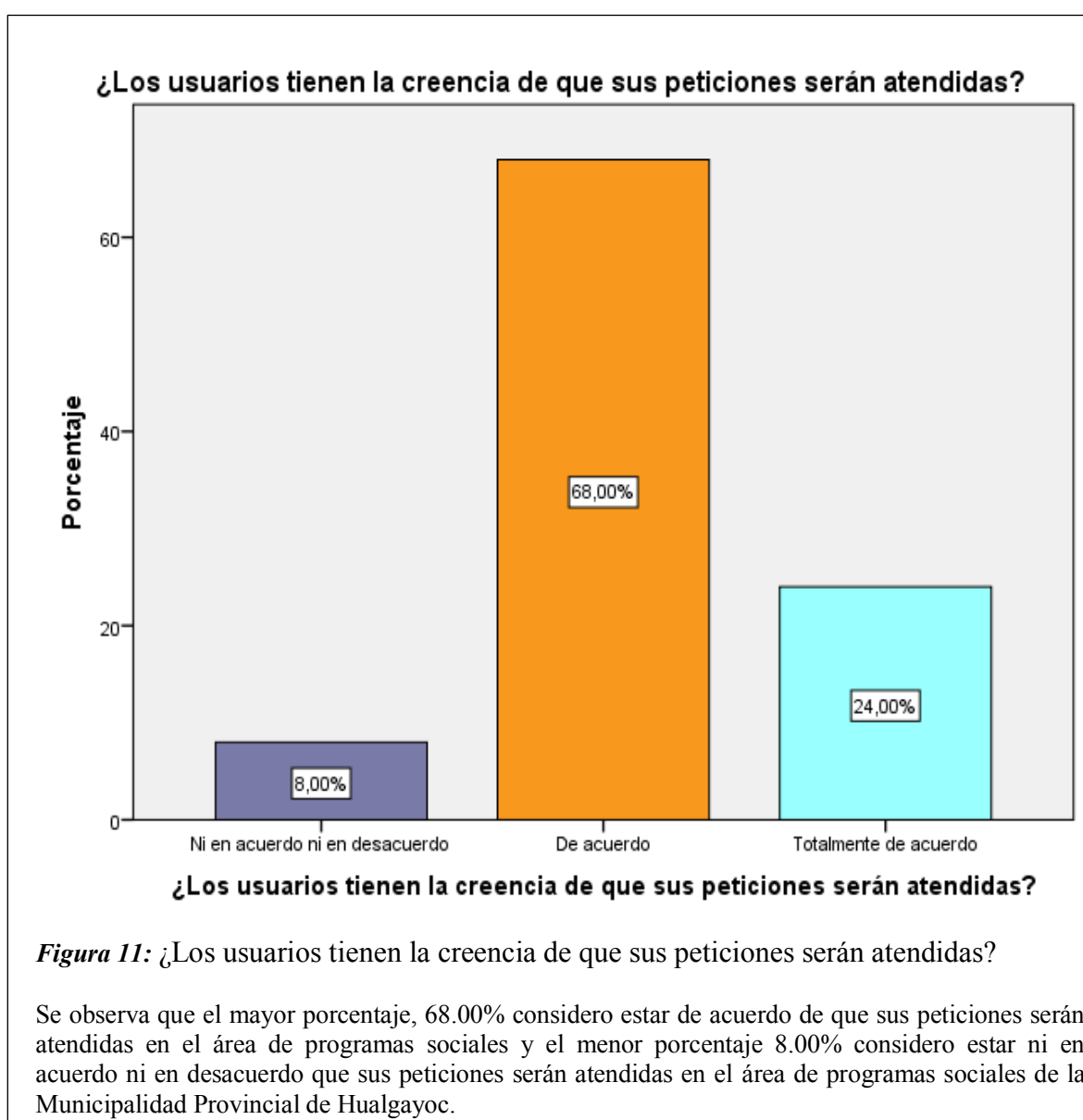


Tabla 14

Confianza en la atención

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	4	4,0	4,0	4,0
Válido De acuerdo	54	54,0	54,0	58,0
Totalmente de acuerdo	42	42,0	42,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Fuente: Municipalidad Provincial de Hualgayoc.

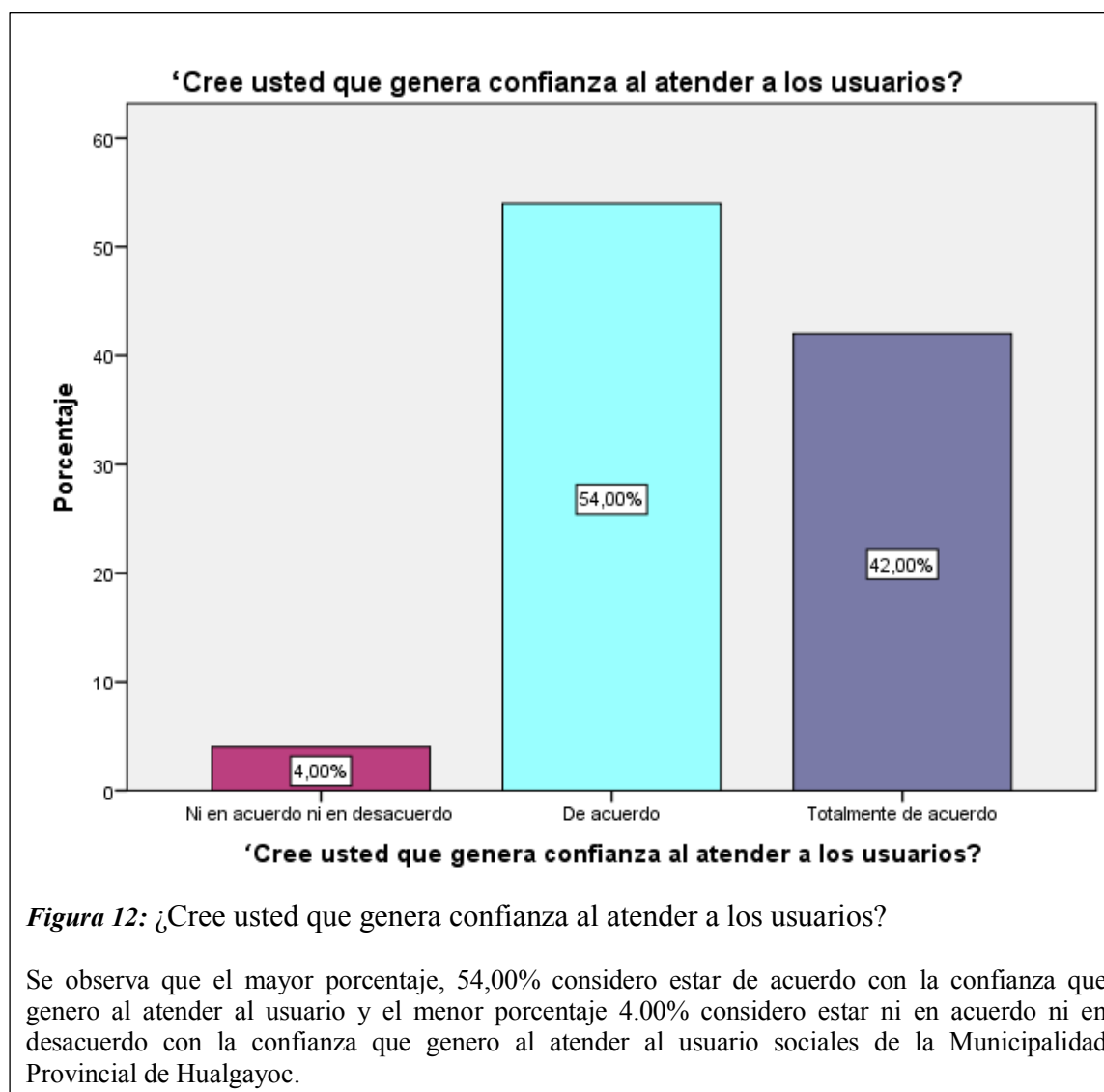


Figura 12: ¿Cree usted que genera confianza al atender a los usuarios?

Se observa que el mayor porcentaje, 54,00% considero estar de acuerdo con la confianza que genero al atender al usuario y el menor porcentaje 4.00% considero estar ni en acuerdo ni en desacuerdo con la confianza que genero al atender al usuario sociales de la Municipalidad Provincial de Hualgayoc.

3.1.5. Dimensión Empatía

Tabla 15

Atención personalizada

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	4	4,0	4,0	4,0
Válido De acuerdo	52	52,0	52,0	56,0
Totalmente de acuerdo	44	44,0	44,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Fuente: Municipalidad Provincial de Hualgayoc.

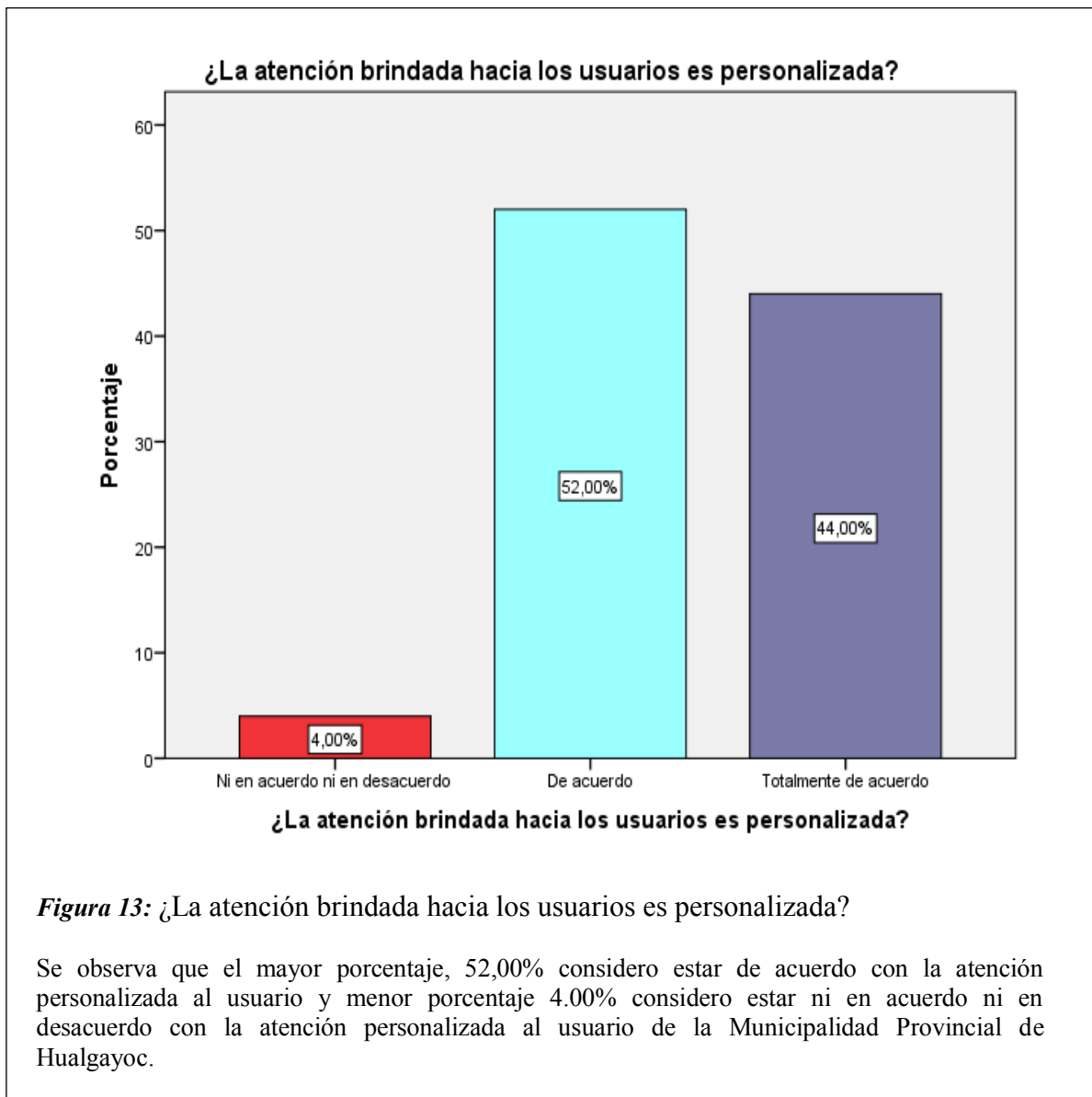


Tabla 16

Expresión clara y entendible

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	4	4,0	4,0	4,0
	De acuerdo	62	62,0	62,0	66,0
	Totalmente de acuerdo	34	34,0	34,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Fuente: Municipalidad Provincial de Hualgayoc.

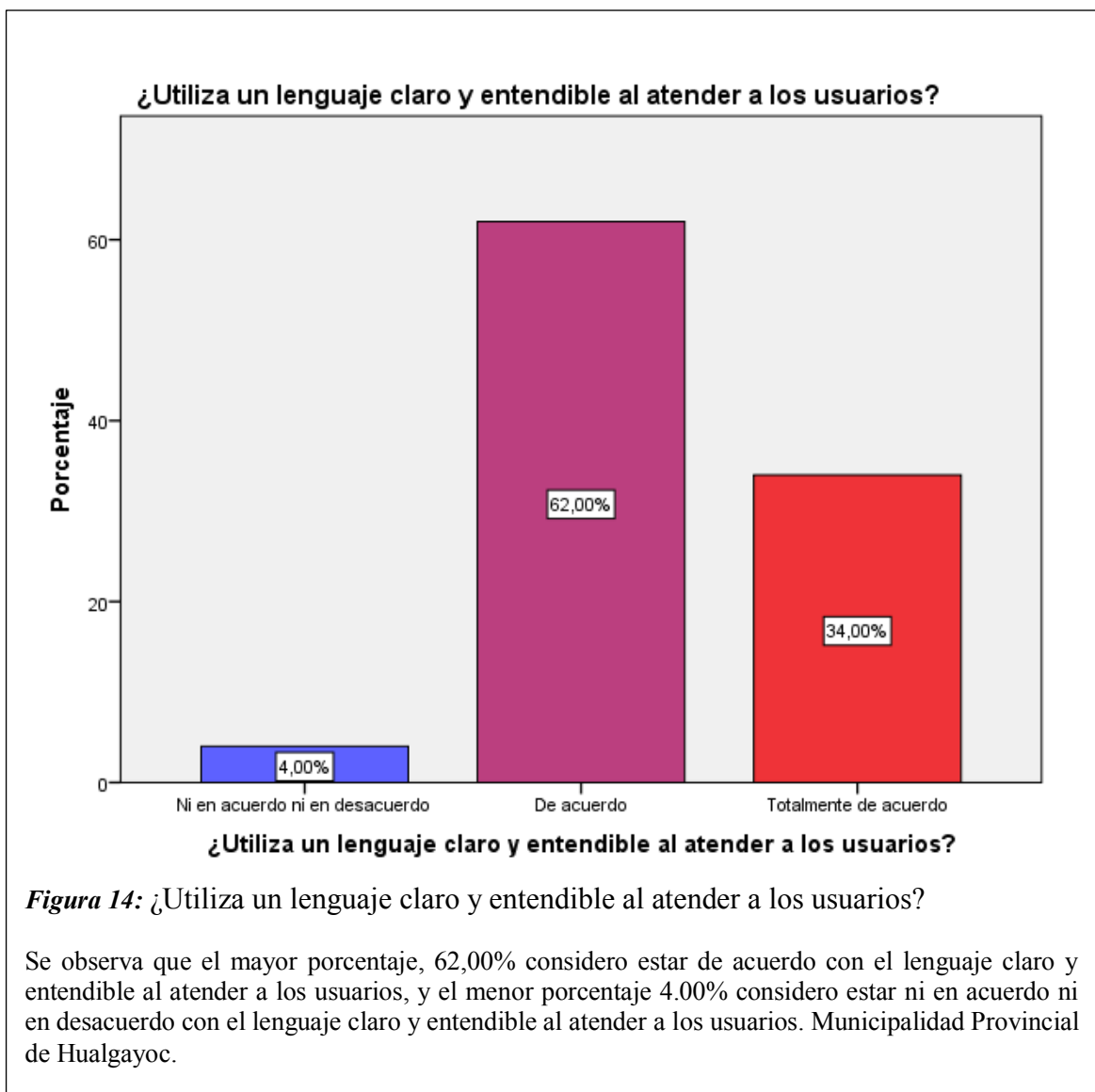


Figura 14: ¿Utiliza un lenguaje claro y entendible al atender a los usuarios?

Se observa que el mayor porcentaje, 62,00% considero estar de acuerdo con el lenguaje claro y entendible al atender a los usuarios, y el menor porcentaje 4.00% considero estar ni en acuerdo ni en desacuerdo con el lenguaje claro y entendible al atender a los usuarios. Municipalidad Provincial de Hualgayoc.

Tabla 17

3.2 Satisfacción al Cliente

3.2.1 Dimensión Rendimiento percibido

Interrogación a los usuarios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	6	6,0	6,0	6,0
	De acuerdo	54	54,0	54,0	60,0
	Totalmente de acuerdo	40	40,0	40,0	100,0
Total		100	100,0	100,0	

Fuente: Municipalidad Provincial de Hualgayoc.

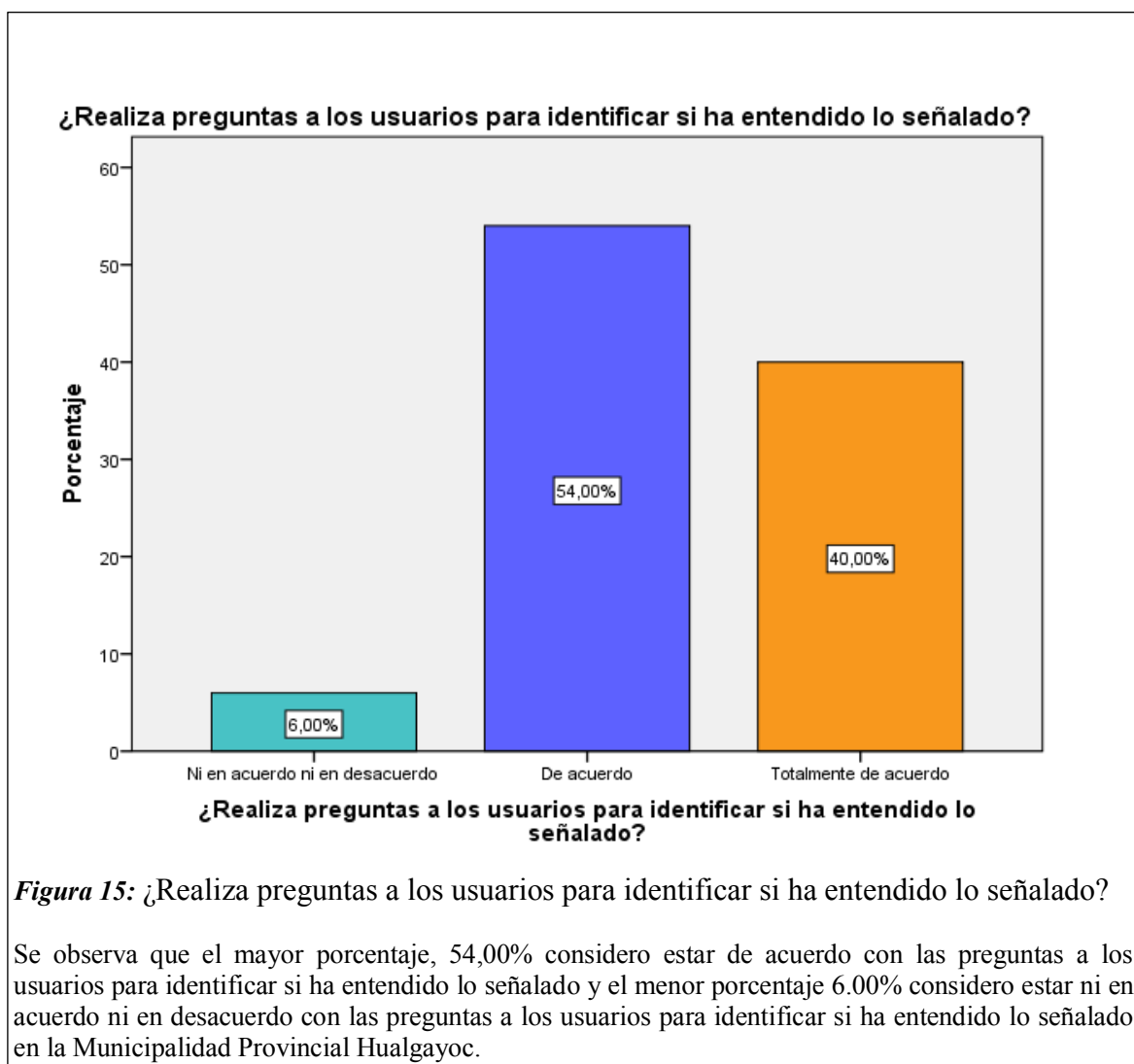


Figura 15: ¿Realiza preguntas a los usuarios para identificar si ha entendido lo señalado?

Se observa que el mayor porcentaje, 54,00% considero estar de acuerdo con las preguntas a los usuarios para identificar si ha entendido lo señalado y el menor porcentaje 6.00% considero estar ni en acuerdo ni en desacuerdo con las preguntas a los usuarios para identificar si ha entendido lo señalado en la Municipalidad Provincial Hualgayoc.

Tabla 18

Atención en el área de programas sociales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Ni satisfecho ni Insatisfecho	15	4,1	4,1	4,1
Válido	Satisfecho	221	59,9	59,9	64,0
	Muy Satisfecho	133	36,0	36,0	100,0
	Total	369	100,0	100,0	

Fuente: Municipalidad Provincial de Hualgayoc.

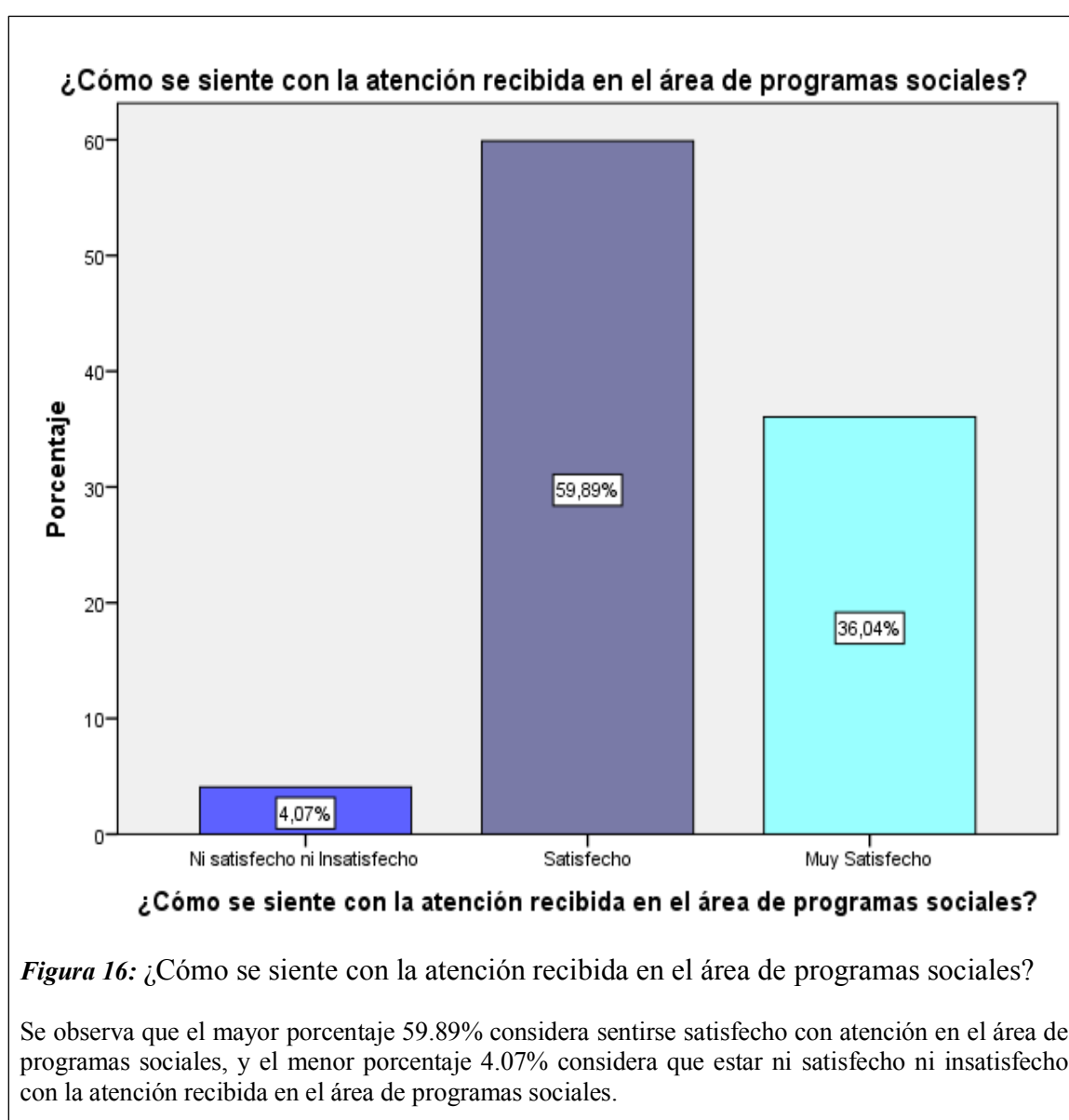


Tabla 19

Nivel de satisfacción

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Satisfecho	258	69,9	69,9	69,9
	Muy Satisfecho	111	30,1	30,1	100,0
	Total	369	100,0	100,0	

Fuente: Municipalidad Provincial de Hualgayoc.

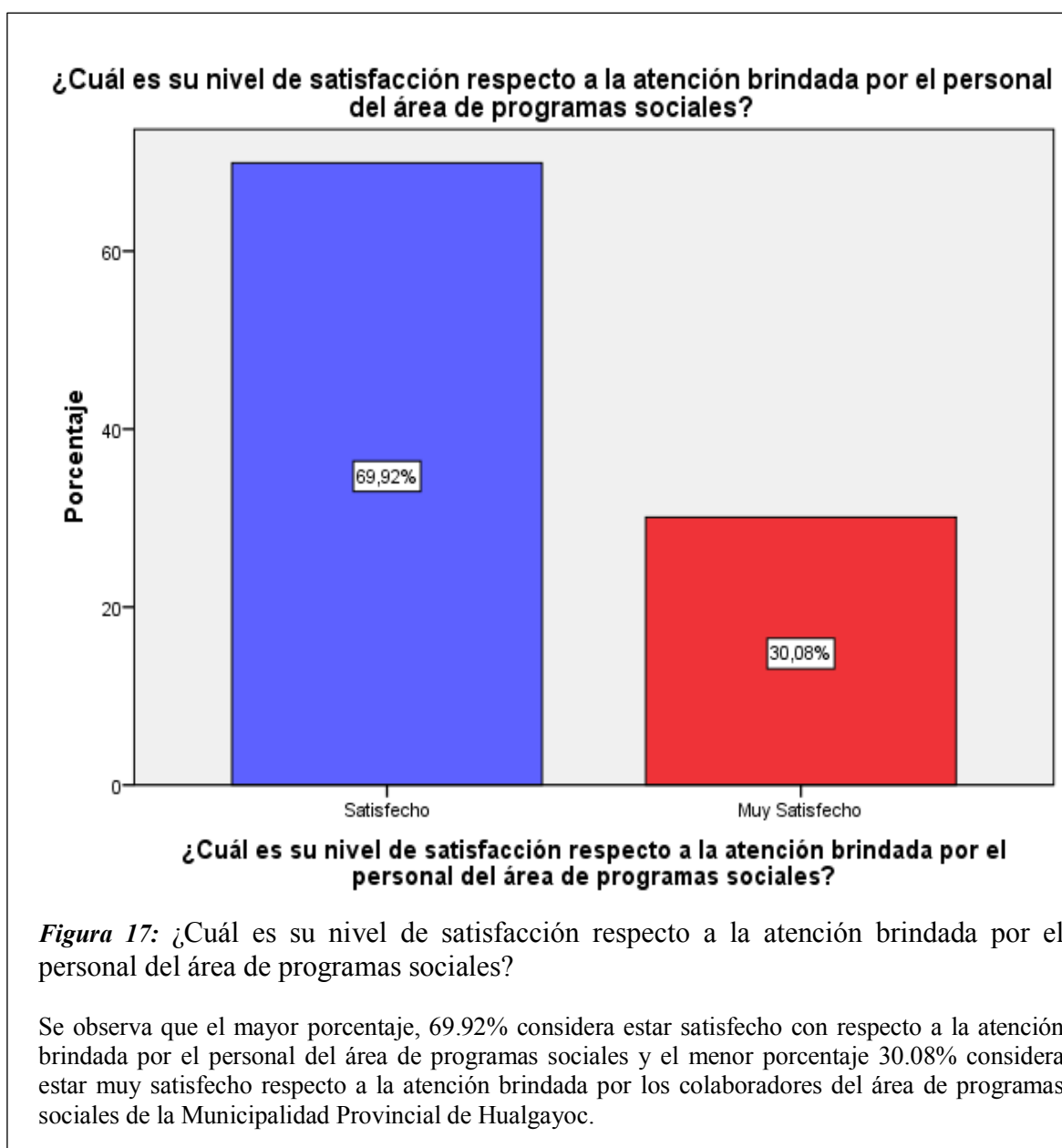


Tabla 20*Diversidad de servicios*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Ni satisfecho ni Insatisfecho	15	4,1	4,1	4,1
Válido	Satisfecho	192	52,0	52,0	56,1
	Muy Satisfecho	162	43,9	43,9	100,0
	Total	369	100,0	100,0	

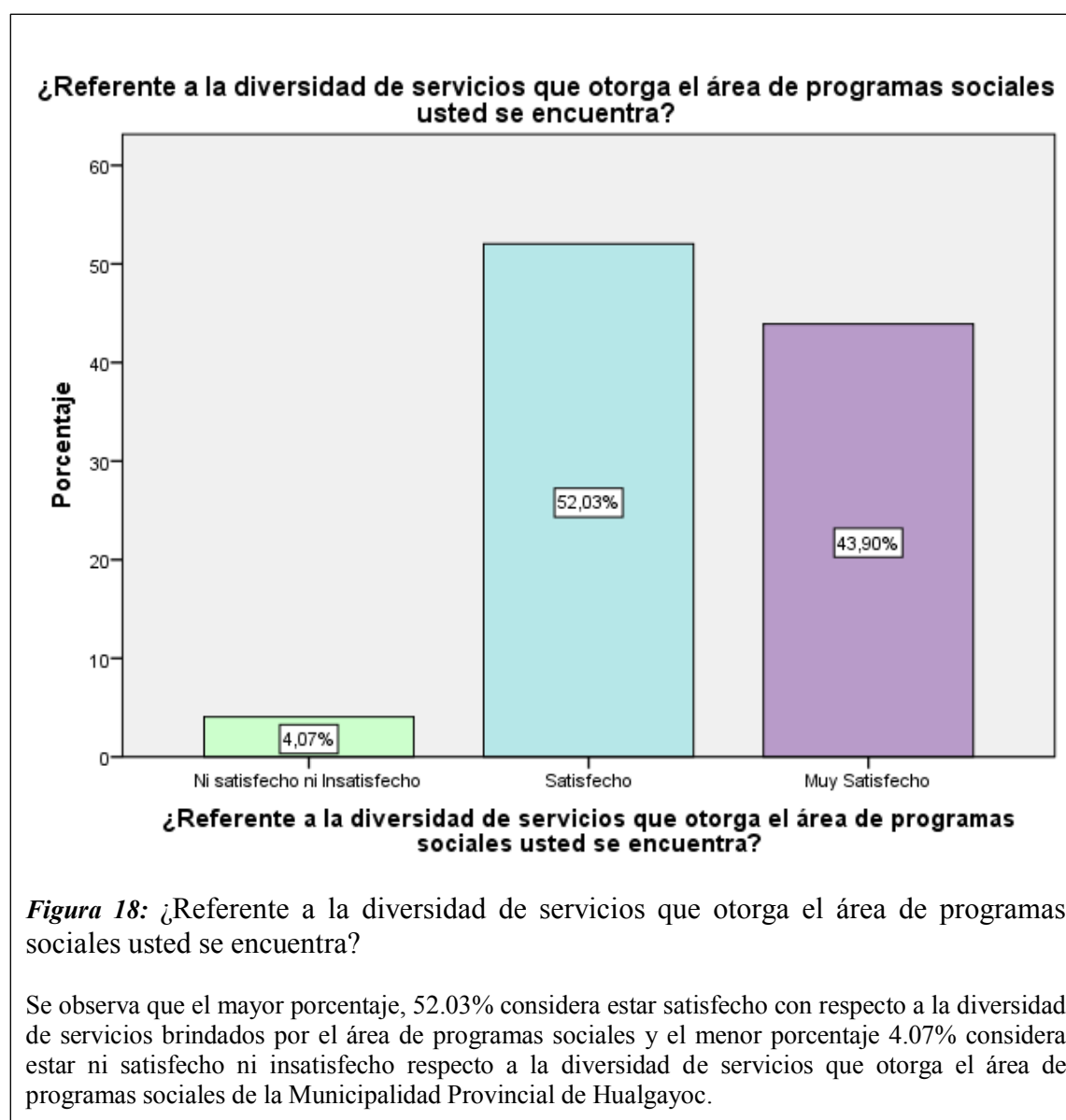
Fuente: Municipalidad Provincial de Hualgayoc.

Tabla 21

Ambientes cómodos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Satisfecho	133	36,0	36,0	36,0
	Muy Satisfecho	236	64,0	64,0	100,0
	Total	369	100,0	100,0	

Fuente: Municipalidad Provincial de Hualgayoc.

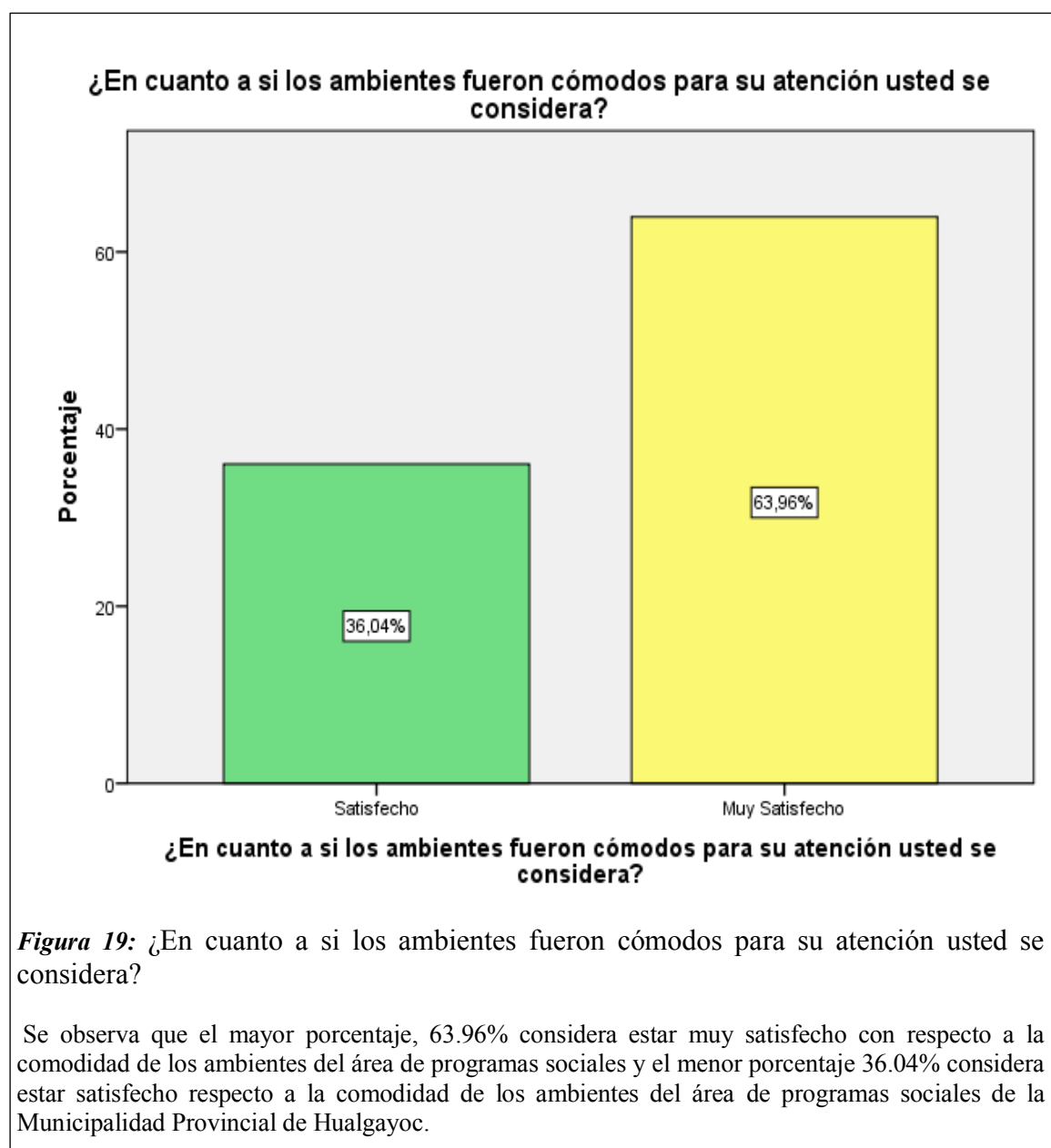


Tabla 22

Higiene y limpieza

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Ni satisfecho ni Insatisfecho	7	1,9	1,9	1,9
Válido	Satisfecho	221	59,9	59,9	61,8
	Muy Satisfecho	141	38,2	38,2	100,0
	Total	369	100,0	100,0	

Fuente: Municipalidad Provincial de Hualgayoc

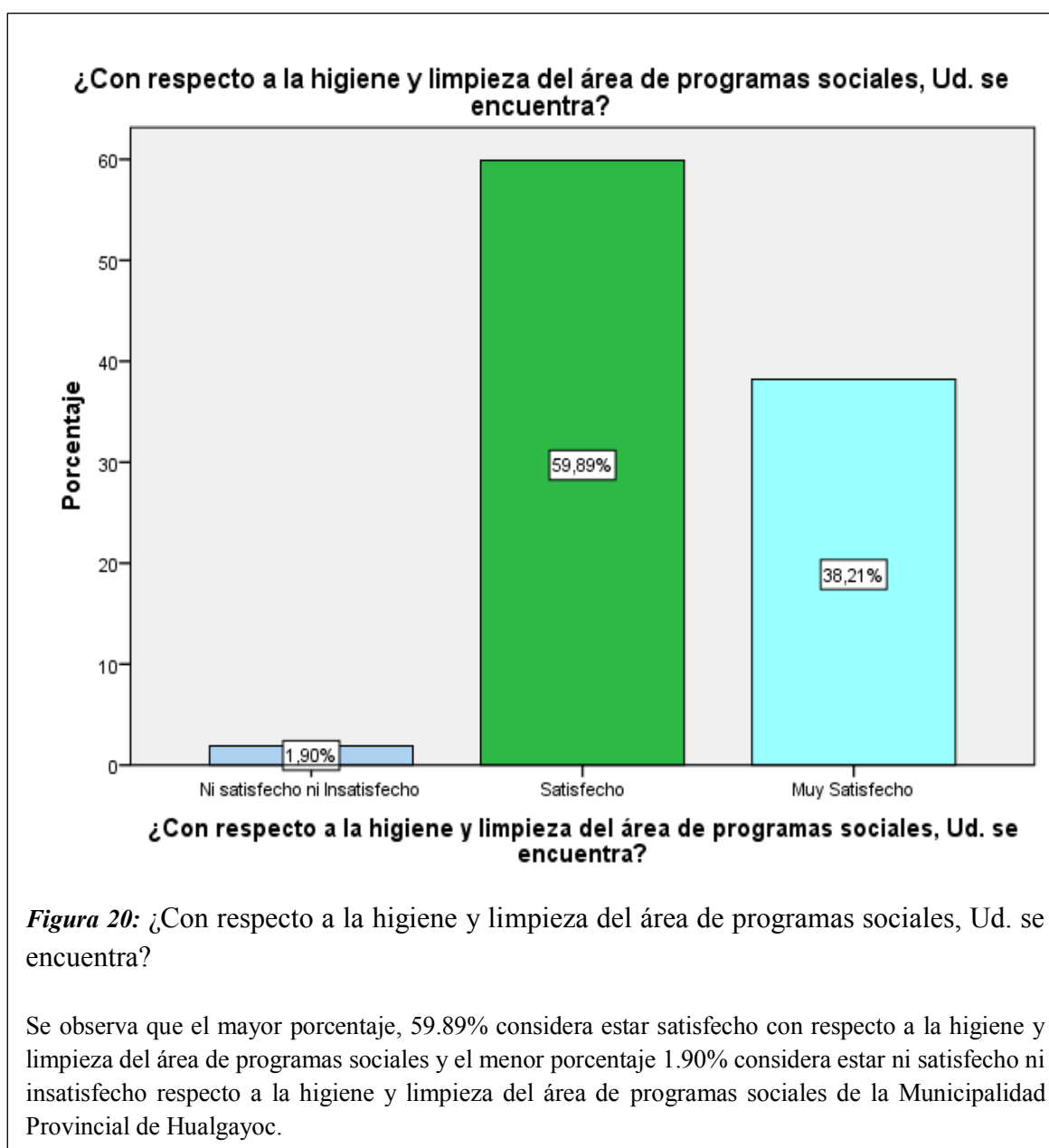


Tabla 23

Comunicación con los trabajadores

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Ni satisfecho ni Insatisfecho	7	1,9	1,9	1,9
Válido	Satisfecho	288	78,0	78,0	79,9
	Muy Satisfecho	74	20,1	20,1	100,0
	Total	369	100,0	100,0	

Fuente: Municipalidad Provincial de Hualgayoc.

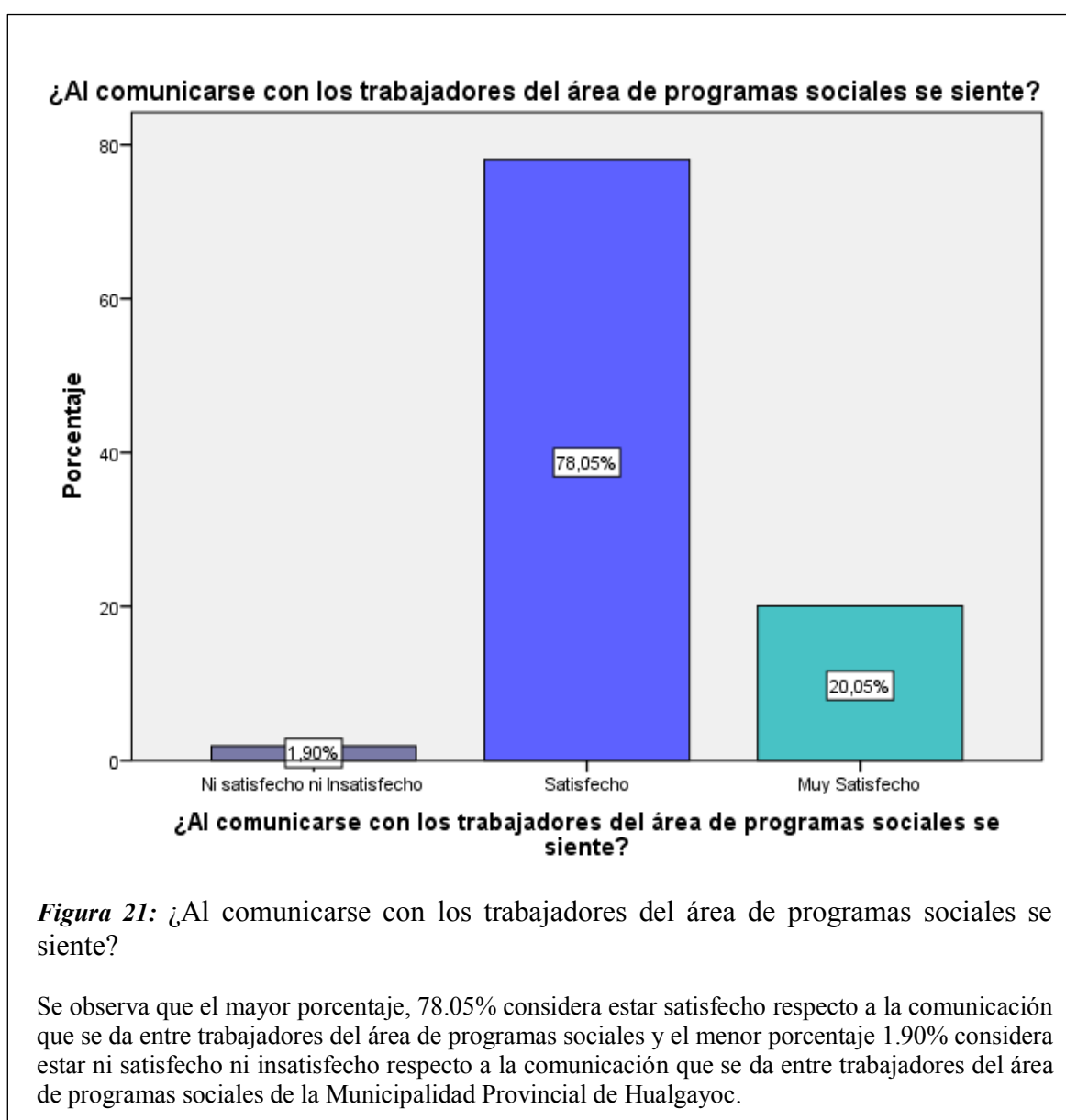


Tabla 24

Comunicación con el jefe del área de programas sociales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Satisfecho	207	56,1	56,1	56,1
	Muy Satisfecho	162	43,9	43,9	100,0
	Total	369	100,0	100,0	

Fuente: Municipalidad Provincial de Hualgayoc

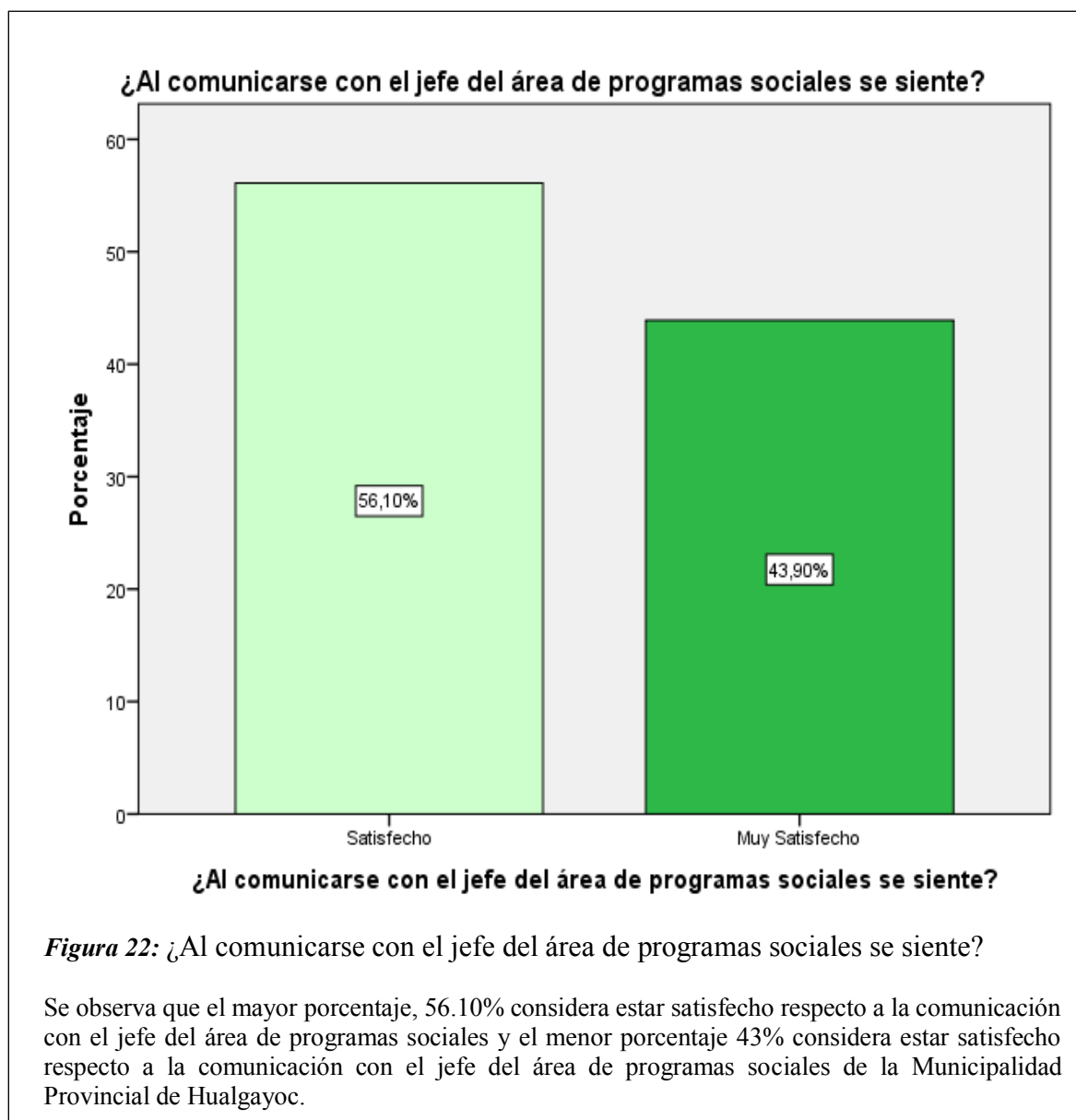


Tabla 25

Profesionalismo del personal del área de programas sociales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Satisfecho	325	88,1	88,1	88,1
	Muy Satisfecho	44	11,9	11,9	100,0
	Total	369	100,0	100,0	

Fuente: Municipalidad Provincial de Hualgayoc

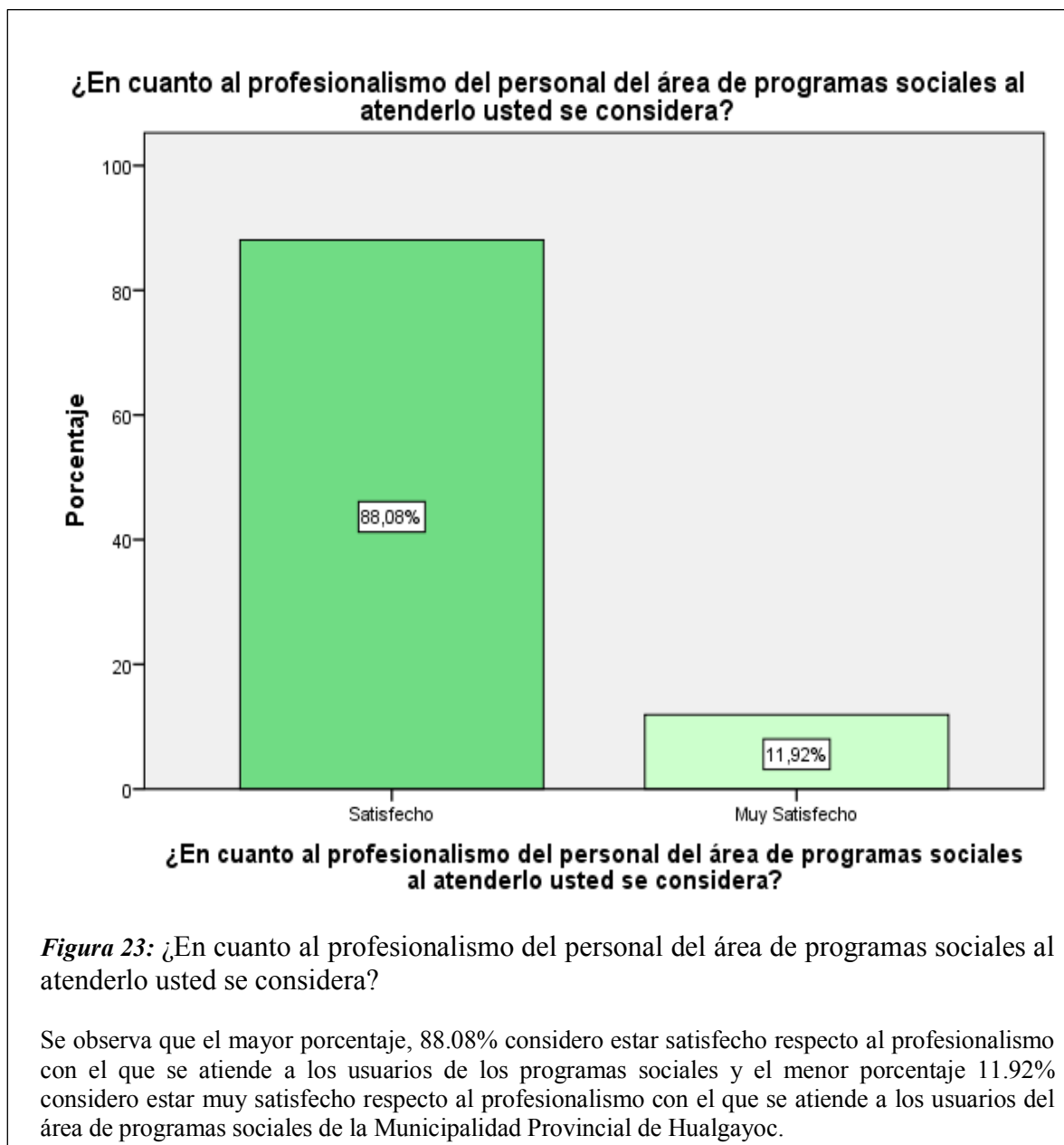
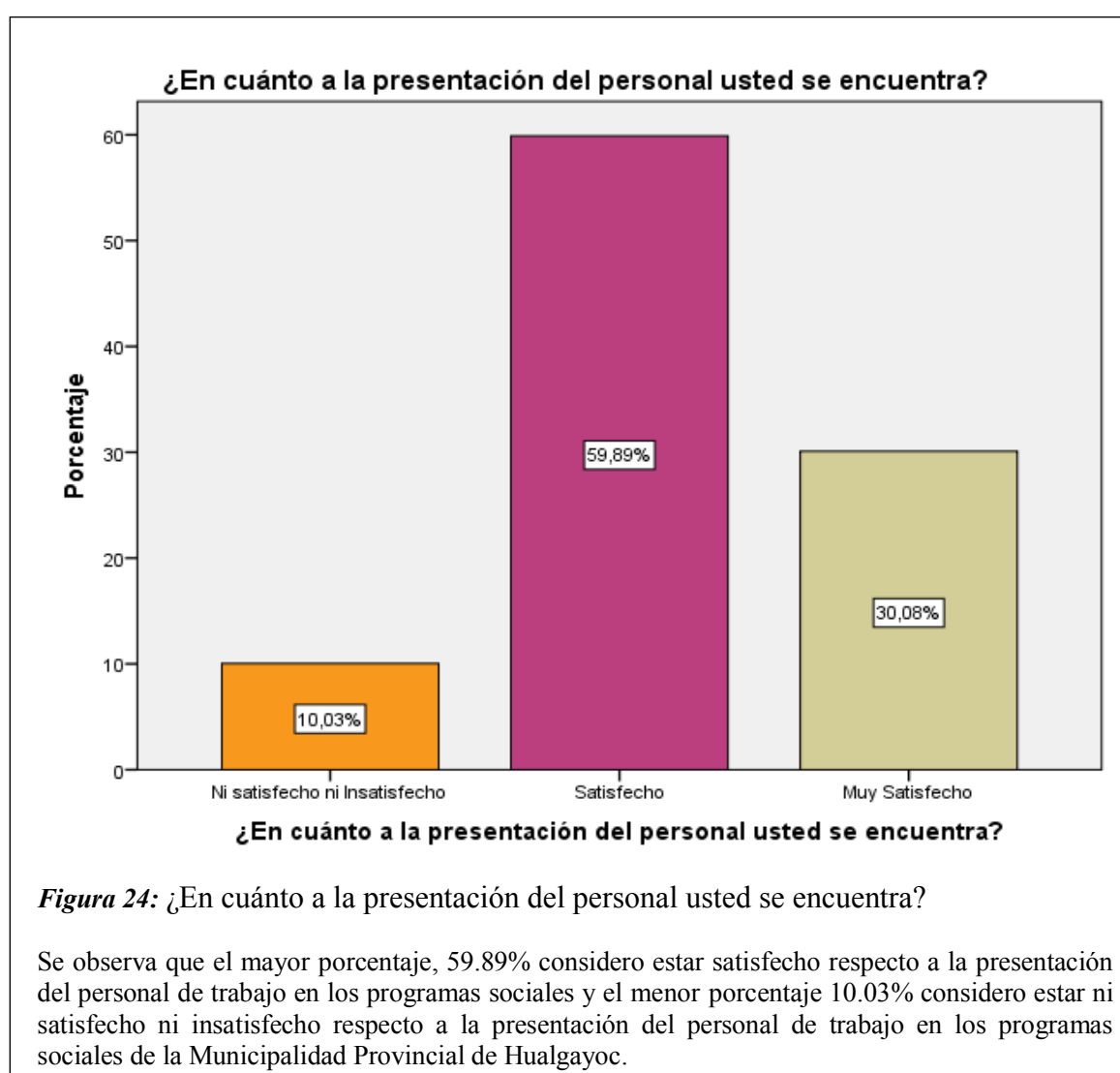


Tabla 26*Presentación del personal*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Ni satisfecho ni Insatisfecho	37	10,0	10,0	10,0
Válido	Satisfecho	221	59,9	59,9	69,9
	Muy Satisfecho	111	30,1	30,1	100,0
	Total	369	100,0	100,0	

Fuente: Municipalidad Provincial de Hualgayoc



3.2.2 Dimensión Expectativas

Tabla 27

Confianza que brinda el personal

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Ni satisfecho ni Insatisfecho	44	11,9	11,9	11,9
Válido	Satisfecho	295	79,9	79,9	91,9
	Muy Satisfecho	30	8,1	8,1	100,0
	Total	369	100,0	100,0	

Fuente: Municipalidad Provincial de Hualgayoc.

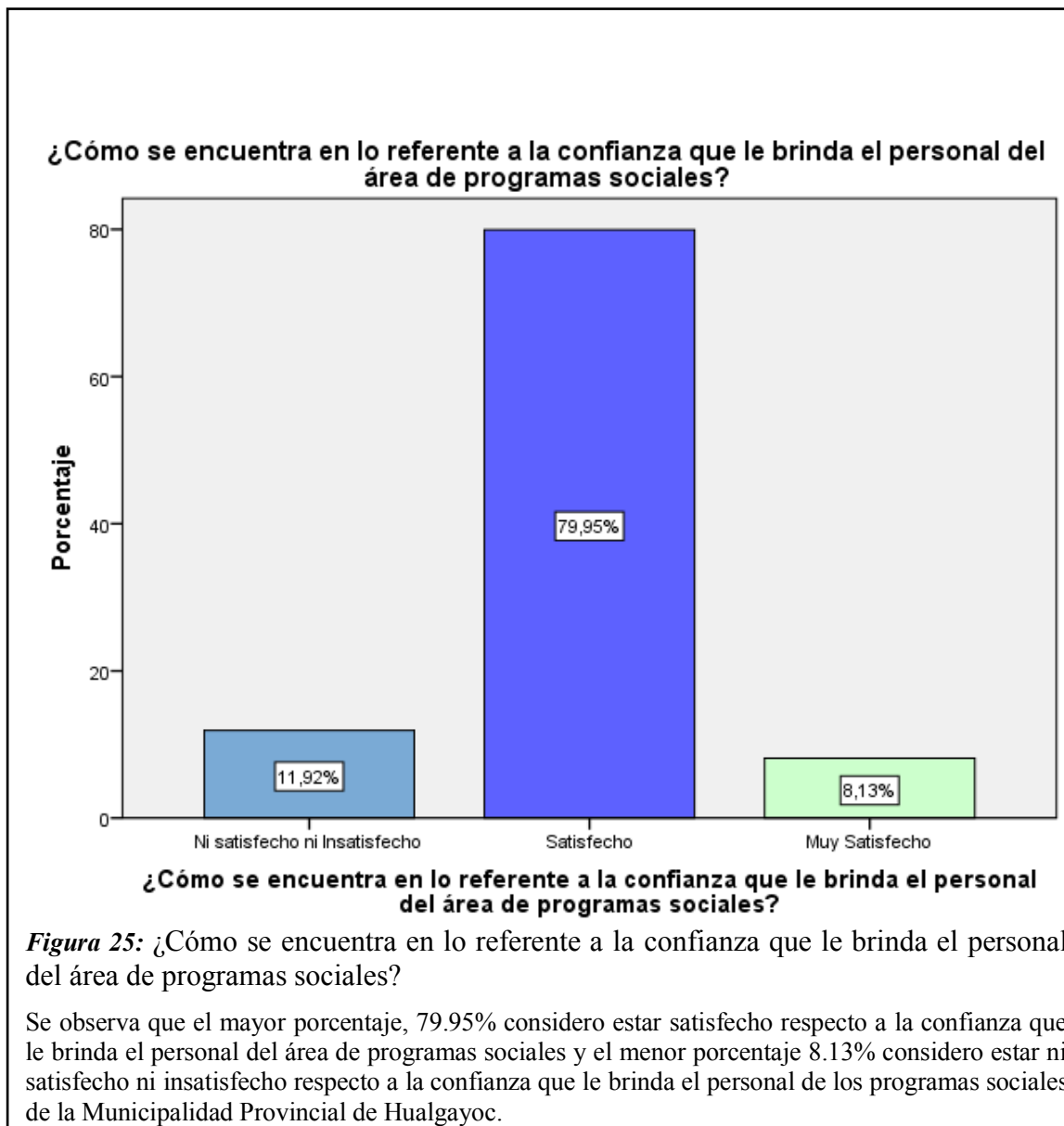


Tabla 28

Servicio brindado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Ni satisfecho ni Insatisfecho	96	26,0	26,0	26,0
Válido	Satisfecho	258	69,9	69,9	95,9
	Muy Satisfecho	15	4,1	4,1	100,0
	Total	369	100,0	100,0	

Fuente: Municipalidad Provincial de Hualgayoc.

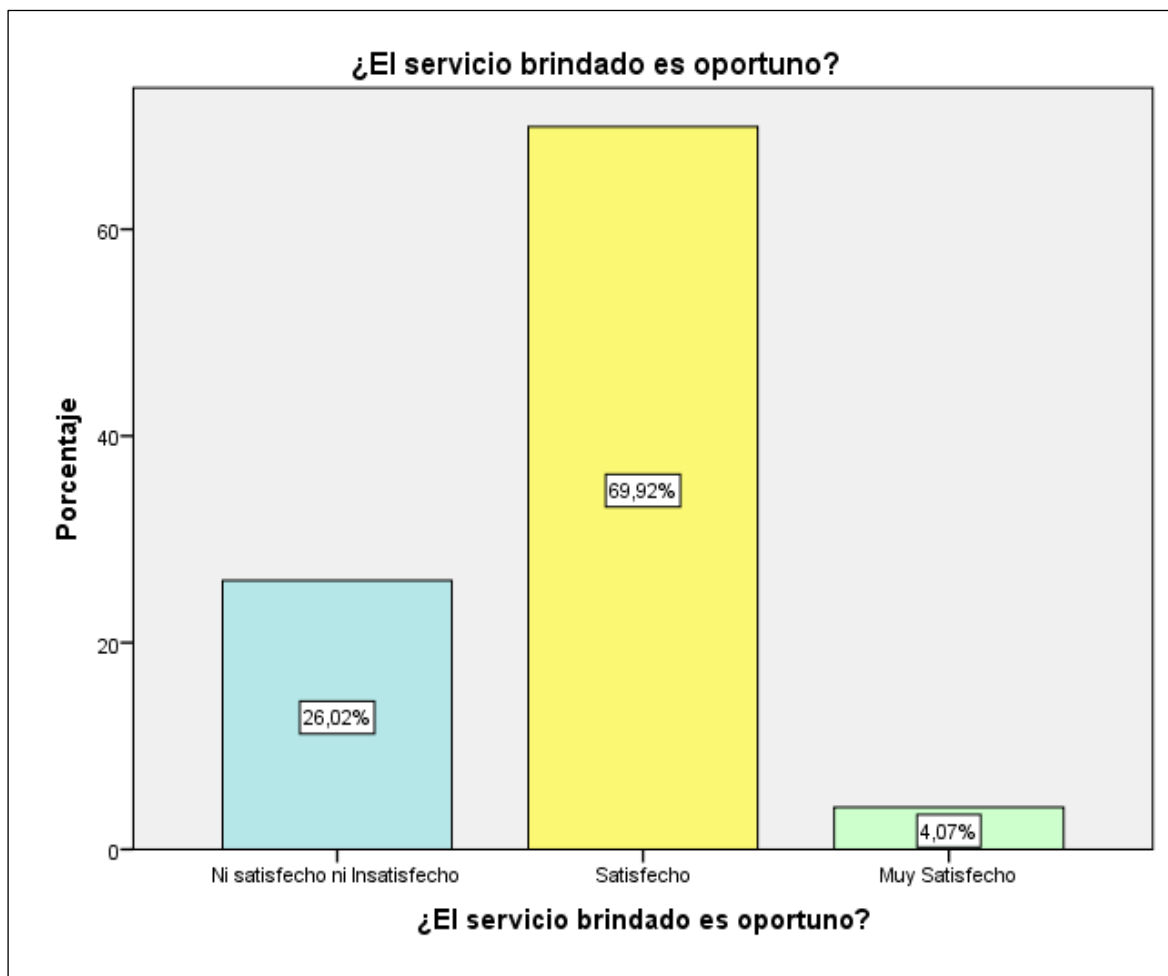


Figura 26: ¿El servicio brindado es oportuno?

Se observa que el mayor porcentaje, 69.92% considero estar satisfecho respecto a lo oportuno del servicio brindado en el área de programas sociales y el menor porcentaje 4.07% considero estar muy satisfecho respecto a lo oportuno del servicio brindado en los programas sociales de la Municipalidad Provincial de Hualgayoc.

Tabla 29

Solución de quejas y reclamos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni satisfecho ni Insatisfecho	74	20,1	20,1	20,1
	Satisfecho	288	78,0	78,0	98,1
	Muy Satisfecho	7	1,9	1,9	100,0
	Total	369	100,0	100,0	

Fuente: Municipalidad Provincial de Hualgayoc

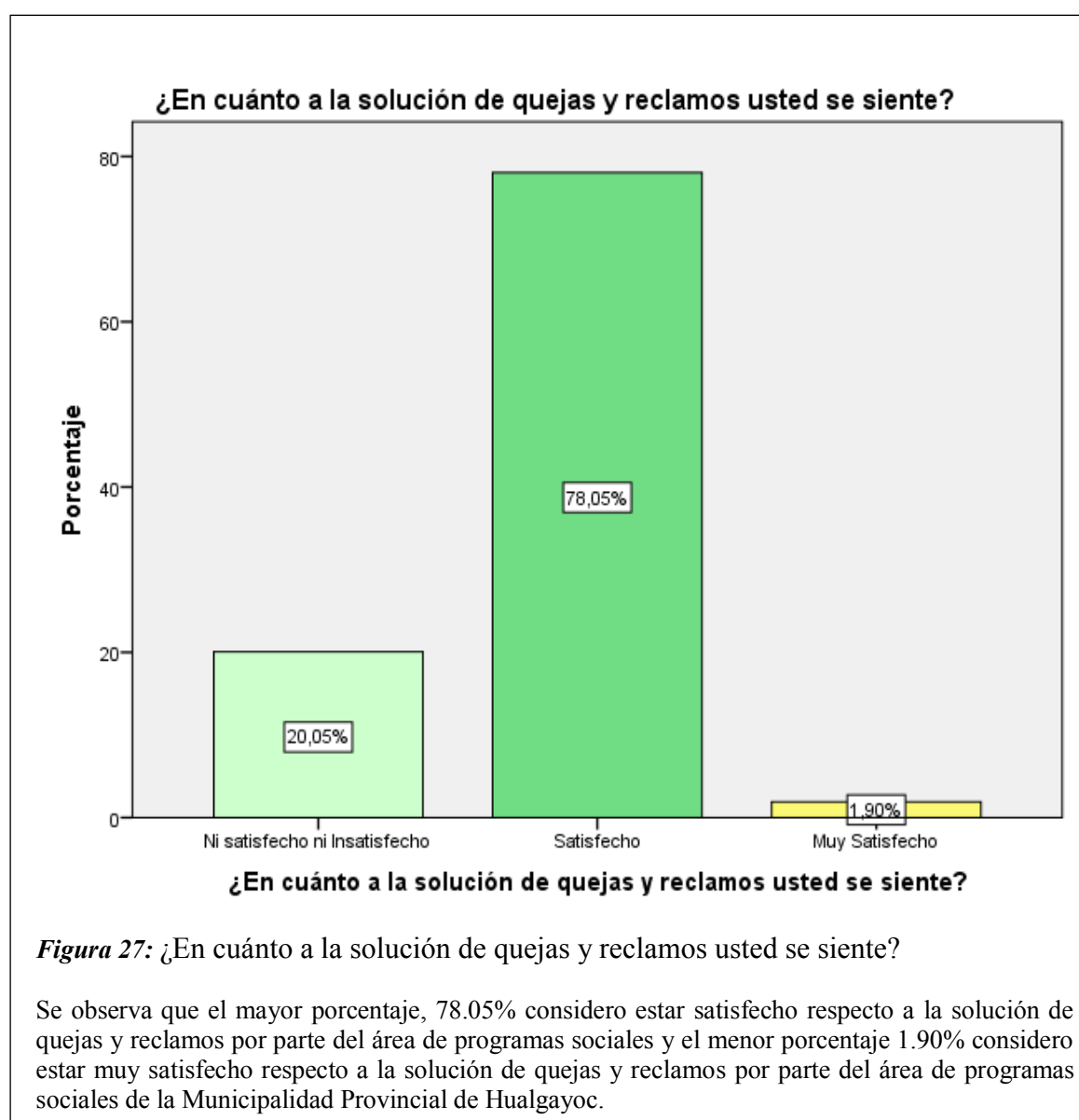


Tabla 30*Calidad de servicio*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni satisfecho ni Insatisfecho	15	4,1	4,1	4,1
	Satisfecho	258	69,9	69,9	74,0
	Muy Satisfecho	96	26,0	26,0	100,0
	Total	369	100,0	100,0	

Fuente: Municipalidad Provincial de Hualgayoc

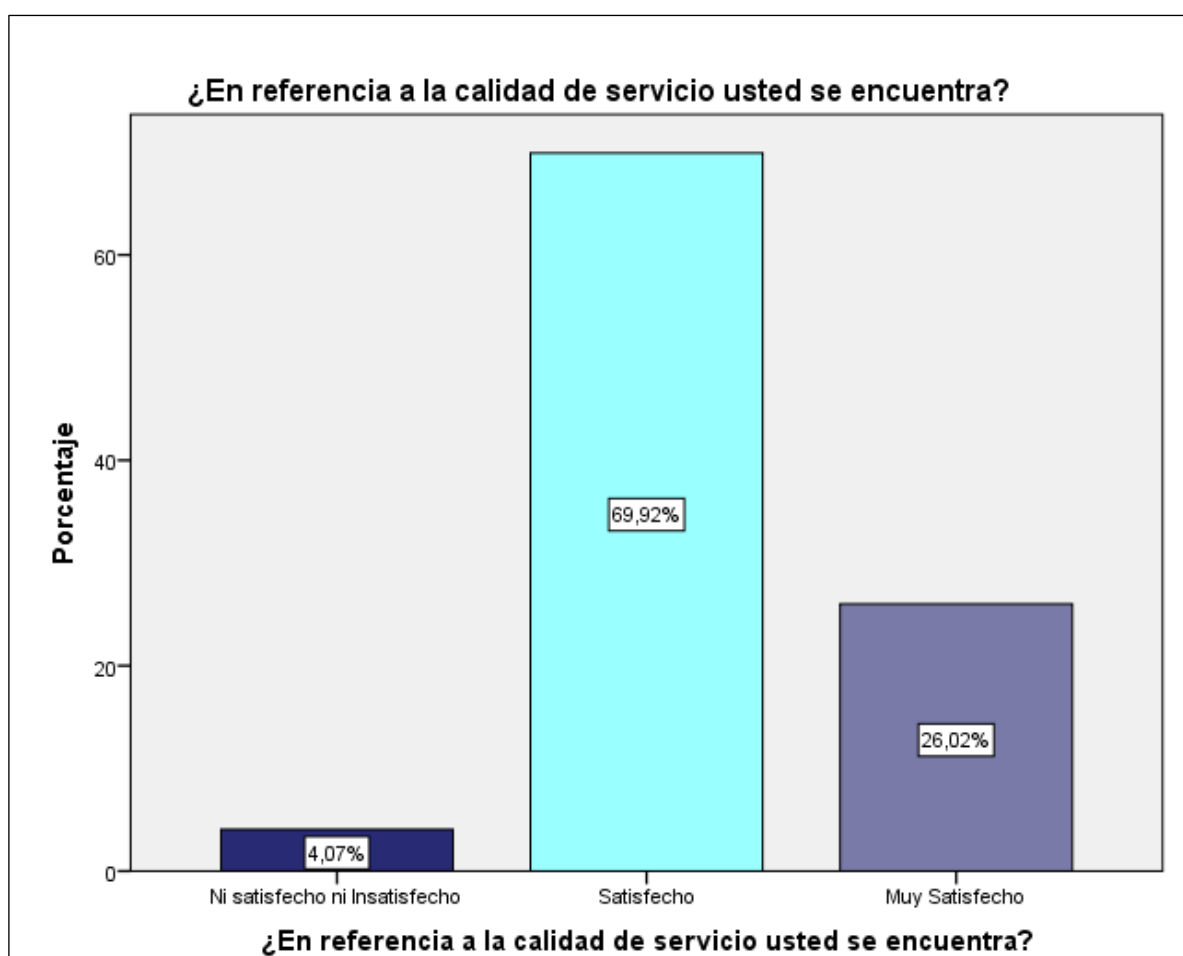


Figura 28: ¿En referencia a la calidad de servicio usted se encuentra?

Se observa que el mayor porcentaje, 69.92% considero estar satisfecho respecto a la calidad de servicios brindado en área de programas sociales y el menor porcentaje 4.07% considero estar ni satisfecho ni insatisfecho respecto a la calidad de servicios brindado en área de programas sociales por parte del área de programas sociales de la Municipalidad Provincial de Hualgayoc.

Tabla 31

Rapidez con que se atiende

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Ni satisfecho ni Insatisfecho	15	4,1	4,1	4,1
Válido	Satisfecho	273	74,0	74,0	78,0
	Muy Satisfecho	81	22,0	22,0	100,0
	Total	369	100,0	100,0	

fuelle: Municipalidad Provincial de Hualgayoc

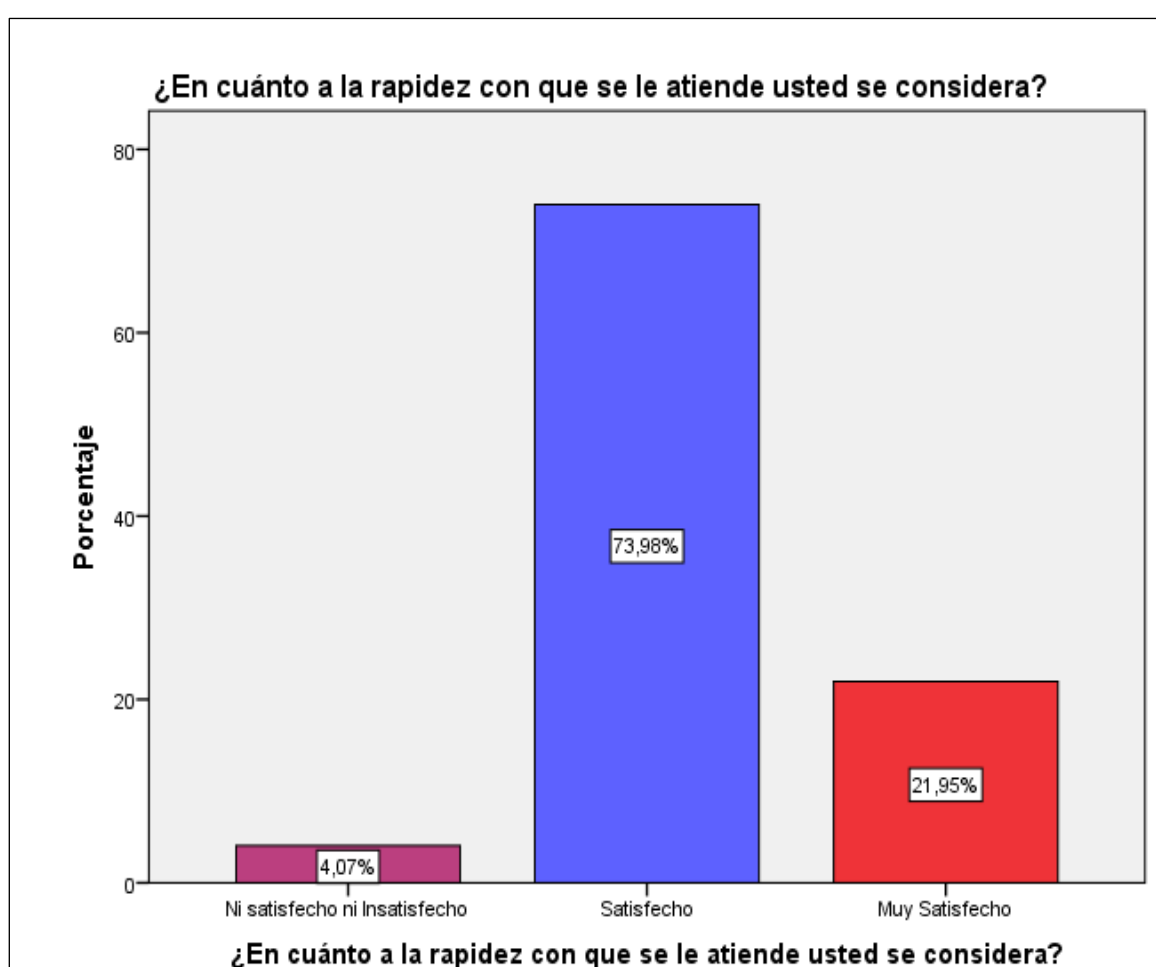


Figura 29: ¿En cuánto a la rapidez con que se le atiende usted se considera?

Se observa que el mayor porcentaje, 73.98% considero estar satisfecho respecto a la rapidez del servicio brindado en área de programas sociales y el menor porcentaje 4.07% considero estar ni satisfecho ni insatisfecho respecto a la rapidez del servicio brindado en área de programas sociales por parte del área de programas sociales de la Municipalidad Provincial de Hualgayoc.

Tabla 32

Satisfacción de necesidades

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Ni satisfecho ni Insatisfecho	37	10,0	10,0	10,0
Válido	Satisfecho	251	68,0	68,0	78,0
	Muy Satisfecho	81	22,0	22,0	100,0
	Total	369	100,0	100,0	

fuelle: Municipalidad Provincial de Hualgayoc

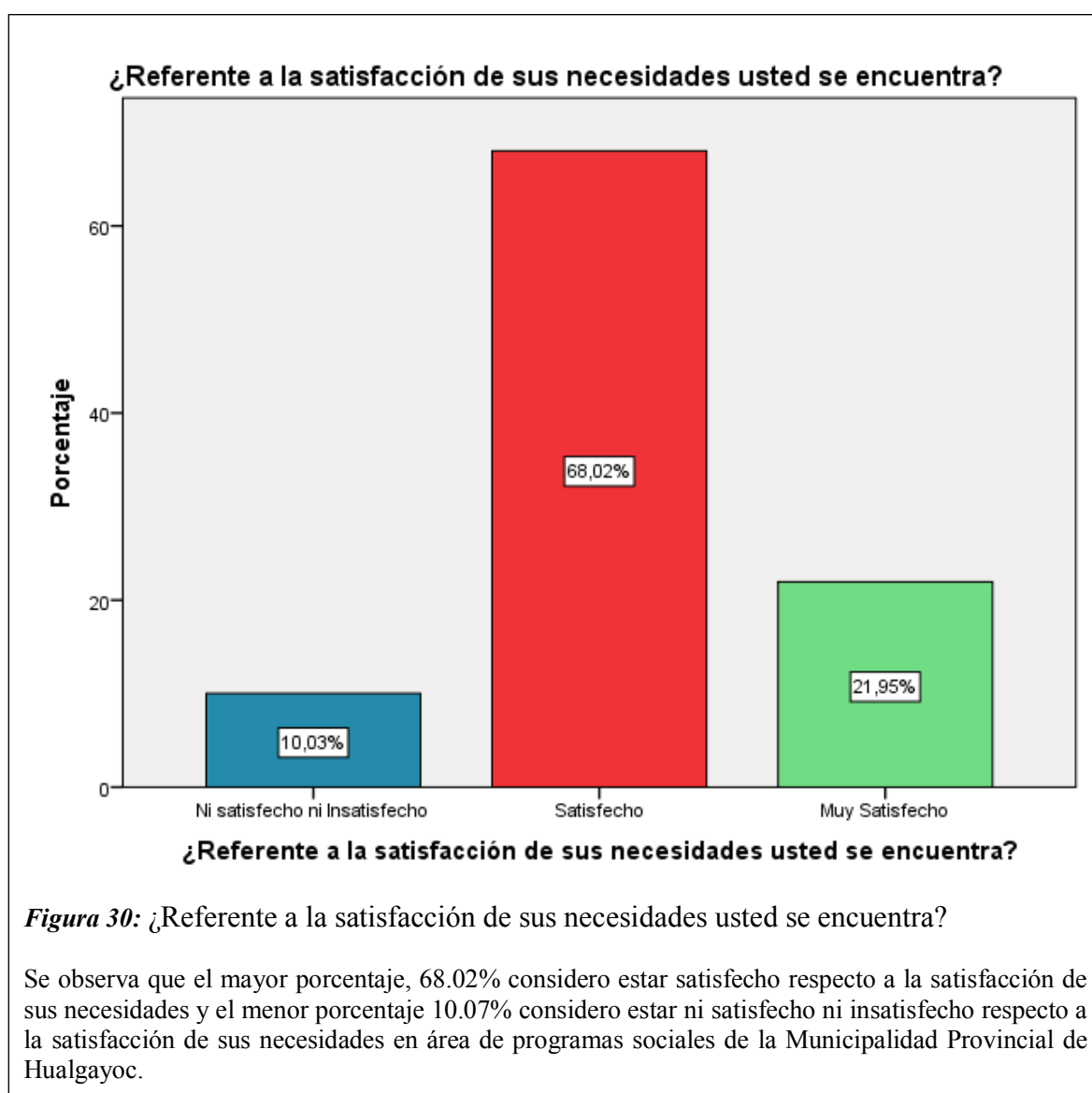


Tabla 33

Accesibilidad de los servicios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Ni satisfecho ni Insatisfecho	7	1,9	1,9	1,9
Válido	Satisfecho	332	90,0	90,0	91,9
	Muy Satisfecho	30	8,1	8,1	100,0
	Total	369	100,0	100,0	

Fuente: Municipalidad Provincial de Hualgayoc

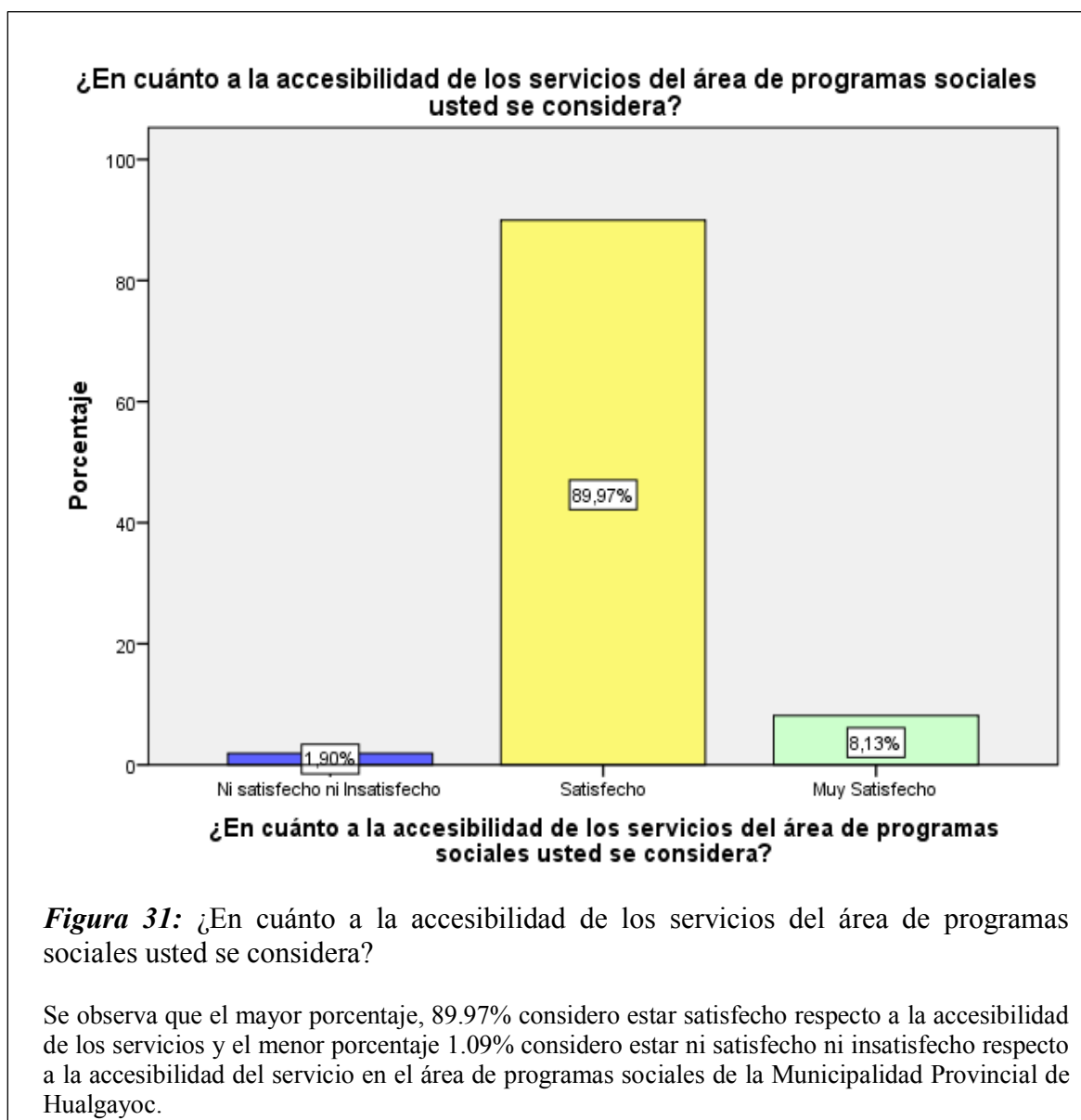


Tabla 34

Modelo de Gestion (agrupado)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	64	64,0	64,0	64,0
	Buena	36	36,0	36,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Fuente: Municipalidad Provincial de Hualgayoc

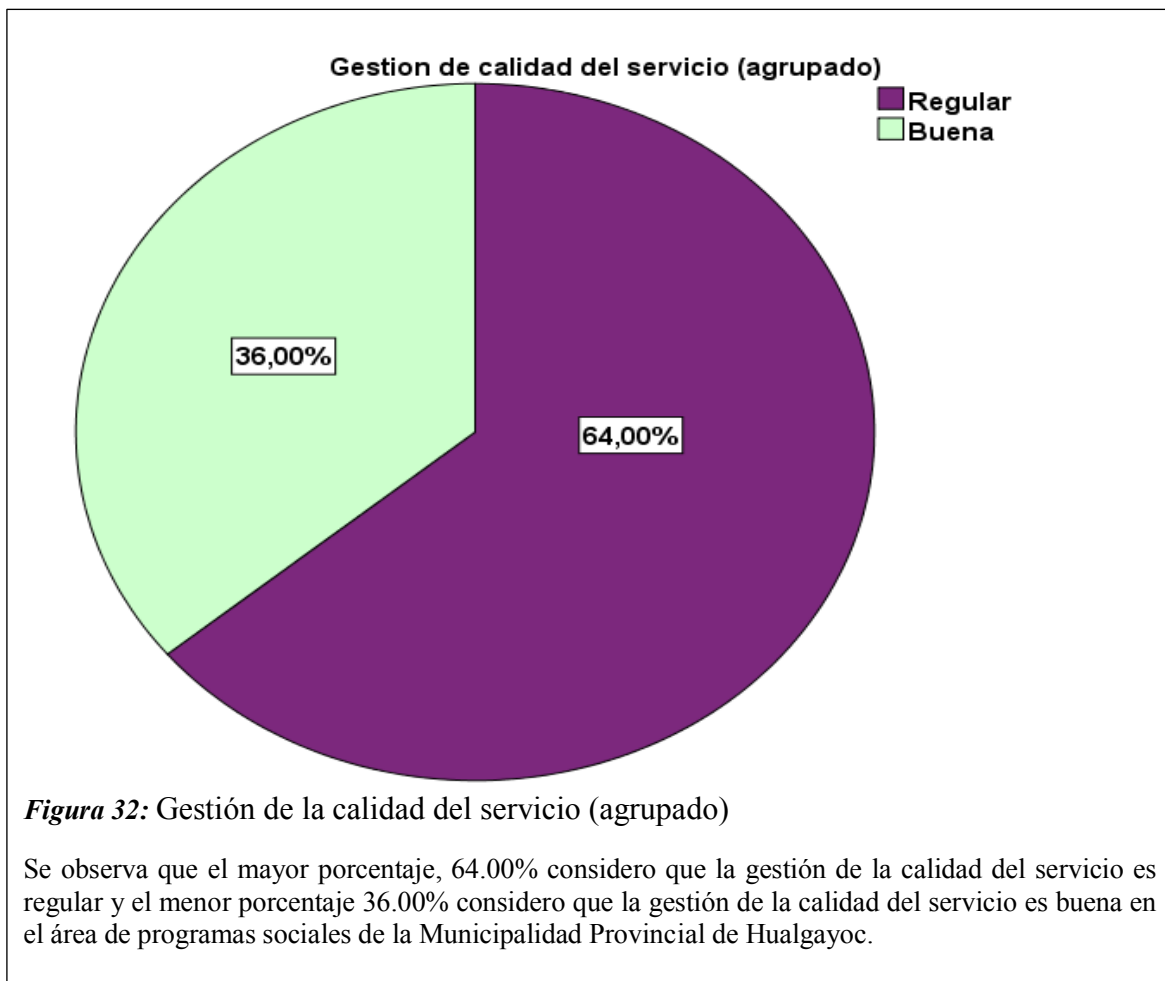


Figura 32: Gestión de la calidad del servicio (agrupado)

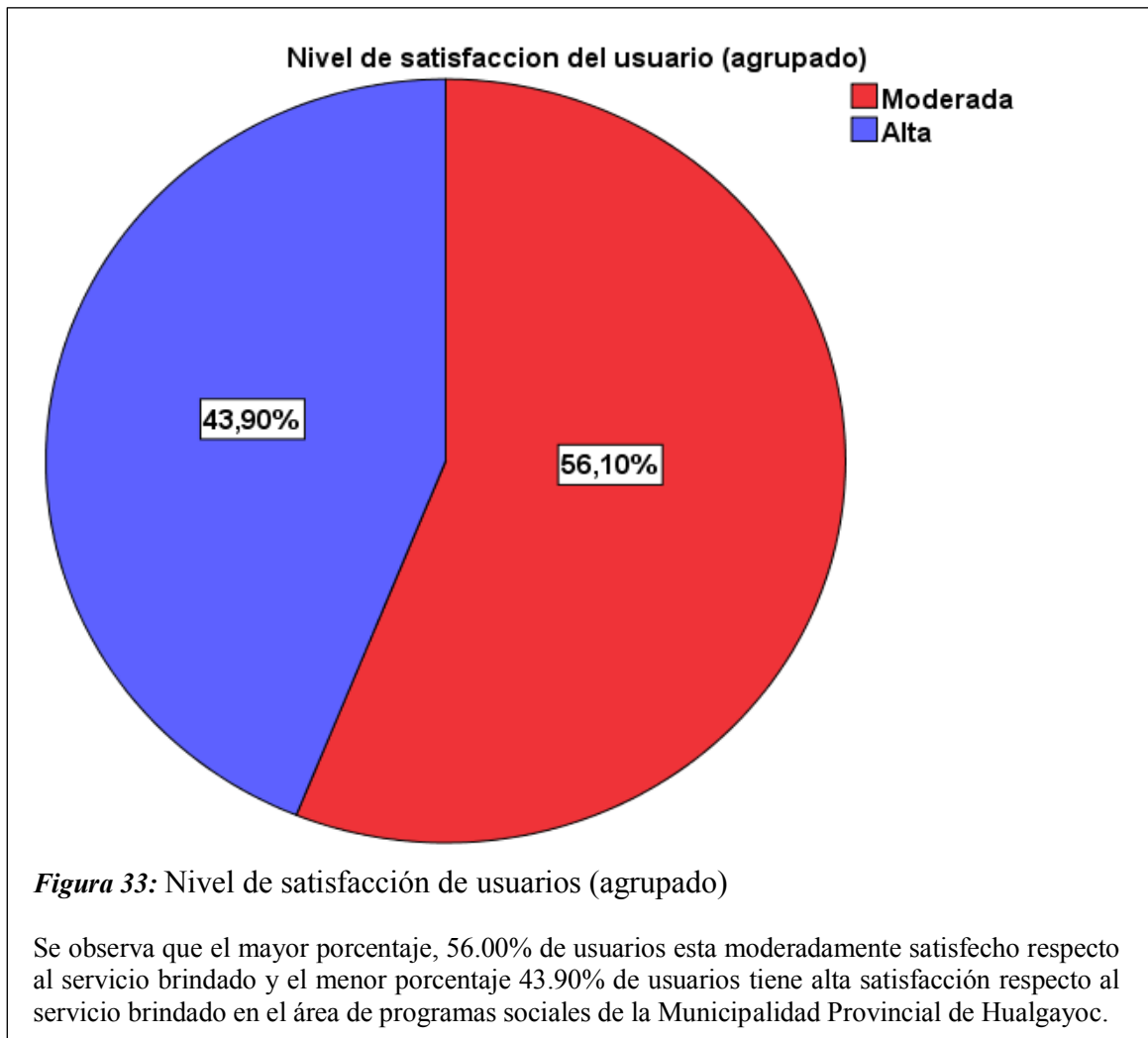
Se observa que el mayor porcentaje, 64.00% considero que la gestión de la calidad del servicio es regular y el menor porcentaje 36.00% considero que la gestión de la calidad del servicio es buena en el área de programas sociales de la Municipalidad Provincial de Hualgayoc.

Tabla 35

Nivel de satisfacción de usuarios (agrupado)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Moderada	207	56,1	56,1	56,1
	Alta	162	43,9	43,9	100,0
	Total	369	100,0	100,0	

Fuente: Municipalidad Provincial de Hualgayoc



3.3 Dimensiones por variable de investigación

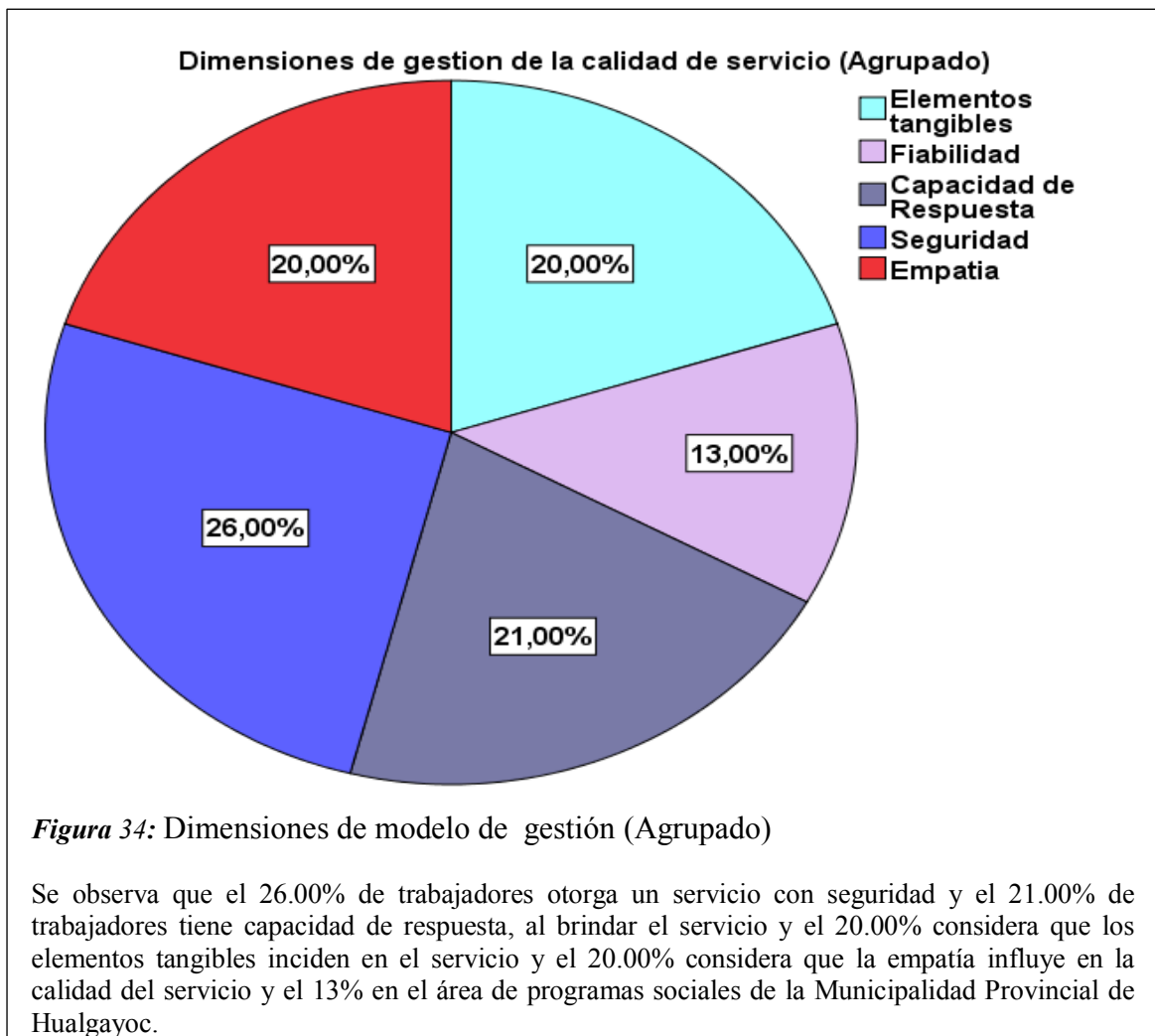
3.3.1 Dimensiones de gestión de calidad de servicio (Agrupado)

Tabla 36

Dimensiones de modelo de gestión (Agrupado)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Elementos tangibles	20	20,0	20,0	20,0
	Fiabilidad	13	13,0	13,0	33,0
	Capacidad de Respuesta	21	21,0	21,0	54,0
	Seguridad	26	26,0	26,0	80,0
	Empatía	20	20,0	20,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Fuente: Municipalidad Provincial de Hualgayoc.



3.3.2 Dimensiones de satisfacción del cliente (Agrupado)

Tabla 37

Dimensiones del nivel de satisfacción de usuarios (Agrupado)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Rendimiento percibido	214	58,0	58,0	58,0
	Expectativas	155	42,0	42,0	100,0
	Total	369	100,0	100,0	

Fuente: Municipalidad Provincial de Hualgayoc.

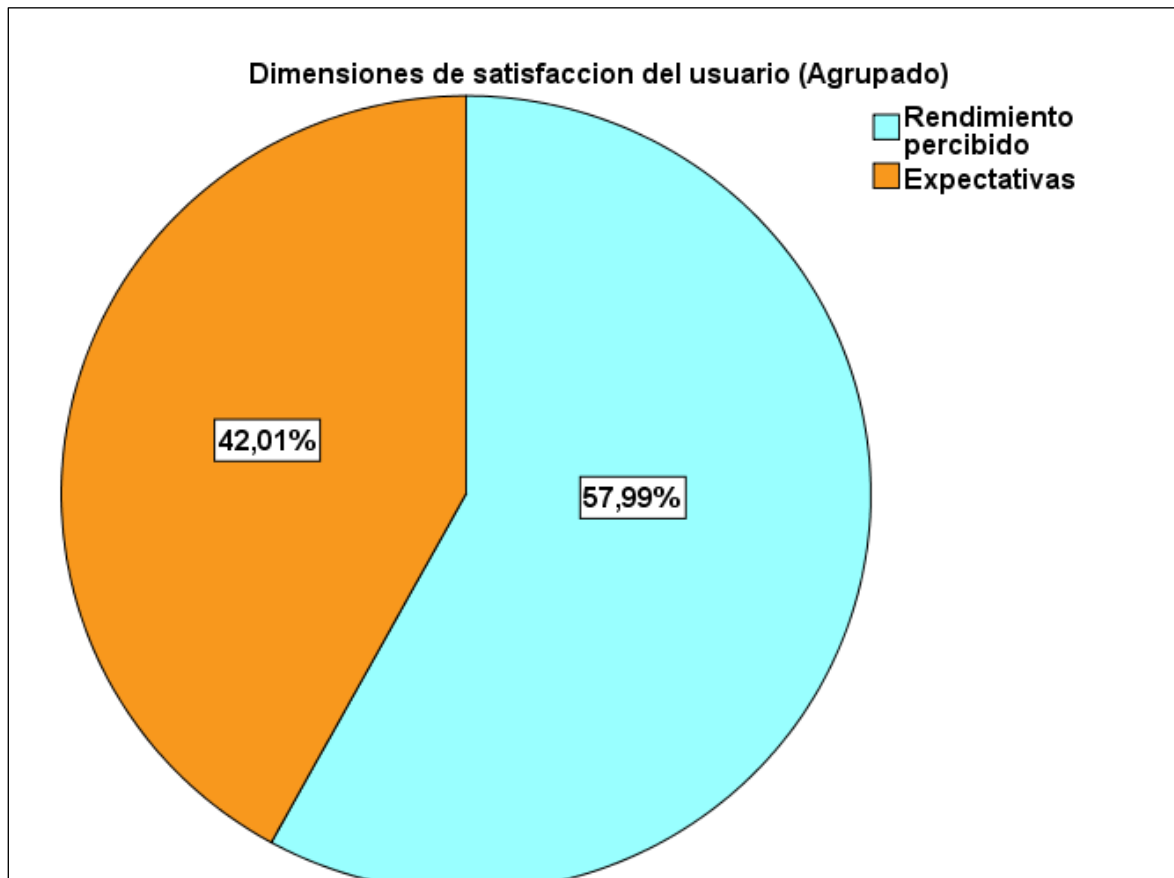


Figura 35: Dimensiones del nivel de satisfacción de usuarios (Agrupado)

Se observa que el mayor porcentaje, 57.00% es correspondiente al rendimiento percibido y el 42.01% corresponde a las expectativas del usuario respecto al servicio brindado en el área de programas sociales de la Municipalidad Provincial de Hualgayoc.

3.4. Discusión de resultados.

La población se determinó como apta, extrayendo la muestra utilizando el muestreo probabilístico.

La población interna, conformada por los trabajadores de la municipalidad fue suficiente, siendo en su totalidad la muestra. La población externa estuvo compuesta por los usuarios de la entidad pública, identificándose como aceptable para extraer la muestra mediante el muestreo probabilista de tipo simple.

Se escogió como instrumento de recolección de datos el cuestionario, ya que es más claro, flexible y preciso para recoger datos en este tipo de investigación enmarcada.

Para darle confiabilidad al instrumento, se desarrolló a través del Alfa de Cronbach para los dos instrumentos, el modelo de gestión y el nivel de satisfacción de los usuarios, donde la fiabilidad del primero es de 0.747 y la fiabilidad del segundo instrumento es de 0.931 el cual indica que el instrumento posee una confiabilidad muy alta y adecuada. La validez de los instrumentos fue realizada por administradores, quienes manifestaron estar de acuerdo y considerándolos como buenos.

El acopio de la información se realizó en la misma municipalidad, participando en su totalidad las muestras señaladas, permitiendo obtener resultados correctos; se utilizaron dos programas, el SPSS y Excel, quienes generaron tablas y figuras, siendo interpretadas para lograr resultados referentes a la gestión de la calidad del servicio y la satisfacción del usuario de la Municipalidad de Hualgayoc.

Los objetivos del trabajo de investigación se alcanzaron con éxito, es decir se logró Identificar que el 64.00% mayor porcentaje consideró que el modelo de gestión es regular y en menor porcentaje 36.00%, consideró que el modelo de gestión es buena en el área de programas sociales de la Municipalidad Provincial de Hualgayoc.

Así mismo, se logró identificar que el 56.00% de usuarios esta moderadamente satisfecho con el servicio brindado y el 43.90% de usuarios tiene alta satisfacción respecto a los servicios brindados en el área de programas sociales de la Municipalidad Provincial de Hualgayoc.

En cuanto a las dimensiones el modelo gestión se encontró que el 26.00% de trabajadores otorga un servicio con seguridad y el 21.00% de trabajadores tiene capacidad de respuesta, al brindar el servicio y el 20.00% considera que el elemento tangible incide en el servicio y el 20.00% considera que la empatía influye en la calidad del servicio y el 13% considera que existe fiabilidad en el servicio brindado en el área de programas sociales de la Municipalidad Provincial de Hualgayoc.

En lo referente a las dimensiones del nivel de satisfacción de usuarios el 57.00% corresponde al rendimiento percibido y el 42.01% corresponde a las expectativas del usuario respecto al servicio brindado en el área de programas sociales de la Municipalidad Provincial de Hualgayoc.

Los resultados de la investigación coinciden con los hallazgos de García, (2012), En su tesis “Evaluación de la calidad y calidez de atención a los usuarios del sub centro de salud El Bosque”. Donde el 21% señaló como excelente la atención, el 37% muy buena, el 35% como buena, regular fue el 6% y el 1% sostiene como mala la atención. Refiriendo que la satisfacción del usuario se encuentra entre buena y muy buena la atención al cliente.

Los hallazgos encontrados no coinciden con los de Álvarez (2012) en su tesis “Satisfacción de los clientes y usuarios con el servicio ofrecido en redes de supermercados gubernamentales”. Donde establece que las percepciones de los consumidores son más bajas que sus expectativas en un 25.4%, manifestando que existe oportunidades para mejorar las dimensiones fiabilidad y evidencias físicas. Tales resultados no coinciden con los hallazgos ya que se encontró el 57.00% corresponde al rendimiento percibido y el 42.01% corresponde a las expectativas del usuario respecto al servicio consumido, evidenciándose que las percepciones son más altas que las expectativas indicando que el servicio recibido supera sus expectativas. Los sesgos de los resultados se deben a que la muestra es más amplia que la tomada en la investigación.

Los resultados encontrados tienen semejanza con los hallados en Luna (2012) en su tesis “Percepción de la calidad de servicio en la emergencia pediátrica”. Estudio multicéntrico, encontró que la calidad de servicio en la RAR es buena con un (63%), lo que más se han valorado son las dimensiones confiabilidad, aspectos

tangibles y seguridad, siendo el Hospital Uldarico Roca el que mejor ha sido valorado.

Así mismo, los resultados no coinciden con lo señalado por Ninamango (2015) en su tesis “La Percepción de la calidad de servicio de los usuarios en el consultorio externo de medicina interna del Hospital Nacional Arzobispo Loayza”. Donde precisa que existe insatisfacción global de 83.9%. Las conclusiones señalan que la insatisfacción es demasiada alta comparándola con previos estudios. Las expectativas encontradas son altas en comparación a la percepción que tienen. Y en el estudio actual las percepciones son altas en comparación a las expectativas, las diferencias de los resultados se deben a la muestra que es más pequeña del estudio realizado, conduciendo al sesgo de resultados.

Los resultados encontrados coinciden con los establecidos por Kotler (2009) en su teoría de las expectativas, especialmente las dimensiones que generan satisfacción o insatisfacción, ya que se encontró que las percepciones son más altas que las expectativas respecto al producto y/o servicios recibidos, indicando que el servicio supera a la esperanza del cliente respecto del servicio.

Al comparar los hallazgos con la de autores y teorías que trataron las variables estudiadas, son homogéneos, confirmando que el estudio realizado tomó los parámetros de la investigación científica, fortaleciendo los resultados, siendo válidos para las ciencias administrativas.

3.5 Propuesta.

PLAN DE MEJORA DE LA SATISFACCIÓN DE USUARIOS DE PROGRAMAS SOCIALES DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL HUALGAYOC - BAMBAMARCA



Figura 36: Municipalidad Provincial Hualgayoc - Bambamarca

3.5.1 Fundamentación.

Para la mejora de la satisfacción de usuarios de Programas Sociales de la Municipalidad Provincial de Hualgayoc – Bambamarca, se ha tomado en cuenta los resultados obtenidos en la encuesta, el modelo de gestión y nivel de satisfacción de usuarios, para evaluar la calidad del servicio con las dimensiones del servicio estandarizadas que son: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. Así mismo, el plan de mejora se basa en las teorías de Kotler, Zeithaml, Bitner y Gremler, referentes a la gestión de calidad de servicio y satisfacción del cliente.

La gestión de la calidad total es un sistema orientado a los procesos construido en base a la premisa de que la calidad es un asunto de concordancia del producto con los requerimientos del usuario. Estos requerimientos pueden

medirse y las desviaciones durante el proceso de producción pueden prevenirse mediante procesos de mejoras o rediseños. Se busca la excelencia en todos los procesos de gestión, en las operaciones y en los procesos administrativos. Se materializa una cultura de mejora continua en todos los aspectos del negocio. Se crea relaciones intensas con los usuarios y proveedores. Se logra el compromiso de todo el personal, para generar satisfacción del usuario.

Con la propuesta de la satisfacción de usuarios se incrementará la productividad y desarrollo de la Municipalidad y Sub Gerencia de Programas Sociales.

Fundamentación en políticas para monitorear, organizar y dirigir el trabajo:

Se **Monitoreará** el proceso sistemático de recolectar, analizar y utilizar información para hacer seguimiento al progreso de desarrollo en los programas sociales de la Municipalidad Provincial Hualgayoc- Bambamarca, para generar un buen control y plan de mejora.

La **organización** consistirá en la asignación de recursos y actividades para alcanzar los objetivos, mediante órganos o cargos conformados y con la atribución de autoridades y responsabilidades en los programas sociales de la Municipalidad Provincial Hualgayoc- Bambamarca.

La **dirección** en los programas sociales se iniciará con la supervisión directa de los empleados en las actividades diarias, la eficiencia del gerente en la dirección es un factor de importancia para lograr el éxito en esta Sub. Gerencia. Dirigir es mandar, influir y motivar a los empleados para que realicen tareas esenciales, es por ello que nuestra política para monitorear, organizar y dirigir e trabajo está fundamentada para generar un plan de mejora de la satisfacción de usuarios de programas sociales de la Municipalidad Provincial Hualgayoc – Bambamarca.

3.5.2 Descripción de la propuesta.

Siendo los resultados del cuestionario sobre la calidad del servicio que brinda la Municipalidad de Hualgayoc- Bambamarca de nivel regular, el

objetivo es proponer un plan de mejora para optimizar el servicio de la municipalidad teniendo en cuenta que para mejorar la calidad del servicio, este se debe orientar a la satisfacción de las necesidades del usuario presente y futuro (Deming 1989) para incrementar la productividad y competitividad municipal.

La presente propuesta busca contribuir a la mejora de la calidad del servicio municipal, a partir de la mejora de las oficinas donde se atienden, la modernización de los equipos, el cumplimiento de las promesas del servicio en el tiempo previsto, la solución sincera de los problemas de los usuarios, la atención y comunicación que ofrecen los empleados municipales como operadores del servicio, la trasmisión de la confianza.

3.5.3 Resumen Ejecutivo.

El Plan de mejora de la satisfacción de usuarios de Programas Sociales de la Municipalidad Provincial de Hualgayoc – Bambamarca, es un instrumento cuyo objetivo central es orientar hacia el logro de los resultados esperados y demandados por las personas, como contribución a una mejora en su calidad de vida.

En esta perspectiva este Plan, sustenta diferentes enfoques, de acuerdo a las dimensiones del Desarrollo en las que interactúa: Estos enfoques y los lineamientos estratégicos, articulan el accionar de mediano plazo de la Municipalidad Provincial de Hualgayoc – Bambamarca. La atención a usuarios de programas sociales se propone implementar procesos de mejora de la Institucionalidad Municipal, que van desde la Visión de una Institución moderna, la Misión que coloca a la Municipalidad Provincial de Hualgayoc – Bambamarca. La atención a usuarios de programas sociales se propone implementar procesos de mejora de la Institucionalidad Municipal, que van desde la Visión, de una Institución moderna, la Misión que coloca a la Municipalidad Provincial de Hualgayoc al servicio del Ciudadano, los Objetivos como propuesta del camino que se espera alcanzar para cerrar brechas sociales.

En conclusión, el Plan de mejora de la satisfacción de usuarios de Programas Sociales de la Municipalidad Provincial de Hualgayoc – Bambamarca, ayudará a todos y a cada uno de los servidores Públicos Municipales a entender la magnitud del sentido estratégico de su labor cotidiana, del agitado día a día, que casi siempre mantiene alejados de los resultados que se han planificado alcanzar.

Finalmente, la elaboración de este documento fue posible gracias a la coordinación e información proporcionada por la Sub Gerencia de Programas Sociales y las diferentes áreas que lo integran a quienes se expresa el reconocimiento.

3.5.4 Objetivo General

Establecer lineamientos que permitan orientar la labor de los trabajadores y mejorar la atención otorgada al ciudadano, y a su vez proyectar una imagen y actitud de cambio positivo al interior de la Municipalidad Provincial de Hualgayoc-Bambamarca; y así de esta manera contribuir a realizar una gestión eficiente para el desarrollo integral, sostenible y planificado de la Provincia.

3.5.5 Objetivos Específicos.

- Mejorar la accesibilidad y canales de atención al usuario de los Servicios y Programas Sociales que brinda la Municipalidad Provincial de Hualgayoc – Bambamarca, con la finalidad de ayudar a todos y a cada uno de los servidores públicos municipales a entender la magnitud del sentido estratégico de su labor cotidiana.
- Capacitar a los trabajadores respecto a temas de Procesos Administrativos, Etiqueta de Conducta e Imagen Institucional, a efectos de brindar al usuario, la información clara, completa, oportuna y precisar, sobre los Servicios y Programas que brinda la Sub Gerencia de Programas Sociales, ; para que siempre se mantengan cercanos a los resultados que se han planificado alcanzar.

3.5.6 Justificación.

La Municipalidad Provincial de Hualgayoc – Bambamarca, durante su vida institucional ha enfrentado muchos procesos internos y externos que han

determinado su gestión institucional durante diferentes periodos; por lo que partiendo del análisis estratégico se tiene que de acuerdo a las exigencias para el desarrollo de la provincia se encuentra en plena actualización los documentos de gestión (ROF, MOF, CAP, PAP, TUPA Y MAPRO), acordes con la realidad institucional, a fin de fortalecer los procedimientos operativos para la atención de los servicios públicos a la población, específicamente a los USUARIOS DE LOS PROGRAMAS SOCIALES. En cuanto a los recursos humanos son competentes, calificados y con disposición de trabajo en equipo; pero es necesario que se realicen capacitaciones especializadas en sistemas administrativos, así como también en una adecuada atención al USUARIO, implementando un plan de fortalecimiento de capacidades y desarrollo de competencias; además debe realizarse el mejoramiento de los procesos administrativos con la incorporación progresiva de sistemas informáticos a los procesos Municipales, lo que redundará en una atención oportuna con calidad y calidez a los usuarios de los Programas Sociales.

3.5.7 Desarrollo de Actividades.

El presente Plan de Mejora es aplicable en todos los órganos y/o unidades orgánicas de la Municipalidad Provincial de Hualgayoc-Bambamarca, debiendo de ser aplicado especialmente por quienes tienen como tarea recibir, atender e informar a los usuarios de programas sociales.

- a) Actividad: Orientación y mejora en la atención del usuario de los programas sociales en el área de Sub Gerencia de Programas Sociales.
 - i. Conformación de Equipo Técnico con información de la Política de la Gestión Municipal (Administración Moderna y Transparente)
 - ii. Acceso del Usuario de Programas Sociales a la información oportuna y adecuada de los servicios ofertados.
 - iii. Acceso a la atención permanente de calidad a la población usuaria de los servicios sociales (con igualdad e inclusión social)
 - iv. Equipo Técnico maneja y comunica con coherencia administrativa, el proceso del trámite documentario con resultados oportunos y responsables para el usuario.

- v. Permanente seguimiento y evaluación de actividades planteadas o promovidas.
- b) Actividad: Capacitación del personal en temas relacionados a procesos administrativos, etiqueta de conducta e imagen institucional.
- i. Fortalecimiento de capacidades en temas de Gestión y Política Municipal, revalorando la Ética Social y el Plan Comunicacional de la Gestión Edil y/o Municipal, vinculados a Programas Sociales.
 - ii. Promoción de la Gestión Municipal en sus diversas dimensiones.
 - iii. Fomento de la ética social en sus diversos espacios del aspecto de servicios sociales.
 - iv. Promoción del Plan Comunicacional Institucional.

3.5.8 Cronograma de Actividades.

Tabla 38
Actividades

Items	Unidad de medida	Cant.	Mes 1		Mes 2		Mes 3		Mes 4		Mes 5		Mes 6		Resp.
			01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	
a) Actividad :Orientación y mejora en la atención del usuario de los programas sociales en el área de Sub Gerencia de Programas Sociales															
i. Conformación de Equipo Técnico	Equipo Técnico (*)	05	x	x											Tesistas
ii. Acceso a la información Oportuna	Equipo Técnico/ Usuario	9,63 3		x	x										Tesistas
iii. Acceso a la atención Permanente	Equipo Técnico/ Usuarios (**)	9,63 3			x	x	x	x	x	x	x	x	x		Tesistas
iv. Equipo Técnico maneja y comunica proceso de trámite documentario.	Equipo Técnico (*)	05			x	x	x	x	x	x	x	x	x		Tesistas (*)
v. Seguimiento y Evaluación.	Miembros de Comité	03			x			x			x				Tesistas
b)Actividad: Capacitación del personal en temas relacionados a procesos administrativos, etiqueta de conducta e imagen institucional															
i. Fortalecimiento de capacidades	Equipo Técnico(*)	05	x	x				x			x				Tesistas
ii. Promoción de Gestión Municipal.	Equipo Técnico y Usuarios (**)	35		x				x				x			Tesistas (**) Veedor
iii .Fomento de la Ética Social.	Evento/Equipo Técnico y Usuarios	35	x					x			x				Tesistas
iv. Plan Comunicacional.	Evento /E.T. y Usuarios	35	x								x				Tesistas

3.5.9 Presupuesto de Actividades.

Tabla 39

Presupuesto

Items	Unidad de Medida	Cantidad	Precio Unitario	Sub Total S/.	Total General S/.
					53000.00
a) Actividad: Orientación y mejora en la atención del usuario de los programas sociales en el área de Sub Gerencia de Programas Sociales.					
i. Conformación de Equipo Técnico.	Equipo Técnico (*)	05	2,000.00	2,000.00	
ii. Acceso a la información Oportuna.	Equipo Técnico/ Usuarios	9,633	1,000.00	1,000.00	
iii. Acceso a la atención Permanente.	Equipo Técnico/ Usuarios (**)	9,633	9,000.00	9,000.00	
iv. Equipo Técnico maneja y comunica proceso de trámite documentario.	Equipo Técnico (*)	05	18,000.00	18,000.00	
v. Seguimiento y Evaluación.	Miembros de Comité	03	3,000.00	3,000.00	
				33,000.00	
b) Actividad: Capacitación del personal en temas relacionados a procesos administrativos, etiqueta de conducta e					

imagen institucional.					
i. Fortalecimiento de capacidades.	Equipo Técnico (*)	05	2,000.00	2,000.00	
ii. Promoción de Gestión Municipal.	Equipo Técnico y Usuarios (**)	35	6,000.00	6,000.00	
iii. Fomento de la Ética Social.	Evento/Equipo Técnico y Usuarios	35	6,000.00	6,000.00	
iv. Plan Comunicacional.	Evento/E.T. y Usuarios	35	6,000.00	6,000.00	
				20,000.00	

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones.

La relación que existe entre el modelo de gestión y el nivel de satisfacción es muy óptima y se complementan ambas variables, ya que se evaluó y se determinó el grado de relación de ambas variables, donde el modelo de gestión buscó generar bienestar a los usuarios de los programas sociales y generar satisfacción en los usuarios y tengan valoración del servicio desde diferentes puntos de vista.

Se logró Identificar que el 64.00% considero que el modelo gestión es regular y el 36.00% considero que la gestión de calidad del servicio es buena en el área de programas sociales de la Municipalidad Provincial de Hualgayoc. Así mismo se logró identificar que el 56.00% de usuarios esta moderadamente satisfecho con el servicio brindado y el 43.90% de usuarios está altamente satisfecho respecto a los servicios brindados en el área de programas sociales de la Municipalidad Provincial de Hualgayoc.

Se encontró que las dimensiones de modelo gestión presentan los siguientes porcentajes, 26.00% considera que existe seguridad en servicio y el 21.00% consideran que existe capacidad de respuesta al brindar el servicio y el 20.00% considera la infraestructura es adecuada y el 20.00% considera que existe empatía al brindar el servicio y el 13% considera que existe fiabilidad en el servicio brindado en el área de programas sociales de la Municipalidad Provincial de Hualgayoc.

Se encontró que las dimensiones del nivel de satisfacción del usuario presentan los siguientes porcentajes, 57.00% corresponde al rendimiento percibido y el 42.01% corresponde a las expectativas del usuario, indicando que las percepciones son más altas a las expectativas del usuario lo cual muestra que el servicio es superior a lo que espera recibir el usuario en el área de programas sociales de la Municipalidad Provincial de Hualgayoc.

Concluida esta investigación y haciendo valer mi objetivo general se fundamentó proponer un modelo de gestión que incremente el nivel de satisfacción de los usuarios del área de programas sociales de la Municipalidad Provincial de

Hualgayoc – Bambamarca, 2017, en la cual se efectuó para beneficio de la organización.

4.2 Recomendaciones.

Se recomienda al Estado estandarizar el modelo de gestión en todas las áreas de programas sociales, a nivel nacional para que el servicio de calidad sea sostenible en el tiempo, y mejore la gestión del servicio del sector público.

Realizar investigaciones del nivel de satisfacción de usuarios cada semestre así tener actualizado los datos referentes al servicio que se brinda actualmente y en especial la percepción del servicio y las expectativas del usuario referente al servicio.

Persistir en desarrollar talleres de capacitación referente a calidad de servicio al usuario dando énfasis en especial en empatía, fiabilidad en el servicio es decir eficiencia en el servicio y cumplimiento de lo prometido ya que es una de las dimensiones más débil en la gestión de la calidad del servicio del área de programas sociales.

Desarrollar programas de gestión del talento humano donde permita captar el personal idóneo para laborar en el área de programas sociales especialmente, que tenga competencias de servicio al usuario, en el sector público.

Tomar como referencia los hallazgos en esta investigación ya que son datos validados y argumentados por la investigación científica y que servirán como antecedentes para posteriores investigaciones que pretendan tratar el mismo tema de estudio.

V. REFERENCIAS

- Barahona & Silba (2014), en su tesis denominada: *“Relación entre gestión de innovación y satisfacción de usuarios de servicios de recreación caso Confa”*.
- Carmona (2014), en su trabajo de investigación, denominada: *“Modelo de Gobernabilidad basado en COBIT para la Gestión por Procesos Definida en un Espacio Multidimensional”*.
- Carrera (2014), en el país de Ecuador, con su tesis: *“El marketing de servicios en la satisfacción de los usuarios del gobierno autónomo descentralizado del cantón Patate”*.
- Caruajulca (2015), en su tesis denominada: *“Modelo de gestión para la eficiencia y calidad de servicio en la atención al usuario en la municipalidad provincial de Rodríguez de Mendoza – Amazonas, 2015”*.
- Coah & Limachi (2016), en su tesis denominada: *“Procesos administrativos y la satisfacción del usuario de la sub gerencia de acondicionamiento territorial y licencias de la municipalidad provincial de Tacna, año 2016”*.
- Coronel (2016), en su tesis: *“Calidad de servicio y grado de satisfacción del cliente en el restaurant Pizza Hut en el centro comercial mega plaza Lima; 2016”*.
- Enríquez (2014), en su tesis significativa: *“Satisfacción del Cliente del departamento de recaudaciones y cobranzas de la Municipalidad de Ensenada”*.
- Ipanaqué (2014), en su tesis denominada: *“Calidad de servicio y satisfacción del cliente del servicio de administración tributaria de Trujillo- SATT en el año 2014”*.
- León (2014), en su tesis denominada: *“Perfil del nivel de gestión del dominio adquirir e implementar las tecnologías de información y comunicaciones (TIC) en la municipalidad distrital de Máncora en el año 2014”*.
- López (2016), en la ciudad de Guayaquil, con su tesis: *“Evaluación del nivel de satisfacción de clientes para diseñar modelo de gestión de la calidad y seguridad”*.

Macías & Valencia (2015), *en su tesis significativa: “Actualización del sistema de gestión de calidad de la empresa: Colectivos del café Ltda. a la norma iso-9001:2015”*.

Patricio & Villarreal (2016), *en su tesis significativa: “Evaluación del protocolo de atención al ciudadano y su relación con la satisfacción de los usuarios en la municipalidad provincial de Huaura, periodo 2016”*.

Sánchez (2018), *en su tesis significativa: “Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la Jefatura Regional 3 de la ciudad de Tarapoto - RENIEC, 2018”*

Torres (2016), *en su tesis: “Modelo de gestión estratégica para el sector hotelero de la ciudad de Ambato Model of strategic management for the hotel sector of the city of Ambato”*.

VI. ANEXOS

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS COLABORADORES DEL AREA DE PROGRAMAS SOCIALES DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE HUALGAYOC – BAMBAMARCA

OBJETIVO: Recopilar información para diseñar un modelo de Gestión que permita mejorar el nivel de satisfacción de los usuarios del Área de programas sociales de la Municipalidad Provincial de Hualgayoc – Bambamarca 2017.; por lo que se solicita de manera cordial responda de forma objetiva los siguientes ítems. La información suministrada será utilizada únicamente con fines de investigación y académicos.

Edad: _____

Sexo: _____

Cargo: _____

Condición laboral: _____

Tiempo de servicio: _____ años _____ meses

MARQUE CON UNA (X) LA OPCION DE RESPUESTA QUE CREA CONVENIENTE

I. CUESTIONARIO MODELO DE GESTIÓN

Nº	ITEMS	Respuestas				
		Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
1	Los ambientes de atención al usuario son cómodos					
2	Los equipos con los que cuenta apoya para brindar un buen servicios los usuarios					
3	Su presentación es formal para atender a los usuarios					
4	Es eficiente el servicio que brinda					
5	Las promesas ofrecidas son cumplidas					
6	Se orienta correctamente al usuario acerca					

	del servicio brindado					
7	Cuentan con un protocolo de atención al usuario					
8	La atención hacia el usuario es rápida					
9	Tiene usted pleno conocimiento de los elementos que contemplan el servicio que está otorgando a los usuarios					
10	Se ha asignado personal especial para la prestación del servicio					
11	Los usuarios tienen la creencia de que sus peticiones serán atendidas					
12	Cree usted que genera confianza al atender a los usuarios					
13	La atención brindada es hacia los usuarios es personalizada					
14	Utiliza un lenguaje claro y entendible al atender a los usuarios					
15	Realiza preguntas a los usuarios para identificar si ha entendido lo señalado					

Elaboración propia.

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS USUARIOS DEL AREA DE PROGRAMAS SOCIALES DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE HUALGAYOC – BAMBAMARCA

OBJETIVO: Recopilar información para diseñar un modelo de Gestión que permita mejorar el nivel de satisfacción de los usuarios del Área de programas sociales de la Municipalidad Provincial de Hualgayoc – Bambamarca 2017.; por lo que se solicita de manera cordial responda de forma objetiva los siguientes ítems. La información suministrada será utilizada únicamente con fines de investigación y académicos.

Edad: _____

Sexo: _____

Cargo: _____

Condición laboral: _____

Tiempo de servicio: _____ años _____ meses

MARQUE CON UNA (X) LA OPCION DE RESPUESTA QUE CREA CONVENIENTE

II. CUESTIONARIO NIVEL DE SATISFACCIÓN DE USUARIOS

N°	ITEMS	Respuestas				
		Muy satisfecho	Satisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Insatisfecho	Muy insatisfecho
1	¿Cómo se siente con la atención recibida en el área de programas sociales?					
2	¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la atención brindada por el personal del área de programas sociales?					
3	¿Referente a la diversidad de servicios que otorga el área de programas sociales usted se encuentra?					
4	¿En cuanto a si los ambientes fueron cómodos para su atención usted se considera?					
5	¿La higiene y limpieza del área de programas sociales?					

6	¿Al comunicarse con los trabajadores del área de programas sociales se siente?					
7	¿Al comunicarse con el jefe del área de programas sociales se siente?					
8	¿En cuanto al profesionalismo del personal del área de programas sociales al atenderlo usted se siente?					
9	¿En cuánto a la presentación del personal usted se encuentra?					
10	¿Cómo se encuentra en lo referente a la confianza que le brinda el personal del área de programas sociales?					
11	¿El servicio brindado es oportuno?					
12	¿En cuánto a la solución de quejas y reclamos usted se siente?					
13	¿En referencia a la calidad de servicio usted se encuentra?					
14	¿En cuánto a la rapidez con que se le atiende usted se considera?					
15	¿Referente a la satisfacción de sus necesidades usted se encuentra?					
16	¿En cuánto a la accesibilidad de los servicios del área de programas sociales usted se considera?					

Elaboración propia.

ACTA DE APROBACIÓN



ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE INFORME DE INVESTIGACIÓN

Yo, MBA. Ricardo Rivera Tantachuco, docente de la asignatura de Investigación II de la EAP de Administración y revisor de la investigación aprobada mediante Resolución N° 1742 - 2016/0983-USS, presentada por el (los) estudiante(s) Blanco Blanco Liliana Elita y Soto Leiva Carmela, titulada Modelo de gestión y nivel de satisfacción de usuarios del área de programas sociales de la Municipalidad Provincial de Hualgayoc.

Puedo constar que la misma tiene un índice de similitud del 13% verificable en el reporte final del análisis de originalidad mediante el programa Turnitin.

Por lo que concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio y cumple con lo establecido en la Resolución Rectoral N° 007-2017/USS, que aprueba las políticas para evitar plagio y uso de turnitin en la USS, para el año 2017.

Pimentel, 06 de octubre de 2017

Rivera Tantachuco Ricardo
DNI N° 17634312

Nota. Autorizado por el Señor Decano de la FACEM: 27-03-2017-(trámite documentario)

Figura 1: Acta de aprobación.

Fuente: Elaboración propia.



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
RESOLUCIÓN N° 1742 -FACEM-USS-2016

Chiclayo, 18 de noviembre del 2016.

VISTO:

El oficio N° 0982-2016/FACEM-DA-USS, de fecha 16 de noviembre de 2016, presentado por el Mg. Mirko Merino Núñez, Director de la Escuela Académico Profesional de Administración, en el que solicita la aprobación de los proyectos de tesis de los estudiantes del IX ciclo del Programa de Segunda Titulación de Administración - sede Bambamarca, correspondiente al semestre académico 2016-II, y;

CONSIDERANDO:

Que, en el artículo N° 44 del Reglamento de Investigación de la USS a la letra dice: La selección del tema de investigación deberá corresponder a las Líneas de investigación de la Escuela Académico Profesional, Facultad y de la Universidad. Los estudiantes pueden realizar sus investigaciones de tesis de manera individual o de pares.

Que, en el artículo N° 50, del Reglamento mencionado en el párrafo precedente, indica que el estudiante es el responsable de la elaboración y ejecución del proyecto de tesis, además de la presentación y sustentación del informe final de la misma. Deberá aplicar los criterios de rigor científico y los principios éticos durante todo el proceso de investigación científica.

Estando a lo expuesto y en uso de las atribuciones conferidas y de conformidad con las normas y reglamentos vigentes;

SE RESUELVE

ARTICULO ÚNICO: APROBAR los Proyectos de Tesis de los estudiantes del IX ciclo del Programa de Segunda Titulación de Administración- sede Bambamarca, correspondiente al semestre académico 2016-II, según se detalla en relación adjunta.

REGÍSTRESE, COMUNIQUESE Y ARCHÍVESE.



UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

Dr. EDGAR ROLANDO TUESTA TORRES
DECANO DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS EMPRESARIALES



UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN
Facultad de Ciencias Empresariales
L.C. SANCHEZ-MIRY GUERRERO
SECRETARIA

Cc.:Esc. Archivo

KM. 5 CARRETERA A PIMENTEL
TELÉFONO: (+51)(74) 481610 / FAX: 203961

ISS



UNIVERSIDAD
Señor de Sipán

REPORTE TURNITIN



Figura 2: Reporte turnitin.

Fuente: Elaboración propia.

DECLARACIÓN JURADA



DECLARACIÓN JURADA

DATOS DEL AUTOR: Autor Autores

Blanco Blanco Liliana Elita

Apellidos y nombres

47617524 2151811979 Presencial

DNI N° Código N° Modalidad de estudio

Soto Leiva Carmela

Apellidos y nombres

17632695 2151813001 Presencial

DNI N° Código N° Modalidad de estudio

Administración

Escuela Académico Profesional

Ciencias Empresariales

Facultad de la Universidad Señor de Sipán

Ciclo X

DATOS DE LA INVESTIGACIÓN

Proyecto de investigación Informe de investigación

DECLARO BAJO JURAMENTO QUE:

1. Soy autor o autores del proyecto e informe de investigación titulado:
MODELO DE GESTIÓN Y NIVEL DE SATISFACCIÓN DE USUARIOS DEL ÁREA DE PROGRAMAS SOCIALES DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE HUALGAYOC.
La misma que presento para optar el grado de:
Título de Licenciados en Administración.
2. Que el proyecto y/o informe de investigación citado, ha cumplido con la rigurosidad científica que la universidad exige y que por lo tanto no atentan contra derechos de autor normados por Ley.
3. Que no he cometido plagio, total o parcial, tampoco otras formas de fraude, piratería o falsificación en la elaboración del proyecto y/o informe de tesis.
4. Que el título de la investigación y los datos presentados en los resultados son auténticos y originales, no han sido publicados ni presentados anteriormente para optar algún grado académico previo al título profesional.

Me someto a la aplicación de normatividad y procedimientos vigentes por parte de la UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN y ante terceros, en caso se determinará la comisión de algún delito en contra de los derechos del autor.


Blanco Blanco Liliana Elita
DNI N° 47617524




Soto Leiva Carmela
DNI N° 17632695



Figura 3: Declaración Jurada.

Fuente: Elaboración propia.

JUICIO DE EXP. 1

NOMBRE: LINDA DURANE RUBI VELARDE

TITULO O GRADO ACADEMICO: LICENCIADA EN ADMINISTRACION

		4	3	2	1		
N°	VARIABLE/DIMENSION/INDICADOR/IT EM/ALTERNATIVA	EXCELENTE	BUENA	REGULAR	INADECUADA		
1	CONSISTENCIA INTERNA		X				
2	LAS MOTIVACIONES		X				
3	LAS PROBLEMATIZACIONES			X			
4	GRAMATICA		X				
5	RELEVANCIA		X				
TOTAL		0	4	1	2	14	BUENA
LIKER		0	12	2	0		



 ECAP N° 1124

Figura 4: Juicio de expertos 1

Fuente: Elaboración propia.

JUICIO DE EXP. 2

NOMBRE:

SARITALIZET CHOQUIRWA GOICONEA

TITULO O GRADO ACADEMICO:

LICENCIADA EN ADMINISTRACION

N°	VARIABLE/DIMENSION/INDICADOR/ITEM/ALTERNATIVA	4	3	2	1		
		EXCELENTE	BUENA	REGULAR	INADECUADA		
1	CONSISTENCIA INTERNA		X				
2	LAS MOTIVACIONES		X				
3	LAS PROBLEMATIZACIONES			X			
4	GRAMATICA		X				
5	RELEVANCIA		X				
TOTAL		0	4	1	2	14	BUENA
LIKER		0	12	2	0		


 CIAD N° 15421

Figura 5: Juicio de expertos 2

Fuente: Elaboración propia.

JUICIO DE EXPERTOS 3

NOMBRE:

EDINSON HENRY CARUAJULCA CORONEL

TITULO O GRADO ACADEMICO:

LICENCIADO EN ADMINISTRACION

N°	VARIABLE/DIMENSION/INDICADOR/ITEM/ALTERNATIVA	4	3	2	1		
		EXCELENTE	BUENA	REGULAR	INADECUADA		
1	CONSISTENCIA INTERNA		X				
2	LAS MOTIVACIONES		X				
3	LAS PROBLEMATIZACIONES			X			
4	GRAMATICA		X				
5	RELEVANCIA		X				
TOTAL		0	4	1	2		
LIKER		0	12	2	0	14	BUENA



Figura 6: Juicio de expertos 3

Fuente: Elaboración propia.

AUTORIZACIÓN DE AUTORES



FORMATO N° T1-CI-USS AUTORIZACIÓN DEL AUTOR (ES) (LICENCIA DE USO)

Pimentel, 26 de enero del 2018

Señores
Centro de Información
Universidad Señor de Sipán
Presente. -

Los suscritos:

BLANCO BLANCO LILIANA ELITA, con DNI: 47617524
SOTO LEIVA CARMELA, con DNI: 17632695

En mí (nuestra) calidad de autor (es) exclusivo (s) del trabajo de grado titulado:

MODELO DE GESTIÓN Y NIVEL DE SATISFACCIÓN DE USUARIOS DEL ÁREA DE PROGRAMAS SOCIALES DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE HUALGAYOC., presentado y aprobado en el año 2018, como requisito para optar el Título de Licenciados en Administración, de la Facultad de Ciencias Empresariales, de la Escuela Académico Profesional de Administración por medio del presente escrito autorizo (autorizamos) al Centro de Información de la Universidad Señor de Sipán para que, en desarrollo de la presente licencia de uso total, pueda ejercer sobre mi (nuestro) trabajo y muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad representado en este trabajo de grado, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

- Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo de grado a través del Repositorio Institucional en la página Web del Centro de Información, así como de las redes de información del país y del exterior.
- Se permite la consulta, reproducción parcial, total o cambio de formato con fines de conservación, a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de grado y a su autor.

De conformidad con la ley sobre el derecho de autor decreto legislativo N° 822. En efecto, la Universidad Señor de Sipán está en la obligación de respetar los derechos de autor, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

APELLIDOS Y NOMBRES	NÚMERO DE DOCUMENTO DE IDENTIDAD	FIRMA
BLANCO BLANCO LILIANA ELITA	47617524	
SOTO LEIVA CARMELA	17632695	

Figura 7: Autorización de autores.

Fuente: Elaboración propia.

MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	TIPO DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN	TÉCNICAS	MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS
¿En qué manera una propuesta de Gestión contribuirá a mejorar el nivel de Satisfacción de los usuarios del Área de Programas Sociales de la Municipalidad Provincial de Hualgayoc?	General Proponer un modelo de Gestión que incremente el nivel de satisfacción de los usuarios del área de programas sociales de la Municipalidad Provincial de Hualgayoc – Bambamarca, 2017.	La propuesta de un modelo de Gestión incrementará el nivel de satisfacción de usuarios del área de programas sociales de la Municipalidad Provincial de Hualgayoc-Bambamarca.	<ul style="list-style-type: none"> • Variable Independiente: Gestión de calidad de servicio • Variable Dependiente: Satisfacción 	Cuantitativa	La población estuvo conformada por 100 colaboradores de la empresa y por 9633 usuarios del área de programas sociales de la Municipalidad Provincial de Hualgayoc-Bambamarca	Encuesta	Método inductivo - deductivo
	Específicos Identificar la gestión actual de los colaboradores del área de los programas de la Municipalidad Provincial de Hualgayoc – Bambamarca, 2017.			DISEÑO	MUESTRA	INSTRUMENTOS	
	Identificar el nivel de satisfacción de los usuarios del área de sub gerencia de Programas Sociales de la Municipalidad Provincial de Hualgayoc – Bambamarca, 2017. Diseñar un modelo de gestión para			No experimental Descriptiva-propositiva Transversal,	La muestra se escogió de forma no probabilística y probabilísticamente; es decir, para la muestra de los colaboradores de la empresa se utilizó la técnica no probabilística por conveniencia es decir se escogió a los 100 colaboradores para conformar la muestra. Muestra estera: $n = \frac{N \times p \times q}{e^2 \times (N - 1) + p \times q}$ $n = \frac{9.633 \times 0.25 \times 0.75}{0.05^2 \times (9.633 - 1) + 0.25 \times 0.75}$ $n = 9.253.53$ ----- 25.04 $n = 360$	Cuestionario	

	mejorar el nivel de satisfacción de los usuarios del Área de sub Gerencia de Programas Sociales de la Municipalidad Provincial de Hualgayoc – Bambamarca, 2017.						
--	---	--	--	--	--	--	--

Figura 8: Matriz de consistencia.
Fuente: Elaboración propia.

APLICANDO ENCUESTA



Figura 9: Aplicando encuesta a los colaboradores del Area de Programas Sociales de la Municipalidad Provincial de Hualgayoc – Bambamarca.

Fuente: Elaboración propia.

APLICANDO ENCUESTA



Figura 10: Aplicando encuesta a los colaboradores del área de programas sociales de la municipalidad provincial de Hualgayoc – Bambamarca.

Fuente: Elaboración propia.